



Tchibo Business

Thương hiệu nổi tiếng quốc tế này được Card Tchilling Hiryan khởi tạo năm 1949, ông là người đầu tiên gửi một gói cà phê đã rang cho một khách hàng qua đường bưu điện. Kế tục thành quả mau chóng, khoảng giữa năm 1995 cho tới ngày nay doanh nghiệp này có hơn 850 chi nhánh bán hàng chuyên kinh doanh những sản phẩm từ cà phê. Logo và tên doanh nghiệp được viết tắt từ cụm từ “Tchilling Hiryan” và từ “bean” - làm thành từ “Tchibo”.



Thiết kế logo của Texaco

Texaco là một thương hiệu bán lẻ dầu của Hoa Kỳ chuyên cung cấp xăng chất lượng cao và là một công ty hàng đầu về hoạt động kinh doanh trong thị trường này. Ngày nay Texaco được biết đến như là một trong những thương hiệu mang tính biểu tượng nhất trên thế giới. Thiết kế logo sao năm cánh nguyên thủy của hãng được sáng tác vào năm 1903. Logo được đăng ký nhãn mác thương mại đầu tiên, thiết kế năm 1909, mô tả một ngôi sao đỏ (ý chỉ ngôi sao đơn độc của tiểu bang Texas), dẫn dắt tới những tiếng huyền não của lời quảng cáo “Bạn có thể tin tưởng giao xe cho người đeo sao” và một chữ T màu xanh lá mà ý nghĩa của nó là chất lượng siêu hạng dù ở bất cứ nơi đâu trên trái đất này. Biểu tượng ngôi sao và logotype Texaco là những tín hiệu nhận dạng thương hiệu bán lẻ chính yếu của Texaco. Thiết kế logo có đăng ký nhãn hiệu được Romeo Miglietta sáng tác, ông đã xây dựng thiết kế của mình dựa trên những sắc màu thêm thắt từ màu cờ của Italia. Logo của Texaco được tân trang lại vào năm 1913 và người ta đã giới thiệu trước công chúng một tấm biển 2 mặt có kích thước 42 inch. Vào năm 1963, với việc lần đầu tiên công bố hệ thống tín hiệu nhận dạng của doanh nghiệp, vòng tròn đã bị thay thế bằng một hình lục giác. Năm 1981, hãng này giới thiệu biểu tượng ngôi sao thật khúc chiết cùng với việc khai trương hệ thống mới với 2000 trạm xăng dầu. Năm 2000 Texaco lại cập nhật tín hiệu nhận dạng doanh nghiệp của mình sau khi quyết định rằng biểu tượng ngôi sao không cần thiết phải có hàng chữ Texaco ở phía dưới.



Texas Instruments (TI)

Công ty này được John Clarence “Doc” Karcher và Eugene McDermott sáng lập lần đầu vào năm 1930. Hãng được thành lập nhằm mục đích phục vụ khách hàng với tư cách là một dịch vụ thuộc lĩnh vực địa lý có sử dụng môn địa chấn học. Trải qua thời gian, hướng tập trung của hãng đổ dồn về việc sản xuất thiết bị bán dẫn và các loại khí cụ khác và đó là lý do tại sao hãng lại trở thành Texas Instruments vào năm 1951. Logo mô tả đường ranh giới của tiểu bang Texas và một đường viền của tên công ty ở những phiên bản trước đó.



Tín hiệu nhận dạng doanh nghiệp của Three M

Công ty có xu hướng cách tân và đột phá này của Mỹ là đưa con tinh thần của 5 doanh nhân thành đạt trong năm 1902. Thoạt đầu, những doanh nhân này thành lập công ty “Minnesota Mining and Manufacturing Co.” *Cty khai khoáng và sản xuất Minnesota*, khi công việc khai khoáng ít hứa hẹn đem về cho họ lợi nhuận thế là họ bắt đầu tìm kiếm những cơ hội xa xăm hơn. Sau khi vấp lên vấp xuống trong việc tìm kiếm những sản phẩm mới, một người có tiềm năng trong số những chủ doanh nghiệp này ngẫu nhiên nảy ra ý tưởng về giấy nhám. Những ý tưởng tài tình khác của công ty này bao gồm băng keo Scotch và những tờ dán dính dùng để ghi chú (Post-it notes). Có người nói rằng 'đơn giản có nghĩa là thông minh'. Đó chính là một trong những chìa khóa thành công của logo 3M. Đỏ 3M là một màu mạnh, chói lọi nó khiến cho logo dễ được nhận biết và khó quên. Trải qua thời gian logo 3M đã dành được sự lưu tâm và quen thuộc từ mọi góc ngách trên thế giới; nó đã trở thành một biểu tượng cho những sản phẩm và dịch vụ đầy tính cách tân và đáng tin cậy. Nhưng không hẳn là luôn đơn giản như thế. Ba chữ “M” là từ cụm “Minnesota Mining & Manufacturing Company”. Trải qua giai đoạn 50 năm đầu đời của hãng, các phiên bản logo biến đổi nhanh chóng. Phiên bản đầu xuất hiện năm 1906. Thiết kế của nó thật phức tạp: Toàn bộ tên của công ty và trụ sở chính của nó (Duluth, Minn.) bao quanh một viên kim cương chứa dòng chữ “3M Co.” Sau phiên bản này, logo của hãng đã trải qua nhiều thay đổi: bỏ hẳn hình oval để thay vào đó là chữ 3M đơn giản đứng một mình. Một giai đoạn quan trọng trong quá trình tiến hóa logo 3M bắt đầu trong những năm 1960 khi hãng thuê Gerald Stahl & Associates, một công ty thiết kế ở New York, để họ sáng tác một logo sau cùng là nhân tố kết nối tập đoàn và tất cả những đơn vị kinh doanh của nó dưới cùng một ký hiệu độc lập. Kết quả là một chữ 3M dạng hộp với một dáng vẻ công nghiệp thật rõ ràng. Mọi thứ đã thay đổi vào những năm 1970 khi sự tập trung của hãng không còn nhắm vào chất tẩy rửa công nghiệp và băng keo nữa mà là nhắm vào những sản phẩm dành cho thị trường thương mại và thị trường người tiêu dùng. Kết quả là logo 3M phiên bản mới 'đơn giản có nghĩa là thông minh': ký tự 3 và M màu đỏ bổ trợ lẫn nhau. Logo mới, chói lọi trở nên phổ biến như ngọn lửa lan nhanh.



ThyssenKrupp

Phiên bản logo ngày nay của ThyssenKrupp tượng trưng cho sự hợp nhất của 2 triều đại thép thuộc gia đình nhà Krupp và Thyssen. Trong suốt năm 1811, hai đối tác này xây dựng một nhà máy luyện thép chất lượng kiểu Anh. Họ cùng làm việc bên nhau và độc lập với nhau, kể cả vào năm 1817 khi Thyssen rời bỏ công việc kinh doanh, nhằm mục đích tạo dựng công việc sản xuất sắt dạng đai. Sau nhiều năm và nhiều phen rối loạn bao gồm cả cuộc Thế chiến thứ II, cả hai công ty lại cùng nhau làm việc. Một logo phiên bản mới được giới thiệu vào năm 1920 và logo này dựa trên một vòng tròn, hình đa giác đều cộng với sự phối hợp các ký tự. Từ ký tự trước đó một chữ “T lơ mờ” được triển khai thêm lên để kết hợp với những ký tự truyền thống của 2 doanh nghiệp đã được sáp nhập. Những cuộc thảo luận của các nhà quản lý vào năm 1976 đã đưa đến sự trình làng một logo phiên bản mới có chứa một trục khuỷu thép vùng Rhine mà bạn thấy ngày nay. Logo này được thiết kế để được sử dụng như là một biểu tượng đồng nhất cho toàn thể doanh nghiệp và được cho là “chữ ký vàng”. Khi công việc kinh doanh tiến triển, “chữ ký vàng” được thay bởi “chữ ký xanh dương” nhưng màu xanh dương và màu vàng được trộn là những màu đặc trưng của doanh nghiệp. Được ra mắt vào năm 1875, ba vòng tròn tượng trưng cho khoảng thời gian mà Alfred Krupps phát minh ra bánh xe lửa bằng thép cuộn và tôi rèn, là sản phẩm được cấp bằng sáng chế và đăng ký nhãn hiệu năm 1852 ở nước Phổ. Nhà sản xuất này có đủ 3 tầng mức được định vị là hàng đầu của mỗi tầng. Luật bảo vệ nhãn hàng năm 1874 đã trao cho Krupp quyền hạn phát triển logo của chính hãng vào bất cứ lúc nào hãng đưa ra một tuyên tập đồ án thiết kế nào đó. Chính bởi lẽ đó đặc tính 3 vòng tròn trong một hình dạng kim tự tháp này đã được diễn dịch như là những bánh xe lửa bằng thép và lần đầu tiên được sử dụng là vào năm 1875. Năm 1994 chứng kiến việc kết thúc sử dụng logo với hình thức nguyên thủy của nó và vào lúc đó một phiên bản mới hiện đại hơn, sử dụng những vòng tròn đen, chính thức ra mắt công chúng. Phiên bản logo mới này không được dự tính dùng để thay thế mà thay vào đó là nhằm kết hợp tất cả những khía cạnh trước đó của logo trong tất cả các phiên bản nguyên thủy của nó. Gần đây, toàn bộ nhân công của hãng được yêu cầu đóng góp ý kiến cho việc phát triển logo và kết quả là hơn 50.000 kiến nghị đã được gửi tới ban lãnh đạo. Điều này đã gửi tới công ty một chỉ báo mạnh mẽ về mức độ tận tâm, nỗ lực từ phía lực lượng lao động của hãng.



Logo tập đoàn Toyota

Logo của Toyota, giống như công ty này, được nhận biết rộng rãi khắp nơi bởi sự độc đáo và giản dị của nó. Toyota đã trở thành một biểu tượng của những sản phẩm, dịch vụ liên quan và không liên quan đến ô-tô có tính tiên phong trên thế giới. Logo Toyota mang một bản sắc thị giác đa nghĩa với sự tác động thị giác cực mạnh. Logo tượng trưng sự chuyên giao mạnh mẽ từ một doanh nghiệp gia đình thành sự bành trướng của một công ty toàn cầu. Năm 1963 khi Toyoda Automatic Loom Works Ltd. cho xuất xưởng chiếc ô-tô dân dụng đầu tiên của mình công ty nhận thấy cần phải có một tên nhãn mác mới để chúc mừng sự kiện này. Với mục đích đó, người ta đã tổ chức một cuộc thi để tạo dựng một logo có khả năng quảng bá cho những chiếc xe của công ty. Yêu cầu của công ty đối với thiết kế này là tạo ra một cái gì

đó diễn tả 'cảm giác về tốc độ'. Chính bởi lẽ đó logo đoạt giải đã thay đổi tên gọi từ 'Toyoda' thành 'Toyota'. Đó là bởi vì theo cách chơi chữ trong tiếng Nhật thì từ 'Toyota' mang lại cho logo một vẻ ngoài mượt mà và cũng bởi vì trong tiếng Nhật từ 'Toyota' (số tám) được coi là sẽ đem lại vận may và sự thịnh vượng. Mặc dù không còn được sử dụng trên các sản phẩm, phiên bản logo nguyên thủy của Toyota vẫn được sử dụng như là một biểu trưng của công ty. Phiên bản logo hiện nay của Toyota bao gồm 3 hình oval: 2 hình oval thẳng góc ở chính giữa logo tạo thành một chữ "T" cách điệu tượng trưng cho Toyota và hình oval bao quanh chúng tượng trưng cho sự mở rộng hoạt động ở phạm vi toàn cầu của công nghệ và tiềm năng vô hạn của Toyota trong tương lai.



Logo công ty Trumpf

Thương hiệu nổi tiếng này đưa ta ngược dòng lịch sử trở lại giai đoạn năm 1923 khi mà Christian Trumpf và 2 người bạn làm ăn kinh doanh của mình cùng mở một xưởng cơ khí. Trải qua năm tháng, doanh nghiệp này lớn mạnh vượt bậc. Năm 1948 họ quyết định chọn sử dụng họ của một trong các đồng chủ nhân của doanh nghiệp cùng với hình ảnh một con bích trong bộ bài để xây dựng thương hiệu cho mình.

(Người dịch: phiên bản logo hiện nay của doanh nghiệp thật đơn giản, chỉ bao gồm dòng chữ TRUMPF màu đen phía trên và một hình chữ nhật màu xanh dương nằm phía dưới)

Người dịch: Phạm Xuân Bách

Dịch từ bản tiếng Anh trong mục LOGO DESIGN HISTORY đăng trên tạp chí điện tử của LogoOrange Design Group.