



SPIRAL TEAM

A new Perspective
of Creative Art

چرا طراحے برنڈبوک اہمیت دارد؟



شرکت شما با طراحی برندبوک، هویت خودش رو طراحی می‌کنه. با استفاده از برندبوک مخاطبین و کارمندان با مجموعه قوانینی که نحوه کار برند شما رو توضیح می‌ده آشنا می‌شن. برندبوکها عناصر طراحی و تجربه کاربری شرکت رو توضیح می‌دهن و مستقیماً روی کمپین‌های بازاریابی، ارتباطات، محصولات و خدمات شما تأثیر می‌ذارن. ممکنه این سند رو با عنوان "استانداردهای برند" یا "دستورالعمل‌های برند" هم دیده باشید. اما به طورکلی، برندبوک شامل رهنمودهاییه که برای عادات ارتباطی یک شرکت به کار می‌رن.

برندبوک فقط مجموعه‌ای از فونت‌ها و گرافیک‌ها نیست.

اگه قصد دارید با طراحی برندبوک فقط اطلاعات مربوط به هویت برند رو مرتب و منظم نگه دارید، خب، این نگرش می‌تونه شروع خوبی باشه. اما با این نگرش، فرصت بزرگی رو برای بهبود تجارت خودتون از دست می‌دید! یک برندبوک جامع که کاملاً شفاف و استراتژیک باشه، کارایی و سازماندهی شگفت‌انگیزی برای شرکت شما به ارمغان میاره. برندبوک نه تنها در تیم بازاریابی شما ثبات فکری و عملی ایجاد می‌کنه، بلکه سایر بخش‌ها مثل فروش، طراحی محصول و متخصصین خدمات رو در یک راستا نگه می‌داره. شاید این طور به نظر نیاد اما این کتابچه، اسرار قدرت برند شما رو توی خودش جای داده.

چرا هر برند به یک برندبوک نیاز دارد؟

فرض کنید شما تنها طراح شرکت خودتون هستید و تمام عناصر بصری مانند لوگو، وبسایت، کارت‌های بازرگانی و سایر موارد رو طراحی می‌کنید. مطمئناً همه جزئیات رو توی ذهنتون یا سیستم شخصیتون دارید. حالا فرض کنید بعد از چندین سال، یک طراح دوم استخدام می‌کنید تا بخشی از کار شما رو انجام بده. حالا این مسئولیت رو دارید که تمام راهنمایی‌های مربوط به برند را از حافظه خودتون به این شخص بیاموزید. مطمئناً این فرایند خیلی ساده‌تر میشه اگه فقط برندبوک رو بهش بدید. چون برندبوک حاوی همه چیزهاییه که این طراح جدید باید بدون: رنگ‌ها، اندازه لوگو، محل قرارگیری اون روی تصاویر، فونت‌ها و...



مزایای طراحی برندیوک برای شرکت شما
باثبات تر جلوه می‌کنید.
اعتبار ایجاد می‌کنید.
کارایی و بازده شرکت افزایش می‌یابد.

آشنایی با عناصر برندیوک معرفی برند

توی این بخش، داستانی که پشت برند شما وجود دارد رو عنوان می‌کنید. اینکه چگونه هویت بصری شرکت شما در طول زمان رشد کرده.

رهنمودهای لوگو

لوگو به عنوان مهم‌ترین عنصر در هویت بصری برند، درست مثل امضای شرکتی. برندیوک حاوی راهنماهایی مشخص در مورد رنگ‌ها، اندازه‌ها و قالب‌های بصری لوگو هست.

پالت‌های رنگی

برندیوک باید به وضوح تعیین کند که شرکت باید از چه رنگ‌هایی برای حفظ هویت خودش استفاده کند.

فونت‌ها

تگ‌لاین‌ها (برچسب‌ها)

برخی از شرکت‌ها لوگوی خودشان رو با برچسب‌های متن ترکیب می‌کنن تا در مورد بازار هدف یا نوع محصولات خودشان صحبت کنن.

کپی‌رایتینگ (نگارش محتوای تبلیغاتی)

عکس‌ها و اینفوگرافه‌ها

ساختار صفحات

سیاست‌های روابط عمومی (PR)

بایدها و نبایدها

[لینک اصلی مقاله](#)