

بناء العلامة للشركات او المؤسسات

Corporate ID

هوية الشركة او المؤسسة.

هوية الشركات هي "شخصية" الشركة التي صممت لاتفاق وتسهيل تحقيق أهداف العمل. فعادة ما تتجلى بوضوح عن طريق العلامة التجارية واستخدام العلامات التجارية و تقدم نفسها للجمهور .
بناء العلامة التجارية لا يتحقق الا بوجود.

شركة منتج تواصل

الشروط الرئيسية لوضع استراتيجية ناجحة للهوية المؤسسية .

- التمايز بسبب التنافس العالي في السوق التجارية ، تحتاج العلامات التجارية الى تمايز واضح عن الآخرين، بالمقارنة مع العلامات التجارية والمنتجات الأخرى في نفس الفئة، من أجل خلق انطباع بالتفرد عن العلامات التجارية الأخرى.
- ملاءمة .تحتاج العلامات التجارية إلى فهم وتلبية احتياجات وتطلعات جماهيرها المقصود .
- تماسك .لضمان المصداقية مع الجمهور ويجب أن تكون علامات تجارية متماسكة في ما يقولونه ويفعلونه ، بحيث تحقق الفائدة القصوى للجمهور المستهلك .
- الاحترام والتقدير: هو السمعة والقيمة التي حصل عليها العلامة التجارية من خلال التنفيذ الواضح لتجربتها الموعودة للجماهير الداخلية والخارجية .

عناصر بناء العلامة للشركات.

العلامة التجارية : (Brand) هي الصورة و الإنطباع الذي تعكسه الشركة أو المؤسسة ككل.
الهوية البصرية : (Identity) الجوانب البصرية التي تشكل جزءا من إجمالي العلامة التجارية.
الشعار : (Logo) الشعار يعرف المشروع التجاري أو المؤسسة في أبسط أشكالها من خلال استخدام علامة أو رمز.

الهوية البصرية (المرئية) للشركات تلعب دورا هاما في الطريقة التي تعرض بها المنظمة نفسها لأصحاب الشأن على الصعيدين الداخلي والخارجي. بعبارة عامة، هوية الشركات البصرية تعرب عن القيم والطموحات للمنظمة، وأعمالها، وخصائصها

الهوية هي مجموعة من عناصر تستخدم لإيصال بيان بصري حول العلامة التجارية للمستهلكين تتألف

::

- 1- الشعار (الرمز الذي يمثل كامل الهوية والعلامة التجارية).
- 2- الأدوات المكتبية (ورق الملاحظات + بطاقة العمل + المغلفات ... الخ).
- 3- ملحقات التسويق (النشرات، المطويات، الكتب، المواقع .. الخ).
- 4- المنتجات والتعبئة والتغليف (المنتجات التي تباع والمغلفات التي تعبأ فيها).

- 5- تصميم الملابس (الملابس والازياء التي يتم ارتداؤها من قبل الموظفين).
- 6- اللافتات (التصميم الداخلي والخارجي).
- 7- الرسائل و التطبيقات (الرسائل المنقولة عبر طرق مباشرة أو غير مباشرة).
- 8- طرق التواصل الأخرى (الالوان والصوت ، الرائحة ، اللمس وغيرها).
- 9- أي شيء بصري يمثل المشروع التجاري.

كل هذه الأمور تشكل الهوية وينبغي أن تدعم العلامة التجارية ككل، على أن الشعار هو الهوية المؤسسية والعلامة التجارية جميعها ملفوفة و مجموعة في علامة واحدة مميزه و محددة. هذه العلامة هي الصورة والرمز للمشروع التجاري ككل

وهنا بعض نماذج تصميمات الهوية البصرية للشركات





