



KNIPS DESIGN

LOGOBESKRIVELSE

KONTAKTPERSON:
Produktsjef. Margrethe Næs
mob: 99400005
mail: margrethe.naes@gmail.com

INTRODUKSJON

En visuell profil kan best beskrives som de klærne bedriften går i til daglig. Profilelementene som mønster, formater, illustrasjoner, bilder, farger, ikoner eller fonter vil sammen med logoen forsterke identiteten til selskapet og øke gjenkjenneligheten. Knips designs logoprofil er en veileder for hvordan profilen skal benyttes og vil definere hvilke signaler Knips designs skal utstråle. En bedrifts visuelle profil er en verdi som ikke må sløses bort. Derfor skal profilen gjøre deg bevisst på hvilke grunnleggende retningslinjer som skal benyttes og gode eksempler på løsninger. Aktiv bruk av retningslinjene vil sikre at profilen benyttes konsekvent.

OM BEDRIFTEN:

Knips Design er en ungdomsbedrift som drives av syv deleiere ved Arbeiderbevegelsens folkehøgskole i Ringsaker. Bedriften leverer produkter innen grafisk design og foto

VISJON OG FORRETNINGSIDE:

Vi ønsker å rette oss mot nystartede bedrifter, Siden vi selv er en ung bedrift, vet vi derfor hvilke utfordringer som kan oppstå under diverse situasjoner. Dette er et område vi skal spesialisere oss på, dermed bidra til at små bedrifter kan vokse. Nystartede bedrifter har ofte en lav startkapital, som gjør det mer attraktivt å velge en ungdomsbedrift.

Knips Design har som mål å dekke forskjellige fagområder innen produksjon av brosjyre, nettdesign, logo, foto og andre diverse kreative løsninger. Vi skiller oss ut ved at vi er unge voksne med forskjellige kompetanser.

Sammen tenker vi nytt og originalt

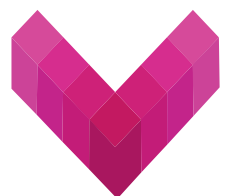
ARBEIDSPROSSES

I arbeidsprosessen fikk de ansatte muligheten til å komme med et logo forslag. Bedriften hadde visse kriterier om at logoen skulle fange interessen og representere både grafisk design og foto. Det endelige forslaget, ble scannet inn i Adobe Illustrator som er et vectorbasert program for tegning og redigering. Logoen er tegnet, retegnet og forenklet av produksjonssjef Margrethe. Det ble laget flere varianter og til slutt valgte KNIPS DESIGN å jobbe videre med elementet piksler, farger og enkle former. Dette er et element som både grafikere og fotografer jobber bevisst med. Ved å blande disse ble resultatet en helhetlig logo som skaper bevegelse og assosiasjoner.

Logoen har et rent uttrykk hvor elementene lever i harmoni med hverandre.

ARBEIDSFORDELING:

Produksjonsansvarlig Margrethe har stått for alt arbeid når det gjelder logo og publikasjoner som brosjyrer, plakater og visittkort. Et gjennomført design er viktig for at Knips Design skal oppnå en god markedsføring



LOGOBESKRIVELSE



KNIPS DESIGN

En logo er bedriftens ansikt. Den kan bidra til å gi deg særpreg og sørge for at du skiller deg ut fra konkurrenter. Logoens viktigste funksjon er å identifisere og å bygge opp et sterkt merkevare som bidrar til å skape en gjenkjennende profil. Knips Designs logo skal representere grafisk design og foto. For å få dette tydelig frem har vi bevisst brukt farger, elementer og kontraster som gode aktører til å skape en helhetlig logo.

Ved plassering av logo skal den være synlig og sentrert. Dette står beskrevet tidligere under plassering på format. Logoen har også evnen til deles opp i fire deler etter farge. Dette kan bare benyttes når det gjelder publikasjoner som brosjyrer, visittkort, webside og liknende. Delingen må brukes bevisst for at logoen ikke skal miste budskapsevnen. Det er viktig å unngå dette på plakater, fremsiden av både visittkort og brosjyre.

FARGEBRUK

Farger er store kontraster med hverandre. De er med på å skaper harmoni og et godt og gjennomført design. Knips Design har valgt å gå for fire forskjellige farger (rosa, blå, gul og grønn). Disse fargene har igjen 8 farger under samme fargekategori. Ved bevisst bruk av både varm/kald og lys/mørk kontrast er fargebruken med å bygge opp en god helhet i logoen. Fargene symboliserer lekenhet, kreativitet, kommunikasjon, harmoni og inspirasjon, noen som grafiker og en fotograf jobber med hverdag.

SYMBOLIKK

Knips Designs logo er det vi kaller for en kombinasjons logo. Det vil si at bedriftens navn og symbol kombineres. Logoen har en sterkere formidlings evne om den står fastløst, men vi utelukker ikke at logoen også kan fungere som et ikon (elementene står alene uten bedriftens navn). Vi har derfor som mål å bygge opp gjenkjenneligheten slik at begge metodene fungerer like godt.

Hvorfor piksler?

Fotografer jobber med piksler og grafikere med farge og form. Ved å slå sammen dette skaper man en logo hvor elementene lever i samspill med hverandre. Pikslene er med å bygge opp en god 3D-effekt som skaper en levede logo.

TYPOGRAFI

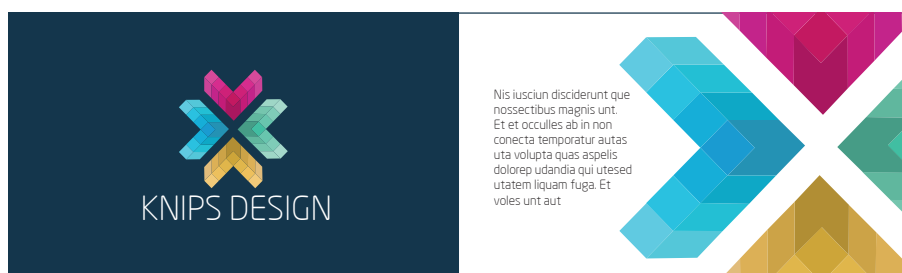
Logoen skal alltid ha fonten Neo Sans Pro. Dette er en font med et moderne uttrykk og god lesbarhet. Neo sans skal bevisst brukes på visittkort, overskrifter, brødtekst og kontakinformasjon i alle brosjyrer og plakater. Skriftstørrelsen skal være 12 p på brødtekst og kontakinformasjon og 30 p på overskrifter. Farger som kan brukes er marineblå, svart eller hvit.
hvit.

Neo Sans Pro
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789

PLASSERING AV LOGO PÅ FORMATER

Ved plassering av logo på forskjellige formater er det viktig at den kommer tydelig frem, uten at den mister formidlingsevnen. Alt fra innhold til design skal være med på å skape en god markedsføring for bedriften.

VISITTKORT



Logoen skal alltid stå på fremsiden av et visittkort. Her kan man variere med de tre forskjellige plasseringene som er beskrevet under logovarianter. På baksiden skal logoen blåses opp til vi ikke ser hele formen. Logoen skal fremdeles formidle det samme budskapet. Det er viktig at alle fargene synes og at typografien har god lesbarhet.

PLAKAT



Logoen skal alltid plasseres midtsentret på alle plakater og flyers. Her kan man variere med de tre forskjellige logoplasseringene som er beskrevet under logovarianter. Logoen skal blåses opp slik at den blir synlig og gjenkjennelig for kunder.

BROSJYRE



For å selge bedriftens budskap skal logoen alltid stå på fremsiden av en brosjyre. Innholdssidene kan en dele opp logoen i de fire fargene. Det skal bevist brukes slik at de har harmoni og helhet uten å skape forstyrrelser med det som blir beskrevet. Det er ikke lov til å bruke mer en to farger på hver siden. Det er for å skape et rent og godt design.

LOGOBRUK PÅ KLÆR



Til markedsføring på messer og stand skal alle ansatte ha på seg en piqueskjorter i fargen marineblå eller lyse-grå. Logoen skal midt sentreres på ryggen. Her er det viktig at lesbarheten er god og at logoens formidlingsevne ikke blir gjemt bort.

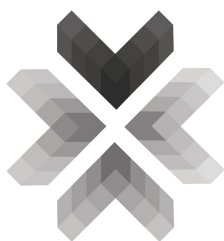
LOGOVARIANTER

LOGO I FARGER



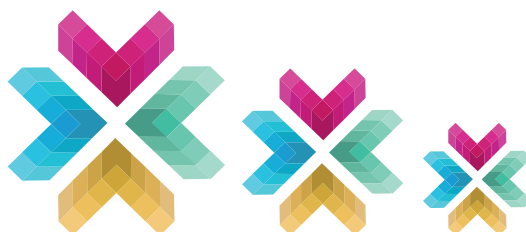
KNIPS DESIGN

LOGO I SVART/HVIT

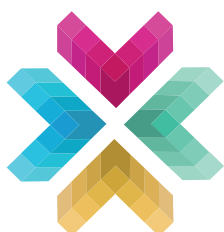


KNIPS DESIGN

LOGO UTEN TEKST, FORMINSKET



KNIPS DESIGN



KNIPS
DESIGN



KNIPS DESIGN

Man kan velge mellom tre logovarianeter