

## *Logotyp – Verksamhetens symbol*

*Logotypens uppgift är att vara länken till den plats i hjärnan där man lagrar all kunskap, erfarenhet mm som kan knytas till den verksamheten som Logotypen symboliserar. Undan för undan fyller man på med fler upplevelser. Se till att logotypen alltid finns med och känns igen, så att alla positiva erfarenheter kopplas till rätt verksamhet i betraktarens hjärna.*

### MÅLGRUPP

Den skall visa fram verksamheten på ett sådant sätt att de människor man vill vända sig till uppfattar den på det sätt man tänkt sig. Så försök hela tiden se den ur deras synvinkel.

### FÖRSTA GÅNGEN - ATTRAKTIOSKRAFT

Första gången man ser en Logotyp skall den bidra till att man får rätt uppfattning av verksamheten och att man attraheras av den.

### ANDRA GÅNGEN OCH DÄREFTER - IGENKÄNNING

När man senare återser Logotypen skall den var lätt att känna igen och koppla till tidigare upplevelser av verksamheten. Det är lättare att få igenkänning på en enkel, men unik form och någon eller några specifika färger än en komplicerad bild med många färger.

### OLIKA FRAMSTÄLLNINGSMETODER

Ibland trycks den med avancerade tryckmetoder och ibland med enkla, ibland kanske den skärs ut i färgad plast för att sättas på bil eller skylt.

### OLIKA PLACERING

Logotypen skall kunna användas på många olika sätt och ändå ge samma budskap och igenkänning. Det kan vara stort på en skylt, eller litet bland en massa annan info på en etikett, eller på visitkort.

### FÖRENINGSLOGOTYP

Om man skall ha en logtyp som skall symbolisera en hel förening med stor bredd är det viktig att den kan fungera i många olika sammanhang. Ingen medlem skall känna att den inte passar ihop med det egna materialet. Men den kan inte heller stämma helt med det egna budskapet, det måste bli en kompromiss. Då är det viktigare än någonsin att den är enkel i form och färg, den skall synas tydligt bland företagens egen information utan att ta överhanden.