

# Spis treści

|                    |                                                               |           |
|--------------------|---------------------------------------------------------------|-----------|
|                    | <b>Wprowadzenie</b>                                           | <b>10</b> |
| <b>I</b>           | <b>Znaczenie wizerunku marki</b>                              |           |
| <b>Rozdział 1.</b> | <b>Osaczeni!</b>                                              | <b>14</b> |
| <b>Rozdział 2.</b> | <b>Chodzi o to, co chcesz przekazać</b>                       | <b>20</b> |
|                    | Produkt oryginalny tylko z tym podpisem                       | 21        |
|                    | Firma bez logo jest jak człowiek bez twarzy                   | 22        |
|                    | Na oczach milionów                                            | 23        |
|                    | Tylko za zgodą królowej                                       | 24        |
|                    | Symbole nie znają granic                                      | 25        |
|                    | Projektowanie wizerunku jako element języka                   | 30        |
|                    | O znaczeniu wizerunku marki raz jeszcze                       | 33        |
| <b>Rozdział 3.</b> | <b>Elementy kultowych projektów</b>                           | <b>34</b> |
|                    | Nie komplikuj                                                 | 34        |
|                    | Trafność                                                      | 37        |
|                    | Czerpanie z tradycji                                          | 40        |
|                    | Wyjątkowość                                                   | 42        |
|                    | Logo powinno zapadać w pamięć                                 | 45        |
|                    | Małe jest piękne                                              | 46        |
|                    | Skoncentruj się na jednym aspekcie                            | 48        |
|                    | Siedem składników Twojego popisowego dania                    | 50        |
|                    | Pamiętaj, że zasady są po to, aby je łamać                    | 51        |
| <b>II</b>          | <b>Proces projektowania</b>                                   |           |
| <b>Rozdział 4.</b> | <b>Podstawy</b>                                               | <b>52</b> |
|                    | Pozbądź się tremy                                             | 54        |
|                    | Wszystko zależy od wytycznych projektu                        | 55        |
|                    | Gromadzenie informacji wstępnych                              | 56        |
|                    | Zadawanie trudnych pytań                                      | 57        |
|                    | Daj klientowi czas na odpowiedź...                            | 60        |
|                    | ...dbaj jednak o to, aby dialog przebiegał zgodnie z zasadami | 60        |

|                    |                                                     |            |
|--------------------|-----------------------------------------------------|------------|
|                    | Czas na zadanie domowe                              | 60         |
|                    | Opracowywanie wytycznych projektu                   | 61         |
|                    | Misja i cele kluczem do sukcesu                     | 62         |
|                    | Badania terenowe na ratunek                         | 65         |
|                    | Wcielanie w życie szczegółów ustalonych z klientem  | 68         |
|                    | Wybór przymiotników zaproponowanych przez klienta   | 71         |
| <b>Rozdział 5.</b> | <b>Unikanie zagrożeń związanych z rebrandingiem</b> | <b>74</b>  |
|                    | Argumenty przemawiające za rebrandingiem            | 75         |
|                    | Byle nie przedobrzyć                                | 75         |
|                    | Tam, gdzie emocje sięgają zenitu                    | 79         |
|                    | Odpowiedź znajdziesz często                         |            |
|                    | w wywiadzie zogniskowanym                           | 80         |
|                    | Od „obojętności” do „troski”                        | 81         |
|                    | A może wystarczy poprawić to i owo?                 | 84         |
|                    | Nie zapomnij o manierach                            | 87         |
| <b>Rozdział 6.</b> | <b>Wycena projektu</b>                              | <b>88</b>  |
|                    | Wzór na wycenę                                      | 88         |
|                    | Stawka godzinowa czy stała opłata?                  | 93         |
|                    | Koszty druku                                        | 94         |
|                    | Zaliczka                                            | 96         |
|                    | Przekazanie pieniędzy                               | 97         |
|                    | Praca w ciemno                                      | 99         |
|                    | Wszyscy popełniamy błędy                            | 101        |
| <b>Rozdział 7.</b> | <b>Od ołówka do PDF-a</b>                           | <b>102</b> |
|                    | Mapy myślowe                                        | 102        |
|                    | Szkielet — rzecz absolutnie niezbędna               | 108        |
|                    | Dziesiąte przykazanie                               | 110        |
|                    | Oznaczanie mapy                                     | 114        |
|                    | Międzynarodowy komunikat                            | 116        |
|                    | Raz szybciej, raz wolniej                           | 119        |
|                    | Szata zdobi projekt                                 | 121        |
|                    | Czerń i biel przed kolorem                          | 123        |
|                    | Czas sięgnąć po Photoshopa                          | 126        |
|                    | Pióro mocniejsze jest od myszy                      | 128        |

|                         |                                              |                |
|-------------------------|----------------------------------------------|----------------|
| <b>Rozdział 8.</b>      | <b>Sztuka prowadzenia rozmów</b>             | <b>130</b>     |
|                         | Kontaktuj się z decydentami                  | 131            |
|                         | Zasada nr 1: współpracuj z osobą kontaktową  | 136            |
|                         | Zasada nr 2: unikaj pośrednictwa i mediacji  | 138            |
|                         | Zasada nr 3: przejmij kontrolę               | 140            |
|                         | Zasada nr 4: utrzymuj zaangażowanie komitetu | 144            |
|                         | Nie zapomnij mniej obiecać,                  |                |
|                         | a potem przekroczyć oczekiwania              | 146            |
|                         | Zapomnij o swoim ego                         | 148            |
| <br><b>III</b>          | <br><b>Nie trać zapachu</b>                  |                |
| <b>Rozdział 9.</b>      | <b>Utrzymywanie motywacji</b>                | <b>156</b>     |
|                         | Nigdy nie przestawaj się uczyć               | 157            |
|                         | Wypredzaj innych o cztery lata               | 159            |
|                         | Twórz dla siebie                             | 160            |
|                         | Odejdź od komputera                          | 161            |
|                         | Odnajdź równowagę w życiu                    | 162            |
|                         | Podróż w czasie                              | 162            |
|                         | Znajdź w sobie nieukożone pragnienie         | 163            |
|                         | Nie przepracowuj się                         | 163            |
|                         | Każdemu zdarza się utknąć w martwym punkcie  | 164            |
|                         | Wstań z łóżka prawą nogą i pozostań na niej  | 165            |
|                         | Znajdź płaszczyznę porozumienia              | 165            |
|                         | Gdy zbliża się termin                        | 166            |
|                         | Myśl lateralnie                              | 167            |
|                         | Lepiej się komunikuj                         | 168            |
|                         | Kontroluj swoje oczekiwania                  | 168            |
|                         | Nigdy nie przestawaj projektować             | 169            |
|                         | Bądź szczęśliwy                              | 169            |
|                         | Nie wszyscy mają tyle szczęścia              | 171            |
| <br><b>Rozdział 10.</b> | <br><b>Odpowiedzi na Twoje pytania</b>       | <br><b>172</b> |
|                         | Podobne logo                                 | 172            |
|                         | Prawo do korzystania z logo                  | 173            |
|                         | Tworzenie internetowego portfolio            | 174            |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| Jak sfinalizować transakcję         | 179 |
| Klienci zagraniczni                 | 180 |
| Ile koncepcji?                      | 181 |
| Rodzina i przyjaciele               | 182 |
| Poprawianie projektów               | 183 |
| Ramy czasowe projektów              | 184 |
| Badanie konkurentów klienta         | 185 |
| Staże i praktyki                    | 185 |
| Najgorszy projekt, najgorszy klient | 186 |
| Narzędzia branżowe                  | 187 |
| Kontrolowanie ilości pracy          | 188 |
| Co jest czyje?                      | 189 |

## Rozdział II.

|                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| <b>25 praktycznych porad</b>                                   |            |
| <b>dotyczących projektowania logo</b>                          | <b>190</b> |
| 1. Pytania, pytania, pytania                                   | 190        |
| 2. Koszty druku                                                | 191        |
| 3. Przygotuj się na niespodziewane okoliczności                | 191        |
| 4. Logo nie musi informować o tym,<br>czym zajmuje się firma   | 192        |
| 5. Symbol nie jest niezbędnym elementem logo                   | 192        |
| 6. Jeden element zapadający w pamięć                           | 193        |
| 7. Nie zapominaj o szkicowniku                                 | 194        |
| 8. Trendy zestaw przedstawicielom świata mody                  | 195        |
| 9. Zapomnij o Photoshopie                                      | 195        |
| 10. Pracuj w czerni i bieli                                    | 196        |
| 11. Pamiętaj o trafności                                       | 196        |
| 12. Kluczowe znaczenie ma czytelność                           | 197        |
| 13. Bądź konsekwentny                                          | 197        |
| 14. Dopasuj czcionkę do symbolu                                | 198        |
| 15. Przedstaw wersję jednokolorową                             | 198        |
| 16. Zwracaj uwagę na kontrast                                  | 199        |
| 17. Postaw na rozpoznawalność                                  | 199        |
| 18. Testuj wiele różnych rozmiarów                             | 199        |
| 19. Odwróć kolorystykę                                         | 200        |
| 20. Odwróć projekt do góry nogami                              | 200        |
| 21. Zastanów się nad rejestracją logo<br>jako znaku towarowego | 201        |

|                  |                                                        |            |
|------------------|--------------------------------------------------------|------------|
|                  | 22. Ważny jest materiał                                | 202        |
|                  | 23. Nie obawiaj się błędów                             | 202        |
|                  | 24. Logo to nie marka                                  | 202        |
|                  | 25. Pamiętaj, że projektowanie to proces dwukierunkowy | 203        |
| <b>Dodatek A</b> | <b>Materiały dodatkowe, czyli pomoc z zewnątrz</b>     | <b>204</b> |
|                  | Blogi związane z projektowaniem graficznym             | 204        |
|                  | Kultowi projektanci                                    | 205        |
|                  | Polecana lektura                                       | 206        |
| <b>Skorowidz</b> |                                                        | <b>210</b> |