

أهمية الشعار و الهوية البصرية

مقدمة

تعبر الهوية البصرية للشركات عن قيم وطموحات المؤسسة وأعمالها وخصائصها. تعد الهوية المرئية جزءًا من العلامة التجارية، وتتضمن الهوية البصرية عناصر متعددة مثل:تصميم شعار، والخطوط، والصور، والألوان والأشكال. وأي عناصر بصرية أخرى تساعد في نقل رسالة علامتك التجارية. للعمل بشكل صحيح،يجب على الشركة تطوير الهوية البصرية الخاصة بها، بناءً على تصميم فريد ورسومات محددة جيدًا فما هي اهمية الشعار و الهوية البصرية ولما هما مهمين جداً لنشاطك التجاري؟

جدول المحتويات :

1. **تصميم الهوية البصرية في الأسواق العالمية**
2. **الهوية البصرية في التصميم**
3. **أهمية الهوية البصرية للشركات**
4. **المبادئ الأساسية في الإدارة الفعالة لـ الهوية البصرية**

تصميم الهوية البصرية في الأسواق العالمي

مع توسع الشركات على مستوى العالم، يمكن لعلامة تجارية مثل Coke أو Nike أن تكون أكبر الأصول التي تمتلكها الشركة. ولكنها يمكن أن تفقد قوتها بسرعة إذا كانت الهوية البصرية تشير إلى شيء مختلف في كل سوق. يتطلب رفع قوة العلامة التجارية بنجاح على مستوى العالم من الشركات التفكير في استراتيجيات التجميع والتكيف في نفس الوقت. والتعبير عن ذلك بالكلمات المناسبة والصور والموسيقى ، وهذا ما يشكل الهوية البصرية للشركة.عند القيام بتصميم الهوية البصرية ، يجب أن يتم تخصيص المرونة في التنفيذ.لأنه حتى أصغر الاختلافات في تفضيلات المستهلكين، أو عاداتهم، أو ثقافاتهم الأساسية في الأسواق المختلفة يمكن أن تحقق نجاحًا عالميًا للعلامة التجارية أو تكسرها. عند السماح بهذه المرونة، فإن الاعتبار الرئيسي هو كيف يمكن أن يؤثر وضع المنتج الحالي في سوق معينة على عروض الشركة المستقبلية. إذا كان وضع المنتج يختلف اختلافًا كبيرًا في الأسواق المختلفة، فمن المرجح أن يتم وضع أي "منتجات متابعة" بشكل مختلف أيضًا، مما يؤدي إلى زيادة التكاليف ويمكن أن يخلق مشاكل تشغيلية

الهوية البصرية في التصميم

تتكون الهوية البصرية من الاسم والشعار والخط واللون وأسلوب التوقيع، والقيم التي ترغب في نقلها. إنه أمر أساسي لعلامة تجارية أن تؤكد نفسها من خلال كل من وسائل الإعلام المطبوعة وعلى الإنترنت. وهي واحدة من الركائز الأساسية لاستراتيجية الاتصال في المنظمة. الشعار عنصر أساسي في الهوية البصرية، فهو لا يسمح بالتعرف على المؤسسة فحسب، بل جعلها في ذاكرة الزبائن على المدى الطويل. إن إنشاء شعار ليس شيئًا يجب الاستخفاف به، ومن الجيد دائمًا مقابلة المصممين المحترفين. يحدد المتخصصون في الاتصال والتصميم احتياجاتك وأذواقك وشخصيتك ويجمعونها معًا لبناء شعار قوي. وهو جزء لا يتجزأ من الهوية البصرية، بحيث يمنحك الفرصة لتميز نفسك عن المنافسين.

أهمية الهوية البصرية للشركات

اليوم، لم تعد الشركة تبني سمعتها على المنتجات أو الخدمات فقط، كما يُنظر إلى الصورة التي تنقلها على أنها مقياس لنجاحها. قبل الشروع في إنشاء هوية بصرية ، يجب عليك تحديد الأهداف الاستراتيجية لعملك بشكل دقيق.يجب أن تؤدي الهوية المرئية ثلاث وظائف أساسية:

- **يمكن التعرف عليها: كونها بسيطة وواضحة**
- **منح شخصية لعملك.**
- **ابراز شركتك بين المنافسين.**

إذا قمت بتطوير هويتك البصرية بشكل صحيح، فستجني العديد من الفوائد، بما في ذلك:

- **الوعي: كلما أصبحت هويتك أكثر تطورًا وبالتالي يمكن التعرف عليها، سينمو الوعي بعملك.**
- **التموضع: الرموز والقيم والثقافة والمشاريع. كل هذه تساعد على تشجيع وتعزيز أي تقدم داخل عملك.**
- **الموثوقية: من وجهة نظر العملاء، تخلق الهوية القوية شعورًا بالانتماء والموثوقية.**
- **الاستمرارية في السوق: سيسمح لك التحكم في هويتك بالاستجابة بسرعة وفعالية للتغييرات، وبالتالي ضمان بقاء واستمرارية مؤسستك.**
- **التوفير: الهوية البصرية المصممة جيدًا ستوفر لك الكثير من المال، بحيث لا حاجة لإعادة تصميم الرسومات باستمرار، فهويتك ستكون راسخة ومتينة**

المبادئ الأساسية في الإدارة الفعالة لـ الهوية البصرية :

- **أوجد الأرضية المشتركة.**

تبدأ الإدارة الفعالة لهوية العلامة التجارية العالمية بفهم عميلك، واحتياجاته وقيمه وثقافته في كل بلد تقوم فيه بأعمال تجارية. هذه الرؤية حاسمة في تحديد رؤية واحدة وموقف

لعلامتك التجارية في جميع أنحاء العالم.

• كن ذو صلة.

لا يمكننا المبالغة في التأكيد على أهمية الاختلاف الثقافي، وفهم كيف يمكن لعلامتك التجارية أن تتناسب مع طريقة الحياة المحلية.إن تصميم اتصالاتك وعروض المنتجات والخدمات الخاصة بك لتناسب الأعراف الاجتماعية للثقافة المحلية سيقطع شوطًا طويلاً.لضمان أنك تتعامل مع المستهلكين بالطريقة التي يقومون بها بأعمالهم، وفقًا لشروطهم، بلغتهم.في حين أنه من المهم أن تتم إدارة جهود منتجك وتسويقك واتصالاتك في إطار استراتيجية العلامة التجارية العالمية، إلا أن المرونة الإقليمية في التنفيذ أمر بالغ الأهمية.

• الاسم يؤثر على الاستراتيجية.

تعمل أسماء معينة على مستوى العالم، بينما أسماء أخرى لا تعمل. للحصول على جاذبية عالمية، كلما كان الوصف أقل كلما كان ذلك أفضل. غالبًا ما تكون الاختصارات وأسماء مؤسسي المؤسسات والأشخاص الذين يستحضرون صورًا للمواقع العالمية فعالة في كثير من الأحيان.ومن الأمثلة على ذلك BMW و LG و Gucci و Barilla. في حين أن الأسماء الوصفية جذابة بسبب المعنى المرتبط بها، إلا أنها تفقد أهميتها بسرعة وغالبًا ما يصعب نطقها في البلدان الأخرى.

• كن متسقاً ومرناً.

الاتساق يولد الألفة والثقة، ومع ذلك، تسمح المرونة بالأهمية الثقافية. إن موقفنا هو أنّ جميع العناصر المستفادة في تشكيل تصور الهوية البصرية، يجب أن يتم تنفيذها باستمرار. على الرغم من أنّ نمط الصور يجب أن يظل متسقًا، يجب أن يُسمح للهويات البصرية العالمية بالمرونة في محتوى الصور والرسائل لتكون ذات صلة في مختلف المناطق والثقافات.لدعم هذا الجهد، نشجع بشدة على إنشاء معايير هوية متاحة عبر الإنترنت ومتوفرة عالميًا.يجب أن تحدد هذه المعايير العناصر التي يجب تطبيقها بتناسق وتلك التي تسمح بالمرونة من أجل إعطاء مديري الهوية البصرية، والاتصالات الأدوات التي يحتاجونها لتنفيذ الهوية البصرية بمرور الوقت.يسمح هذا النوع من الاستراتيجيات بالمرونة مع بنية كافية لغرس الاعتراف بالهوية البصرية في جميع أنحاء العالم.

هل تعتقد أن لديك شعارا جذابا او لديك هوية بصرية قوية؟

نحن في بصمة محارف الرقمية ، نعلم أن كل عمل فريد من نوعه، ونحرص على استخدام الكلمات والألوان المناسبة لإنشاء تصميم مميز وتكوين الهوية البصرية المناسبة لعملك. لاتتردد في الاتصال بنا للحصول على رؤيتنا ونصيحتنا الفريدة، من خلال هذا

الرابط سيسعد فريقنا بمساعدتك في هذه العملية

إذا كنت ترغب في الاستعانة بأي من شركات التسويق الإلكتروني و إعلانات سوشيال ميديا المحترفة يمكنك التواصل مع فريق بصمة محارف حيث نقدم لكم مجموعة من المتخصصين في خدمات تصميم المواقع الإحترافية وخدمات السوشيال ميديا والسيو، و العديد من خدمات التسويق الرقمي المتنوعة. سارع بالتواصل معنا عبر منصاتنا الرقمية المختلفة، أو قم بزيارة موقع بصمة محارف الرسمي على الإنترنت.

□□□□□□□ □□ □□□□ □□□□□□□□ □□□□□ □□□ □□□□□□□:

التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي

ماهي العوامل الأكثر أهمية لظهور موقعك في أولى صفحات محركات البحث

دليل الشامل عن سياسة التسعير وأنواعها

دليلك الشامل عن مفهوم الترويج PROMOTION ؟

ما هو التسويق الاستراتيجي وما هي أهدافة؟

ال‌تسويق عبر محركات البحث

© 2021 Digitsmark. All Rights Reserved.