

Nestle



Chuyên viên dược Heinrich Nestle sinh năm 1814 ở Frankfurt và chuyển đến Thụy Sĩ vào năm 1843, ở đó ông đã tiến hành khai trương hiệu thuốc của riêng mình và bán nhiều loại sản phẩm khác nhau bao gồm mọi thứ từ dược phẩm cho đến phân bón và mù tạc. Bởi vì ngôn ngữ chính thức của thành phố Giơ-ne-vơ là tiếng Pháp, ông đã đổi tên mình thành Henri Nestle. Năm 1867, Nestle bán các sản phẩm sữa cho các bà mẹ và sau đó vào năm 1904 ông bắt đầu sản xuất và bán sô-cô-la sữa. Tổ ấm gia đình chim được sử dụng trong logo gợi nhớ về gia huy của gia đình Nestle và tượng trưng cho ý nghĩa của từ Nestle tức là “tổ chim nho nhỏ”.



Nike

Nike được Phil Knight thành lập trong những năm 60, nhưng vào lúc đó ông đặt tên cho nó là “Blue Ribbon Sports”. Cái tên Nike và thiết kế nhãn mác ra đời sau đó vào năm 1971. Lấy cảm hứng từ thần thoại Hy Lạp, Knight đặt tên cho công ty của mình là Nike, theo tên gọi của nữ thần chiến thắng. Cái tên Nike đã đem lại cho công ty một sự liên hệ và hình ảnh thực mạnh mẽ, đặc biệt thích hợp cho một công ty sản xuất đồ thể thao, là công ty đã định vị bản thân trong thị trường này với tư cách công ty hàng đầu về dụng cụ thể thao và sử dụng những vận động viên vĩ đại nhất cùng thành tích của họ để quảng cáo cho công ty. Logo lao vút thoát đầu được phát triển bởi nhà thiết kế đồ họa Carolyn Davidson vào năm 1971. Cô là một trong số 35 người tư vấn cho tổ chức này nên sử dụng logo nào. Các ông chủ của công ty đã gặp và chấp thuận thiết kế của Davidson, cân nhắc kỹ lưỡng tư duy ý tưởng của cô về đôi cánh của nữ thần Hy Lạp Nike. Theo lời Davidson thì Knight yêu cầu một thiết kế gợi ý đến sự chuyển động – lúc đầu không giống với vệt lao vút như cô đã đệ trình nhưng khi Knight gia hạn chót để gặp mặt, ông ta đã quyết định dùng logo này và nói rằng “Tôi không khoái nó lắm nhưng sẽ từ từ thích nó”. Thời gian trôi qua, logo vệt lao vun vút đã trở thành thứ gì đó đồng nghĩa với công ty. Đồng hành với câu slogan: Just Do It – tạm dịch: Cứ thế mà làm bạn nhé, logo này biểu hiện một cách hoàn hảo tinh hoa của thương hiệu Nike và triết lý của nó. Họ chỉ lối cho mọi người tiến tới sự quả quyết, là thứ cần phải có trong việc vươn đến một dấu mốc đáng khát khao trong hoạt động thể thao của mình. Logo biểu hiện rất tốt một ước vọng cao vợi và một ý chí dành chiến thắng, đó cũng là một phần mà công ty Nike tạo dựng cho hình ảnh thương hiệu và văn hóa doanh nghiệp của mình.



Nivea

Sản phẩm nổi tiếng và được chú ý cao này đã nổi tiếng vượt ra ngoài biên giới nước Đức vào năm 1911. Bản thân tên thương hiệu có xuất xứ từ thuật ngữ Latin “nivis” có nghĩa “snow” (tuyết). Tương tự để duy trì một dáng vẻ tươi tắn và sạch sẽ, các nhà thiết kế đã sử dụng sắc màu xanh dương. Khi màu xanh dương được giới thiệu vào năm 1925 màu này cũng là màu được chấp nhận rộng rãi bởi vì nó không liên hệ đến các đảng phái chính trị.

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.