

زندگی پژوهش | پایه نهم

هویت و برندینگ

از نام و لگو تا بسته بندی: چگونه یک محصول در ذهن مشتری ماندگار می شود؟

نام و لگو

جلب توجه مشتری

بسته بندی خلاقانه

برند چیست؟ چرا برندسازی؟

برند فقط یک اسم یا لگو نیست؛ برند یعنی تصویری که در ذهن مشتری از یک محصول یا شرکت شکل می‌گیرد — از تجربه، کیفیت، رنگ، نام و احساس ساخته می‌شود.



چه می‌گویید؟

پیام، شعار و لحن برند



چه شکلی دارد؟

لگو، رنگ‌ها، فونت و ظاهر بصری



چه حسی می‌دهد؟

اعتماد، هیجان، لوکس بودن یا شادی

چرا برندسازی؟

1

شناخته شدن سریع

مشتری با دیدن رنگ یا لگو، برند را به خاطر می‌آورد

2

ایجاد اعتماد

برند منسجم، حس حرفه‌ای بودن را منتقل می‌کند

3

متمایز شدن از رقبا

هویت برند در قفسه‌ی پر، چشم را جذب می‌کند

4

ماندگاری در ذهن

نام و طرح خاص باعث بازگشت مشتری می‌شود

نام تجاری، لگو و رنگ برند



کوتاه و ساده



معنادار و مرتبط



متفاوت از رقبا



چندمنظوره و ماندگار

اسم ساده و به یادماندنی + لگوی واضح و متعادل، اولین قدم‌های برندسازی‌اند.

روانشناسی رنگ در برند



قرمز و نارنجی

هیجان، انرژی و اشتها



زرد

شادی، خوش‌بینی و جوانی



سبز و فیروزه‌ای

طبیعت، سلامت و آرامش



آبی

اعتماد، امنیت و حرفه‌ای بودن



بنفش

لوکس بودن و خلاقیت

بسته‌بندی، تمرین و جمع‌بندی



رنگ‌های شاد و پرنرژی



شکل و جنس متفاوت



خوانایی اطلاعات



سازگاری با محیط زیست

تمرین کلاسی: برای یک محصول خیالی این مراحل را طراحی کنید

انتخاب نام برند

1

طراحی لگوی ساده

2

انتخاب پالت رنگی

3

طرح بسته‌بندی

4

جمع‌بندی

برند، تصویری است که در ذهن مشتری از یک محصول ساخته می‌شود.

نام و لگوی ساده و به‌یادماندنی، اولین قدم برندسازی است.

رنگ‌ها احساس خاصی منتقل می‌کنند؛ رنگ شاد یعنی انرژی و جذابیت.

بسته‌بندی خلاقانه، محصول را از میان رقبا در قفسه متمایز می‌کند.