طراحی هویت بصری

# برند آرکیدز

پیمان ناصرآبادی
مشاور و طراح هویت بصری برند

naserabadi.com

ایده پردازی و اجرای

**لوگو و لوگوتایپ آرکیدز**

# ایده بزرگ لوگو

(Big Idea)

شادی

سلامتی

آرامش

حمایت

**صفت مشخصه**

پشتوانه فکری و یا همان مفهوم نهفته در طراحی لوگو بر مبنای جوهره برند و جهت گیری نام تجاری انتخاب و ایده‌پردازی می شود. از آنجایی که هدف‌گیری برند آرکیدز تولید اسباب بازی با درجه کیفی بالاست می توان خصوصیاتی همچون تولید محصولات ایمن، استفاده از مواد مرغوب و طراحی مناسب محصول و ... را از ویژگی های منحصر به فرد این برند ایرانی دانست. پس صفت مشخصه این برند **اسباب بازی های از هر نظر ایمن** است.

**بررسی نتیجه**

از نگاه کودک : یک اسباب بازی ایمن در درجه اول می تواند **سلامتی** کودک را تضمین نماید و نتیجه این سلامتی کودکی، شادی و خوشحالی اوست.

از نگاه والدین : یک اسباب بازی ایمن در درجه اول **آرامش خیال** را برای والدین به همراه دارد و نتیجه این آرامش، آسودگی،شادی و خوشحالی والدین است.

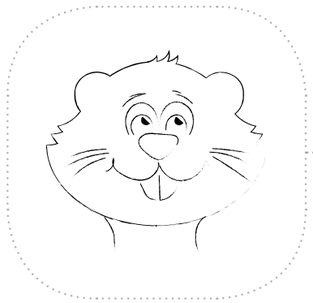
**پس کلید واژه های شادی، سلامتی، آرامش و حمایت می‌تواند مفاهیم کلامی طراحی لوگو را شکل دهد.**

از طرفی ایده کلامی انتخاب شده باید در دایره کلمات کودکان قرار بگیرد و به راحتی قابل تشخیص باشد



# سگ آبی

کارکتری متناسب با صفت برند



در جلسه ذهن انگیزی و تحلیل خصوصیات برند، نتیجه بر آن شد که بهترین کارکتری که می توان برای این برند با صفت مشخصه طراحی اصولی و ایمن در نظر گرفته شود **سگ آبی** است.

این حیوان به یک مهندس تمام عیار معروف است. چرا که قادر است با مهارت منحصر به فرد خود به طراحی و پیاده سازی سد بر روی رودخانه ها بپردازد و خانه اش را درون آن سد جاسازی کند و از هر نظر امنیت آن را فراهم نماید. همچنین دو دندان جلو متمایز و بزرگ سگ آبی، این حیوان را شخصیتی با نمک و جذاب کرده است .

# رنگ برند

## زرد بهترین انتخاب

**قوانین رنگ در برندینگ**

سه قانون مهم در برندینگ می گوید:

- بهترین رنگ سمبلیک ترین رنگ است اگر شرکت اول در طبقه بندی کالا یا خدمات باشید

- رنگ متضاد رقبا، بهترین رنگ است اگر شرکت اول نباشید حتی رنگ انتخاب شده هیچ ارتباطی با حوزه فعالیت شرکت نداشته باشد

- همیشه تک رنگ برترین است. یاد آوری بیش از یک رنگ برای مخاطبان کاری بس دشوار است

**قرمز رنگی پر مخاطره**

بر مبنای سه قانون مهم بالا، سمبلیک ترین رنگ در صنف اسباب بازی رنگ های هیجان انگیز و بر انگیزاننده مانند قرمز، نارنجی، زرد و سبز است. و در صدر آن رنگ قرمز.

شرکت توی توی به عنوان اصلی ترین رقیب، رنگ قرمز را به عنوان رنگ هویت بصری انتخاب نموده است. درست است این شرکت به خوبی نتوانسته از این رنگ بهره برداری نماید و رنگ آبی در نماد این برند بیشتر از قرمز خودنمایی می کند که این موضوع نقصی بزرگ در این برند محسوب می شود. ولی باز استفاده از این رنگ برای آرکیدز کمی پر خطر است.

**پس استفاده از رنگ زرد می تواند بهترین گزینه باشد.**

C: 0
M: 15
Y: 100
B: 0

کد رنگ برند



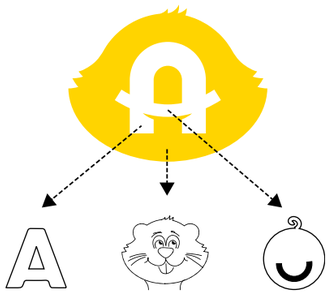
# قانون گشتالت

## لایه های فکری در لوگو

مکتب گشتالت یکی از مکاتب روانشناسی است که چگونگی درک اطلاعات بصری توسط مغز ما را شرح می دهد .این مکتب دارای قواعد مهمی است که به اصول گشتالت معروف است.

**اصل تصویر – زمینه (Figure-ground)**

از مهمترین اصول گشتالت می توان به اصل شکل و زمینه اشاره نمود. شکل و زمینه را فضای مثبت و منفی نیز می‌نامند .خوانش یک تصویر از طریق تضاد میان شکل و زمینه انجام می شود.



زمانی که تصویر و زمینه همزمان هر دو شکل مستقل و قابل تشخیصی تداعی کنند میتوان گفت تصویر-زمینه هوشمندانه و خلاقانه طراحی شده است.

**اصل بستار(Closure)**

بر مبنای این اصل از نظریه گشتالت، اگر بخشی از تصویر یک شکل پوشانده شده یا جا افتاده باشد، ذهن به طور خودکار آن را کامل می‌کند و به صورت یک شکل کامل می بیند .به بیانی دیگر، چشم ما سعی می کند اشکال ناقص و ناتمام را به صورت کامل و یکپارچه ببیند .

**اصل تداوم یا پیوستگی(Continuity)**

یکی دیگر از قواعدی که از فرآیند گروه بندی کردن عناصر بصری توسط مغز پرده بر می دارد قاعده تداوم است .زمانی که چشم شروع به دنبال کردن عنصری در تصویر می کند، این دنبال کردن در مسیر تا رسیدن به عنصر دیگری ادامه پیدا می کند .

# رعایت نسبت طلایی

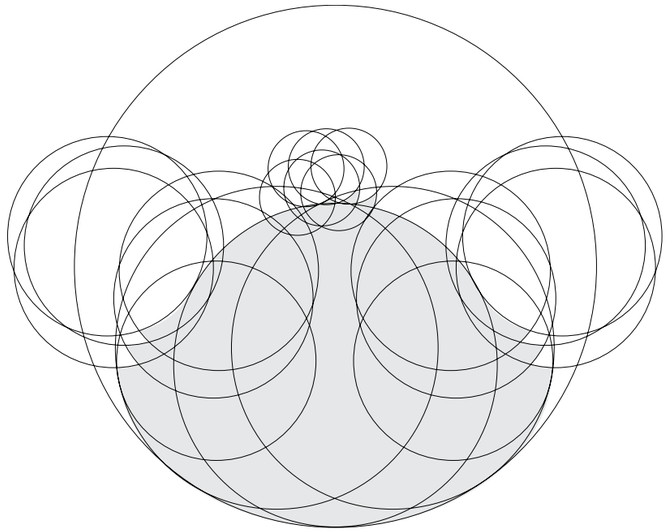
(Golden ratio)

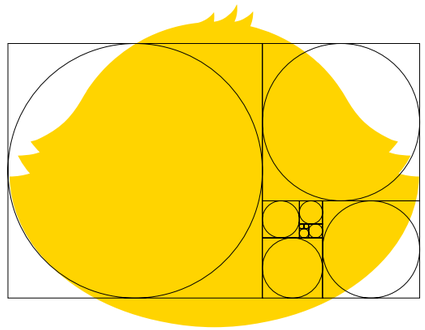
## نسبت طلایی چیست؟

در ریاضیات،معماری و یا هنر هنگامی که نسبت بخش بزرگ تر به بخش کوچکتر برابر با مجموع آن ها به بخش بزرگتر باشد را  نسبت طلایی(Golden ratio) و یا عدد فی می گویند که عدد آن به طور تقریبی برابر ۱.۶۱۸ می‌باشد. طراحان برندهای بزرگ نیز از این قانون شگفت انگیز طبیعت بهره می برند و طراحی لوگوی خود را به گونه ای طرح ریزی می کنند تا هر چه بیشتر به این نسبت نزدیک شوند.

روانشناسان معتقدند که زیباترین ساختار مستطیلی از دید انسان، مستطیلی است که نسبت طول به عرض آن عدد فی (نسبت طلایی) باشد. چرا که این نسبت در شبکیه چشم انسان رعایت شده به این دلیل انسان آن را زیباترین حالت می بیند.

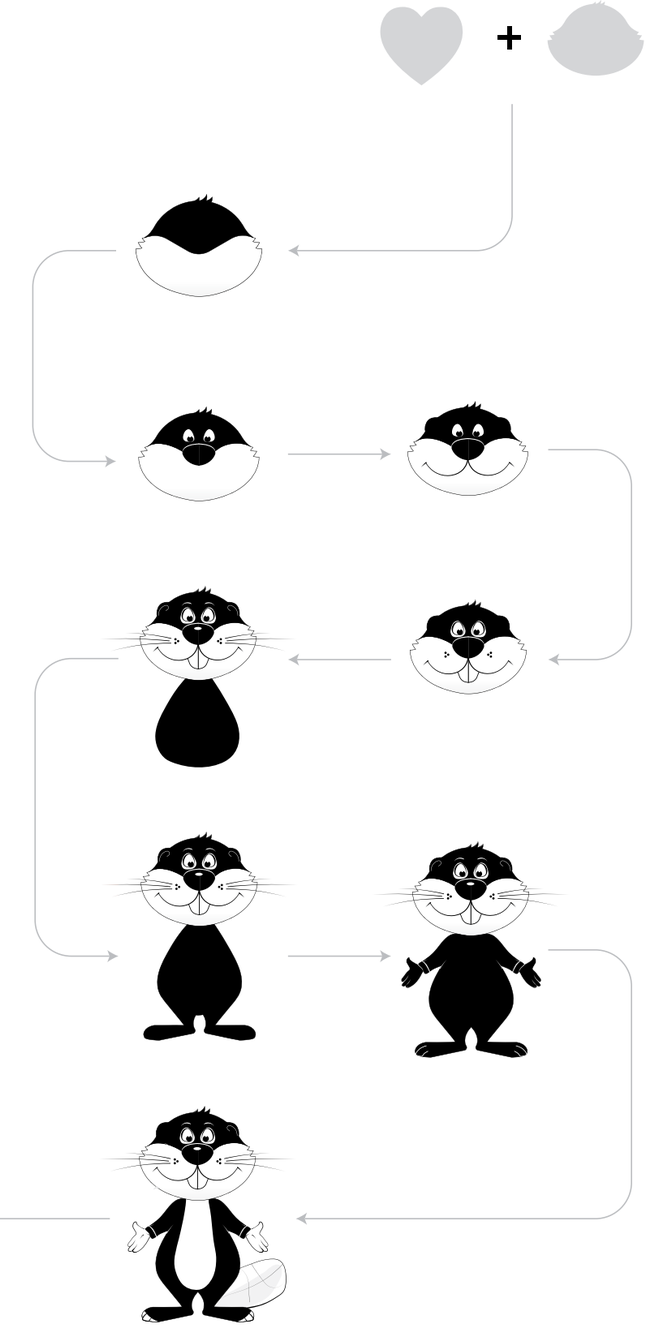




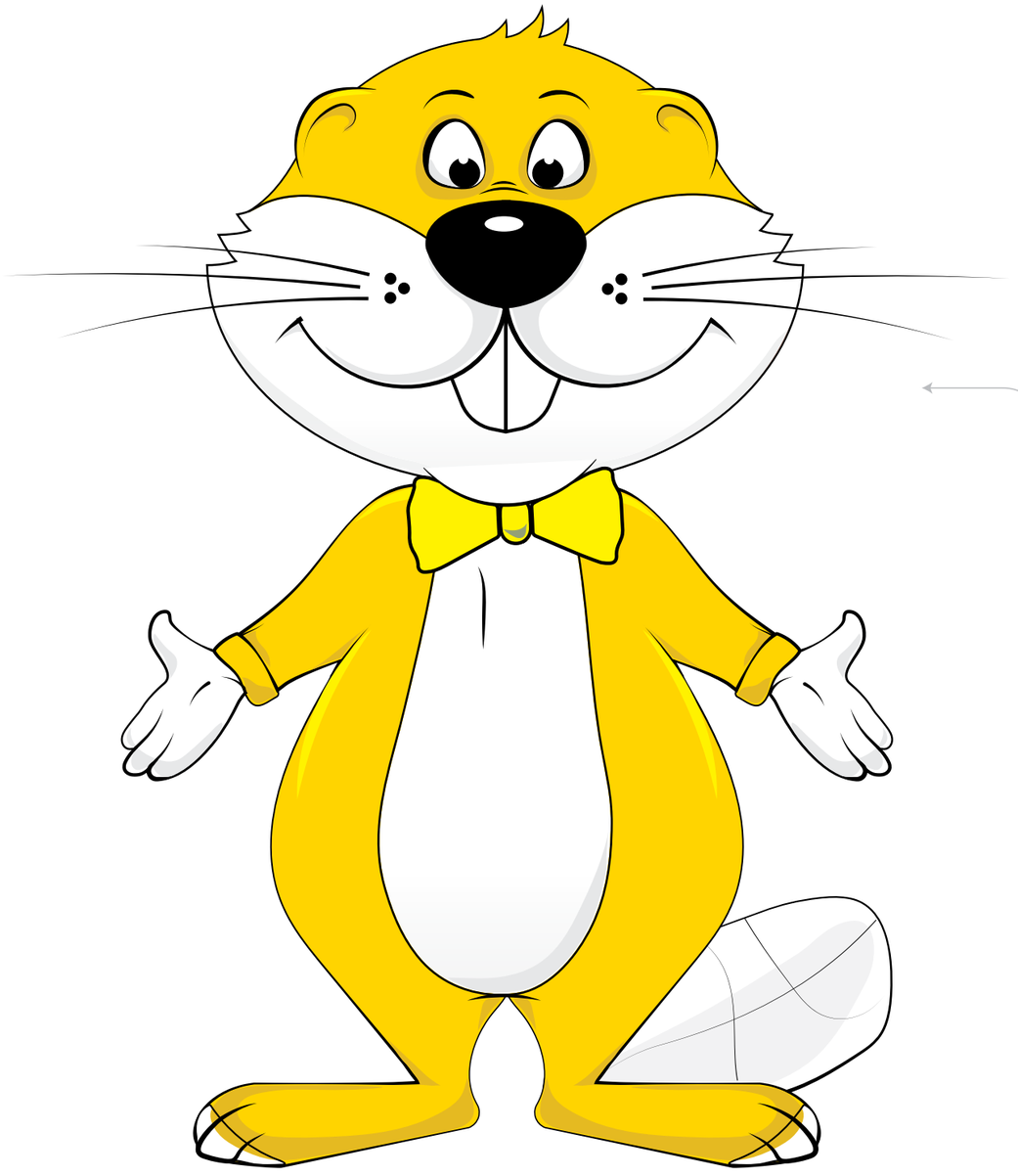


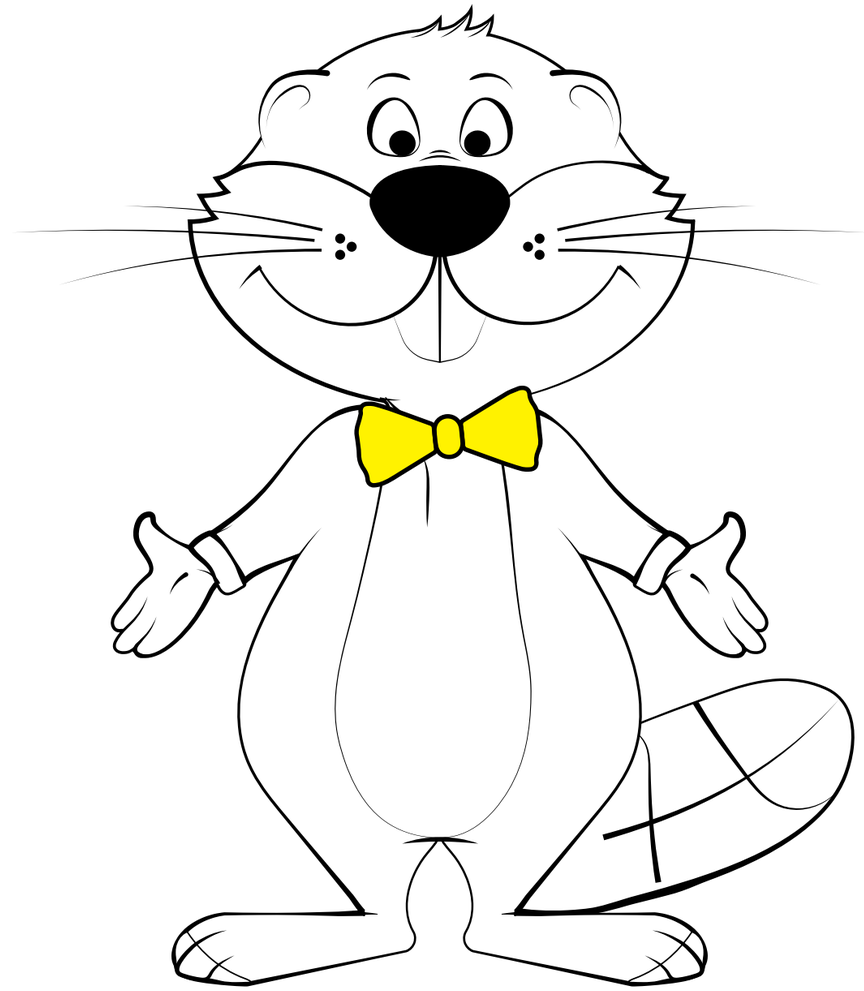
ایده پردازی و اجرای

**کارکتر آرکیدز**

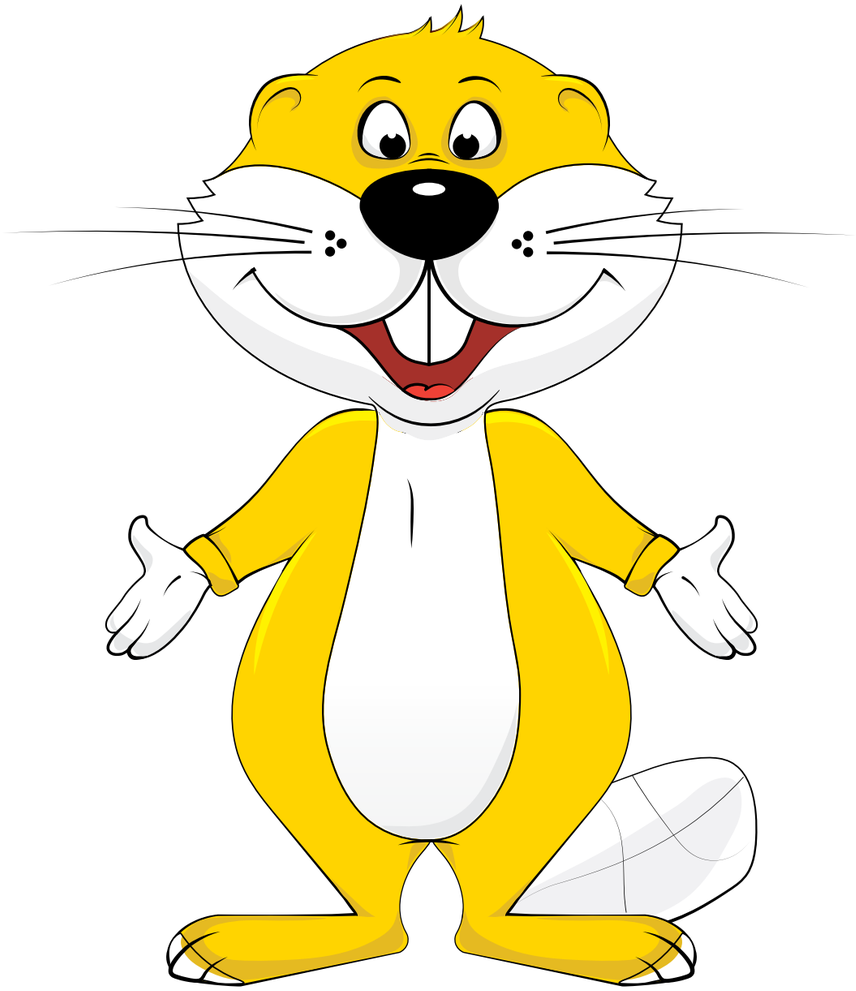


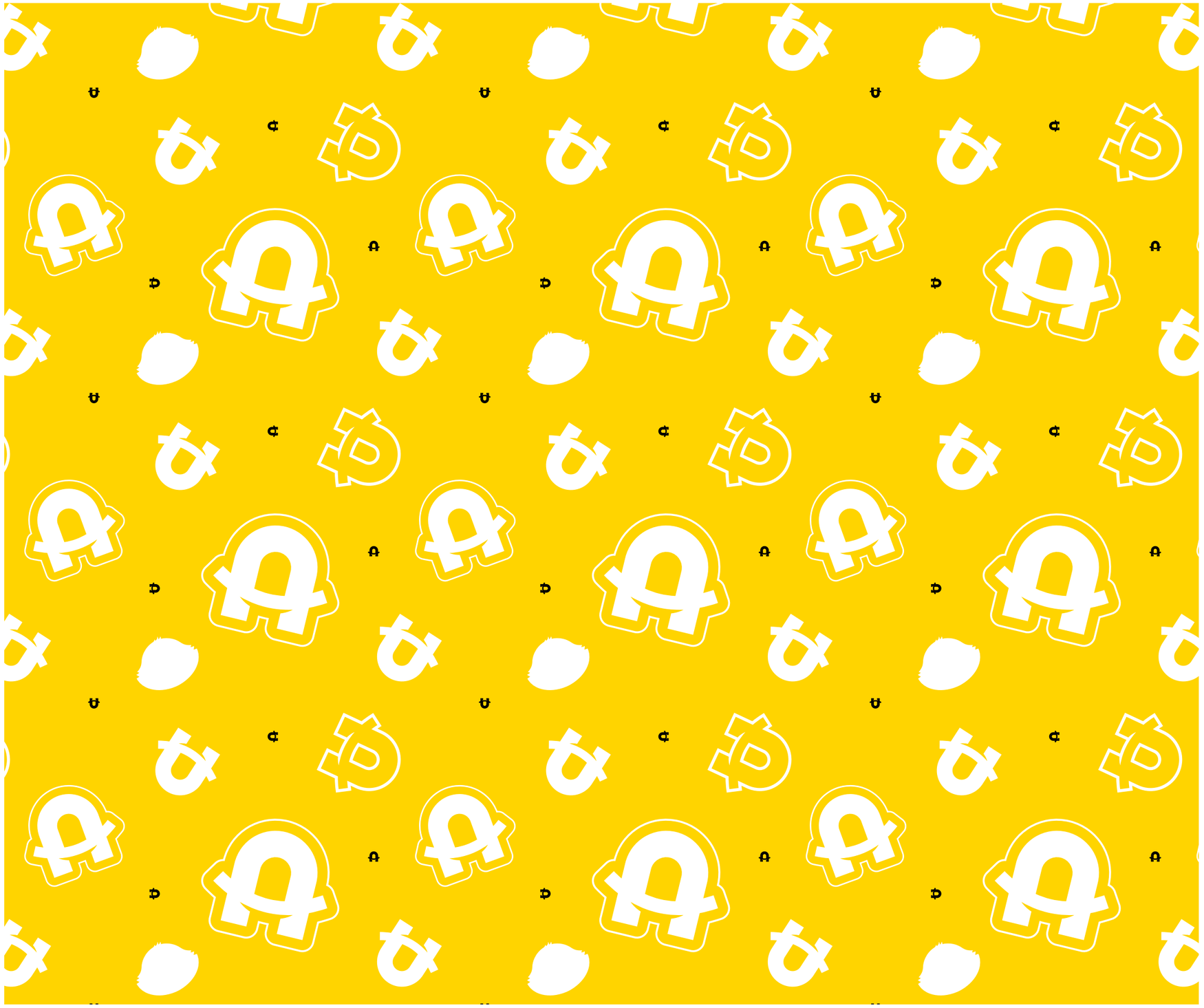
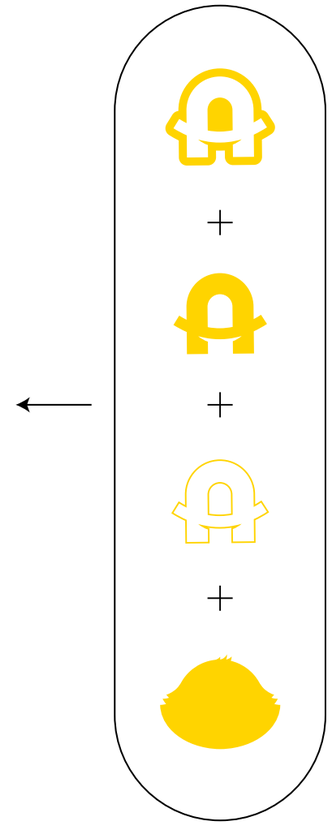










ایده پردازی و اجرای

# پترن و ست اوراق اداری