

מדריך מיתוג למתחילים



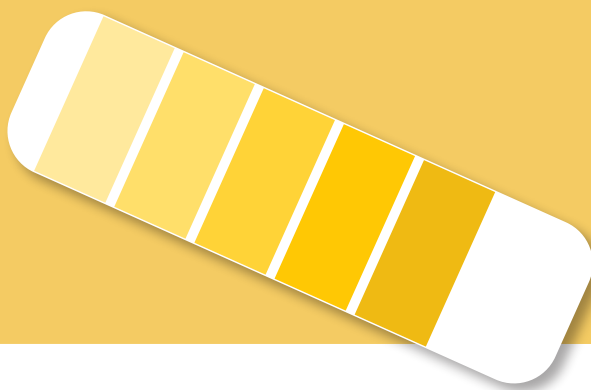
alicense.com

054 551 0008

סטודיו לעיצוב גרפי ואיור



PANTONE 3945 C



לוגו
סמליל גרפי
לוגוטייפ

לוגו הוא הסמל המסחרי של העסק, תג הזיהוי שלו. ולכן לוגו טוב יצליח להעביר בצורות פשוטות את המסר המייצג של העסק.

לוגו צריך להיות פשוט, קליט, קל לזכירה וכדאי לבדוק שהוא עובד בכל גודל גם בקטן מאוד וגם בשחור לבן.

ישנם שני סוגים של לוגו, הסמליל הגרפי או הלוגוטייפ (לוגו טיפוגרפי, הבנוי מאותיות השם) או השילוב בין שניהם.

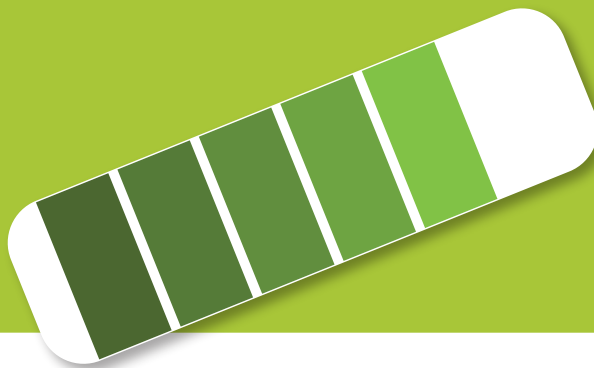
מה אתם צריכים? מחקר קצר של אופי העסק והשדה בו הוא פועל יגלה זאת.

הלוגו יופיע בכל הפירסומים שלכם, החל בניירת, כרטיס ביקור, וכלה בחתימת המייל שלכם.

אפשר וכדאי לעשות גם גרסה של הלוגו באנימציה. מה שנקרא בשפה המקצועית "לוגו נושם"



PANTONE 583 C



חותמת
כרטיס ביקור

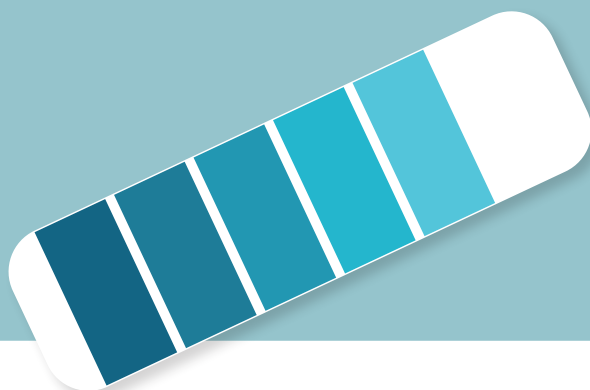
לא עבר זמנם של כרטיסי הביקור המודפסים, אבל אופיים צריך לשקף את העסק שלכם. אם העסק הוא בעל אופק עתידני או נוסטלגי או על הסקלה בניהם, יש לבחור בהתאם את החומרים מהם יהיה עשוי כרטיס הביקור. הפקות כרטיסי הביקור הן מגוונות ביותר להשקעה כספית, ושווה להקדיש לזה מחשבה בתקציב ובתפקיד הכרטיס בתוך מערך המיתוג כולו.

כמובן לכל העסקים היום צריך להיות כרטיס ביקור דיגיטלי לצד זה המודפס. הכרטיס הדיגיטלי הוא זה שיחתום כל התכתבות במייל.

יש הבוחרים להכין את כרטיס הביקור על גבי חותמת ולהטביע חותמם על מוצרי דפוס שונים לפי הצורך. פיתרון גמיש ויצירתי.



PANTONE 310 C



כל עסק המבקש מיתוג צריך להיות נוכח ברשת. אופי האתר, גודלו, היקפו ואופן הפעלתו יקבעו על פי פעילות העסק. יש עסקים שפעילותם ברשת רבה ויש הפעילים בעולם האמיתי וזקוקים רק לדימוי והצגת העסק בעולם הוירטואלי.

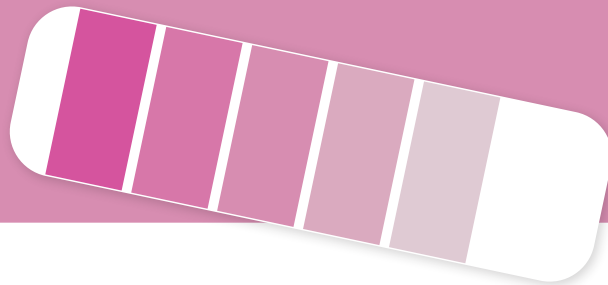
בניית האתר מתחילה ברכישת שם דומיין. שם הדומיין מתפקד כמו הלוגו, הוא מייצג את העסק. לכן רצוי שיהיה זהה לשם העסק, למרות שלא תמיד הדבר מתאפשר (במידה והשם ברשת כבר נקנה ע"י אחר). אז צריך לבחור שם קצר, זכיר, קל להקלדה שמתחבר אסוציאטיבית עם העסק שלכם ורצוי שיכלול בתוכו את תחום העיסוק של העסק, כי זה הדבר הראשון שמנוע החיפוש של גוגל קורא ולפיו מקדם את האתר.

איזה אתר אתם צריכים? על איזה מערכת לבנות אותו? שאלות חשובות ומבלבלות וככל שתשאלו מומחים תקבלו יותר תשובות מבלבלות. לכן הדבר הכי חשוב שתבדקו: איך נראית מערכת ניהול התוכן של האתר מאחורי הקלעים. האם היא קלה לתפעול? האם אתם מסוגלים לתפעל אותה בעצמכם ברמה בסיסית? ואפילו תבקשו להתנסות בכך לפני שתבחרו. אתם חייבים לשמר יכולת תפעול עצמאית ולא להיות נתמכים במעצב, או כל מומחה אחר כדי לבצע עידכונים פשוטים.

מושג חשוב נוסף: אתר רספונסיבי - העיצוב מתאים עצמו גם למסך הטלפון הנייד, הטאבלט ולא רק למחשב.



PANTONE 7431 C



צילומים
סרט תדמית

אפיון האתר הוא תהליך שתעברו עם המעצב שבחרתם ובמהלכו יבחרו עמודי התוכן של האתר ואופיים הויזואלי כחלק מהשפה העיצובית השלמה שנבחרה עבורכם.

מה שבטוח, כל אתר זקוק לצילומים. האם אתם זקוקים לצלם מקצועי או שתפעלו בשיטת עשה זאת בעצמך? מה נכון יותר? כמעצבת המופקדת על איכות האתר ושלמותו הויזואלית, אני חייבת לאמר שהתשובה היא גם וגם. חייב בעיני להיות שילוב בין צילום מקצועי, מוקפד, מתוכנן היטב ומצולם באיכות גבוהה שיוציא אתכם הכי טובים שיש, ובין צילום אישי.

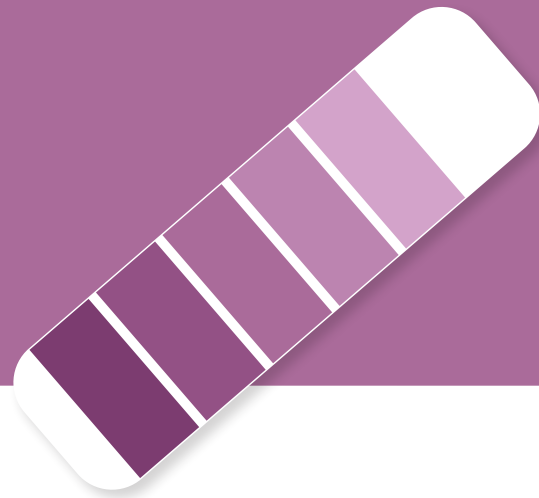
בעולם החברתי המתנהל ברשתות חשוב להראות גם את הצד היומיומי, האותנטי, הבלתי אמצעי, המשתקף מצילומי סנפשוט שנלקחים בטלפון הסלולרי.

אחד הכלים הפופולרים ביותר היום הוא סרטון התדמית שבא להציג אתכם בדקה וחצי אינטנסיביים ומתומצתים. אורך הסרטון ועריכתו המקורית הם אלו שיחזיקו את הצופה בקשב ועניין. הסרט צריך להיות מהיר, עם מסר חזק, עטוף באריזת השפה העיצובית המיוחדת לכם.

ישנם שני סוגי סרטונים: הוידאו המצולם או אנימציה גרפית (מויישן-גרפיקס) והבחירה בניהם היא חלק מהטיפול בשפה העיצובית כולה.



PANTONE 7446 C



ככל שהצד הויזואלי חשוב ומשמעותי הוא חייב ללוות תוכן איכותי. תוכן האתר, אופן חלוקתו, וכתיבתו הוא גם עניין לדיון בשעת אפיון האתר.

יש עסקים שהכתיבה היא חלק ממהות העסק ולהם קל לכתוב את הסיפור של העסק, בעוד אחרים זקוקים לעזרה של אנשי מקצוע מיומנים.

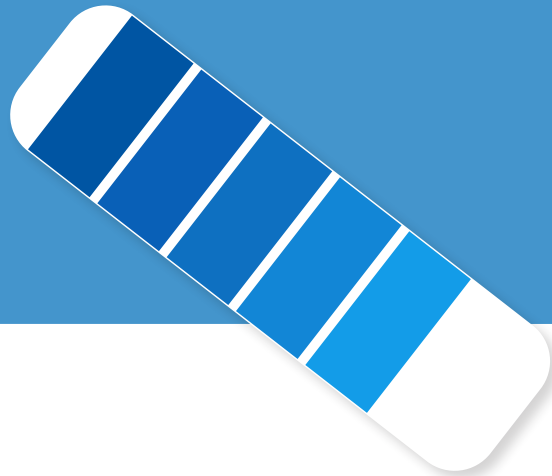
גם במקרה זה עצתי היא שילוב בן תוכן ערוך מקצועית לבין תוכן כתוב בנימה אישית, שיש לו איכויות משל עצמו.

רוב עמודי האתר מתמלאים בתוכן סטטי, שלא עובר שינויים בעוד הבלוג הוא כלי להזין תוכן חדש לאתר. תוכן חדש יהפוך את האתר פעיל ומזמין לקוראים, וגם יתועדף על ידי מנועי החיפוש של גוגל.

הבלוג הוא כלי חשוב להתרעננות מתמדת של תוכן האתר, הוא גם המקום לביטוי אישי. סגנון הבלוג ותכניו תלוי בכותב ותמיד ישנה אפשרות למנות אנשי תוכן מקצועיים לתפעל את הבלוג. בעסקים קטנים זה המקום לבעל העסק להתנסות בכתיבה יצירתית. זה המקום להבליט צדדים רגשיים הקשורים בעסק: אידאולוגיות, מניפסטים, סיפורים אישיים מרגשים - כדי ליצור הזדהות של הקוראים עם המותג.



PANTONE 660 C



כדי שתגיע תנועה אל האתר שלכם וקוראים אל הבלוג, אתם חייבים לפרסם בפייסבוק. העמוד האישי שלכם, אינו מספיק, כיוון שלפייסבוק יש חוקים מגבילים לכמות פרסום שניתן להראות בעמודים אישיים. לכן פיתחו גם עמוד פייסבוק עסקי שהעיצוב שלו הוא חלק מהמארז העיצובי הכולל של העסק.

התכנים בעמוד הזה הם אותם תכנים שיופיעו בבלוג. הפרסומים בעמוד הפייסבוק העסקי יפנו את הקוראים אל האתר.

העמוד העסקי הוא גם הדרך לתקשר עם קהל הלקוחות הפוטנציאליים, העוקב אחר העמוד. להפנות שאלות, לענות תשובות, להגיב ולהציע הטבות, מבצעים ועוד.



עכשיו משקיבלתם מושג ראשוני מהו תהליך
מיתוג עיסקי, חישובו אם אתם מוכנים לזה.

קחו בחשבון שזהו תהליך מאומץ ומאתגר
שיוביל אותכם קדימה.
היו נכונים להשקיע מזמנכם כי זה אינו
תהליך שקורה מעצמו הרחק מכם, בסטודיו
של המעצב. זהו תהליך דיאלוגי מרתק.

צאו לדרך...
שלחו לי בריפ קצר על העסק ונתאם פגישה

בהצלחה!

עליזה

לוגו
סמליל גרפי
לוגוטייפ

חותמת
כרטיס ביקור

אתר
שם דומיין
מערכת תפעול

צילומים
סרט תדמית

בלוג
תוכן איכותי

פייסבוק
עמוד עסקי