

تصميم العلامة و الهوية المرئية

م.محمد أنس كواره

الأكاديمية العربية الدولية – منصة أعد

محاوالمحاضرة

- هوية العلامة التجارية
- أهمية ال brand Identity
- كيفية بناء هوية تجارية
- الهوية المرئية
- وظائف الهوية المرئية
- أهمية الهوية المرئية
- الفرق بين العلامة التجارية و الهوية المرئية
- مكونات الهوية المرئية

هوية العلامة التجارية

هي الصورة و السمعة التي تحاول الشركة أو المؤسسة تظهارها للمستفيدين منها بما في ذلك الزبائن الموظفين و عامة الناس، و تشمل على قيم الشركة مهمتها ثقافتها و هوياتها بشكل كامل.

أهمية ال brand Identity

الهوية التجارية الناجحة هي أمر ضروري لنجاح العمل التجاري، العلامة التجارية القوية هي حجر الأساس في بناء وعي عن الشركة و التسويق لها، لها عدة فوائد منا

- لتمييز نفسك عن المنافسين في السوق.
- بناء شخصية لمؤسستك تمثل قيمها و أهدافها.
- بناء ولاء وثقة للشركة بين الزبائن.
- زيادة الوعي عن منتجاتك و خدماتك.

كيفية بناء هوية تجارية

بناء علامة تجارية ناجحة يتطلب دراسات وأبحاث وبالإضافة إلى جانب من الإبداع عند بنائها، ومن أهم الخطوات لبناء العلامة التجارية

- حدد هويتك : قم بتحديد ما تريد العلامة أن تمثل و مالذي يجعلها مميز.
- إجراء أبحاث عن السوق لتعرف عن جمهورك المستهدف و حاجاتهم.
- بناء استراتيجية لهويتك و وضع خطة لبناء وتسويق هويتك بما في ذلك الرسائل و العناصر المرئية وقنوات الاتصال.
- بناء هوية بصرية تبين شخصية هويتك التجارية و قيمها.
- التأكيد على إظهار الهوية التجارية باستمرار في جميع نقاط الاتصال مع جمهورك.
- مراقبة فعالية الهوية التجارية التي بنيتها باستمرار.

الهوية المرئية

مجموعة من الأدوات المجتمعة لخلق صور فريدة للعلامة التجارية، بحيث تجعل العلامة التجارية أكثر شهرة مميزة عن المنافسين، تساعد على خلق ارتباط عاطفي مع جمهور العلامة التجارية

يمكن التعبير عن الهوية المرئية بكل المكونات المرئية للعلامة التجارية، كل شيء يراه الزبون و يربطه بعلامتك التجارية

بعض مكونات الهوية المرئية الشعار التغليف الموقع الالكتروني النشرات الاعلانية، نماذج البريد الالكتروني.

وظائف الهوية المرئية

الهوية المرئية للمؤسسة يجب أن تخدم الوظائف التالية

- خلق ارتباط عاطفي مع الزبائن
- اعلام المستخدمين بأهداف و وظيفة المؤسسة
- توضيح طبعة الخدمات و المنتجات التي تقدمها الشركة أو المؤسسة.
- أظهار الشخصية الفريدة للمؤسسة أو الشركة

أهمية الهوية المرئية

العلامات التجارية ذات الهوية المرئية الجيدة تعتبر رائعة و تجذب زبائن جدد بشكل أسهل، و في حال كانت الهوية المرئية مفككة أو غير متناسقة فهي تعطي فكرة سيئة على الهوية التجارية.

الهوية المرئية القوية تساعد في بناء سمعة للشركة و تؤسس لوعي عام عن العلامة التجارية يميزها عن المنافسين

كما أنها يمكن أن تعطي إحساس بالثبات وإتقان العمل و الاحترافية في كل جهود الشركة التسويقية.

الفرق بين العلامة التجارية و الهوية المرئية

العلامة التجارية تمثل حقيقة الشركة أو المؤسسة أهدافها و غاياتها أساليب تعاملها مع الناس و العملاء والموظفين، ما هي الخصائص المميزة التي تميز هذه الشركة عن غيرها.

بينما تشير الهوية المرئية للعلامة التجارية إلى كل شيء يمكن أن يراه عميلك ويرتبط بك.

بينما تكون الهوية التجارية شيء غير محسوس أو ملموس، فإن الهوية المرئية يمكن اعتبارها الجزء المرئي من العلامة التجارية

مكونات الهوية المرئية

عناصر الهوية المرئية يجب استخدامها بشكل متناسق بكل نقاط الاتصال مع الناس في الاعلانات التسويقية، تغليف المنتجات، الموقع الإلكتروني، حسابات التواصل الاجتماعي، المطبوعات و طرق الاتصال الأخرى و بخلق عناصر هوية بصرية قوية و مميزة يمكن للعلامة التجارية أن تبني وجود يميزها عن المنافسين

مكونات الهوية المرئية

Logo : هو الصورة المعبرة عن العلامة التجارية و يجب أن يكون تصميم الشعار مميز وراسخ في الأذهان و معبر عن الهوية التجارية.

Color Palette : استعمال ألوان ثابت يساعد في بناء هوية معروفة، الألوان المستخدمة يجب أن تعبر عن شخصية العلامة التجارية وقيمها.

مكونات الهوية المرئية

Typography: أنواع الخطوط و أحجامها المستعملة في الهوية المرئية يجب أن تكون ثابتة في جميع نقاط اتصال الناس مع الهوية المرئية ويجب أن تعكس شخصية العلامة التجارية.

Imagery: وهي كل الصور و الرسومات ويمكنها نقل قيم العلامة التجارية ورسائلها، استعمال صور موحدة غير كل مفاصل اتصال يمكن أن يؤدي إلى بناء هوية بصرية مميزة.

مكونات الهوية المرئية

Iconography: وهي عبارة عن ايقونات صغيرة تمثل نشاطات العلامة التجارية.

التصميم الموحد: للعناصر المرئية يساعد في بناء هوية بصرية موحدو وفريدة.

Visual style: وهي الانماط والخرافات والزينات والرسومات، يجب أن تكون موحدة في جميع مظاهر الهوية المرئية و تساعد في بناء هوية مميزة.

بناء الهوية المرئية

الخطوات الضرورية التي يجب اتباعها لبناء هوية بصرية

معرفة من هم جمهورك: يجب أن تعرف جيدا من هم جمهورك قبل أن تباشر في عملية بناء هوية بصرية، ما جنسهم، أعمارهم، مستواهم التعليمي، مستواهم المعيشي، نمط حياتهم، ما المشاكل التي يبحثون عن حلول لها.. معرفة ذلك يسهل عليك تطوير هوية تتناسب مع أذواقهم، ويساعدك كل ذلك في تحديد عناصر الهوية المرئية واللغة والمصطلحات والنبرة التي ستستخدمها، عندما يكون جمهورك من النساء ستختلف اللغة والعناصر المرئية التي تستخدمها عندما كون جمهورك من الرياضيين.. وهكذا

بناء الهوية المرئية

معرفة منتجك: تأكد من فهم منتجك، ماذا تباع؟ وكيف تنوي الترويج له؟ كيف ستوفر ذلك المنتج... إلخ، سيساعدك ذلك على إنشاء هوية بصرية وفقا لتلك المفاهيم، اسأل نفسك: ما الذي سأقدمه (من منتج أو خدمة)، ما الذي سيتغير لدى حدثها في حياتهم؟ ما عملائنا عندما نقدم لهم المنتج؟ ما التحسينات التي سن القيمة التي ستقدمها لجمهورك المستهدف؟

بناء الهوية المرئية

تصميم العناصر المرئية: من خلال تعرفك على جمهورك وتقييمك لمنتجك، تتجه إلى تصميم العناصر المرئية، وينبغي تطبيق قيم عالمتك التجارية على العناصر المرئية فهي دليل للعالم في تصورهم لعلامتك التجارية، تلك العناصر تمثل لهجة العلامة كاملة

التصميم الناجح للهوية المرئية

الهوية المرئية القوية يجب أن تكون تؤدي المعنى المراد منها و دائمة لأنها لا تعبر عن العلامة التجارية من أجل اليوم و لكنها ستبقى مها و ستطور مع تطور العلامة التجارية و بالتالي الهوية المرئية الجيدة يجب ان تكون

محددة: لأنها وسيلة لإيصال روح العلامة التجارية شخصيتها وقيمها

واضحة: بحيث كل عنصر يكمل بعضه الآخر لإيصال الرسالة المطلوبة بدون أي حاجة من المستخدم لتفكير.

مرنة: يجب أن تكون قادرة على التطور مع تطور العلامة التجارية ومع تقديم خدمات و منتجات جديدة.

الابداع: التأكد من المصممين يملكون الأدوات المناسبة و القدرة الإبداعية ليعطوا أفضل أداء عند تصميم الهوية المرئية

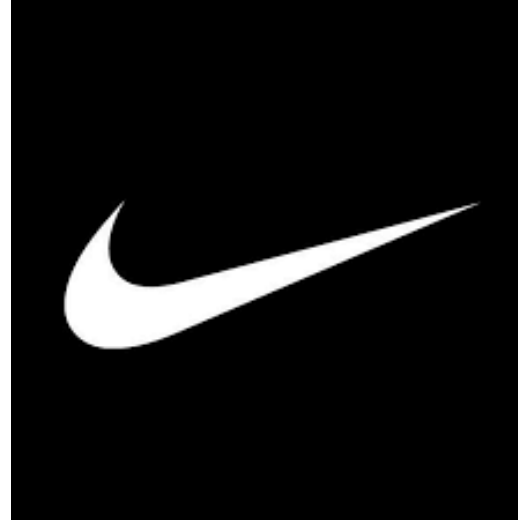
الأدوات المستخدمة في بناء الهوية المرئية

1. برامج تصميم الجرافيكس مثل Adobe Photoshop، Illustrator، or InDesign، هي من أهم الأدوات في بناء عناصر الهوية المرئية مثل اللوغو ولوحة الألوان الخطوط و الصور
2. كتيب إرشادات العلامة التجارية وهو عبارة عن كتيب يشرح القواعد العامة و التوجيهات لاستعمال عناصر الهوية المرئية مثل طرق استعمال اللوغو الخطوط الألوان الصور هذه الوثيقة تضمن أن تكون الهوية المرئية متناسقة في جميع نقاط اتصال الناس مع الهوية المرئية
3. مكتبة الأيقونات عبارة عن مجموعة من الأيقونات التي يمكن استعمالها .
4. مواقع الصور و الرسومات توفر مجموعة كبيرة من الصور

نماذج عن هويات بصرية ناجحة

الأمثلة التالية سوف نستعرض عدد من الهويات المرئية لبعض العلامات التجارية، وسنوضح كيفية الاستخدام الأمثل و المتناسق لعناصر الهوية المرئية كيفي يعطي روح و شخصية للعلامة التجارية
وخلق صورة فردية لها

Nike



يمكن التعرف على شعار
Nike الشهير من "swoosh"
على الفور، كما أن استخدامها
الجريء للونين الأبيض والأسود
يضيفي مظهرًا أنيقًا وعصريًا.
تتوافق الهوية المرئية للعلامة
التجارية عبر جميع نقاط الاتصال،
من تغليف المنتج إلى الحملات
الإعلانية.



Coca-Cola



اللونان الأحمر و الأبيض المستعملة في
مخطط ألوان

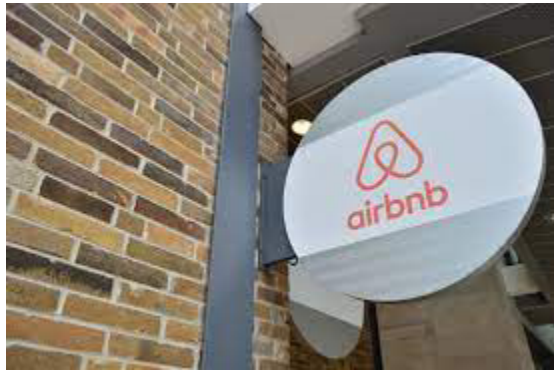
يمكن التعرف عليهما بالفور، وظل
شعارها الكلاسيكي دون تغيير إلى حد كبير
لأكثر من قرن. ساعد استخدام العلامة
التجارية للصور القديمة والطباعة في
إنشاء هوية بصرية خالدة وواثار الحنين
إلى الماضي بين الناس

Apple

تنعكس جمالية تصميم Apple البسيط الغير معقد في هويتهم المرئية، والتي تتميز بلوحة ألوان نظيفة أحادية اللون وتصميمات منتجات انسيابية وأنيقة. يخلق استخدام العلامة التجارية للمساحات البيضاء والطباعة المبسطة إحساسًا بالرقى والأناقة.



Airbnb



الهوية المرئية ممتعة و نابضة
 بالحياة، مع لوحة ألوان مفعمة
 بالطاقة و رسومات مسلية
 علامتهم تستعمل التصوير
 الفوتوغرافي مصحوبا بعناصر
 التصميم المميزة لخلق روح
 المغامرة و الاكتشاف و التي تعبر
 عن القيم الأساسية للعلامة التجارية.

McDonald's



الهوية المرئية لماكدونالدز مشرقة
وقوية مع لوحة ألوان بالأحمر و
الأصفر يجعلها مميزة ومرحة
ومحببة للأطفال
و ذات تصميم جميل
شعار الشركة ذو الانحناءات الذهبية
مميزة و استخدامهم للخطوط الغامقة
و الصور يخلق شعورا بالمتعة و
الفرح.

