

# 1. جدول تعريف العميل والأفكار الثاقبة

مَن الذين نستهدفهم؟

مَن الذين لا نستهدفهم؟

الفئة	الحياة	ما...
		يفعله المستهلكون
		يفكّر فيه/ يعتقده/ يشعر به المستهلكون
		يريده المستهلكون

الفكرة الثاقبة الرئيسة:

## 2. جدول المنافسة والتمايز

المنافس 5	المنافس 4	المنافس 3	المنافس 2	المنافس 1	الجانب
					الرمز
					الشعار
					التموُّضِع أو الادِّعاء الرئيس
					المنتج
					الألوان
					النوع والمظهر والملمس
					النبرة والأسلوب
					السلوك

**التمايز:** اكتب ماذا يفعل المنافسون، ثمَّ ضع بياناً يوضح اختلافك عنهم.

## 3. جدول الحق في الفوز

### الروح الأساسية

لم نشأت الشركة في المقام الأول؟ وما الذي أسهم في نجاحها عند تأسيسها؟

### النجاحات في تاريخ عملها

راجع تاريخ الشركة بالكامل، من انتصارات (عندما كانت العلامة تنمو أو تكتسب حصة في السوق) وكوارث (عندما كانت تتقلص أو عندما ارتكبت أخطاء جسيمة). وقد يظهر أمامك موضوع.

### القيم

كيف تبدو الشركة حين تكون في أفضل حالاتها؟ وكيف يبدو الموظفون حين يكونون في أفضل حالاتهم؟ هذه مسألة مهمة، لا سيما للعلامات التي تعتمد اعتمادًا كبيرًا على موظفيها.

### أفضل الإعلانات

بعض الإعلانات التي قدّمت أفضل النتائج. ماذا كان محتواها؟ ولمّ حققت نجاحًا؟

### الخرافات والأساطير

ما القصة التي يرويها الناس عن الشركة ليشرحوا كم كانت عظيمة أو كيف تخطت التحديات؟

### دروس من الكوارث التي حلت بالعلامة

ماذا حصل حين ضلّت الشركة طريقها أو حتّى تعرّضت للخطر؟ إلامّ افتقرت؟

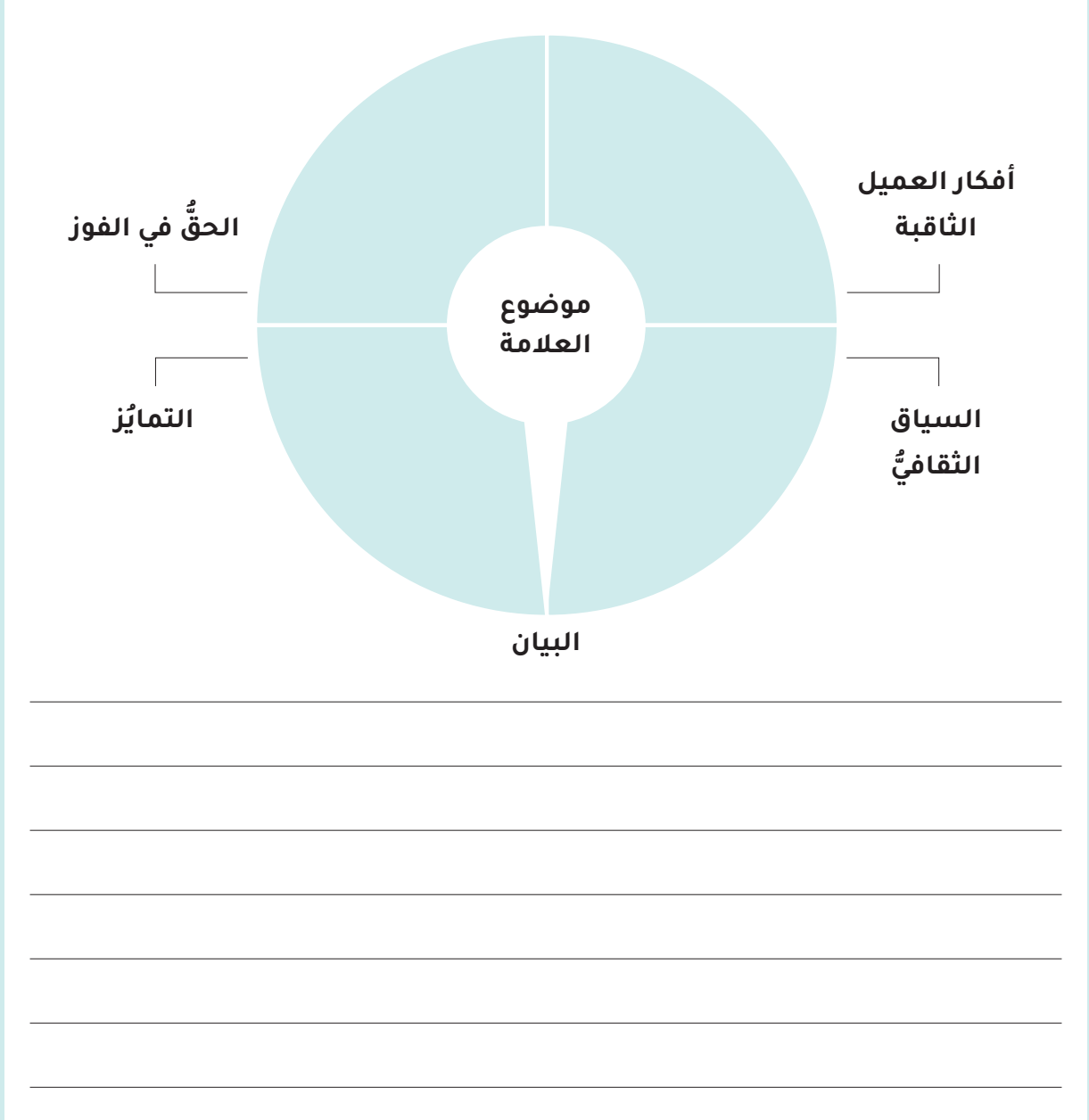
**الحق في الفوز:** بيان مختصر عمّا تقدّمه للعميل.

## 4. جدول السياق الثقافي

دليل موثوق به	ارتباطها بالعلامة	وقعها على العميل	اتجاه المرشح
			الاتجاه 1
			الاتجاه 2
			الاتجاه 3
			الاتجاه 4

السياق الثقافي: عبّر عن الاتجاه بأقوى طريقة ممكنة.

## 5. جدول موضوع العلامة وبيانها

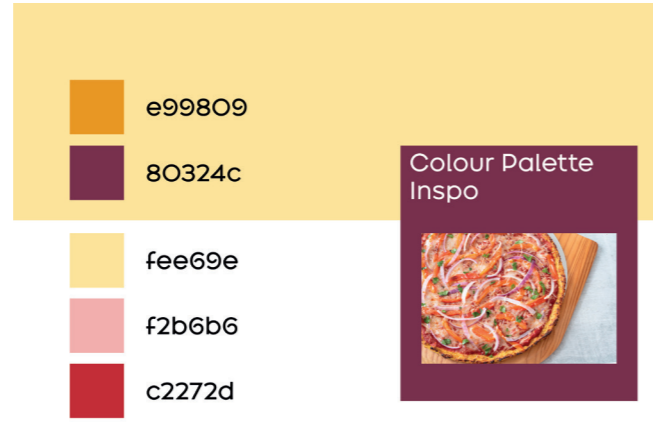


## 6. جدول الأنماط السلوكية للعلامة

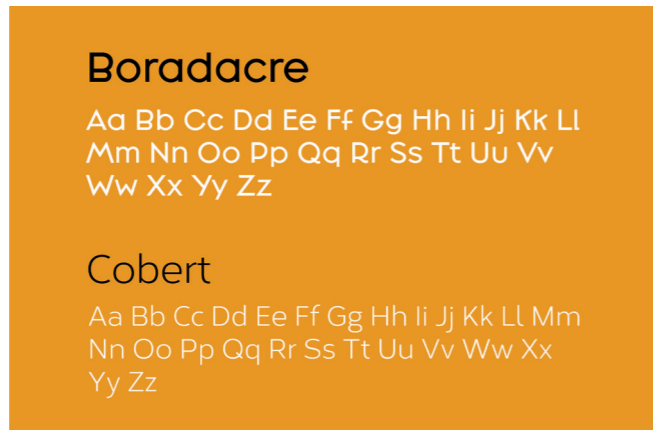
ما لا نفعله	ما نفعله	جانب العلامة
		الجانب 1
		الجانب 2
		الجانب 3
		الجانب 4
		الجانب 5
		الجانب 6

## 7. الأسهم المرئية مثال عملي لمطعم "بيتزا يونايتد"

لوحة اللون الأساسي والثانوي.



أسلوب الطباعة: خطًا  
الطباعة في العنوان  
والنص.



نمط التصوير: نبرات صامتة،  
الشمس عند الغروب، دفء  
الجو في حوض البحر الأبيض  
المتوسط.



**ملاحظات تتعلق بالمثال**  
تجد إلى اليسار قائمة الأصول التي ستحتاج إليها.  
يتوافر في إرشادات العلامة الكاملة مزيد من  
التفاصيل.

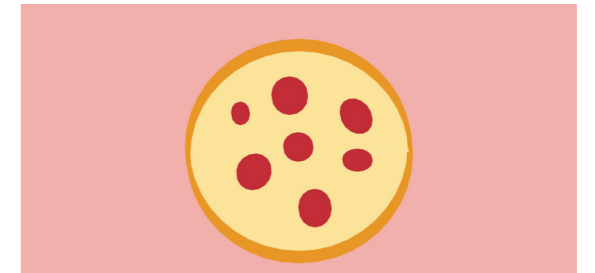
**روح التصميم**  
نمط التصوير  
أسلوب الطباعة

**الشعار والمتغيرات**  
أيقونات العلامة  
لوحة اللون الأساسي  
لوحة اللون الثانوي

الشعار الرئيس: يشير  
الحرف U إلى عجينة البيتزا  
المرقوقة، ونستخدمه أيضًا  
ليشير إلى كأس شراب. كما  
يشبه الحرف ابتسامة تجسّد  
موقفنا. متغيرات الشعار:  
معكوسة لخلفية داكنة.



أيقونات العلامة: البيتزا  
(مع العجينة المرقوقة  
التي تعطينا حرف U)، كأس  
الشراب، وصنع البيتزا  
الخاصة بك.



## 8. جدول الأسمم الحسيّة

التنفيذ	المنطق	الحاسّة
		السمع
		الشمّ
		الذوق
		اللمس



## 9. جدول النبرة والأسلوب



ستتكلّم هكذا...	.... لا هكذا
خلاصة ملهمة:	

## 10. جدول الحمض النووي للمنتج

التمييز

موضوع  
العلامة

الحق في الفوز



موضوع المنتج

بيان العلامة