



من الفكرة إلى البراند



دليلك الملمهي لبناء علامة
تجارية تنبض بالثقة والإبداع

www.basmatsahar.com

بقلم : بصمة سحر



محتويات الكتاب

الرقم	العنوان	الصفحة
1	<u>صفحة ترحيب</u> 🖐️	3
2	<u>المقدمة - الحلم الذي صار براند</u> ✨	4
3	<u>الفصل الأول - ولادة الفكرة</u> 💡	5 — 8
4	<u>الفصل الثاني - فهم الجمهور المستهدف</u> 🎯	9 — 14
5	<u>الفصل الثالث - الهوية البصرية لعلامتك</u> 🎨	15 — 17
6	<u>الفصل الرابع - الهوية التي تتكلم ببلغتك</u> ✍️	18 — 20
7	<u>الفصل الخامس - المحتوى الذي ينطق بروحك</u> 📖	21 — 22
8	<u>الفصل السادس - إطلاق البراند والتسويق الرقمي</u> 🚀	23 — 26
9	<u>الفصل السابع - بناء الثقة مع جمهورك</u> 🤝	27 — 29
10	<u>الخاتمة - كلمات من القلب</u> 🌹	30
11	<u>رحلة اكتشاف هوية البراند</u> 📈	31 — 35

صفحة ترحيب

مرحبًا بك... في بداية ليست
كبدائيات الكتب، بل كبداية حلمٍ يقرر
أخيرًا أن يتجسّد.



هنا لا تقرأ فقط خطوات... بل تسمع صوتًا يشبهك.
هنا لا تتعلّم كيف تُصمّم شعارًا، بل كيف تُنطق شغفك بصورة.
هنا تبدأ رحلتك من فكرة تسكن القلب، إلى براند يسكن العيون
ويصل إلى الأرواح.
إن كنت تقرأ هذه الكلمات الآن... فربما حان الوقت لتمنح فكرتك
الحق بأن تُرى، وتُحب، وتُبنى بثقة.

إلى كل من يحمل حلمًا ينتظر الولادة. أهلاً بك في رحلتك.



المقدمة

حين وُلدت الهوية من قلب الفكرة، لم تكن البداية لوحة مكتملة الأركان، بل كانت فكرة بسيطة ثراودني وسط دفاتر قديمة، ومشاعر تتوق لأن تتحول إلى شكل يُرى... وإلى بصمة.

كنت دومًا مهووسة بالتفاصيل، كل لون يحمل عندي معنى، وكل خط يرسم شعورًا مختلفًا، وبين التصميم والخيال، وُلد حلمي بأن أصنع علامة تجارية تُشبهني، تنطق بروحي، وتحمل اسمي دون كتابته حرفًا حرفًا.

أول تحدٍ كان تصميم شعاري... شعار "بصمة سحر".

قضيت ساعات طويلة أختار بين خطوط وألوان، وأحذف وأعيد، لا لأنني لا أعرف ماذا أريد، بل لأنني أردت أن يظهر جزءٌ مني على كل زاوية فيه.

كنت أبحث عن توازن بين القوة والنعومة، بين الاحتراف والبساطة، لأنني لا أصمم مجرد رمز... بل أكتب إعلان وجود.

يوم اكتمل الشعار، لم أكن بحاجة لأشرح معناه، كل من رآه قال: "يشبهك". ومن هنا بدأت الرحلة... لم يكن مجرد ملف PNG محفوظ على الحاسوب، بل كان نقطة الانطلاق لبراند أصبح صوتي في عالم المشاريع، ونافذتي نحو الثقة.

هذا الكتاب لا يقدم دروسًا تقنية فقط، بل يروي لك ما وراء المشهد، فكل فصل فيه يحمل قطعة من رحلتي، وكل فكرة هي تجربة عشتها. سواء كنت تحمل فكرة تنتظر الولادة، أو براند يبحث عن روح حقيقية... فأنا كتبت هذا الكتاب لأجلك، كي تجد خطوات تبدأ بها، ولغة تعبر عنك، وشجاعة تُطلقك نحو مشروعك الأول بثقة ومحبة.





الفصل الأول: ولادة الفكرة



كل براند عظيم كان في يومٍ ما مجرد فكرة...
فكرة نمت في عقل صاحبها، وسكنت قلبه، حتى قرر أن يمنحها الحياة.

من أين تولد الأفكار؟

تولد الأفكار من الاحتياج، من الشغف، من لحظة تأمل، أو من تجربة مررنا بها
وشعرنا أنها تستحق أن تُروى. في حالتني، لم تكن فكرة "بصمة سحر" مجرد
مشروع تصميم، بل كانت رغبة في أن أساعد الناس على التعبير عن أنفسهم من خلال
صورة، لون، ونغمة تحمل روحهم، لا نسخة مكررة من غيرهم.
"كان السؤال الأول الذي طرحته على نفسي هو: ماذا أريد أن أترك خلفي؟"
ومن هذا السؤال، بدأ كل شيء...

< كيف تبدأ فكرة مشروعك؟

1. اسأل نفسك: ما الذي أحبه؟

هل هي الألوان؟ الكلمات؟ خدمة الناس؟

2. لاحظ مشاكل السوق أو العملاء من حولك.

- ما الذي يفتقدونه؟

- هل لديك رؤية لحلها بطريقة إبداعية؟

3. اجمع شغفك مع مهارتك.

- فحين يلتقي الحب بالاحتراف، يولد مشروع قادر على الاستمرار والنمو.



👍 نصيحة سحرية:

"لا تبحث عن الفكرة الأعظم... بل ابحث عن الفكرة التي تشبهك، واعلم أن الفكرة القوية تنبع من مكان حقيقي بداخلك".

🎨 تمرين بصري: لوحة الإلهام الشخصية

أنشئ صفحة تتضمن:

- اقتباسات تلهمك
- صور من مشاريع أو أعمال تلفت نظرك
- ألوان تثير مشاعرك
- رموز تعبّر عنك (مثلاً طائر، زهرة، شكل هندسي)

استخدم أدوات مثل:

Canva – Pinterest – Milanote 🎨

🌱 هل الفكرة كافية؟

الفكرة وحدها لا تكفي إن لم تُدعم بالرغبة في العمل. فبعض الأفكار جميلة، لكنها تبقى حبيسة الخوف، فإذا شعرت أن فكرتك تُحرك فيك شيئاً، فلا تؤجل؛ لأن كل يوم تأخير هو يوم تُحرم فيه من أن ترى حلمك يكبر.

"مشروعي لم يكن كاملاً حين بدأت، لكنه كان حيّاً، وهذا أهم"



تمرين تفاعلي

اكتشف فكرتك الحقيقية

< هل تعرف ما هي فكرتك؟ أم أنك تشعر بها دون أن تراها؟
< هذا التمرين سيساعدك على تحويل إحساسك إلى فكرة جاهزة للنمو.

 الجزء الأول: أنصت لنفسك

أجب على الأسئلة التالية بصراحة:-

1. ما الشيء الذي تستمتع به وتنسى الوقت خلاله؟
2. ما المشكلة التي تراها باستمرار وتتمنى لو تم حلها؟
3. ما المجال الذي يجذبك حتى لو لم تكن خبيراً فيه؟
4. صف مشروع أحلامك في جملة واحدة.

 اكتب إجاباتك في مساحة فارغة أو على مفكرة جانبية.

 الجزء الثاني: لوحة الإلهام الشخصية

E-Marketing and Graphic Design Company

باستخدام أدوات مثل Canva أو Pinterest قم بالآتي:-





- أنشئ لوحة بـصور تلهمك (ألوان، رموز، مشاريع، تصميمات).
- أضف 3 اقتباسات تُشبهك أو تعبّر عن رؤيتك.
- اختر لونًا رئيسيًا يعكس شخصيتك.
- أرفق رمزين بصريين يمثلان حلمك (مثلاً مفتاح، زهرة، دائرة، نجمة).

💡 من الممكن أن تعلق اللوحة على حائط مكتبك أو تستخدمها كغلاف لخطّة مشروعك.

🔍 الجزء الثالث: طاقة الفكرة

فكرتك جاهزة إذا كانت:-

- ✓ نابعة من شغفك
- ✓ تحل مشكلة حقيقية
- ✓ تستطيع التعبير عنها بسهولة
- ✓ تثير فيك الحماس عند الحديث عنها

✨ إذا وجدت نفسك تقول "هذا أنا" ... مباركًا لك، هذه هي فكرتك.

E-Marketing and Graphic Design Company





🎯 الفصل الثاني: فهم الجمهور المستهدف

< لا تكفي أن تكون الفكرة مميزة إن لم تجد من ثلامسه وتخطبه، فالجمهور هو الذي يمنح البراند نبضه الحقيقي، وهو من يقرّر هل يصفي لك أم يتجاوزك.

🌱 لماذا تبدأ من الجمهور؟

العلامة التجارية ليست مجرد تصميم أو شعار أنيق، بل رسالة واضحة تصل إلى شخص معيّن، في وقت معيّن، وبطريقة تُشبهه. عندما تعرف جمهورك، تستطيع أن تلبيّ احتياجاته، وتحدث بلغته، وتكون جزءاً من عالمه وليس مجرد جهة تسوّق له.

👤 من هو عميلك المثالي؟

تخيّله كشخص حقيقي له: اسم، عمر، اهتمامات، طريقة تفكير، وحتى طريقة تفاعل على وسائل التواصل كإنستجرام مثلاً. يُسمّى ذلك بـ Buyer Persona، وهي خطوة مهمة لتحديد:

- كيف تصمم له؟

- بأي نبرة تتحدث؟

- أين تلتقي معه رقمياً؟

E-Marketing and Graphic Design Company



✨ من تجربتي في "بصمة سحر":

"كنت أرى عميلتي كما لو كانت صديقة مقربة، تحب الفن، تهتم بالبساطة، وتبذل عن مصمم يفهمها بدون تعقيد. هذه الصورة ساعدتني على بناء كل تفصيلة في علامتي".

🧠 أدوات تساعدك على فهم جمهورك

< اسأل نفسك:

- من هم الأشخاص الذين يحتاجون منتجك؟
- ما هي اهتماماتهم اليومية؟
- ما الذي يزعجهم في الحلول الموجودة؟
- استخدم أدوات مثل:

- استطلاعات Instagram Stories

- Google Forms لجمع رأي العملاء

- تحليل المنافسين عبر صفحاتهم ومنشوراتهم

✍ تمرين عملي: ارسم عميلك المثالي

أولا قم بإنشاء بطاقة شخصية تشمل:

الاسم	العمر	الاهتمامات	أكثر شي يزعجه	كيف يتفاعل



بعدها، اسأل نفسك:

- كيف يمكن أن تخدمه أنت؟

- كيف تجعل تصميمك أو خدمتك تجذب نظره من أول لحظة؟

⚠ لا تجر خلف الجميع...

البراند الذي يحاول أن يرضي كل الناس... لا يرضي أحدًا، فحين تُحدّد جمهورك بوضوح، تصبح رسالتك أعمق، وتصميمك أصدق، وحملتك التسويقية أذكى. لذا اختر جمهورك كما تختار أصدقائك... لأنك ستقضي معهم وقتًا طويلاً.

بشرة سم

E-Marketing and Graphic Design Company





تمرين عملي: ارسم جمهورك المثالي

- < لا تتحدث إلى السوق... بل تحدث إلى شخص.
- < شخص يفتح هاتفه، يرى تصميمك، ويشعر أنك تفهمه.

 الجزء الأول: بطاقة عميلك المثالي

املاً المعلومات التالية:

الإجابة (من القارئ)	البند 
	الاسم
	العمر
	الجنس / الحالة الاجتماعية
	الوظيفة / المجال
	الاهتمامات
	المشاكل اليومية
	كيف يتفاعل مع الإنترنت
/ Instagram / TikTok YouTube	أين يتواجد رقمياً؟
صور؟ فيديو؟ نصوص؟ صوت؟	كيف يحب أن يتواصل ؟



🎨 الجزء الثاني: كيف تخاطبه بصرياً؟

- ما الألوان التي قد تجذبه؟ 🎨
- هل يفضل التصميم المرحه أم الرسمية؟
- هل يحب البساطة أم التفاصيل؟
- أي نبرة لغوية تلمسه؟ (ودّية؟ محفّزة؟ احترافية؟)

✨ اكتب ملاحظاتك في هامش الصفحة أو أنشئ Moodboard صغير باستخدام Canva.

💬 الجزء الثالث: جرب التواصل

اكتب منشورًا افتراضيًا يخاطب هذا العميل، مثلاً:-

< "إلى كل من يشعر أن مشروعه لا يُشبهه... في بصمة سحر نصمم لك ما يُشبه قلبك، لا فقط منتجك".

< لاحظ كيف يمكن للكلمات، التصميم، وحتى اختيار الرموز أن تُخاطب عميلك وكأنه الوحيد الذي يقرأ.

E-Marketing and Graphic Design Company

الفصل الثالث: الهوية البصرية لعلامتك

< الهوية البصرية ليست مجرد ألوان وخطوط... إنها مرآة روح البراند، وصوت من لا يتكلم، ورسالة تُفهم بالنظرة الأولى.

🌟 ماذا تعني الهوية البصرية؟

هي كل ما يراه جمهورك عندما يواجه علامتك مثل:

- الشعار (Logo)

- الألوان الأساسية والثانوية

- نوع الخطوط والتنسيق العام

- الأنماط البصرية (رموز، زخارف، فراغات)

- حتى تغليف المنتجات أو أسلوب عرض المحتوى

< كل عنصر فيها يجب أن يقول "هذا أنا" قبل أن ينطق اسمك.

🌸 قصة بصمة سحر

حين صمّمت شعاري لأول مرة، لم أكن أبحث عن تصميم جميل فقط... بل أردته أن يحمل شيئاً مميّ: هادئ، طموح، شغفي بالتفاصيل.

اخترت درجات البيج والذهبي لأنها تنطق بالفخامة الهادئة، وقد استغرق الأمر أياماً من التعديلات، لكن عندما نظرت إليه أخيراً، شعرت بأنه يُعبّر عني أكثر من الكلمات.

📖 كيف تصمّم هوية بصرية تُشبهك؟

1. ابدأ بتحديد الجوهر والشخصية (قيم علامتك الشخصية).

- هل هي الأناقة؟ البساطة؟ الجرأة؟ الطفولة؟

- اختر 3 كلمات تصف براندك، واجعلها أساسًا لكل اختيار بصري.

2. أنشئ لوحة إلهام (Moodboard).

- اجمع صورًا، تصميمات، ألوانًا، خطوطًا، رموزًا تُثير فيك شعورًا معينًا.

- استخدم أدوات مثل: Canva – Pinterest – Milanote

3. اختر الألوان بحذر.

- كل لون له رسالة فمثلا:

- الأزرق = ثقة

- الأحمر = طاقة وجرأة

- البيج = دفء وأناقة

- الوردي = نعومة

- الذهبي = تميّز وفخامة

4. اجعل الشعار يحكي قصتك.

- لا تنس البساطة والتناسق

- جرب دمج رمز أو شكل يُشير لرحلتك أو رؤيتك

تمرين بصري: صمّم هوية تُعبّر عنك 

< أنشئ صفحة تحتوي على:-

- الرؤية البصرية العامة (شكل، ألوان، مزاج التصميم) 
- الكلمات التي تلخص هويتك 
- لوحة الألوان المختارة 
- نوع الخطوط (عصرية؟ أنيقة؟ مرحة؟) 
- الشعار أو رمزه الأولي 
- وصف مختصر: ماذا تريد لجمهورك أن يشعر عند رؤية براندك؟ 

⚠ تجنّب هذه الأخطاء:-

- نسخ هوية براند آخر دون تعديل
- اختيار الكثير من الألوان بشكل عشوائي
- استخدام خطوط لا تُقرأ جيداً
- تصميم شعار معقد لا يفهم من النظرة الأولى

< "كل نقطة، كل فراغ، كل لون... عليه أن يكون في مكانه الصحيح"



✍ الفصل الرابع: الهوية التي تتكلم بلغتك

< الهوية البصرية ليست ألوانًا وخطوطًا فقط... إنها شعور، موقف، ورحلة شخصية تُطبع على كل زاوية من تصميمك.

< كيف تولد الهوية من الداخل؟

- اسأل نفسك: من أنا؟ وما القيم التي أؤمن بها؟
- خذ وقتًا في تأمل شخصيتك، تجاربك، وحتى ذوقك في الأشياء الصغيرة على سبيل المثال كيف تختار ملابسك؟ ما نوع الفن الذي يجذبك؟
- أنشئ لوحة إلهام (Moodboard) تضم صورًا، اقتباسات، وألوان تشعر بك أنك في بيتك البصري.

♦ مثال من بصمة سحر: "حين بدأت العمل على شعار بصمتي، أردت أن يظهر فيه شيء من النعومة، القوة، والهدوء... فاخترت لون البيج الذهبي، وخط أنيق يشبه خط اليد".

< ترجمة القيم إلى عناصر تصميم، حيث أن لكل قيمة، هناك شكل بصري قادر على تمثيلها، والجدول التالي يوضح ذلك:-

E-Marketing and Graphic Design Company





القيمة الشخصية	ترجمتها البصرية
الابداع	خطوط حرة + ألوان غير تقليدية
الثقة	ألوان قوية + تناسق وتوازن
الأنوثة والنعومة	منحنيات + درجات الباستيل
الجرأة	زوايا حادة + ألوان ساطعة
الشفافية	فراغات مدروسة + وضوح الخط

✨ نصيحة: اجعل تصميمك يحكي بدون كلمات، ليشعر المتلقي بوجودك من أول نظرة!

- < استخدم قصتك لتقوية البراند
- ضع لمسات من رحلتك الشخصية داخل الهوية مثلاً، اختيار رمز يعكس بداياتك أو لون مرتبط بلحظة نجاحك الأولى.
- احك قصتك على موقعك أو في منشوراتك بصيغة إنسانية، حتى يشعر الجمهور أنك لا تباع خدمة... بل تشاركهم حلمك.

♦ لحظة فارقة: "عندما اكتمل تصميم شعاري، شعرت أنني صنعت شيئاً يُشبهني فعلاً، الناس كانوا يقولون لي 'يشبهك'... وهذه أعظم شهادة حصلت عليها"



< تطبيق عملي

تمرين شخصي: 

- اكتب قائمة بـ 5 قيم ثمّنك.
- اختر لونًا وشكلًا ورمزًا لكل قيمة.
- صمّم شعارًا أو صفحة مرئية تُعبّر عنها جميعًا.

أدوات مقترحة: 

Canva – Adobe Express – Coolors – LogoMakr

< ما الذي يجعل الهوية "تحكي"؟

- التناسق + البساطة + الصدق

“كل شيء يجب أن ينبض بلمستك... سواء الخلفيات، الرموز، أو حتى طريقة عرض المحتوى”.

E-Marketing and Graphic Design Company



📖 الفصل الخامس: المحتوى الذي ينطق بروحك

< ليس كل منشور يُقرأ، وليس كل محتوى يُحفظ... وحده المحتوى الذي يحمل روح البراند، يلمس ويُعاد مشاركته ويُحب.

✨ ما هو المحتوى الروحي؟

هو ذلك النص أو التصميم أو الفيديو الذي:

- يُحاكي لغة جمهورك
- يُجسّد قيمك وهويتك
- ويُقدّم فائدة أو إحساسًا يُشبهك

< فعندما يرى العميل محتواك، يجب أن يشعر وكأنك تتحدث إليه شخصيًا.

💡 كيف نُصمّم المحتوى بشكل مؤثر؟

1. ابدأ برسالة واضحة.

- ماذا تريد من هذا المنشور أن يقول؟

- هل الهدف هو التوعية؟ العرض؟ الإلهام؟ البيع؟

2. استخدم نبرة تناسب جمهورك.

- وديّة؟ احترافية؟

- النبرة تُحدّد كيف يُستقبل المحتوى.

3. ادمج بصمتك.

- ضع لمسة بصرية ثابتة (ألوان، خط، شكل توقيع)

استخدم اقتباسات من رحلتك أو فلسفتك



4. اجعله قابلاً للمشاركة.

- ضع عنوانًا جذابًا

- أضف "دعوة للتفاعل" مثل سؤال أو تصويت

✍️ مثلاً:

< "هل تشعر أن مشروعك لا يُشبهك؟ تعال نعيد رسمه معًا"

🎨 تمرين: صياغة محتوى يُشبهك

< اكتب منشورًا يُعرّف جمهورك على مشروعك:

- ماذا تحاول تقديمه؟

- لمن؟

- لماذا يختلف عن غيره؟

- ما أول شعور تريد أن يصل إليهم؟

ثم حولي هذا النص إلى تصميم بصري باستخدام Canva أو Adobe Express،
وركّز على التناسق البصري مع هوية علامتك.

💬 قالب جاهز لمنشور تسويقي

< هل مللت من التصميم التي لا تُشبهك؟

في "بصمة سحر"، نعيد صياغة هويتك حتى تُنطق قبل أن تُقرأ؛ لأن البراند ليس
صورة نعرضها... بل قصة نعيشها.



الفصل السادس: إطلاق البراند والتسويق الرقمي

< حان الوقت ليغادر البراند دفاتر الأفكار... ويصل إلى الناس.
< أن تطلق علامتك التجارية لا يعني فقط أن تنشر تصميمًا، بل أن تقدم رسالة واضحة على منصةٍ تُسمع وتُشاهد وتُشارك.

🎯 أول خطوة: حدد الهدف من الإطلاق

اسأل نفسك:

- هل أطلق براندي لـ :-
- تعريف الناس؟
- جذب أول عميل؟
- بناء علاقة مستدامة؟
- جعل البراند حديث المجتمع الرقمي؟

“تذكر أن كل هدف يتطلب خطة إطلاق مختلفة، وما يفيد في مشروع لا يُناسب الآخر.”

E-Marketing and Graphic Design Company



→ القنوات المناسبة لإطلاق البراند

المنصة	الفائدة
Instagram	عرض بصري أنيق + تفاعل سريع
TikTok	محتوى قصير جذاب + انتشار كبير
YouTube	فيديوهات تعليمية + سرد قصة البراند
Twitter/X	مشاركة أفكار + بناء مجتمع حوارى
LinkedIn	للتواصل المهني + عرض خلفية المشروع

✨ استخدم القنوات التي يُوجد فيها جمهورك، واصنع محتوى يُشبههم.

E-Marketing and Graphic Design Company

💡 كيف تصميم حملة إطلاق فعالة؟

1. ابدأ بالقصة:

- لماذا بدأت البراند؟
- ما الذي يجعله مختلفًا؟
- اربط الإطلاق بمشاعرك وتفاصيل رحلتك.

2. اصنع محتوى مُسبق التجهيز:

- صور - فيديو - اقتباسات - خلف الكواليس
- صمّم قالب موحد يحمل ألوان وشكل البراند.

3. حدد جدول نشر واضح:

- يوم الإعلان الرسمي
- أيام التشويق
- بث مباشر أو جلسة تفاعل في يوم الإطلاق

4. استخدم دعوة للتفاعل (CTA):

- جرّب الخدمة
- احجز الآن
- شاركنا رأيك
- تابع لمزيد من القصص

E-Marketing and Graphic Design Company

■ مثال من "بصمة سحر":

< في يوم إطلاق شعاري، نشرت صورة تجمع بين التصميم النهائي ومسودة البداية... وكتبت:

"هكذا تتحول الفكرة إلى بصمة... ومن الشك إلى ثقة"
< التفاعل كان عاطفيًا، وتضاعف عدد المتابعين في أسبوع.

🎨 تمرين عملي: خطتك لإطلاق البراند

اكتب على صفحة مستقلة:

- ما الهدف من الإطلاق؟
 - أين سوف تنشر أول محتوى؟
 - ماذا سيكون الشكل البصري؟
 - ما الرسالة الأساسية؟
 - ما الدعوة التي ستختتم بها المنشور الأول؟
- ثم صمم قالبًا باستخدام Canva يناسب هذه الرسالة بصريًا.



🤝 الفصل السابع: بناء الثقة مع جمهورك

< في السوق، يمكنك شراء الانتباه... لكنك لا تستطيع شراء الثقة، فالثقة تُمنح حين يشعر جمهورك أنك لا تخاطبهم فقط، بل تصغي إليهم، تفهمهم، وتشاركهم الرحلة.

🌱 كيف تبدأ بناء الثقة؟

1. الصدق في الرسالة.

لا تتحدث بلغة ترويجية فارغة، بل بلغة تُشبهك، تحكي قصة البراند وتوضح لماذا بدأ.

2. الوضوح في العرض.

اجعل خدماتك ومنتجاتك واضحة، بأسعار منطقية، وواعد واقعي.

3. الاستمرارية في النشر والتفاعل.

ظهورك المنتظم يجعل الجمهور يشعر أنك موجود فعلاً، لست مجرد حساب يظهر ويختفي.

E-Marketing and Graphic Design Company





🗨️ التغذية الراجعة = كنز البراند

< تذكر أن التعليقات ليست تهديداً... بل دليل على أن جمهورك يهتم ويريد الأفضل.

- اطلب آراء العملاء بصدق
- رد على التعليقات بأسلوب شخصي
- اعترف بالأخطاء إن وجدت
- طبق التحسينات بناءً على الملاحظات

🌟 التوثيق البصري والثقة

1. استخدم صوراً أصلية قدر الإمكان مثلاً (صور خلف الكواليس، لقطات من العمل، شهادات حقيقية من العملاء).

2. انشئ قسم "قصص نجاح" على موقعك أو Instagram، محتوى يبين كيف ساعدت الآخرين، من البداية وحتى النتائج.

3. ضع "بصمتك" في كل تصميم أو خدمة مثلاً (توقيعك، عبارتك الخاصة، أسلوبك في عرض المنتج) كلها تخلق ارتباطاً بشخصيتك.

E-Marketing and Graphic Design Company





تمرين: دائرة الثقة ✍️

ارسم دائرة تنقسم إلى ثلاثة مستويات:

المركز	أنا ومشروعي
الدائرة الأولى	العملاء الحاليون — كيف يشعرون؟ ماذا يحبّون؟
الدائرة الثانية	الجمهور المُحتمل — ماذا يريد؟ ماذا يُثير فضوله؟
الدائرة الخارجية	الناس الذين لا يعرفونك بعد — كيف يمكن أن تصل إليهم؟

✍️ اكتب إجراءات فعلية لجعل كل دائرة تقترب منك أكثر.

💎 تذكر دائمًا

الثقة تُبنى بصمت، لكنها تُسمع بصوت عملائك حين يقولون: "هذا البراند يُشبهني...
وُصفي لي".

E-Marketing and Graphic Design Company



بصمات من الواقع



الأنوثة والنعومة في رمز يحكي رقة براندك."



جرأة التصميم وقوة الهوية التي تفرض وجودها في السوق".



حين تنطق الألوان بالانتعاش..
بصمة بصرية تنبض بالحياة".



إبداع بصري يثير الحواس
ويجذب الانتباه من أول نظرة".

الخاتمة

< ربما تُطوى صفحات هذا الكتاب، لكن الفكرة فيه لا تُطوى؛ لأنك إن وصلت إلى هنا، فهذا يعني أنك مستعد لبناء شيء يُشبهك، لا أن تُقلّد، بل أن تُضيف.

< كل ما في هذا الكتاب هو من رحلتي ومن قلبي إليك، فاصنع علامتك، لكن لا تنس أن تطبع فيها شيئاً منك.

رسالة إلى القارئ

إلى المبدع/ة الذي حمل فكرة وانتظر أن يمنحها الحياة، إليكم هذه الرسالة...

في كل لحظة شك، وفي كل مرة شعرت أن حلمك صغير، أو أن فكرتك لا تستحق، تذكر أنني أيضاً شعرت بذلك. وها أنا أكتب لك اليوم لأنني تجاوزت تلك اللحظة، واخترت أن أصمّ شيئاً بصوتي لا بصوت غيري.

هذا الكتاب ليس فقط لتعلّم التصميم أو بناء البراند، بل كي تجد فيك من يستحق أن يرى. كل صفحة فيه تناديك أن تُطلق فكرتك، بكل ما فيها من نقص أو جمالية، وتذكر نحن معك بكل تفاصيلك.

وأخيراً أتمنى حين تطوي آخر صفحة، أن تكون أول خطوة في مشروعك قد بدأت.



رؤية البراند الخاص بي

لأن كل مشروع يبدأ برؤية تشبهنا أكثر مما نتخيل

شكل البراند في مخيلتي

كيف يبدو؟ ما إحساسه؟ ما الذي يميزه؟
يمكن تعبئته بالكلمات أو استخدامه كالوحة رسم

رسالتي للعالم

“ما الذي أريد أن أقدمه؟ ولماذا؟”

من هو هذا المشروع

لو كان البراند شخصاً.. ماذا يقول؟ كيف يتصرف؟ ما قيمه؟

E-Marketing and Graphic Design Company

“البراند ليس مجرد اسم، إنه انعكاس لصوت خفي بداخلك
يريد أن يُسمع”





كيف يبدو عميلك المثالي؟

اكتبه بعين قلبك ، لا بعين السوق فقط

ما الذي ينتظره من علامة تشبهه؟



ما الذي يزعجه دون أن يقول؟

لو رسمته كرمز بصري كيف سيبدو؟

كيف يعيش يومه؟ وأين يمكن أن

يصادف علامتك؟

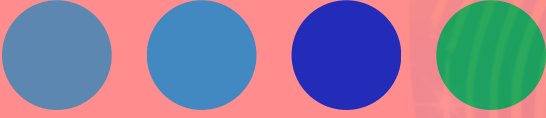
E-Marketing and Graphic Design Company

“كلما اقتربت من عميلك بصمت ... اقترب هو من علامتك بصوت”



خريطة القيم البصرية لعلامتي التجارية ما الذي أوّمن به ؟ وكيف أعبر عنه بصرياً؟

تدرجات الألوان



الكلمات التي تعبر عن قيم البراند

- دقة
- صدق
- جرأة
- فنية
- بساطة

الرموز والأشكال



القيم لا تقال .. بل تُرى



هي الإحساس الذي يتسلل من التصميم إلى القلب



نبرة الصوت

كيف أتحدث؟ وماذا أريد أن يشعر المتلقي؟

اللغة المستخدمة

مربع 2 — اللغة المستخدمة

هل نبرة صوتك بسيطة؟ رسمية؟ مرنة؟
وهل تختار كلمات يومية؟ أم تعبّر بأسلوب
أدبي؟
مثال: "أنا أكتب بأسلوب صادق وناعم...
لا أحب التعقيد"



الأسلوب العام للتواصل

كيف تريد أن يشعر من يتلقى رسائلك؟

- ودي
- تحفيزي
- احترافي
- شاعري

الرسائل المتكررة داخل البراند

ما الجمل أو الأفكار التي تكرر غالباً؟
مثلاً:

- "كل مشروع يبدأ بقصة"
- "التصميم وسيلة تعبير، لا مجرد جمال"
- يمكن ترك مساحة



نبرة الصوت ليست نفمة ...

إنها إحساس يُقال دون أن يُنطق



"أنا ومن أخطب" 🎨

"جمهوري يُشبه..."

👉 كيف تتخيلين عميلك؟ صفاته؟ مزاجه؟ ما الذي يريده فعلاً؟
مثال:

- شخص يبحث عن الإلهام الهادئ
- لا يحب التصميم المعقدة
- يُريد أن يشعر أن البراند يفهمه دون مبالغة

"أنا كصاحبة مشروع..."



👉 صفاتك الإبداعية، رؤيتك، وأسلوبك الخاص
مثال:

- أحب البساطة في التعبير
- أوّمن بالصدق والعمق
- أجد راحتي حين أشرح بالصورة أكثر من الكلام

"حين أتحدّث إليه... ماذا أقول؟"

👉 مساحة يعبر فيها القارئ عن الجملة الأولى أو الأسلوب الذي يحب أن تظهر به علامته
مثال:

- "صباح الإبداع"
- "مشروعك له روح... فلنرسمها سوياً"
- "لنك، لأنك تُحبين البساطة الراقية"

حين أفهمهم أنا... أعرف من أخطب 🌹

لهويتاي.. كما رأيتها بقلبي

كل لون، كل كلمة، وكل تمرين
... كان انعكاساً لروحي

“اكتملت الرحلة ... وبدأ الوضوح”