

## تصميم الهوية البصرية

الهوية البصرية هي السفير الصامت فإن أكثر العلامات التجارية نجاحاً قد فكرت أو استثمرت موارد كبيرة وصاغتھا في شكل هوية بصرية تخدم الشركة ككل

### اعرف جمهورك

تعد معرفة جمهورك أمراً ضرورياً لبناء هوية بصرية قوية، اعرف كل شيء عن جمهورك المستهدف من حيث الخصائص الديموغرافية، الجغرافية، الاهتمامات، ومتابعتهم على وسائل التواصل الاجتماعي وكلمما كنت أكثر حرص على معرفة جمهورك من حيث عاداته، وسلوكياته، ودوافع جمهورك والعمل على معرفته معرفة جيدة كلما كنت قادر على تقديم هوية بصرية لهم لا تنسى تعلق في أذهانهم

### حدد أهداف واضحة

الأهداف الواضحة ليست مهمة فقط في تخطيط الأعمال وتصميم المنتجات ولكن أيضاً من أجل تعزيز هويتك المرئية كمثال شركة "ابل" لديها هدف محددة تسعى لتحقيق دائماً أن تخلق نظاماً بيئياً كاملاً للموردين الذين يدعمون عملياتها التجارية هدفها باختصار هو الحصول على منتجات وخدمات ممتازة في فترة زمنية ضيقة بتكلفة تمثل أفضل وتقديم قيمة ممكنة لعملائها ومساهميها

### اجعلها متوافقة

الهدف من إنشاء هوية بصرية هو أنها تساعدك في إشهار علامتك التجارية والرؤيا والرسالة الخاصة بشركتك ولتحقيق التناسق قدم دليل الهوية المرئية للمساعدة الخارجية مثل مصممي الجرافيك، المصورين، والرسامين ومصممي المواقع

### التركيز على المشاعر التي تتم إبرازها

العواطف مهمة لجعل علامتك التجارية أكثر جدارة بالثقة ولا تنسى. الخطوة الأولى هي تحديد المشاعر التي تريد استحضارها بأسلوبك البصري. المخططات الملونة هي مثال على كيفية تفاعل العواطف والمرئيات

ضع في اعتبارك أن 95% من اتخاذ قرار الشراء يحدث على مستوى اللاوعي، لذلك ركز على المشاعر التي تريد إبرازها وجعلها تعلق في أذهان عملائك

### تصميم الشعار

الشعار يعتبر هو حجر الزاوية للعلامة التجارية فهو يساعد العملاء على فهم ما تفعله؟ ومن أنت؟ هذه مسؤولية كبيرة على صورة صغيرة، فتصميم الشعار يعد ضمن تصميم الهوية البصرية وهو من أكثر الأدوات المتميزة التي تجذب الجمهور، ونراعي عند تصميمه كافة القواعد النظامية حتى نقدم في النهاية شعار متوازن، مبسط، وجذاب