Dit *logo.*

2.6

MODUL
2.6 · Logo

TID
60–90 minutter

FORMAT
Refleksion · Valg · Skitse

OUTPUT
Ét logokoncept

• SÅDAN ARBEJDER DU

Bevidste valg om *værdier, farver, skrift* og *symbol* — samlet i ét udkast.

01

IDENTITET

Værdier, følelser og det, der adskiller dig.

02

FARVER

1–3 primære farver — og hvad de signalerer.

03

SKRIFT & SYMBOL

Skriftens karakter og et evt. bogmærke.

04

KONCEPT

Dit første udkast — og hvordan det holder.

01

• TRIN ÉT

Identitet.

Et logo er din identitet sat på spidsen. Bliv klar på, hvad det skal afspejle, før du tegner en streg.

3–5 kerneværdier
Følelser & differentiering
Signal og form

TRIN ÉT · DEFINÉR DIN IDENTITET

Tre spørgsmål, *før* du tegner.

1 **Hvad er 3–5 *kerneværdier* i din virksomhed?**

De ord, du vil kendes på.

2 **Hvilke *følelser* skal kunderne få, når de ser dit logo?**

Tænk i mavefornemmelse — ikke i ord på et skilt.

3 **Hvad *adskiller* dig fra dine konkurrenter?**

Det, dit logo skal turde vise.

• TRIN ÉT · VÆLG DET STÆRKESTE SIGNAL

Hvad skal dit logo primært *signalere?*

- ☐ Stabilitet
- ☐ Kreativitet
- ☐ Eksklusivitet
- ☐ Robusthed
- ☐ Minimalisme
- ☐ *Noget andet*

• TRIN ÉT · VÆLG FORMEN

Hvad skal dit logo *bestå af?*

○ Kun navn

Logotype — ren tekst, ingen symbol.

○ Navn + bogmærke

Tekst med et symbol ved siden af.

○ Kun symbol

Rent ikon, der kan stå alene.

02

• TRIN TO · A. FARVER

Farver.

Vælg 1–3 primære farver, beskriv hvorfor de passer — og undersøg, hvad de signalerer kulturelt.

1–3 primære farver
Hvorfor de passer
Kulturelt signal — internationalt

• TRIN TO · A. FARVER

Vælg *1–3 primære* farver.

Begrund hvorfor de passer — og hvad de signalerer kulturelt, hvis du vil sælge internationalt.

Farve 1	*Farve 2*	*Farve 3*
NAVN / HEX	NAVN / HEX	NAVN / HEX

03

• TRIN TRE · B. SKRIFT & C. SYMBOL

Skrift & symbol.

Skriften bærer halvdelen af følelsen. Vælg dens karakter — og overvej, om et symbol kan stå alene.

Skrifttypens karakter
Begrundet i din branche
Et bogmærke der holder alene

• TRIN TRE · B. SKRIFTTYPE

Hvilken *karakter* skal skriften have?

Begrund valget i forhold til din branche — hvorfor er netop denne karakter rigtig for dem, du sælger til?

☐ **Kraftig og robust**

☐ *Elegant og fin*

☐ Moderne og minimalistisk

☐ **Klassisk og seriøs**

• TRIN TRE · C. BOGMÆRKE / SYMBOL

Kan ét symbol *stå alene?*

1 **Hvad kunne være et *enkelt symbol*, der repræsenterer din virksomhed?**

Beskriv idéen i ord — du tegner den i konceptet.

2 **Kan det bruges *alene* og stadig være genkendeligt?**

Et stærkt bogmærke fungerer som app-ikon, favicon og stempel — helt uden navnet.

04

• TRIN FIRE · KONKLUSION

Koncept.

Saml det hele i ét udkast. Tegn i hånden, brug et simpelt værktøj eller få AI til at generere idéer – men du skal kunne forklare dine valg.

Logo, farver, skrift, symbol
Begrundede valg
Test i fire situationer

• TRIN FIRE · LAV DIT FØRSTE UDKAST

Dit *logokoncept.*

LOGO · UDKAST

Tegn eller indsæt dit logoudkast her

VALGTE FARVER

SKRIFTTYPE

BOGMÆRKE / SYMBOL

BEGRUNDELSE

• TEST DIT KONCEPT I FIRE SITUATIONER

Hvordan fungerer logoet?



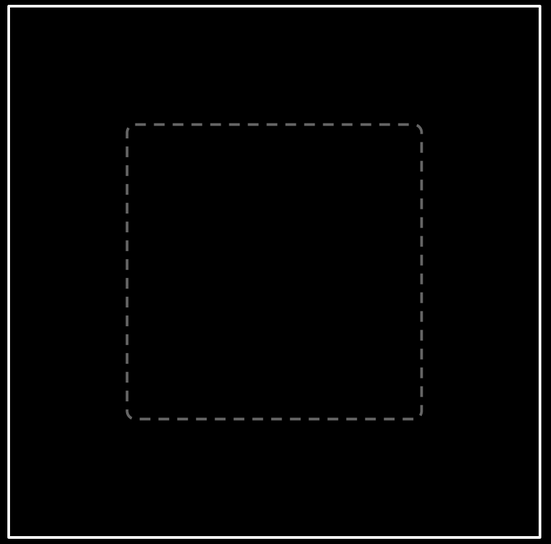
I FARVE



I SORT/HVID



PÅ HVID BAGGRUND



PÅ MØRK BAGGRUND

• EN SIDSTE TANKE

Et godt logo forklarer sig ikke — men du skal kunne forklare ***hvert eneste valg*** *bag det.*