

लोगो और विज़ुअल आइडेंटिटी का brief

लोगो बनवाने या खुद बनाने से पहले भरें। छोटे जवाब काफ़ी हैं; “अभी तय नहीं” भी एक जवाब है। प्रिंट करें, हाथ से लिखें, सहमति वाली प्रति संभालकर रखें।

1. कारोबार और उसके ग्राहक

कारोबार क्या करता है, और किसके लिए?

एक-दो वाक्य, जो कोई अनजान व्यक्ति भी समझ ले। कौन खरीदता है, कहाँ, कितनी बार।

तीन बातें जो ग्राहक को महसूस होनी या याद रहनी चाहिए

हर पंक्ति में एक। ग्राहक के शब्दों में, “क्वालिटी” या “मॉडर्न” जैसे शब्द नहीं।

ब्रांड कैसा कभी नहीं दिखना चाहिए?

सस्ता, बचकाना, सरकारी दफ़्तर जैसा, दवा की दुकान जैसा... जिन छापों से बचना है, उनके नाम लिखें।

2. प्रतिस्पर्धी

प्रतिस्पर्धी और वे कैसे दिखते हैं

नाम, मुख्य रंग, लोगो का प्रकार (चिह्न, सिर्फ़ अक्षर, एम्ब्लम)। नतीजा इनमें से किसी से भी मिलता-जुलता न लगे।

3. लोगो कहाँ-कहाँ लगेगा

जो जगहें आपके काम की नहीं, उन्हें काट दें, अपने साइज़ लिखें और जो छूट गई हैं उन्हें जोड़ें। स्केल से नापें, अंदाज़े से नहीं।

जगह	साइज़ (अपना लिखें)	वहाँ लोगो को क्या झेलना है
साइनबोर्ड या दुकान का बोर्ड	चौड़ाई ____ m, ____ m दूर से पढ़ा जाता है	दूरी, शाम और रात की रोशनी, सरसरी नज़र; अक्सर एक ही सामग्री और एक ही रंग में कटता है
पैकेजिंग, लेबल, स्टिकर	____ x ____ mm	बारीक छपाई, रंगीन या खुरदरा काग़ज़, एक ही स्याही, मुड़ी हुई सतह
App icon	चौकोर; फ़ोन की स्क्रीन वाले साइज़ पर परखें	पूरे नाम की जगह नहीं: एक चिह्न या एक-दो अक्षर; कोने गोल कट जाते हैं
सोशल मीडिया अवतार	अक्सर गोल; कमेंट के बगल वाले साइज़ पर परखें	गोले से कटे कोने, थंबनेल साइज़, हल्का और गहरा बैकग्राउंड
बिल, अनुबंध, मुहर	ऊपरी हिस्से में ____ mm चौड़ा	ब्लैक-एंड-व्हाइट ऑफ़िस प्रिंटर, फ़ोटोकॉपी, स्कैन
अन्य: _____	_____	_____

सबसे छोटा साइज़ जिस पर लोगो को काम करना है

तालिका की सबसे छोटी असली जगह, mm या px में। चेकलिस्ट इसी साइज़ पर चलाई जाती है।

4. नाम, टैगलाइन, लिपियाँ

नाम ठीक वैसे, जैसे लिखा जाना है

वर्तनी, मात्राएँ, बड़े-छोटे अक्षर, स्पेस; कंपनी का प्रकार (जैसे Pvt Ltd), अगर दिखाना ज़रूरी हो।

टैगलाइन या विवरण-पंक्ति, अगर हो

बताएँ कि यह लोगो के साथ हमेशा रहेगी या कभी-कभी।

भाषाएँ और लिपियाँ जिनमें लोगो पढ़ा जाना चाहिए

जैसे देवनागरी और रोमन, या कोई क्षेत्रीय लिपि। हर लिपि में नाम लिखकर दें।

5. क्या बनाए रखना है और क्या देखना है

मौजूदा रंग, फ़ॉन्ट या सामग्री जो बनाए रखनी है

पहले से लगा बोर्ड, छपी हुई पैकेजिंग, वह रंग जिसे ग्राहक पहचानते हैं। क्या तय है और क्या बदल सकता है।

पसंद के रेफ़रेंस, और क्यों

किसी भी क्षेत्र से, सिर्फ़ लोगो नहीं। ठीक-ठीक बताएँ क्या अच्छा है: अक्षर, रंग, सादगी।

नापसंद के रेफ़रेंस, और क्यों

उदाहरणों से ज़्यादा कारण मायने रखते हैं।

6. फ़ैसला, डिलीवरेबल, शर्तें

फ़ैसला कौन लेगा, और कैसे?

आखिरी “हाँ” के लिए एक नाम। और किससे, किस चरण पर राय ली जाएगी; कितने कॉन्सेप्ट और बदलाव के कितने दौर तय हैं।

क्या-क्या मिलना चाहिए

लोगो के रूप (मुख्य, छोटा, एक रंग वाला, गहरे बैकग्राउंड के लिए), प्रिंट और स्क्रीन के कलर कोड, फ़ॉन्ट और उनके लाइसेंस, इस्तेमाल के नियम, फ़ाइल फ़ॉर्मेट (vector और raster)।

समय-सीमा

तारीख, और उस पर क्या टिका है: उद्घाटन, छपाई, लॉन्च।

बजट का दायरा

कम से कम और ज्यादा से ज्यादा। दायरा हो तो डिज़ाइनर व्यावहारिक काम सुझा सकता है।

7. कॉन्सेप्ट कैसे परखें

हर कॉन्सेप्ट को इन जाँचों से गुज़ारें, इससे पहले कि कोई कहे कि उसे पसंद है या नहीं। जो कॉन्सेप्ट किसी जाँच में अटके, वह राय के साथ नहीं, जाँच के नंबर के साथ लौटाया जाए।

- ☐ भाग 3 के सबसे छोटे साइज़ पर पढ़ा जाता है: उसी साइज़ में प्रिंट करें और हाथ भर की दूरी से देखें
- ☐ एक ही रंग में काम करता है, बिना ग्रेडिएंट और शैडो के: सफ़ेद पर काला और काले पर सफ़ेद
- ☐ भाग 2 के प्रतिस्पर्धियों के बगल में रखने पर यह उनमें से किसी जैसा नहीं लगता
- ☐ तालिका की हर जगह पर ठीक बैठता है, चौकोर और गोल समेत
- ☐ भाग 4 की हर लिपि और भाषा में नाम साफ़ पढ़ा जाता है
- ☐ भाग 1 की तीन बातों में से कम से कम एक दिखती है, और “कभी नहीं” वाली सूची की कोई नहीं

उदाहरण (काल्पनिक कारोबार, आँकड़े सिर्फ़ समझाने के लिए)

“आँगन मसाले”, इंदौर में दो लोगों का घरेलू मसाला ब्रांड: हाट-बाज़ार और ऑनलाइन बिक्री। काम: छोटे बैच में पिसे मसाले, घर पर खाना बनाने वालों के लिए। महसूस हो: शुद्ध, घर जैसा, सादा। कभी नहीं: बड़ी कंपनी का पैकेट, चटक लाल रंग। प्रतिस्पर्धी: शहर के दो ब्रांड, दोनों लाल रंग और मिर्च के चित्र के साथ। सबसे छोटा साइज़: डिब्बे के ढक्कन पर 20 mm का गोल स्टिकर। लिपियाँ: देवनागरी और रोमन (Aangan Masale)। बनाए रखना: स्टॉल का हल्दी जैसा पीला रंग। फ़ैसला: सुनीता, भाई से बात करके। डिलीवरेबल: मुख्य और गोल रूप, एक रंग वाला रूप, कलर कोड, फ्रॉन्ट लाइसेंस, नियमों का एक पन्ना, SVG, PDF, PNG। समय-सीमा: दिवाली के बाज़ार से छह हफ़्ते पहले। बजट: ₹25,000–40,000।

हो सकता है कि मिलता-जुलता मार्क पहले से रजिस्टर्ड हो। यह brief इसकी जाँच नहीं करता। ट्रेडमार्क रजिस्टर में खोज अलग क़दम है, जो कुछ भी छपवाने से पहले उस हर देश के ट्रेडमार्क कार्यालय या किसी ट्रेडमार्क वकील के साथ किया जाता है जहाँ आप कारोबार करेंगे। यह सिर्फ़ एक सावधानी है, क़ानूनी सलाह नहीं।