윤형건의 사꼬디 (사장님이 꼭 아셔야 하는 디자인)-5

사장님! 회사 로고를 제대로 하고 싶다고요?!?

로고 디자인을 의뢰, 상의하시는 사장님들이 계시다. 회사 든 어떤 상품이든 새롭게 런칭하는 입장이다. 참으로 축하한다. 사장님이 좋은 로고 디자인을 얻기 위하여서는 몇가지 팁을 말씀드린다.

사장님들은 “한 눈에 쏙~ 하고 들어오는 것” 이 좋은 로고 아니냐고 말씀 하신다. 맞는 말이다. 한 눈에 쏙~ 하고 들어오는 로고가 좋은 로고이다.

사장님들은 “구글, 삼성, 애플, 코카콜라, 나이키” 등이 좋은 로고 같다고 말씀 하신다. 개인적으로 상기의 로고 중에는 디자인면에서 잘 된 것도 있지만, 그러하지 않은 것도 있다. 창업 초기 충분히 디자인면을 고려하기 않고 만든 로고를 지금까지 사용하고 있다. 그러나, 우리는 너무 많이 봐 와서 이것들을 좋은 로고로 무작정 받아 들이고 있는 것 같다.

로고 디자인을 하는 가장 큰 이유는 고객에게 자사를 쉽게 빨리 기억시키기 위해서이다. 문자는 기억이 쉽지 않다. 그러나 도형과 이미지는 쉽게 기억 하고, 오래 시간 후에도 재생이 쉽다. 어린 시절 친구 이름은 기억이 안나도 얼굴은 기억이 난다. 우리의 뇌는 그런 속성을 가지고 있다.

내가 기억하고 있는 로고를 여러 곳에서 보면 안도감이 든다, 믿을 수 있는 회사와 상품으로 인식하며, 자연스럽게 브랜드도 올라간다. 그럼 매출도 올라간다. 우리 회사 것도 그렇게 되길 바란다.

사장님은 이정도만 알고 있어도 훨씬 좋은 로고 디자인을 얻을 수 있다.

1. 로고는 조형적으로 접근하기에 조형전문가(디자이너)에게 의뢰를 하여야 한다. 비전문가에게 맡기면 전달하고자 하는 의미를 조형적으로 전달하지 못하는 경우가 많다. 전문가에게 맡기는 것이 효과적이며, 비용면에서도 결국은 절약한다. (디자인학과 학생들은 아직은 초보이다.)
2. 로고에서 전달하고자 하는 분명한 의도를 알려주어야 한다. 일명 ‘컨셉’이라고 한다. 컨셉이 모호하시면, 디자이너하고 회사의 여러 사람들과 대화하라. 유능한 디자이너는 컨셉을 잡아 정리할 수 있다. 그러나 가장 좋은 것은 사장님의 회사, 상품에 대한 컨셉을 사장님만큼 잘 아는 사람은 없다. 사장님이 가장 주장하고 싶은 바가 컨셉이다.
3. 사장님이 평상시 보고 마음에 드는 로고를 디자이너에게 말해주면 더욱 컨셉은 명확 해진다.
4. 10~15 년에 한 번 정도는 바꿔 줄 생각을 하여라(삼성, 애플, 소니, 토요타, 왠만한 글로벌 기업들은 10 년-20 년에 한 번 로고디자인을 변경한다. 식상함이 들기전에 그 시대 정신을 로고 디자인에 넣어 고객과 소통한다.)

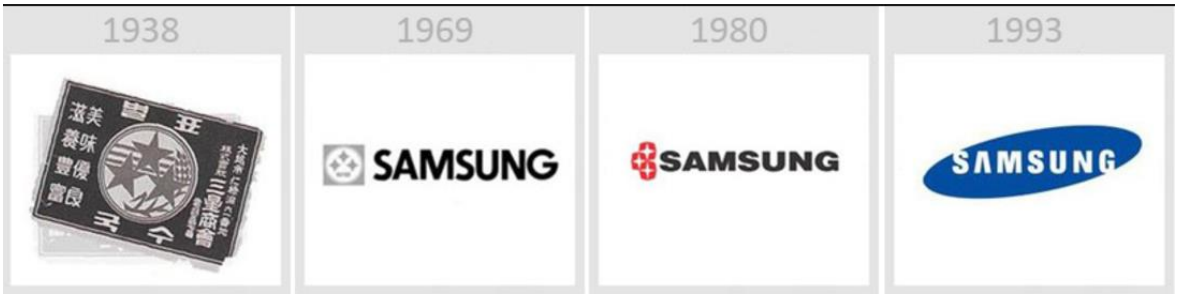

그림-1 삼성의 로고 변천사 - 우리가 최근에 보는 삼성의 우주 마크 로고는 1993 년에 공개되었다.

상기의 내용은 대기업이나 큰 투자를 받아 벤처기업이 하는 것으로 치부하지 말라.
사장님은 회사의 얼굴이다. 회사의 또 다른 얼굴은 로고이다. 결코 소홀히 하면 안된다.
좋은 로고는 회사에 유무형적으로 효자 역할을 단단히 한다.