



مدیریت

برند بوک و کارایی‌های آن

نویسنده: دکتر وحید ملاحسینی - مدیر آموزش و رئیس هیئت مدیره شرکت ساپا



برند بوک که با نام انگلیسی Brand Book نیز شناخته می‌شود، یک سند مرجع است که شامل تمام عناصری است که برند شما را از مبانی استراتژیک (ماموریت، چشم‌انداز، ارزش‌ها و غیره) تا هویت بصری آن (لوگوها، رنگ‌ها، تصاویر و غیره) تعریف می‌کند.

وجود برندبوک برای هر استراتژی ارتباطی ضروری است زیرا مجموعه‌ای کامل از قوانین و شیوه‌های خوب در مورد استفاده از برند شما است.

برند بوک به طور صادقانه آنچه را که برند شما را اصیل، منحصر به فرد و متمایز می‌کند بازتاب می‌دهد. بنابراین ایجاد یک شخصیت برند قوی و انتقال پیام‌های آن به صورت هماهنگ امکان پذیر می‌شود. این هماهنگی ضروری است زیرا به رسمیت شناختن نام تجاری شما و همچنین اعتماد مخاطبان شما به آن را تسهیل می‌کند تا خوشنامی شرکت خود را توسعه داده و از تصویر برند آن مراقبت کنید.

برند بوک در واقع خود خلاصه‌ای از ماهیت برند شماست. محتوای آن باید روح برند را با جزئیات، با وضوح و سبک خودش منعکس کند.

۵ هدف برند بوک را بشناسید

هدف برند بوک مربوط به ۵ هدفی است که در ادامه بیان خواهیم کرد: برای اینکه توضیح دهید که نام تجاری شما چیست، چرا وجود دارد، چگونه کار می‌کند و چه چیزی را نشان می‌دهد. برای اطمینان از ثبات در استفاده از نام تجاری در تمام

وب یا رسانه‌ها از جمله سایت اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی، اسناد تجاری، کارت ویزیت و...

هماهنگ کردن اقدامات و پروژه‌های تمام بخش‌هایی که در ارتباط با برند کار می‌کنند: فروش، بازاریابی، پشتیبانی و...

برای متحد کردن مردم حول فرهنگ و روح برند، از کارمندان گرفته تا تازه واردان، از جمله مشتریان (برند کارفرما) و...

اتخاذ ارتباطات یکسان در هر رابطه با ذینفعان خارجی از جمله ارائه دهندگان خدمات، سرمایه گذاران، مشتریان، رسانه و...

زمینه‌ها و رسانه‌های مختلف است

چگونه برند بوک خود را ایجاد کنیم؟

در ادامه مراحل تولید برند بوک برای شما توضیح داده شده است:

مرحله ۱: نام تجاری خود را معرفی کنید

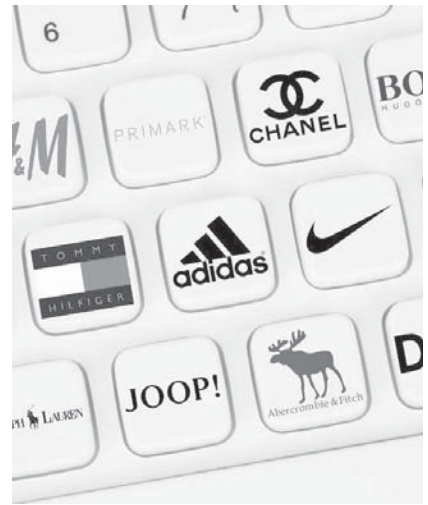
اولین قدم برای ایجاد برند بوک این است که همه چیز را برنامه‌ریزی کنید. با معرفی برند خود شروع کرده و به این سوالات که شما چه کی هستید؟ چه کار می‌کنید؟ چه ارزش‌هایی شما را هدایت می‌کنند؟ پاسخ دهید. برخی موارد در این خصوص در ادامه بیان شده است:

* **پیدایش و تاریخچه برند؛** مثال: داستان چگونگی ساخت اولین ماست یک شرکت لبنیاتی که شبیه یک حماسه واقعی است.

* **ماموریت آن؛** چه چیزی باعث وجود برند شما و چه چیزی آن را اصیل می‌کند. مثال: سلامتی را از طریق

ارائه برند بوک با فضای گرافیکی

برند بوک بیشتر از منشور گرافیکی تئوری تولید می‌شود و روی استفاده از تمام جنبه‌های گرافیکی و بصری برند متمرکز است. این شامل اطلاعاتی در مورد برند و دستورالعمل‌هایی در مورد استفاده از آن در



غذا برای هر بیشتر مردم به ارمان می‌آوریم.
*** چشم انداز آن:** دوره‌ای برای رسیدن به هدف خود مشخص کنید. مثال: تا ۲ سال آینده ما برند برتر لبنیات ایران هستیم.
*** وعده آن:** کاری که شرکت با ارائه راه حل برای یک مشکل انجام می‌دهد. مثال: لبنیات دوباره به سفره مردم بر خواهد گشت.
*** ارزش‌های آن:** معنایی که باید به هر یک از اجزای شرکت داده شود. مثال: برای جهانی سالم تولید لبنیات می‌کنیم.
*** شرح محصولات/خدمات آن و غیره:** در مورد بازتاب قبل از برندسازی خود، می‌توان با درخواست هر یک از بخش‌ها، کارمندان و تیم‌های مدیریتی در مورد آن‌ها از برند، یک کار تحقیقاتی کرد.

مرحله ۲: دستورالعمل‌های برند خود را شرح دهید
*** لوگوی برند:** یک از کلیدی‌ترین موارد هویت بصری شما، لوگو است که همیشه باید به طور یکسان نشان داده شود.
 برند بوک تمام جزئیات خود را در مفهوم لوگو و استفاده صحیح از آن ارائه می‌کند مواردی از جمله:
*** لوگو نشان دهنده یا نماد چیست؟**
*** آیا تغییراتی در آن وجود داشته است؟**
*** در چه سایتی استفاده شود؟**
*** چگونه آن را در موقعیتی قرار دهیم؟**
*** کاربردهای ممنوع چیست؟**
*** طراحی لوگو هم باید با قوانینی همراه باشد (موقعیت در رابطه با لوگو، رنگ‌های آن، اندازه آن، فاصله‌هایی**

که باید رعایت شود و غیره).

*** تایپوگرافی:** برند بوک اطلاعاتی در مورد تمام فونت‌های قابل استفاده ارائه می‌کند: فونت اصلی و فونت فرعی، اندازه‌ها و...
*** رنگ‌ها:** پالت رنگ مشخصه برند خود را در برند بوک قرار دهید تا هماهنگی در تمام رسانه‌های خود ایجاد کنید. بعدها می‌توانید آن را تغییر دهید و جایگزین‌های هر یک از رنگ‌ها را مشخص کنید.
 تعداد محدودی رنگ را انتخاب کنید تا هویت بصری شما ساده باقی بماند. ارائه نام و ارجاع دقیق رنگ‌ها با توجه به کدهای HEXA، RGB، Pantone و...
 را فراموش نکنید تا حداکثر دقت را داشته باشید.
*** تصاویر:** دستورالعمل‌هایی برای استفاده از تصاویر ارائه دهید که موضوعات زیر را پوشش می‌دهد:
 کدام عکس‌ها، تصاویر و نمادها برای برند شما مناسب هستند؟

چه چیزی را باید رعایت کرد؟

از چه رنگ‌هایی استفاده کنیم؟

چگونه لوگو و نوشته زیر آن را یکپارچه کنیم؟

*** لحن ارتباط:** لحن و سبک تحریریه نیز بخشی از شخصیت برند است که به آن امکان شناسایی می‌دهد.

آنها باید با مخاطبان شما و با توجه به اهداف مورد نظر شما و شخصیت‌های بازاریابی که تعریف کرده‌اید مطابقت داشته باشند.

مرحله ۳: کتاب را با رنگ‌های برند خود علامت‌گذاری کنید
 از طراحی استفاده کنید تا برند بوک را به عنوان یک رسانه ارتباطی تبدیل کنید.
 بازی با چیدمان، فرمت‌ها، اصطلاحات، رنگ‌ها و... به طور خلاصه، هر چیزی که جایگاه ویژه برند را مشخص کند.

مرحله ۴: دستورالعمل‌های برند را تعریف کنید
 این سند به گونه‌ای طراحی شده است که به راحتی توسط همه خوانندگان آن قابل خواندن و درک باشد، که باید درک کرد که چه چیزی برند شما را به فرد می‌کند. بنابراین برند بوک باید برند هویتی شما با سازگاری بالا و همچنین کاربر پسند باشد.

نتیجه‌گیری

حتما این دستورالعمل‌های برند بوک را برای همه بازگو کنید تا بتوانید برند بوک و دقیقی تولید شود که بازتاب‌دهنده تمامی موارد برند شما و نحوه استفاده و کار با برند شما را شرح داده است.
 در واقع برند بوک تصویر دقیق شما و اهدافی است که می‌خواهید به سمت آن بروید تا برند خود را در سطح کشور خود مطرح کنید، در نتیجه به کمک آن می‌توان تبدیل به برندی بی‌نظیر شد.