

06 /

العلامة من الداخل إلى الخارج

من تشخيص العمل إلى الأساس والهوية والتفعيل والحوكمة والقياس.

عبدالله نجم

Art Director · Strategic Branding Designer
Creative Direction



ابدأ هنا

هذا الكتيب للعمل، لا للحفظ فقط.

للمؤسس وصاحب العلامة وفريق التسويق الذي يريد اختيار نطاق براندنج مناسب، ثم استلام نظام يستطيع استخدامه.

ابدأ بالفصل الذي يعالج سؤالك الحالي، ثم أكمل التمرين في نهايته. اجمع الإجابات في ورقة العمل، وراجع قائمة التحقق مع من يملك القرار. المحتوى إطار للتفكير والعمل؛ أما النطاق والمدة ومعايير القبول فتُحدد بحسب كل مشروع.

03 /

راجع

ناقش الدليل والخطوة التالية.

02 /

طبّق

اكتب قرارًا مرتبطًا بمشروعك.

01 /

اقرأ

حدد الفكرة التي تخدم السؤال.

CONTENTS

داخل الكتيب

05	التشخيص يحدد المسار
06	الأساس اتفاق قبل الشكل
07	الاسم واللغة يثبتان المعنى
08	الفكرة البصرية تصبح نظامًا
10	العلامات المتعددة تحتاج علاقة واضحة
11	التفعيل ينقل النظام إلى العمل
12	الحوكمة تجعل الاستخدام مستدامًا
13	التسليم والقياس يغلقان الدورة
14	ورقة العمل
15	قائمة التحقق

01 /

افهم، ثم اختر.

القرار الصحيح يبدأ بسؤال واضح ودليل يمكن الرجوع إليه.

التشخيص يحدد المسار

حدد الجمهور والوعد والدليل والشخصية قبل اختيار لوحة ألوان. هذه القرارات تمنع الهوية من أن تصبح تجميعًا لذوق المؤسس ومراجع مختلفة. إذا كان الأساس غير واضح، ابدأ بوثيقة Brand Foundation قبل بناء النظام.

ابدأ بجدد الأصول والرسائل ومراجعة وضوح النشاط والجمهور والتموضع. قارن الأدلة لا الأذواق، ثم حدد ما يبقى وما يصلح وما يحذف وما يبني. ليس كل مشروع بحاجة إلى إعادة بناء كاملة؛ قد تكون المشكلة في التطبيق أو في حوكمة الملفات. احِمْ ما له قيمة قبل اقتراح الجديد.

طبّق على مشروعك

اكتب دليلين على المشكلة وأصلًا واحدًا يستحق البقاء.

الأساس اتفاق قبل الشكل

راجع الشعار في صورة الحساب وعلى خلفيات مختلفة، والعناوين بالعربية والإنجليزية، والصور على الهاتف. اختبر إعلانًا وصفحة منتج وتغليظًا عند الحاجة. لا يكفي أن تعمل الهوية داخل عرض تقديمي كبير.

أساس العلامة يجمع الغاية والرؤية والرسالة والقيم والجمهور والقيمة والتموضع والشخصية. ما يهم هو اتصالها: الوعد يعالج حاجة، والدليل يجعل الوعد قابلاً للتصديق، والشخصية توجه التعبير. اعتمد هذه القرارات قبل بدء الاسم أو المسارات البصرية، وسجل الافتراضات المفتوحة بدل إخفائها.

طبّق على مشروعك

اكتب: نخدم من؟ نعد بماذا؟ ما الدليل؟ لماذا نُختار؟

الاسم واللغة يثبتان المعنى

اكتب لماذا توجد القاعدة وما الذي تسمح به. ضع أمثلة صحيحة وخاطئة متجاورة، وقالبا يعمل في الحالة الفعلية. أضف حقوق الملفات وإصداراتها ومسؤول تحديثها، وليس صور تطبيقات جميلة فقط.

اختر معايير الاسم قبل اقتراح الأسماء: صلة الاستراتيجية، التميز، النطق، التذكر والتوسع. افحص العربية والإنجليزية، وسجل مراجعات التوفر مع مختص عند الحاجة. بعد الاختيار، اكتب قصة ونبرة وبيت رسالة وأمثلة. الاسم الجميل دون قواعد استخدام يعيد الفوضى إلى كل عنوان ووصف.

طبّق على مشروعك

اختر ثلاثة معايير اسم واكتب مثال نبرة بالعربية والإنجليزية.

الفكرة البصرية تصبح نظامًا

وثق الثابت والمرن، وسلم القوالب والأصول الأصلية والتصديرات. أضف أمثلة صحيحة وخاطئة وخطوات تطبيق. نجاح التسليم يظهر حين يستطيع الفريق استخدام الهوية دون طلب تفسير جديد في كل مرة.

قيّم المسارات الإبداعية بالسبب والمخاطرة وقابلية التطبيق، ثم طوّر شعارًا وخطًا ولونًا وشبكة وصورًا وقواعد. اختبر الحجم الصغير والموبايل والأبيض والأسود واللغتين. لا تجعل عرض الهوية هو المكان الوحيد الذي تعمل فيه؛ ضعها في نقاط اتصال حقيقية قبل الاعتماد.

طبّق على مشروعك

حدد ثلاث نقاط اتصال واختبارين يجب أن ينجحهما النظام.

02 /

نَفَّذْ، ثُمَّ تَعَلَّمْ.

حوّل الاتجاه إلى خطوات ومسؤوليات ومراجعة تعطي العمل
التالي سببًا أفضل.

العلامات المتعددة تحتاج علاقة واضحة

احصر الأخطاء المتكررة في الشعار والخط والصورة والمقاس والعربية. أضف حالات تحتاج قرارًا: خلفية مزدحمة، عنوان طويل، مساحة صغيرة، أو أكثر من لغة. الدليل الذي يتجاهل هذه الحالات يترك الفريق للتخمين.

إذا كانت لديك منتجات أو شركات فرعية، ارسم المحفظة قبل إضافة شعار آخر. قارن علامة جامعة وعلامات مؤيدة وعلامات مستقلة بحسب وضوح العميل وقوة العلامة الأم والتكلفة والنمو. القرار ينتج قواعد تسمية وشعار وعلاقة، ثم خطة ترحيل للأصول. لا تختَر النموذج لأنه يبدو أكثر شهرة.

طبّق على مشروعك

ارسم العلاقات الحالية وحدد موضع التباس واحد للعميل.

التفعيل ينقل النظام إلى العمل

اطلب مخرجًا من شخص لم يشارك في بناء الهوية. راجع أين احتاج سؤالاً أو خالف القواعد. أعد توضيح هذه النقاط، ثم درّب الفريق على القالب وأرشف النسخة المعتمدة مع سجل التحديثات.

رتّب الموقع والتواصل والمبيعات والفريق الداخلي بحسب الأولوية. جهز مفهوم إطلاق وأدوات نشر وجدولاً عكسيًا ومراجعة جودة. افصل شرح العلامة للفريق عن إعلانها للجمهور، وحدد التعامل مع الأصول القديمة. التفعيل لا يعني تغيير كل شيء في يوم واحد إذا كان التدرج أوضح وأقل تعطيلًا.

طبّق على مشروعك

اختر أول أربع نقاط اتصال وحدد المالك وترتيب الإطلاق.

الحوكمة تجعل الاستخدام مستدامًا

اطلب مخرجًا من شخص لم يشارك في بناء الهوية. راجع أين احتاج سؤالاً أو خالف القواعد. أعد توضيح هذه النقاط، ثم درّب الفريق على القالب وأرشف النسخة المعتمدة مع سجل التحديثات.

حدد مالك العلامة والمراجع والمعتمد ومكان الملفات المرجعية. وضح ما يحق للمستخدم تغييره في القالب وما يحتاج مراجعة. درّب المستخدم الجديد على تطبيق فعلي، وسجل الاستثناءات والنسخ. دليل لا يستطيع الفريق استخدامه ليس تسليمًا كاملاً مهما كان شكله متقنًا.

طبّق على مشروعك

حدد صاحب المرجع وصاحب الاعتماد وتمرين تدريب واحد.

التسليم والقياس يغلقان الدورة

ROAS يقارن الإيراد المنسوب بالإنفاق الإعلاني، ولا يساوي الربح. قد يتغير بسبب الخصم أو متوسط الطلب أو نموذج الإسناد. دوّن هذه العوامل، واحفظ ما تعلمته عن الجمهور بدل الاكتفاء بلقطة شاشة لرقم أعلى.

سجّل كل مخرج مرة واحدة مع نسخته وحقوقه ورابطه واعتماده، ثم تحقق من وصول المستلم. «معتمد» و«مسلم» حالتان مختلفتان. حدد خط أساس ومراجعات ضمن الاتفاق، واقرأ الوعي والفهم والثقة والاتساق والاستخدام مع العوامل الأخرى. البناء الكامل وإعادة البناء مساران بديلان؛ النطاق يختار ما يلزم ولا يجمع كل الخدمات تلقائيًا.

طبّق على مشروعك

أكمل سجل التسليم وحدد سؤال قياس واحدًا ومصدره.

WORKSHEET

ورقة العمل

اجمع قراراتك هنا. اكتب ما تعرفه وما يحتاج قرارًا أو بحثًا.

01 / المشكلة والدليل	02 / المسار: أساس / بناء / إعادة بناء / خدمة متخصصة
03 / الجمهور والتموضع	04 / القيمة والوعد والدليل
05 / اللفظ والهوية	06 / التطبيقات وخطة الإطلاق
07 / الملاك والاعتمادات	08 / الملفات والحقوق والقياس

FINAL CHECK

قبل أن تعتمد.

راجع البنود مع صاحب القرار. إذا بقي سؤال مفتوحًا، سجله وعيّن مسؤولًا لحسمه.

☐ نطاق مناسب للمشكلة

☐ أساس معتمد

☐ اسم ولغة بقواعد

☐ هوية مجرّبة على الواقع

☐ علاقات علامات واضحة

☐ تفعيل مرتب

☐ حوكمة وتدريب

☐ تسليم موثق وقياس له حدود

السؤال المفتوح / المسؤول / الخطوة التالية

NEXT STEP

من الورقة إلى المشروع.

خذ القرارات إلى قالب العملي المرتبط بالكتيب، ثم استخدمها في موجز أو مراجعة أو اجتماع اعتماد. إذا احتاجت علامتك نطاقاً أوضح، تواصل معي لبدء النقاش.

عبدالله نجم

Art Director · Strategic Branding Designer

Creative Direction

abnegm.com/templates/brand-foundation.html

abdllamohamd2@gmail.com

يعتمد كتيب البراندنج على هيكل خدمات وقوالب نظام نجم في Notion: التشخيص، الأساس، البناء، التفعيل، الحوكمة، القياس والتسليم.

Negm / Services System / Notion

© ABNEGM 2026 / النسخة العربية