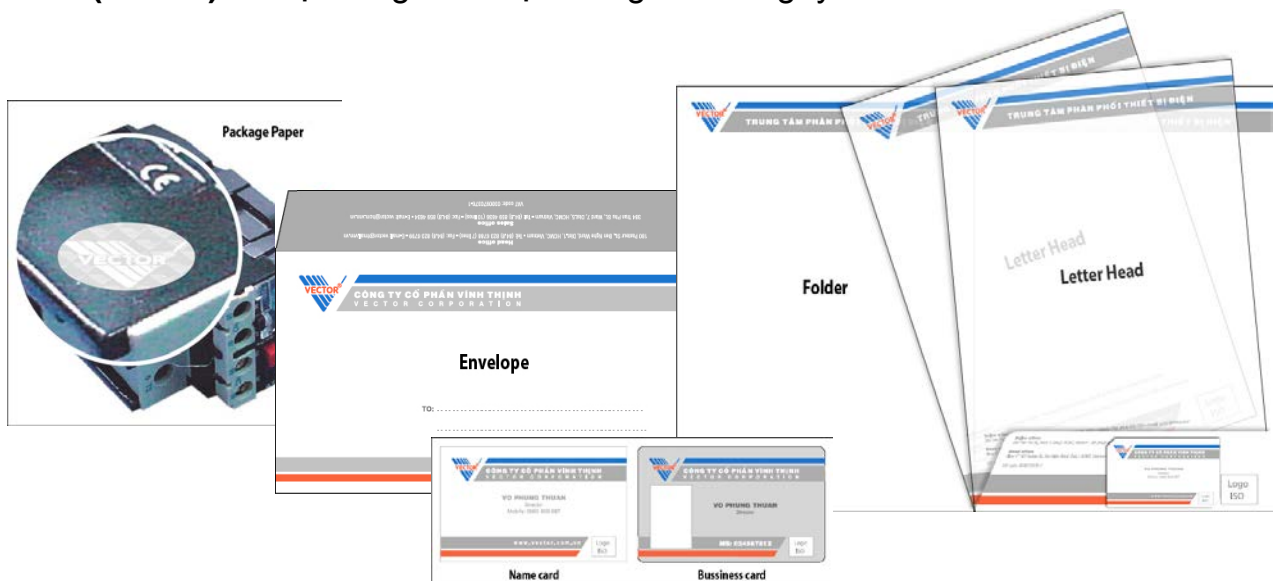


LOGO & HỆ THỐNG NHẬN DẠNG (CIP)

Ngày nay hầu như bất cứ một công ty, một đơn vị sản xuất nào cũng cần trang bị cho mình một **Logo** hay một **biểu trưng** làm cơ sở cho sự nhận dạng của khách hàng. Hàng ngày khi ra đường chúng ta gặp rất nhiều dấu hiệu nhận dạng cho một lĩnh vực nào đó như một viên gạch ống với một tờ báo cuộn tròn ở trên, không nói ai cũng biết nơi đó có bán xăng, một cái cây cắm xuống đất với cái vỏ xe cũ đặt ở trên là biểu tượng cho ta biết đó là nơi vá xe... Có thể nói hệ thống nhận dạng hay còn gọi **Identity System** đã xâm nhập và hòa nhập vào cuộc sống của chúng ta rất lâu.

Người ta chia hệ thống nhận dạng ra làm hai phần là hệ thống nhận dạng công ty (**Corporate Identity Program**) viết tắt là **CIP** và hệ thống nhận dạng thương hiệu, sản phẩm (**Package Paper**), giấy tiêu đề hay còn gọi giấy viết thư (**Letter Head**), danh thiếp (**Name card, Business card**), bao thư (**Envelope**), bìa đựng hồ sơ (**Folder**) và hệ thống màu đặc trưng của công ty.



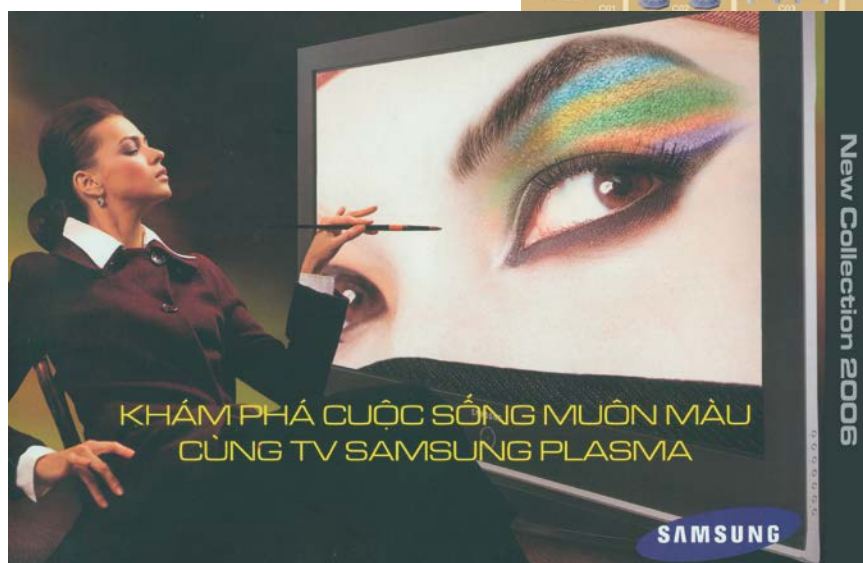
Ví dụ: màu chủ đạo của CocaCola là màu đỏ, của Pepsi là màu xanh, hay trong bóng đá chúng ta thường nghe nói đội quân áo vàng xanh là nói đến đội Brazil, đội quân màu thiên thanh là nói đến đội Ý, cơn lốc màu da cam là nói đến đội Hà Lan...

Hệ thống nhận dạng sản phẩm (**Brand Identity**) bao gồm nhãn hiệu (**Brand**), **Catalogue, Brochure, Poster, Banner, Leaflet,...**

Nhãn hiệu (Brand): Dán (in, ghép) lên bao bì, giới thiệu, quản bá sản phẩm...(chi tiết, dùng xem gần).



Catalogue: giới thiệu, hướng dẫn, quản bá sản phẩm... (chi tiết, dùng xem gần).



Brochure (tờ gấp, tờ rơi...): Brochure cũng có chức năng giới thiệu, hướng dẫn,



Như vậy **Logo** là một trong những điểm chính trong hệ thống nhận dạng công ty, chúng ta có thể nói logo như là dấu vân tay của một công ty, nếu đã đăng ký độc quyền thì cùng một ngành nghề có thể có công ty trùng tên nhưng không thể có cái logo trùng nhau
