

Electrolux



Thiết kế logo Electrolux

Ngày nay, mỗi năm Electrolux Group bán hơn 40 triệu sản phẩm cho khách hàng ở 150 quốc gia khác nhau. Được khởi đầu năm 1910 với tên gọi là Elektromekaniska AB, Electrolux đã thay đổi tên gọi của mình 9 năm sau đó như là một hệ quả của việc sáp nhập với Lux AB. Hãng sáp nhập này cung cấp những đơn vị sản xuất quan trọng ở vùng Alingsås (chuyên về các thiết bị phục vụ thức ăn) và Mariestad (chuyên về tủ lạnh nén khí) trong số những đơn vị khác của hãng. Công suất của phòng thí nghiệm trung tâm trên đảo Lilla Essingen không ngừng tăng vọt. Một cuộc thi đầy tính chuyên nghiệp trong ngành thiết kế đồ họa đã được tổ chức ở Thụy Sĩ. Carlo L. Vivarelli đã dành chiến thắng với tác phẩm “Mặt trời/địa cầu lõm/lồi” của mình là tác phẩm được các đại lý của Electrolux yêu thích nhất. Tín hiệu nhận dạng mới được mọi người cho là một thiết kế nguyên thủy thật hấp dẫn mô tả toàn bộ những thuộc tính cần phải có để đảm bảo sự nhận dạng chất lượng cao. Kết quả của một nghiên cứu liên quan đến giá trị nhận dạng logo của Electrolux đã chỉ ra rằng nhãn hiệu này không còn đáp ứng được những yêu cầu của ngày hôm nay đối với một tín hiệu nhận dạng thị giác. Đa số mọi người không thể mô tả những ấn tượng của họ sau khi chiêm ngưỡng logo này hay họ chẳng thể nhớ nổi những nét cơ bản của nó. Người ta nên thiết kế một nhãn hiệu và biểu tượng doanh nghiệp mới để truyền thông thông tin các sản phẩm của công ty một cách hiệu quả hơn. Trong suốt năm 1963, công ty đã thành lập một bộ phận thiết kế do Hugo Lindström đứng đầu.



Erdal Rex

Tên gọi đặt cho logo Erdal có nguồn gốc từ địa danh của nhà máy sản xuất đóng trên địa bàn Erthalstrasse. Phần thứ hai của tên công ty xuất phát từ chữ Latinh “rex” (*vua, hoàng đế*). Logo này mô tả một vua ếch và một ngôi sao tỏa sáng, dựa trên mục đích của công ty là không bao giờ quên lãng vùng đất khởi thủy của mình.