**< Ấn phẩm số 1 – 2018**

Tháng 9 – 2018

**Những câu chuyện đằng sau biểu tượng**

**thương hiệu Satori**

Ban đầu là một dự án nhỏ của công ty cung cấp nước sinh hoạt Khai Minh, dần hình thành và phát triển trở thành một doanh nghiệp với tư cách pháp nhân độc lập được lấy tên là Satori. Dự án là trọn vẹn tâm huyết của ban giám đốc và cộng sự, với sứ mệnh mang đến nhiều lựa chọn hơn cho người tiêu dùng về một thương hiệu nước không chỉ để giải khát mà còn phải thật tốt cho sức khỏe! Gói trọn tất cả những ý nghĩa ấy trong một biểu tượng thương hiệu là cả một quá trình đầy thử thách nhưng vô cùng thú vị.



**Tìm lời giải cho một bài toán khó**

Để thể hiện được triết lý cốt lõi của thương hiệu, logo Satori được xây dựng dựa trên nền tảng là tên gọi của doanh nghiệp tiền thân “Khai Minh”. Trong tiếng Nhật, Satori có nghĩa là “thấu hiểu”, “khai sáng”. Như chính cái tên của mình, Satori hướng đến một doanh nghiệp với  triết lý kinh doanh thấu hiểu người tiêu dùng bằng cả   lòng yêu thương và sự quan tâm chân thành, để từ đó truyền cảm hứng lan tỏa những điều tươi đẹp cho cuộc sống. Bên cạnh đó, logo còn phải giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận diện và ghi nhớ được phân khúc sản phẩm mà doanh nghiệp đang kinh doanh - ngành hàng nước giải khát tốt cho sức khỏe.

**Truyền tải thông điệp qua hình ảnh**

* **Font chữ và tính cách thương hiệu**

Riêng đối với yếu tố về chữ, việc hiểu tính cách của font là một yếu tố quan trọng, quyết định font chữ sử dụng có tạo được sự liên kết với thông điệp của sản phẩm hoặc thương hiệu hay không?

Font chữ Neutraface được Satori lựa chọn làm font chữ nhận diện chính của thương hiệu, vì nó mang đến cảm giác trẻ trung và năng động, đúng với tính chất tiêu biểu của một nhãn hàng nước giải khát. Bên cạnh đó, nét chữ thẳng và dứt khoát cũng giúp tạo ra cảm giác tin tưởng và tính xác thực cao, điều rất cần thiết trong bộ nhận diện thương hiệu của các doanh nghiệp thực phẩm - đồ uống.

Ngoài ra, để không tạo cảm giác cứng nhắc, ký tự “R” được cách điệu với nét đuôi mềm mại nhằm đem đến sự linh hoạt, tinh tế và hài hòa trong bố cục. Cùng với đó, các ký tự có cùng chiều cao, tạo thành một khối gắn kết.

* **Màu sắc nổi bật**

Có rất nhiều thương hiệu có cùng chung một màu sắc nhận diện, đặc biệt là những thương hiệu cùng một ngành hàng đặc thù. Rất dễ nhận ra quy luật chung rằng các nhãn hiệu nước uống đóng chai thường lựa chọn màu trắng hoặc xanh làm chủ đạo, nhưng Satori lại tạo điểm nhấn khác biệt với sắc cam rực rỡ.

Thông qua việc sử dụng sự chuyển màu sáng dần, hình ảnh mặt trời cách điệu như đang vươn lên từ mặt nước vào buổi sớm bình minh, gợi đến một khởi đầu tràn đầy năng lượng. Bên cạnh đó, nét chữ SATORI được sử dụng bằng màu trắng để tạo nên cảm giác tinh sạch giúp truyền tải đặc tính và chất lượng sản phẩm mà doanh nghiệp cam kết.

* **Biểu tượng mạnh mẽ**

Như ý nghĩa đến từ tên gọi, hình ảnh mặt trời chính là biểu tượng hoàn hảo nhất để thể hiện đầy đủ các tầng ý nghĩa của Satori. Mặt trời là bình minh khai sáng, là khởi nguồn của vạn vật. Đứng trước ánh dương rực rỡ, con người dễ cảm nhận được sự tươi mới, lan tỏa của tình yêu và cả những điều tích cực.

* **Sự kết hợp độc đáo**

Việc sử dụng hai yếu tố giao hòa là hình ảnh mặt trời được phản chiếu trên mặt nước, logo đã mang đến vẻ đẹp độc đáo, đặc trưng cho Satori. Nếu tinh tế quan sát, có thể dễ dàng nhận thấy trong mặt trời có nước đang lan tỏa và ngược lại, trong nước cũng chứa đựng những điều tươi sáng, tốt lành thừa hưởng từ mặt trời.

Hai hình ảnh tưởng chừng như đối lập nhau nhưng kết hợp hài hòa, bổ sung cho nhau, tạo nên khối hình ảnh thật sống động. Thông qua đó, Satori muốn truyền tải thông điệp rằng mỗi sản phẩm nước của Satori chính là sự phản chiếu của tình yêu thương và những điều tốt lành đến người tiêu dùng.

* **Những phản hồi tích cực**

Sau khi đã chinh phục được đội ngũ lãnh đạo, “logo mặt trời” tiếp tục bước vào hành trình thử nghiệm cuối cùng: kiểm tra trên khách hàng mục tiêu của Satori. Thông thường, điểm số lý tưởng được kỳ vọng để đánh giá cho thiết kế của một logo là 4.03 (theo tiêu chuẩn của Nielsen), thế nhưng logo của Satori đã đạt đến 4.32 điểm. Đây là một kết quả cao bất ngờ giúp tất cả thành viên Satori hoàn toàn yên tâm với chặng đường sắp tới.

Dẫu biết rằng việc xây dựng biểu tượng thương hiệu chỉ là bước khởi đầu, nhưng những phản hồi tích cực từ người tiêu dùng đã tiếp thêm tự tin và thôi thúc tập thể Satori luôn nỗ lực hết mình để chính thức ra mắt sản phẩm trong thời gian sớm nhất.

**Thiện Tiến**