

## الهوية التجارية

# المحتويات

صفات الهوية  
التجارية المميزة

عناصر الهوية  
التجارية

مقدمة

تسجيل العلامة  
التجارية

أمثلة لهويات  
تجارية

أمور هامة عند  
بناء هوية تجارية

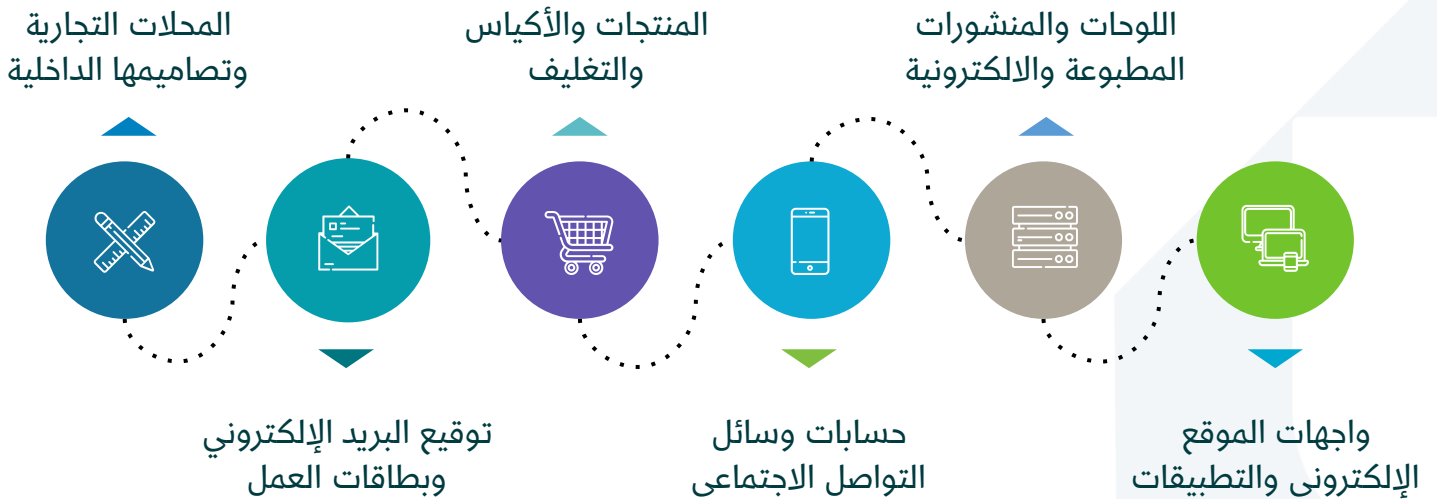
حين يُذكر مصطلح "الهوية التجارية" يتبادر لذهن معظم الناس العلامة التجارية (الرمز) وقد يضيف البعض الألوان والخطوط، لكن الحقيقة أن الهوية التجارية هي كل ما يصنع علامتك التجارية من مظهر (شعار وخطوط وألوان ... الخ)، بالإضافة إلى ما يعتقدونه الناس عن عملك التجاري وما يُقال عنه، والأسلوب الذي تستخدمه دائمًا في التواصل مع العملاء وفي التسويق (رسمي، فكاهي، ملهم... الخ)، بل وأن بعض الهويات التجارية لها صوت، أو نكهة، أو رائحة مميزة!

### أهمية الهوية التجارية:

1. تميّزك عن منافسيك في السوق
2. تقوّي ولاء عملاءك وثقتهم بك
3. تزيد من شهرة عملك التجاري
4. تجعل إعلاناتك وتواصلك مع عملاءك متسق وغير متناقض
5. تصبح منشأتك أكثر جاذبية للعمل خصوصًا للكفاءات

### استخدامات الهوية التجارية:

أكبر الشركات وأكثرها نجاحًا تستخدم هويتها التجارية من شعار وخطوط وألوان وغيرها في جميع أنشطتها التسويقية والتشغيلية، مثل:



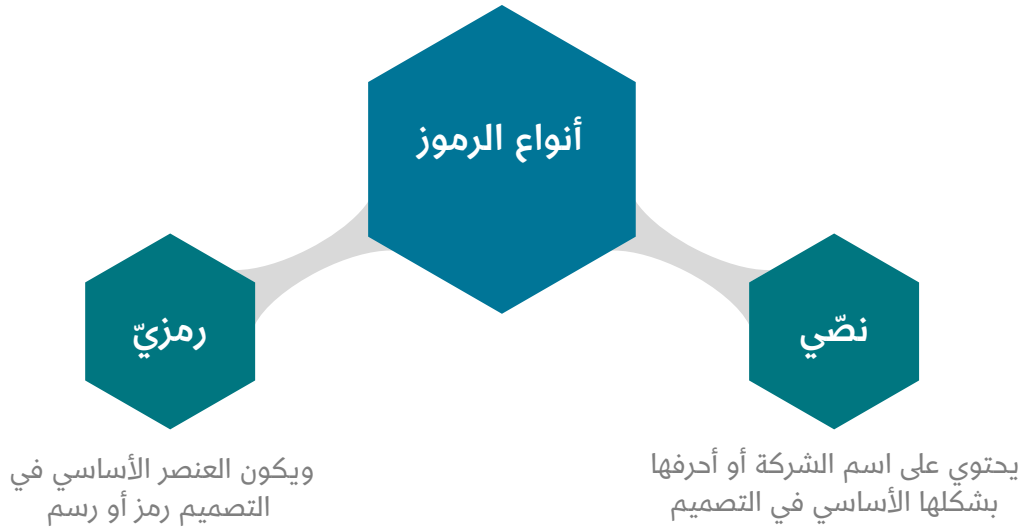
# عناصر الهوية التجارية

تنقسم عناصر الهوية التجارية بحسب حاجة العمل التجاري لها إلى قسمين: أساسية، وثنائية.

## عناصر الهوية التجارية الأساسية:

رمز (Logo):

صمم ليعكس نشاط وتوجّه وقيم الشركة، ويساعد العميل على التفريق بين الشركات، وله نوعين رئيسيين:



كما قد تكون بعض الشعارات خليط من الاثنين

الخط:

وهو خط الكتابة المستخدم بشكل رئيسي في الهوية التجارية، ولأهميّة الخط في تشكيل هوية النشاط التجاري تقوم بعض الشركات الكبرى بتصميم خطّها الخاص ويُعرف باسمها ويُذكر النَّاس بها حتى وإن كان مستخدمة من غير الشركة نفسها.

ولخط الكتابة أنواع، فمنها ما هو رسمي أو بسيط أو أنيق، ومنها ما يوحي بالابتكار والتجّد، أو المرح، أو العراقة.

الرقبي الإبداع الابهار	القوة التطور الأناقة	الاستدامة الموضوعية الحدائة	الأصالة الموثوقية الاحترام
------------------------------	----------------------------	-----------------------------------	----------------------------------

## « الألوان:

ويُقصد بها الألوان المستخدمة في الرمز والنصوص وتصميم واجهات الموقع الإلكتروني، وكل ما يصدر من الشركة من منشورات وإعلانات وغيرها. وتختار الشركات عادة ألوان أساسية وألوان ثانوية.

وللألوان دلالات، منها:

### الأحمر



يرتبط بالخطر، الحماس، والطاقة، ويحفّز التصرفات الاندفاعية.

### الوردي



يرتبط بالأنوثة والحساسية، وتمثل الدرجة الفاقعة من الوردي الشباب والشجاعة.

### البرتقالي



يرتبط بالانتعاش والحيوية والابداع وروح المغامرة.

### الأصفر



يرتبط بالإيجابية والسعادة والشغف.

### الأزرق



يرتبط بالراحة والاطمئنان، كما يوحي بالثقة.

### الأخضر



يرتبط بالطبيعة ويرمز عادة للاستدامة، وكالأزرق أيضا يوحي بالثقة.

### البنّي



يرتبط بالصدق والتواضع، ويستخدم كثيرًا مع المنتجات العضوية.

### البنفسجي



يوحي بالولاء والفخامة، كما يرتبط بالغموض.

## عناصر الهوية التجارية

الأبيض



يرتبط بالنقاء والبساطة والبراءة.

الأسود



يوحى بالأناقة والفخامة والرقى.

ويمكن دمج عدد من الألوان في الشعار، وقد يوحي ذلك بالتنوع، أو الإتحاد، أو أن الشركة تخدم الجميع.



## عناصر الهوية التجارية الثانوية:

ويختلف احتياجك لها من عدمه بحسب نشاط شركتك، ومنها ما يلي:

- نبرة الصوت (صوت العلامة التجارية)  
مباشر أو غير مباشر، رسمي أو ودّي، محفّز وملهم أو فكاهي وممتع، ... وغيرها
- الشعار (Slogan)  
وهي جملة (أو شبه جملة بالعادة) تكون رثانة وترتبط دائما بالعلامة التجارية.
- طريقة التصوير  
تُحدد بعض الشركات نمط معيّن لصورها المستخدمة في المنشورات والإعلانات.

## صفات الهوية التجارية المميزة

بارزة وتعلق بالأذهان بحيث  
يمكن تمييزها حتى دون  
ذكر اسم العلامة التجارية



مرنة وسهلة الاستخدام في  
مختلف الوسائط ومن قبل  
الموظفين ومزودي الخدمات



مميّزة ومختلفة عن المنافسين  
لجذب انتباه الجمهور



مترابطة بحيث تكمل أجزاء  
الهوية بعضها البعض لتعكس  
قيم وتوجهات الشركة



قابلة للتطوير والتوسّع  
والنمو مع نمو الشركة



# أمور هامة عند بناء هوية تجارية

## 01 قبل أن تبدأ، ادرس الهويات التجارية لمنافسيك.

مثلا، قد تكون شركتك تقنية ومعظم منافسيك يستخدمون اللون الأزرق أو الأخضر، هل تفضل الخروج عن المألوف وابتكار هوية متميزة (مع العلم أن ذلك قد يحمل بعض المخاطر) أم تفضل الالتزام بالمتوقَّع والمألوف.

## 02 ضع بعين الاعتبار إمكانية استخدام شعارك في مختلف الوسائط.

سواء كانت رقمية، حسية، إعلانات، أو منتجات، أحرص على أن يكون شعارك له أكثر من نسخة وقابلة للتطبيق في كل مكان. كإعداد شعارين مختلفين بحيث أن يكون الشعار الأول قابل للاستخدام على خلفية داكنة والشعار الثاني أن يكون قابل للاستخدام على خلفية بيضاء أو فاتحة.

## 03 البساطة أفضل.

إضافة الكثير من العناصر للشعار لا يعني بالضرورة أن الشعار أفضل، الشعارات قليلة التعقيد تُتذكر بسهولة أكثر، والشعارات المعقدة قد تكون مشتتة للناس. كما أن الشعارات الأبسط تتمتع عادة بمرونة أكبر عند توسع الشركة.

## 04 حدد عملاءك المستهدفين.

هويتك التجارية تتحدث مع عملاءك، وعليه يجب أن تكون هويتك جاذبة لهم. أفضل مصدر لمعرفة عملاءك المستهدفين هم ممثلي المبيعات وخدمة العملاء لشركتك، وكلما تواصلت مع عملاءك (عبر منافذ البيع أو مواقع التواصل الاجتماعي) بشكل أكثر كلما جمعت بيانات أكثر وبالتالي يمكنك تحديد تصور عن عملاءك.

## 05 لا تخف من إعادة بناء هوية شركتك.

على الرغم من أن الكثير من الشركات تقاوم تغيير هويتها التجارية، إلا أن أقوى الشركات قد قامت بتجديد هويتها عدّة مرات لتتماشى مع توسعها وتطورها وتغيّرات السوق.

# أمور هامة عند بناء هوية تجارية

06 يجب أن يكون لديك دليل هوية تجارية واضح.

دليل الهوية التجارية يحدد قواعد استخدام الاسم، والشعار، والخطوط، والألوان، والرموز وما لا يجب عند استخدام اسم أو شعار الشركة. من المهم تعميم هذا الدليل على جميع الأقسام والموظفين، كما أنك قد تتعامل مع مقدمي خدمات مختلفين. قد يكون الدليل عدة صفحات وقد يكون صفحة واحدة، وتنشر بعض الشركات دليل الهوية التجارية (أو الهوية البصرية) على الانترنت، يمكنك الاطلاع عليها.

## أمثلة لهويّات تجاريّة

### سابك



- رمز شركة سابك نصّي بسيط وواضح يمثل جوهر هويتها.
- ألوانها الأساسية الأزرق والأصفر، وتعكس قيم الشركة وهي: (التّحفيز، والمشاركة، والإبداع، والإنجاز)
- خط الكتابة (SABIC TYPEFACE) عصري ومتميز، يجسد سمات سابك المتمثلة في: (التعاون، والابتكار، والاعتمادية)
- شعار سابك هو "كيمياء وتواصل" ويعبّر عن هدف سابك وتركيز أعمالها.

### stc



- رمز شركة stc نصّي بالأحرف الإنجليزية (lower case) مما يعكس صورة ودية شبابية بدون تكلف، وهذا ينطبق على نبرة الصوت المستخدمة في المنشورات والإعلانات.
- ألوانها الأساسية:
- البنفسجي ويمثل الابتكار والخيال والإلهام
- الأبيض ويمثل الصّفاء والخفة والبساطة
- المرجاني ويمثل الثقة والتعاون والنشاط
- شعار stc هو "يلا نروح أبعد" كما أن للشركة نغمة موسيقية مميزة.



### المراعي



- يجمع رمز المراعي بين النوعين (نصي ورمزي)، واستُوحى رمزها من النخلة ويمثل الرمز قيم الشركة الأساسية مثل الاتساع، والتنوع، والقوة، والثبات، والجودة، والطبيعة، والغذاء.
- ألوانها الأساسية:
  - الأزرق ويمثل الثقة والاطمئنان
  - الأخضر ويمثل الطبيعة والاستدامة
- شعار المراعي هو "جودة تستحق الثقة" وهو المبدأ الذي تتبعه الشركة.

## تسجيل العلامة التجارية

قد ترغب بتسجيل اسم شركتك، أو رمزك، أو الشعار الخاص بك لحفظ حقوقك الفكرية والقانونية، مما يحميك في حال حاول أحدهم سرقتها، إضافة إلى أن العلامة التجارية بحد ذاتها تمتلك قيمة مادية تزداد مع نمو الشركة.

يمكن تسجيل العلامة التجارية من خلال موقع [وزارة التجارة](#) ومن الجدير بالذكر أنك قد تحتاج إلى تسجيل علامتك التجارية في [هيئة الملكية الفكرية](#) ويمكنك التسجيل من خلال موقع الهيئة.

منشآت  
monsha'at  
الهيئة العامة للمنشآت الصغيرة والمتوسطة  
Small & Medium Enterprises General Authority