

راهنمای جامع طراحی برند بوک اختصاصی ✓ معرفی نمونه‌های برتر

تا به حال به این فکر کرده‌اید که چگونه می‌توان با یک برند ارتباط گرفت؟ شاید باورتان نشود اما یک برند با افراد صحبت می‌کند! وسیله ارتباط برند با مردم برند بوک Brand Book است.

Brand Book تمام لوگوها، تصاویر، رنگ‌ها، فونت‌ها و اصول ارتباطی لازم را در خود جای داده و کیفیتش بر بینش مردم درباره آن تأثیر می‌گذارد. تهیه آن کار سختی نیست؛ زیرا الگوهای ویژه‌ای برای دانلود برند بوک در اینترنت وجود دارد. برای آشنایی کامل با راهنمای طراحی کتابچه برند متن را مطالعه کنید.

برند بوک یا کتابچه برند چیست؟



با راهنمای طراحی کتابچه برند همراه ما باشید. **برند بوک Brand Book** شناسنامه یک برند تجاری است که تمام هویت و چگونگی آن را برای افراد توضیح می‌دهد. به شما اجازه می‌دهد تا با نحوه عملکرد، ارزش‌ها، تایپوگرافیک، طراحی و ارتباطات یک شرکت آشنا شوید.

از آنجایی که در ارائه **آگاهی از برند** نقش کلیدی دارد آن را به عنوان DNA یا کتاب مقدس برند هم می‌شناسند!

چرا برند بوک اهمیت دارد؟

Brand Book نماد **هویت برند** است. وقتی یک کتابچه برند اختصاصی برای سازمان تنظیم شود دیگر ثابت و استخدام کارمند در جهت مشخصی انجام می‌شود و هر یک از اعضا مسئولیت خود را به درستی می‌شناسند.

این گونه وقتی افراد به شرکت وارد می‌شوند وقت زیادی برای آزمون و خطا پشت سر نمی‌گذارند و سریع‌تر با قوانین داخلی و خط‌مشی‌های شرکت انس می‌گیرند؛ برای مثال تیم مدیریت باید‌ها و نباید‌های سازمان را کامل می‌شناسد؛ تیم **بازاریابی** می‌داند باید از چه سیاست‌هایی برای جذب مشتری استفاده کند و تیم طراحی با فونت و گراف‌های مورد نیاز شرکت آشنایی کامل دارد.

به طور کلی Brand Book به ثبات و موفقیت شرکت کمک می کند؛ کارایی شرکت را افزایش می دهد و باعث ایجاد اعتماد به برند می شود؛ در یک کلام تأمین سازمان یافتگی و یکپارچگی لازم یک برند در دستان Brand Book قرار دارد!

قبل از ایجاد یک Brand Book با چه اصولی باید آشنا باشیم؟

ببینید Brand Book تمام استراتژی برند را به تصویر می کشد به عبارتی با این کتابچه می توانید بگویید **برندینگ چیست؟** چگونه می توان با این برند ارتباط گرفت، شعار تبلیغاتی آن چیست و لوگوهای آن چه خصوصیتی دارند! بنابراین در طراحی آن هم باید خلاقیت را در نظر بگیرید هم جدیت و قانونمندی لازم را رعایت کنید. نکات زیر به درک شما درباره طراحی Brand Book کمک می کند:

وجود ناظر

در طراحی برند بوک لازم است یک نفر وجود داشته باشد که از قدرت و تخصص لازم برخوردار باشد و بقیه از او حرف شنوی داشته باشند؛ به عبارتی یک نفر باید باشد که آن نفوذ لازم را روی افراد اعمال کند و بقیه به نظر او که نظر نهایی است احترام بگذارند.

تیم ورک

در طراحی *Brand Book* باید یک تیم شامل بازاریابی، طراحی، کپی رایتر و مهمتر از همه مدیریت درگیر باشند؛ هر بخش لازم است قوانین و توصیه های خود را در Brand Book در جهت رشد و ترقی شرکت اعمال کند.

خواندن همگانی Brand Book

لازم است همه کارمندان قبل از شروع به کار Brand Book را بخوانند؛ دستورالعمل های سازمان را بدانند و از ابتدای کار برای تقویت نام شرکت یا دیجیتال برندینگ تلاش کنند.

همه چیز درباره استراتژی های Brand Book

قبل از دانلود برند بوک لازم است بدانید یک Brand Book از سه بخش تشکیل شده است:

- بخش درباره برند یا اطلاعات کلی
- بخش دستورالعمل های بصری
- بخش دستورالعمل های ارتباطی

1. بخش درباره برند یا اطلاعات کلی

ببینید این بخش مهمترین بخش Brand Book است که مأموریت، ارزش ها و مخاطبان هدف را نشان می دهد و اتفاقاً همیشه افراد موقع مطالعه آن را نادیده می گیرند. چرا؟

نمی دانیم تا الان کتابچه برند شرکت های مختلف را خوانده اید یا نه؛ اما اگر دقت کرده باشید این قسمت را با متون طولانی و رسمی به زبان شرکتی تنظیم می کنند.

در حالی که شما باید تمام ابتکار عمل خود را در این بخش نشان دهید و برای ارائه اطلاعات فقط به متن اکتفا نکنید؛ می توانید از گیف استفاده کنید، تصاویر را به شکل اسلایدی نشان دهید و ویدیو به کار ببرید.

2. بخش دستورالعمل های بصری

یادتان نرود یک عکس می تواند بیشتر از 1000 کلمه ارزش داشته باشد و اطلاعات را به افراد منتقل کند. در دنیای امروز مردم بیشتر از کلمات به طرح های بصری توجه می کنند؛ پس باید در قسمت طراحی و کاربرد بازاریابی حسی سنگ تمام بگذارید.

باید از نمودارها و رنگ هایی استفاده کنید شما را از سایر برندها متمایز کند و افراد در چشم به هم زدن بتوانند شما را تشخیص دهند. این قسمت فقط به تیم طراحی مربوط نیست؛ بلکه سایر پست ها از جمله مدیر رسانه های اجتماعی و تیم بازاریابی محتوایی هم باید بدانند از چه طرح هایی لازم است استفاده کنند.

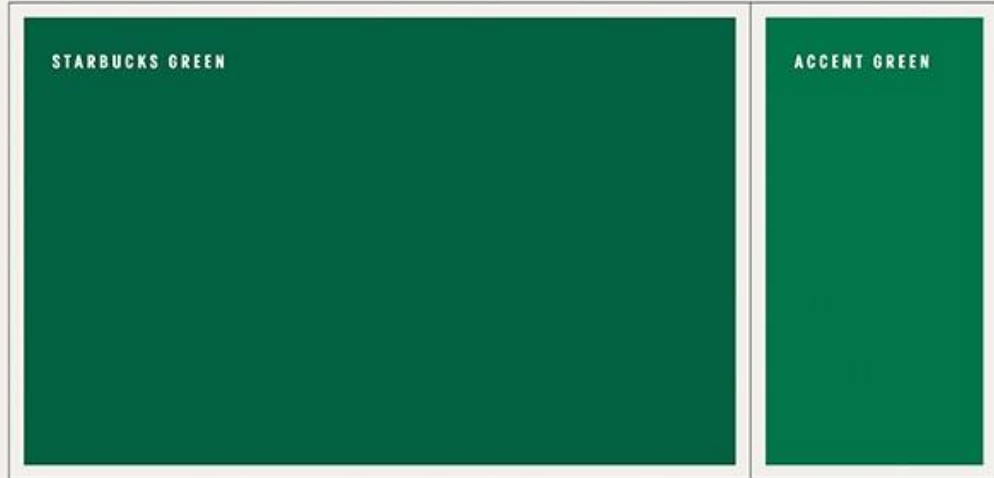
به طور کلی بخش دستورالعمل بصری در Brand Book از عناصر زیر تشکیل شده است:

- علامت تجاری که زمان، مکان و رنگ مورد نیاز برای استفاده آن را دربرمی گیرد.
- تایپوگرافی شامل فونت های شرکتی برای سرفصل های برند بوک، متون اصلی و...
- لوگوی سازمان که شامل محل قرارگیری، تغییرات ظاهری و نسبت های کاربرد آن است.
- سبک عکاسی
- شعار و عبارت تبلیغاتی
- رنگ های اصلی برند و بقیه آیکون ها

نمونه ای از کاربرد زیبایی الگوهای بصری یعنی رنگ، لوگو و تایپوگرافی را در کتابچه برند [استارباکس](#) مشاهده می کنید:



BRAND COLORS



3. بخش دستورالعمل های ارتباطی

ارتباط، عنصر مهم دیگری در Brand Book است؛ زیرا در این بخش تعیین می کنید با چه زبانی و چه لحنی که مورد تأیید شرکت باشد با افراد ارتباط بگیرید. زبان ارتباطی شما تأثیر مستقیمی در دید افراد نسبت به برندتان دارد پس باید خیلی مراقب باشید. عناصر جزوی از استراتژی ارتباطی برند بوک Brand Book است:

• زبان اصلی برند و دستور زبان شامل کلمات اختصاری و حروف

• سبک و خوانایی جملات و ساختار پست های وبلاگ

• حسن صدا مثلاً منطقی، صمیمی یا طنز

• ساختار و امضای ایمیل

• هدف و زمان ارسال پست در کانال های اجتماعی

هر آنچه باید در مورد یک طراحی برند بوک اختصاصی بدانید!

در این قسمت قرار است کامل با مقررات طراحی یک « Brand Book » آشنا شوید:

انتشار بیانیه مأموریت شرکت

هدف از انتشار بیانیه مأموریت شرکت عنوان کردن اهداف، **Service Branding**، تأثیر خدماتتان بر دنیا و تفاوت شما با رقبا است؛ در این قسمت باید بهریت سیاست های ارتباطی را به کار بگیرید تا بتوانید اشتیاق زیادی در مشتری ایجاد کنید.

انتشار بیانیه چشم اندازهای آینده شرکت

بعد از تنظیم یک بیانیه اصلی و عنوان کردن ارزش های اصلی شرکت، لازم است یک بیانیه دیگر ایجاد کنید و درباره اهداف تجاری و چشم اندازهای آینده شرکت به افراد اطلاع دهید.

این که می خواهید در چند سال آینده شرکتتان کجا باشد، چقدر برنامه های شرکت توسعه پیدا کند، چه تکنیک هایی برای رونق و گسترش خدمات دارید، برای حفظ و پایداری محیط زیست چه چاره ای می اندیشید و...

شخصیت سازی برند

پرسونال برندینگ استراتژی دیگری است که باید در Brand Book قید کنید؛ به این معنا که باید به دیگران نشان دهید لحن برخوردتان دوستانه است یا رسمی.

یک راهکار مناسب برای معرفی شخصیت برند شما بیان 3 تا 5 صفت درباره "آنچه هستید و آنچه نیستید" می باشد. افراد لحن برخورد شما را در همه ابعاد و پلتفرم های ارتباطی شما از جمله ارتباط با مشتری، ارائه خدمات حتی محتواهای دیجیتال رسانه های اجتماعی درک می کنند!

مشخص کردن مخاطب هدف

در این قسمت لازم شخصیت ایده آل خود را از خریدار مشخص کنید؛ این که خریداران شما چه جنسیتی دارند، در چه رنج سنی هستند و چه ویژگی هایی دارند که علاقه مندند محصولات شما را خریداری کنند.

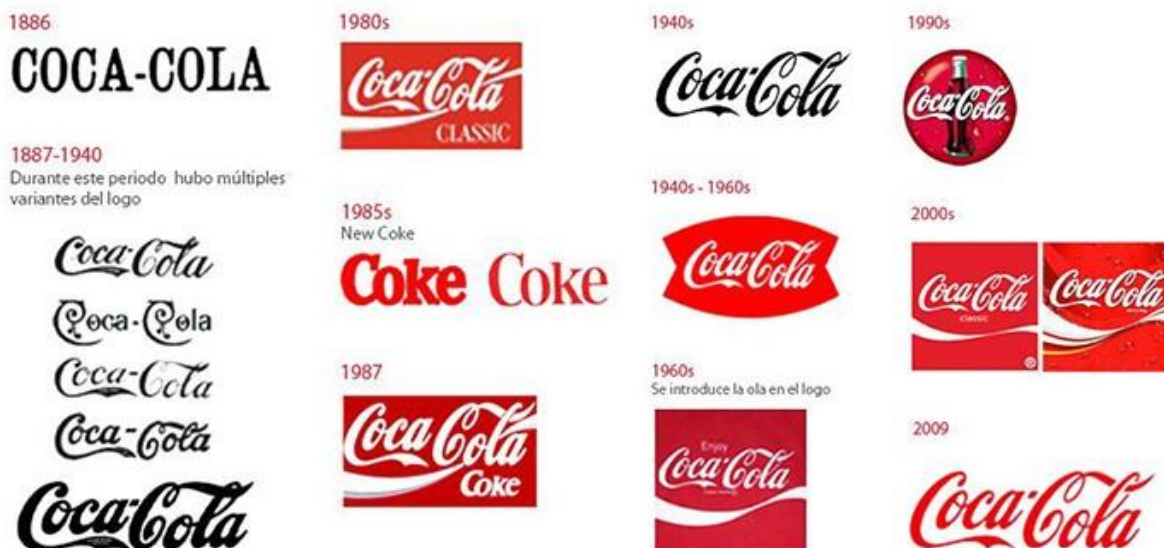


راهنمای طراحی کتابچه برند 5مرحله دارد؛ این 5 مرحله را باهم بررسی می کنیم:

1. افزودن لوگو در کتابچه برند

لوگو اولین نشانه بصری شرکت است و باید آن را در Brand Book بیاورید؛ حتی اگر چند لوگو دارید یا در طی زمان تغییراتی در لوگو ایجاد می کنید باید تمام در کتابچه قید شود تا افراد به برند شما اطمینان کنند.

باید تمام اطلاعات درباره قانون استفاده از لوگو را در کتابچه قید کنید. برای این کار می توانید از طراحان حرفه ای و باتجربه استفاده نمایید. نمونه ای از لوگوهای شرکت کوکا در زیر آمده است:



2. انتخاب طرح و رنگ منحصر برای برند

استفاده از یک پالت رنگ ثابت دارای رنگ های اصلی و فرعی در Brand Book، نحوه استفاده از رنگ های RGB و CMYK در حفظ و ثبات برند شما تأثیر اساسی دارد و باعث می شود افراد راحت تر آن را به خاطر داشته باشند.

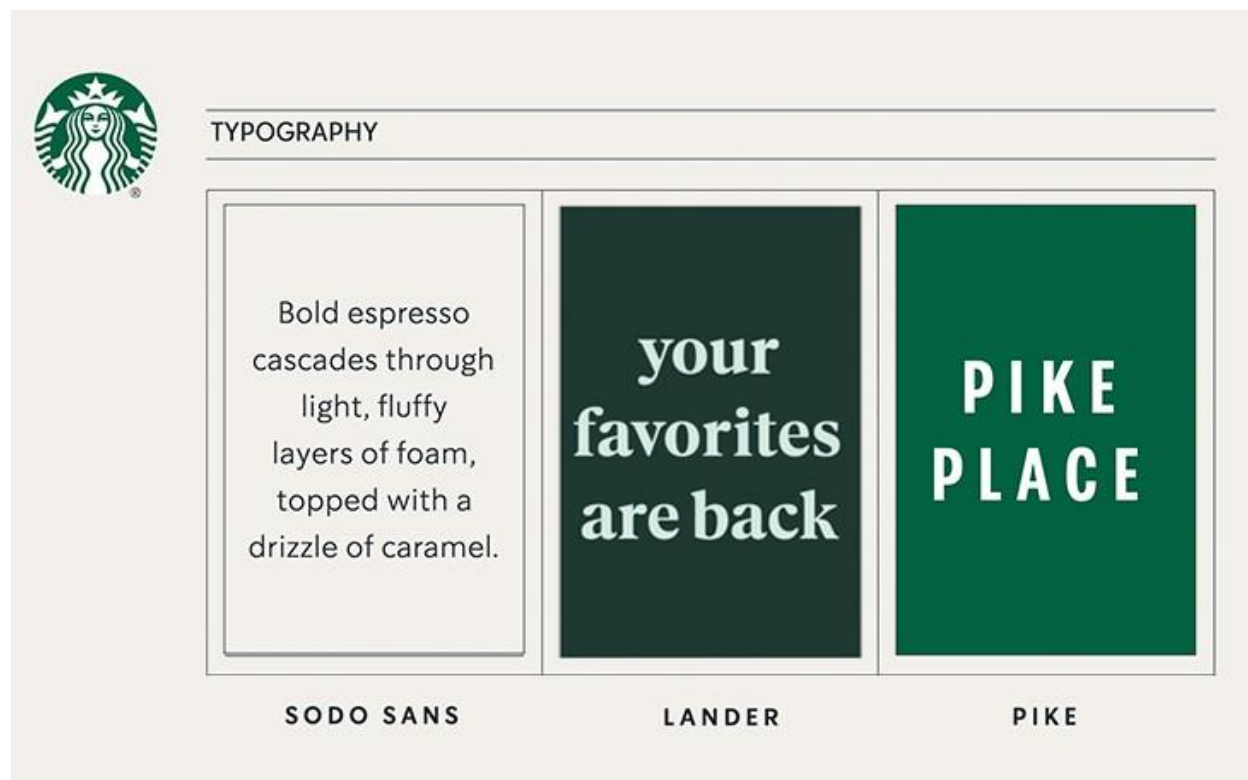
این کار تبلیغ برندینگ در فضای مجازی نقش مهمی دارد. نمونه ای تنظیم رنگ های نتفلیکس را در زیر مشاهده می کنیم:



3. آوردن تایپوگرافی منطبق در کتابچه برند

سبک تایپوگرافی نوع پرستیژ کاری و نحوه انتقال پیام را در شما نشان می دهد. لازم است در «کتابچه برند» نوع فونت هایی که استفاده می کنید، اندازه قلم و وزن فونت مشخص شود.

فونت هایی که در مقالات چاپی به کار می برید از فونت هایی که در مقالات الکترونیک در وب استفاده می کنید متمایز نمایید. نمونه ای از کار تایپوگرافی را در Brand Book استارباکس ببینید:



4. افزودن لحن صدا به کتابچه برند

نوع لحن صدا نشان دهنده شخصیت کاری، نیت و هدف شما از ارتباط با دیگران است؛ بنابراین حتماً باید در برند بوک قید شود.

سعی کنید لحن صدای خود را متناسب با برند انتخاب کنید تا بتوانید با مشتری تطابق دهید؛ مثلاً نتفلیکس که یک شرکت بزرگ فعال در Content marketing در آمریکا است از لحنی جذاب و خودمانی برای ارتباط با مشتری استفاده می کند اما اپل تکنیکی را در برقراری ارتباط به کار می برد که نشان دهنده تخصص و اعتماد است.

5. استفاده از عکس و ویدیو در کتابچه برند

آنچه به شناسایی یک برند در کوتاه ترین زمان ممکن کمک می کند استفاده از محتوای تصویری مثل عکس و ویدیو است که شانس استفاده از محصولات شما را به وسیله مشتری افزایش خواهد داد.

همچنین در تکنیک **ری برندینگ** یا بازسازی برند هم نقش اساسی دارد. جزئیات و استایل مدنظران برای عکاسی را در Brand Book قید کنید؛ این که از نور طبیعی استفاده کنید تا ظاهری شفاف و باکیفیت به محتوای تصویری در رسانه های اجتماعی به خودتان ببخشید نکته مهمی است که باید مشتری از آن آگاه شود.

تا الان تمام آنچه لازم بود برای طراحی برند بوک گفته شد؛ برای کسب اطلاعات بیشتر درباره **انواع برندینگ** و سایر مسائل بازاریابی می توانید به سایت دایان افیلیت مراجعه کنید و نگاهی به آموزش ها و بلاگ پست ها بیندازید.

نمونه کار برند بوک



بهتر است نگاهی هم به چند نمونه کار برند بوک بیندازیم. می توانید از این الگوها برای طراحی کتابچه برند خود الهام بگیرید؛ حتی اگر مایل باشید، می توانید برای «دانلود برند بوک» و گرفتن ایده جهت طراحی هویت دیداری برند کسب و کار برایمان کامنت بگذارید تا سایت های خوبی در این زمینه به شما معرفی کنیم.

بهترین الگوهای طراحی Brand Book را مشاهده کنید:

• الگوی زیبا و مدرن برند بوک



نوعی بروشور زیبا که از یک تم رنگی شیک حاوی رنگ های تیره و روشن برخوردار است. این الگو 20 طرح بندی دارد، در اندازه های A4 عرضه می شود و با نرم افزارهای InDesign و MS Word سازگاری دارد.

•الگوی مینیمال و کلاسیک Brand Book



اگر دوست دارید از بروشورهای شیک و ساده استفاده کنید الگوی مینیمال پیشنهاد خوبی برای شماست. این الگو هم 20 طرح بندی با اندازه A4 دارد و برای نسخه های Adobe CS4 کاملاً مناسب است.

•الگوی مناسب برای استارتاپ و آژانس های تبلیغاتی



این بروشورها متعادل و حرفه ای طراحی شده اند و برای Brand Book کسب و کارهای بزرگی مثل استارتاپ و آژانس متناسب هستند. از طرح بندی 20 صفحه ای با اندازه A4 برخوردارند.

• الگوی راهنمای برند مناسب برای نرم افزار InDesign



این الگوی شیک مطابق با نسخه Adobe InDesign طراحی شده است و می توانید به راحتی در محیط این برنامه الگوی منحصر به فرد خود را برای Brand Book تهیه کنید.

• الگوی متریک Brand Book

اگر دنبال یک الگوی قابل توجه برای Brand Book هستید و دوست دارید یک کتابچه جذاب و حرفه ای داشته باشید الگوی متریک را امتحان کنید. این الگو نوعی سبک مینیمال و چشم نواز به شمار می آید.

نتیجه گیری

حالا به خوبی می دانید Brand Book استارت اولیه پیشرفت یک برند و رونق کسب و کارش به شمار می آید؛ پس باید برای ایجاد یک Brand Book قوی از راهنمای طراحی کتابچه برند کمک بگیریم و دانلود برند بوک انجام دهیم تا کامل این کتابچه را بشناسیم. برای این کار آموزش و مشاوره های دایان افیلیت را فراموش نکنید.