

# Straal professionaliteit uit met je eigen logo & huisstijl

- Esmée Feijen, SoloPartners



# Wat is een logo?

Een beeldmerk of logo is een grafische uiting die met een bedrijfs- of productnaam of een organisatie geassocieerd wordt. - Wikipedia

Een logo is het merk van jouw bedrijf. Het is belangrijk dat jouw logo uitstraalt wat je doet, en wie je bent. Er zijn verschillende manieren en stijlen om een logo te maken.

- Beeldmerk
- Woordmerk
- Vignet
- Lettermerk
- Monogram
- Embleem
- Zegel
- Logo met een Mascotte



#### Beeldmerk

Het logo is de naam van het bedrijf uitgebeeld



#### Woordmerk

Het logo bestaat enkel uit de bedrijfsnaam



#### Vignet

Een abstract teken dat je pas herkent nadat je het merk kent



#### Lettermerk

Een logo dat bestaat uit een samenvoeging van de eerste letters van de naam van het bedrijf



#### Monogram

Een logo dat bestaat uit ineengevlochten letters



#### Embleem

Een logo met daarin allerlei symbolen en/of tekeningen van wat het merk inhoudt



#### Zegel (Stempel)

Denk hierbij aan de zegels van vroeger op brieven



#### Logo met een mascotte

Meest voorkomend, de naam van het bedrijf met daarbij een bijpassende mascotte

# Waar let je op bij het ontwerpen van een logo?

Het is belangrijk dat je logo **herkenbaar** is. Het is de bedoeling dat mensen meteen aan jou denken bij het zien van je logo. Dit kun je alléén bereiken als je ervoor zorgt dat je alleen nog maar jouw unieke identiteit uitstraalt, wat typeert jou? Waarmee ben jij anders?

Maak een keuze: Ga je voor **tijdloos**, of juist **trendy**? Ik raad aan om voor een tijdloos logo te kiezen. Als je kijkt naar de logo's op de vorige pagina, dan zie je ook dat deze logo's al jaren meegaan. Een trendy logo kan wel leuk zijn voor eenmalige evenementen, op die manier spreek je direct je doelgroep aan.

Zorg dat je logo zowel groot als klein te gebruiken is. Een logo kan mooi zijn op zichzelf op een A4'tje, maar compleet onleesbaar op een visitekaartje. Zorg dat je **voor alle uitingen een passend logo** hebt, je kunt hierin ook variëren.

Laat jouw logo direct zien **wat je doet**? Dit zorgt vaak direct voor herkenbaarheid. Let wel op dat je eigen beelden gebruikt, zo blijft jouw logo uniek. Het komt namelijk best vaak voor dat logo's of beeldmerken voor meerdere bedrijven worden gebruikt.

Ook niet geheel onbelangrijk, is jouw logo ook in het **zwart wit** leesbaar? Stel nou dat je iets naar iemand verstuurd zoals bijvoorbeeld een digitale factuur met daarop jouw logo, dan is het wel handig als dit ook leesbaar is. Je kunt hiervoor ook een variatie maken op je eigen logo die enkel wordt gebruikt om zwart wit te drukken.

Past het logo bij jouw onderneming? Als je werkzaam bent in de zorg zijn er **kleuren** die wél en die niet goed werken voor jouw logo. Dit is een heel belangrijk element waar je rekening mee kunt houden. Hierover later meer.

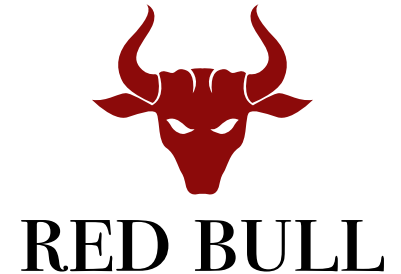
Is jouw logo **onderscheidend**? Het is nogal voor de hand liggend om als tandarts een tand in je logo te verwerken. Maar dit heeft waarschijnlijk 90% van de tandartsen ook in hun logo. Probeer daarom verder te denken of een eigen unieke vorm te geven aan deze tand. Op deze manier maak jij meteen het verschil!

Schakel voor jouw logo altijd iemand in die er 'verstand' van heeft. Je hebt namelijk bepaalde bestanden en resoluties nodig voor bijvoorbeeld drukwerk of online gebruik. Denk hierbij aan een .png of .jpg bestand voor online gebruik en een .eps bestand voor drukwerk. Een .eps bestand is het bestand dat de ontwerper voor jou kan maken.

Je kunt altijd een eigen ontwerp schetsen en dit daarna laten uitwerken door een grafisch ontwerper. Zo heb je precies wat jij in gedachten had, mooi uitgewerkt in een digitaal bestand.



## De kracht van een logo



Hierboven zie je 3x een 'Red Bull' logo. Links is natuurlijk het echte logo met daarin twee vechtende rode stieren. In het midden zie je ook een rode stier met daaronder Red Bull geschreven in ronde vrolijke letters. En rechts zie je ook een rode stier, met daaronder zwarte hoofdletters.

Hier zie je heel duidelijk wat kleur, lettertype en een beeldmerk kunnen doen. Dit geldt ook voor jouw bedrijf!

**Design is so simple,  
that's why it's so  
complicated.**

- Paul Rand

**Colors speak louder  
than words.**



# Welke kleuren zijn geschikt voor in de zorg?

Bij zorg denk je vaak aan betrouwbaarheid, deskundigheid, zorgvuldigheid maar ook aan warmte en menselijkheid. Je werkt vaak met kwetsbare mensen, en de kleuren moeten daarbij aansluiten. Dan kom je al gauw uit bij de kleuren groen en blauw, deze worden ook vaak gebruikt in de zorgsector.

Je ziet ook veel warme kleuren in de zorg, de combinatie van kleuren en de vormen maakt of iets wel of niet passend is. Er is dus best veel mogelijk!

De kleur is misschien de eerste blikvanger, maar ook de typografie en de vorm spelen een grote rol. En de zorg is natuurlijk een breed begrip. Iemand die met kinderen werkt zal een andere kleur en typografie gebruiken dan iemand die in de palliatieve zorg werkt.

Alles draait dus om wat je wil uitstralen. **Jouw logo moet passen bij wie jij bent en wat je doet.**

## De kracht van kleur

**Opwindend**

Jeugdig, Brutaal

**Vriendelijk**

Vrolijk, Zelfverzekerd

**Optimistisch**

Warmte, Helder

**Vredig**

Groei, Gezondheid

**Betrouwbaar**

Kracht, Vertrouwen

**Creatief**

Wijs, Fantasierijk

LEGO HEMA



NETFLIX

Ray-Ban

CNN

DIESEL  
FOR SUCCESSFUL LIVING



Thuisbezorgd.nl



Staatsloterij



JBL

nickelodeon



DHL



IMDb

heijmans



ANIMAL PLANET



in



Oral-B

bol.com  
de winkel van ons allemaal



Hallmark

M  
MONSTERBOARD

YAHOO!

slack

Milka

## Raad het plaatje

Ik heb een aantal logo's uit verschillende branches in de zorg gebruikt.

**Opdracht:** Raad aan de hand van het logo wat het beroep is van de ondernemer.



---

---

---



---

---

---



---

---

---

# Wat is een huisstijl?

De huisstijl is gebaseerd op de identiteit van jouw bedrijf, zowel als het gaat om visuele zaken (design) als om de communicatie en het gedrag. Met visuele zaken bedoel ik méér dan alleen een logo. Hieronder vallen ook visitekaartjes, briefpapier, website, bedrijfsauto of bedrijfskleding. **Hoe zorg je er nou voor dat al je uitingen hetzelfde uitstralen naar jouw doelgroep en passen bij de identiteit van jouw bedrijf?**

Dit doe je door middel van een aantal 'basiselementen':

- Logo Laat jouw logo altijd terugkomen in alle uitingen die je doet. Dit zorgt voor herkenning en dit geeft ook meteen een professionele uitstraling.
- Kleurenpalet Dit kan een combinatie zijn van kleuren die je overal laat terugkomen, werk in al je uitingen met die kleuren, zo creeër je eenheid.
- Typografie Gebruik overal hetzelfde lettertype, zo krijg je eenheid in al je uitingen
- Vormtaal Hiermee bedoel ik het 'beeldmerk' in je logo, die je bijvoorbeeld ook als los element kunt vergroten en terug laten komen in verschillende uitingen.
- Fotografie Als je gebruik maakt van fotografie in jouw huisstijl, zorg er dan voor dat alle foto's een beetje in dezelfde stijl worden genomen, of in ieder geval in dezelfde resolutie. Vermijd kleine afbeeldingen van bijvoorbeeld Google. Nog een kleine tip: Probeer sowieso foto's van google te vermijden zeker voor online gebruik. Hier kan auteursrecht op zitten, als je hier 'misbruik' van maakt staan daar boetes op.

# Voorbeeld huisstijlhandboek

/ visuele identiteit

Hieronder zie je een voorbeeld van het huisstijlhandboek van **agentschap zorg & gezondheid**

## ENTITEITSLOGO

---

3 LIJNEN

AGENTSCHAP  
ZORG &  
GEZONDHEID

ZWART 3 LIJNEN

AGENTSCHAP  
ZORG &  
GEZONDHEID

NEGATIEF 3 LIJNEN OP VLAK

AGENTSCHAP  
ZORG &  
GEZONDHEID

NEGATIEF 3 LIJNEN OP FOTO

2 LIJNEN

AGENTSCHAP  
ZORG & GEZONDHEID

ZWART 2 LIJNEN

AGENTSCHAP  
ZORG & GEZONDHEID

NEGATIEF 2 LIJNEN OP VLAK

AGENTSCHAP  
ZORG & GEZONDHEID

NEGATIEF 2 LIJNEN OP FOTO

Het entiteitslogo bestaat op 2 lijnen en op 3 lijnen. Er is geen vaste regel wanneer je welke variant moet gebruiken. Het heeft puur te maken met de beschikbare ruimte in het ontwerp en de visuele aantrekkelijkheid.

Het entiteitslogo wordt alleen gebruikt in onze hoofdkleur, in het zwart of in het wit. Gebruik nooit andere kleuren.

Bij gebruik van het logo op een foto moet gezorgd worden dat er voldoende contrast aanwezig is.

## INTERNATIONALE HUISSTIJL

Deze visuele identiteit geldt enkel voor Vlaanderen en België. Voor internationaal gebruik is het huisstijlhandboek van Flanders van toepassing. Je vindt dit terug op [www.ditisvlaanderen.be](http://www.ditisvlaanderen.be).

AGENTSCHAP  
ZORG &  
GEZONDHEID

AGENTSCHAP  
ZORG & GEZONDHEID

## THEMALOGO

VOL LOGO + GRIJS



VOL LOGO + WIT (gekleurde achtergrond)



VOL LOGO + GRIJS (ZWARTWIT)



NAAKT LOGO



NAAKT LOGO (ZWARTWIT)



Er bestaan **3 varianten**, het volle themalogo met een leeuw op een witte of grijze achtergrond, en het naakte themalogo.

De leeuw op lichtgrijze achtergrond gebruiken we wanneer het logo op een witte achtergrond plaatsen. De leeuw op witte achtergrond gebruiken we wanneer we het logo op een gekleurde achtergrond plaatsen.

Het is **niet toegelaten** om de naakte leeuw in wit op een gekleurde achtergrond te plaatsen.

We willen geen enkele kans om Zorg en Gezondheid bekend te maken laten voorbijgaan. **Het themalogo komt in alle communicatie terug, maar is ofwel evenwaardig of wel ondergeschikt aan het entiteitslogo.** Dit laatste betekent dat we het themalogo kleiner weergeven.

**In onze communicatie plaatsen we altijd beide logo's.**

Als uitzondering op de regel gebruiken we alleen het entiteitslogo, bijvoorbeeld in gadgets omwille van plaatsgebrek, of in de emailhandtekening omwille van esthetische redenen.

**Uitzonderlijk** mag de kleurencombinatie van het themalogo aangepast worden naar een van de secundaire kleuren. Neem hiervoor contact op met Communicatie.

# Waarom is het belangrijk om jouw identiteit uit te stralen door middel van een eigen logo en huisstijl?

Op het moment dat je van jouw eigen bedrijf ook daadwerkelijk een 'merk' gaat maken straalt je professionaliteit uit, en daarmee dus ook ondernemerschap. Hoe mooi is het als jouw mooie logo pronkt op jouw bedrijfskleding, bedrijfsauto, website of zelfs social media.

Doordat je dit overal doorvoert gaat men jouw logo en dus ook je bedrijf herkennen, en weten ze dat je er bent en wat je doet. Dit draagt enorm bij aan het ondernemerschap. Jij bent jouw bedrijf, en dat zien we overal in terug. Je bent uniek en zelfstandig en dat is vanaf nu ook zichtbaar!

Een logo zorgt voor verbondenheid, jouw cliënten herkennen jouw logo en weten je direct te vinden als ze je nodig hebben.

Voorbeeld:

De grote gele M naast de snelweg, we weten direct welk restaurant daar ligt, en zelfs in veel gevallen wat er op de kaart staat. De grote gele M is een begrip geworden wereldwijd.

Zo kan jouw logo ook een begrip worden lokaal of online voor de doelgroep die bij jou past!



# Praktische tips voor het bedenken van een logo

Buiten de lettertypes die standaard op je computer staan kun je ook **lettertypes downloaden**. Hiervoor zijn verschillende sites waar je gebruik van kunt maken. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

[www.dafont.com](http://www.dafont.com)

[www.1001freefonts.com](http://www.1001freefonts.com)

[www.urbanfonts.com](http://www.urbanfonts.com)

Hier kun je de naam van je bedrijf invoeren om te zien hoe het eruit ziet met verschillende lettertypes. Op deze manier kun je al heel eenvoudig bepalen welke stijl het beste bij je past. Download vervolgens het lettertype en je kunt aan de slag gaan met kleuren, **welke kleur** past het beste bij jouw onderneming?

Gebruik nooit plaatjes van internet, probeer altijd een **uniek beeld** te creëren, denk aan typische dingen waar je gebruik van maakt. Dit kan een pand, een auto, een stethoscoop of een bepaald instrument zijn. Maak hier een foto van en trek het over om op die manier een uniek beeld te creëren.

Als jij voor jezelf een idee hebt hoe jouw logo eruit moet zien, schakel dan altijd een 'professional' in om het voor je uit te werken. Zo heb je altijd de juiste bestanden en zorg je ervoor dat zowel een drukker als een webbouwer jouw logo in **perfecte resolutie** kan gebruiken.

**If you think good design  
is expensive, you should  
look at the cost of  
bad design.**

- Dr. Ralf Speth, CEO Jaguar

# Maar het laten maken van een logo is toch heel duur?

Dit is een gedachte die bij veel ondernemers speelt. Er wordt vaak gedacht dat het laten maken van een logo veel geld kost. Maar dat is natuurlijk relatief. Doordat jij een mooi eigen logo hebt, straal je professionaliteit uit en kiest een potentiële klant wellicht eerder voor jou dan voor jouw concurrent. **Een goed logo levert dus geld op!**

Heb je nou weinig budget en wil je toch een mooi logo laten maken dan heb ik een aantal tips voor je:

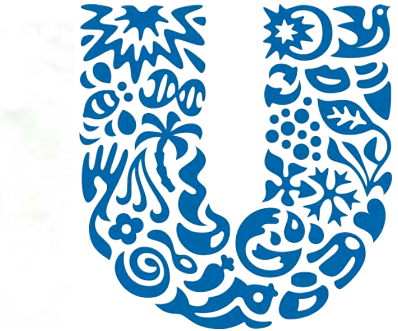
- Je kunt je opdracht online op [www.ontwerpen-voor-geld.nl](http://www.ontwerpen-voor-geld.nl) hier kun je voor €29,- euro plaatsen, en je bepaalt vervolgens zelf het budget wat je wilt uitgeven. Deze site heeft meer dan 100.000 leden die jouw opdracht zien, zij kunnen vervolgens zelf kiezen of ze een ontwerp voor je maken. Uit alle ontwerpen kies je er vervolgens een. Je kunt bij andere opdrachten kijken naar gemiddelde bedragen die worden uitgegeven aan logo's.
- Ga op zoek naar eventuele freelancers bij jou in de buurt / familie of vriendenkring.
- Let op! Vermijd sites die goedkoop logo's aanbieden (denk hierbij aan €15 euro logo's etc.) Deze logo's zijn niet uniek (meerder logo's met hetzelfde beeldmerk) en vaak zijn ze van slechte kwaliteit.

# Hoeveel hebben de bekendste logo's ter wereld gekost?

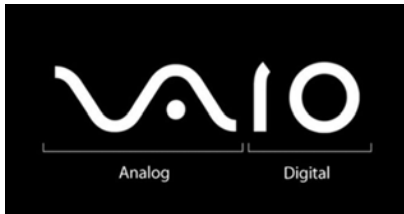
Een herkenbaar logo is heel belangrijk voor je bedrijf. Voor veel grote merken geldt dat het logo inmiddels net zo bekend is als de naam van het merk. Maar wat hebben die logo's nou gekost?

<b>Nike:</b>	\$ 35 ,-	Gemaakt door een student Grafische Vormgeving
<b>BP:</b>	\$ 211.000.000 ,-	Gemaakt door reclamebureau Ogilvy & Mather
<b>Google:</b>	\$ 0 ,-	Gemaakt door mede-oprichter d.m.v. een gratis programma
<b>Coca-Cola:</b>	\$ 0 ,-	Ontworpen door hun eigen boekhouder
<b>Pepsi:</b>	\$ 1.000.000 ,-	Dit was de prijs voor een redesign door Arnell Group
<b>Twitter:</b>	\$ 15 ,-	Dit logo werd gekocht via iStockphoto
<b>BBC:</b>	\$1.800.000 ,-	Lambie-Nairn trok het logo recht en veranderde het lettertype
<b>Microsoft:</b>	\$ 0 ,-	Gemaakt door eigen ontwerpers

Bekende logo's met een verborgen boodschap, zie jij ze?



Unilever



**TOBLERONE**

# Tips voor het gebruik van Social Media

Het is belangrijk om altijd dezelfde stijl uit te dragen. Op die manier zorg je ervoor dat iemand die jouw post / bericht leest of iemand die jouw website bezoekt direct weet dat het over jouw bedrijf gaat. Je kunt dit doen door je logo en bedrijfskleuren terug te laten komen in alle uitingen.

Maar jouw stijl is méér dan alleen een logo en de daarbij horende kleuren. Jouw stijl komt ook terug in de manier van schrijven, of bepaalde onderwerpen die telkens terugkeren. Dit kan bijvoorbeeld zijn in de vorm van een maandelijkse blog of een wekelijks nieuwtje. Jouw klanten / cliënten weten dan voortaan wat er die dag gaat gebeuren, en zitten daar ook op te wachten.

Blijf neutraal. Een hele belangrijke tip. Als jij vanuit jouw bedrijf een boodschap verspreid, let dan goed op je woorden, als bedrijf lig je eerder onder een vergrootglas. Het komt regelmatig voor dat mensen geen zaken willen doen met bedrijven die een verkeerde uiting hebben gedaan op social media.

En tot slot, blijf actief! Het is niet altijd even makkelijk om te blijven posten op Social Media. Je vraagt je af of het wel werkt voor jouw bedrijf, maar geef niet op. Blijf leuke en interessante berichten plaatsen. Niet elk bericht is voor iedereen even relevant of interessant maar dat hoeft ook niet, je kunt namelijk niet voldoen aan het verwachtingspatroon van al je volgers.

**Don't say anything  
online that you wouldn't  
want plastered on a  
billboard with your  
face on it**

- Erin Bury

**#IKZORG**  
**ZELFSTANDIG**  
HÉT EVENT VOOR ZELFSTANDIGE ZORGPROFESSIONALS