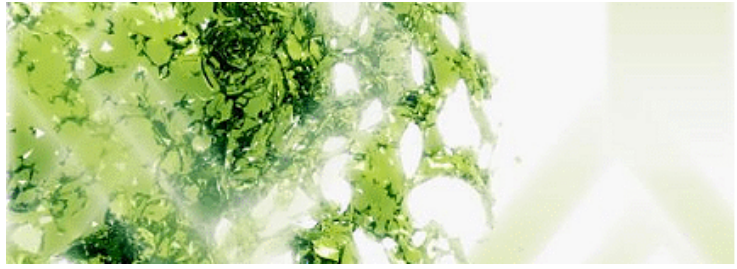


## THIẾT KẾ TÍN HIỆU NHẬN DẠNG CHO KHÁCH HÀNG

Ấn tượng sâu sắc của bạn về một khách hàng nào đó có thể được hình thành qua một cuộc nói chuyện trên điện thoại, một buổi họp mặt, một mẫu quảng cáo, một lá thư hay thậm chí những lời nói từ cửa miệng. Dù



hay dở ra sao, ấn tượng ban đầu chỉ có một và chỉ một mà thôi. Từ khoảnh khắc ấn tượng ban đầu ấy, người khách hàng sẽ hình thành những nhận định về công ty của bạn dựa trên những gì mà người đó tai nghe, mắt thấy. Điều đó lý giải tầm quan trọng của sự nhất quán giữa những ấn tượng mà bạn tạo ra trên giấy trắng mực đen với những gì được nhân viên công ty trực tiếp thể hiện hay thông qua điện thoại khi giao tiếp với khách hàng. Bất cứ ấn phẩm tài liệu nào có liên hệ đến công việc kinh doanh của bạn chẳng hạn như: các mẫu quảng cáo, danh thiếp, giấy tiêu đề đều cần phải mang một hình ảnh chuyên nghiệp là thứ sẽ gắn chặt vào tâm trí của khách hàng hiện tại cũng như khách hàng tiềm năng.

Các tài liệu ấn phẩm của bạn phải nói được nhiều điều với khách hàng. Hãy thử hình dung, khách hàng có thể bình phẩm những gì về logo và những bức thư giao dịch của bạn: Chúng có thực sự **chuyên nghiệp**? **Sắc sảo**? **Tinh tế**? Đây là những từ định tính có liên hệ đến công việc kinh doanh của bạn. Chắc hẳn bạn không hề muốn những từ định tính đó trở nên nghiệp dư, không nhất quán hay hời hợt.

Với logo của mình, bạn sẽ cho khách hàng biết về lịch sử hình thành công ty, bạn là ai và cái gì khiến cho doanh nghiệp của bạn trở nên độc đáo. Qua thời gian, hình ảnh thị giác sẽ tồn tại dài lâu cùng với tên doanh nghiệp của bạn. Mỗi lúc nghĩ đến Coca-Cola có khi nào bạn cho rằng có thể bỏ qua hình ảnh logo rất nổi tiếng của công ty này? Điều gì sẽ xảy ra nếu Coca-Cola không nỗ lực vươn đến một logo tầm cỡ ở vị thế số một? Họ đã rất nỗ lực và bạn cũng nên như vậy.

Giống như logo của Coca-Cola, một tín hiệu nhận dạng thiết kế cho khách hàng cần phải sáng sủa, dễ nhận diện và đầy hình tượng trong việc mô tả hình ảnh công ty của bạn. Mọi thứ từ màu sắc, font chữ cho đến việc sử dụng các hiệu ứng đặc biệt đều phải được cân nhắc thật cẩn trọng hòng tìm ra một logo hoàn hảo nhất có thể chuyển tải thông điệp của doanh nghiệp đến khách hàng. Nhà thiết kế sẽ phải coi những yếu tố này ngang bằng với phong cách thể hiện, kích cỡ và hình dáng trong quá trình sáng tác một logo thật hiệu quả.

Trong tất cả các yếu tố, có lẽ màu sắc là quan trọng nhất. Người ta nghiên cứu màu sắc là do những tác động rõ rệt của chúng lên tâm trí con người. Các nhà hàng bán thức ăn nhanh thường sử dụng màu đỏ và vàng do chúng tạo cảm giác ngon miệng. Các công ty tài chính và các ngân hàng lại chọn những màu truyền thống mạnh mẽ, xanh dương và đỏ đậm, để truyền đi thông tin mang ý chỉ sự kiên định, tự tin và thành tựu.

Phong cách thể hiện của logo là yếu tố quan trọng không kém bởi vì nó ấn định cảm giác tổng thể của người xem đối với thiết kế đồ họa của bạn. Bạn muốn doanh nghiệp của bạn mang dáng vẻ truyền thống hay hiện đại? Sành điệu hay bình dân?



Luôn rộng mở cho mọi đối tượng hay có chọn lọc? Tất cả những ý tưởng này có thể được gói gọn trong logo của bạn bởi một nhà thiết kế chuyên nghiệp.

Nếu bạn muốn thêm chữ vào thiết kế logo, giả dụ như tên công ty của bạn chẳng hạn, lúc này font chữ cũng là một phần quan trọng không thể bỏ qua.

Dù bạn muốn nói điều gì với công chúng đi nữa thì một

logo được thiết kế hoàn hảo sẽ là bước đầu tiên trong quá trình truyền thông tin đó. Logo là một bộ phận đầy uy lực của doanh nghiệp (và rất thường hay bị lơ là) trong quá trình xây dựng một thương hiệu mạnh. Với tư cách một cá thể, chúng ta không thực sự biết được uy lực của những thiết kế đồ họa nhỏ xíu này tác động lên chúng ta ra sao nhưng những tập đoàn cỡ bự thì biết rất rõ và đó là lý do tại sao hàng năm họ chi vô số tiền của để có được những logo tốt nhất mà họ có thể. Một tín hiệu nhận dạng mạnh chính là một phần trọng yếu của mỗi doanh nghiệp thành đạt, và bạn chẳng phải là một ngoại lệ. Hãy khởi tạo một tín hiệu nhận dạng mạnh cho doanh nghiệp của chính mình.

*Người dịch: **Phạm Xuân Bách***

*Dịch từ bản tiếng Anh bài viết "Design a Custom Corporate Identity"-Đăng trên tạp chí điện tử của LogoOrange Design Group-7/2007.*