BRAND IDENTITY & GUIDELINES • FOR DESIGNERS

دليل المصمم
لبناء الهوية البصرية

من شعار لنظام كامل يعيش من غيرك



WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

ابني نظام، مش ملف

الهوية • العناصر • التطبيقات • Guidelines

WRITTEN & DESIGNED BY
MOHAMMED BAHAA

مقدمة

قبل ما نبدأ

آخر كتيّب في السلسلة

في الكتيّبات اللي فاتت اتعلّمنا كل قطعة لوحدها: اللون، والخط، والتخطيط، والشعار. الكتيّب ده بيجمعهم في حاجة واحدة اسمها **الهوية البصرية**: نظام متفق عليه، بيخلّي أي حاجة البراند يطلّعها تتعرف إنها منه، حتى لو اللي صممها حد غيرك.

وفي الآخر هنكتب كل ده في **دليل الهوية** (Brand Guidelines)، وهو الملف اللي بيخلّي النظام يعيش ويتطبق صح بعد ما تسلّم المشروع.



إزاي تقرا الكتيّب

- الفصول 1–3 للأساس: الهوية يعني إيه، وشخصية البراند، وإزاي الكلام بيتحوّل لقرارات بصرية.
- الفصول 4–11 للعناصر: الشعار، والألوان، والخطوط، والشبكة، والأشكال المساعدة، والصور، والأيقونات، والحركة.
- الفصول 12–16 للتطبيق والتوثيق: التطبيقات، وكتابة الدليل، والقوالب، وإعادة الهوية، والأخطاء.
- الفصول 17–20 للحالة الكاملة لـ "مدار"، والبراندات التانية، والتمارين، وقائمة المراجعة.
- كل البراندات والشعارات وهمية وأصلية للتدريب.

القاعدة الذهبية

الهوية الناجحة هي اللي **تتعرف من غير الشعار**. لو غطّيت الشعار في أي بوست أو علبة، والناس لسه عارفين مين صاحبها، يبقى النظام شغّال.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

فهرس

المحتويات

واحد وعشرين فصل من الأساس للتسليم

01	الهوية نظام، مش لوجو	← 4
02	الأساس: شخصية البراند وصوته	← 5
03	من الكلام للقرار البصري	← 6
04	الشعار جوه النظام	← 7
05	نظام الألوان	← 8
06	نظام الخطوط	← 9
07	الشبكة والمسافات	← 10
08	العناصر المساعدة والأنماط	← 11
09	أسلوب الصور والرسومات	← 13
10	الأيقونات	← 14
11	الحركة	← 15
12	التطبيقات الرقمية	← 16
13	التطبيقات المطبوعة والمكانية	← 17
14	كتابة الـ Guidelines	← 18
15	القوالب وتسليم النظام	← 20
16	إعادة الهوية	← 21
17	أخطاء بتتكرر	← 22
18	حالة كاملة: مدار	← 23
19	البراندات التانية	← 27
20	تمارين المصمم	← 28
21	Identity Checklist	← 29

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الأول

الهوية نظام، مش لوجو

اختبار بسيط بيقولك عندك هوية ولا لأ

الشعار علامة. الهوية **لغة**: ألوان وخطوط وأشكال وصور وطريقة كلام متفق عليها، بتتكرر بنفس القواعد في كل مكان، لحد ما الناس تتعرف على البراند من أي حتة فيها.



✓ من النمط والألوان والخط، عارف إنه "مدار"



✗ من غير الشعار، ممكن يبقى أي حد

الهوية بتحل إيه؟

التعرّف

الناس تعرفك بسرعة وسط الزحمة، حتى من غير ما تشوف الاسم.

الثقة

الثبات بيدّي إحساس إن البراند منظم ومحترم ومش بيتغيّر على مزاجه.

السرعة

الفريق مش بيبدأ من الصفر كل مرة؛ القواعد والقوالب جاهزة.

مثال من الشغل

كافيه عنده شعار حلو، بس كل بوست بيعمله مصمم مختلف بستايل مختلف. بعد سنة، الناس فاكرة الكافيه بس مش فاكرة شكله على السوشيال. لما اتعمل نظام (لونين، خط واحد، إطار ثابت للصور، وشكل الفنجان كعنصر مساعد)، البوستات بقت تتعرف من أول نظرة حتى لما الشعار صغير.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

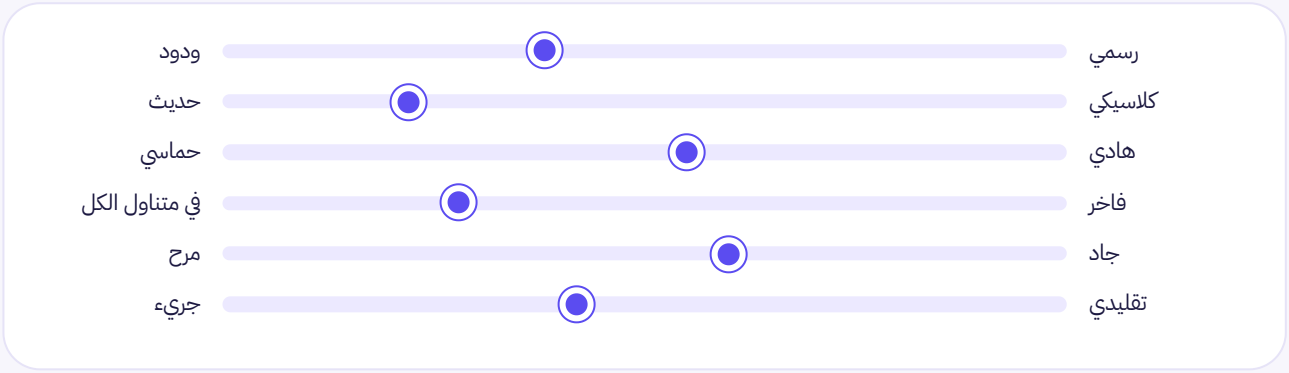
الفصل التاني

الأساس: شخصية البراند وصوته

قبل أي لون أو خط، لازم نعرف بنصمم لمين

الشخصية على مقاييس

بدل كلمات عامة زي "عصري ومميز" اللي بتنطبق على أي حد، حط البراند على مقاييس بين صفتين متعاكستين. ده مثال لـ "مدار":



الرسالة في جملة

"فلوسك توصل لأي حد، في ثانية، ومن غير قلق."

الوعد اللي كل حاجة في الهوية لازم تخدمه

الصوت: إزاي البراند بيتكلم

	بنقول	مش بنقول
إشعار نجاح	وصلت الفلوس لأحمد ✓	تمت عملية التحويل بنجاح إلى المستفيد.
خطأ	الرصيد مش كفاية. تحب تشحن؟	خطأ 402: رصيد غير كافٍ.
إعلان	ابعت في ثانية. ولا قرش رسوم الشهر ده.	أقوى عرض في السوق!!! لا تفوّت الفرصة!!!

الصوت جزء من الهوية زي اللون بالظبط. لو الشكل ودود والكلام رسمي جاف، الناس هتحس بتناقض.

الفصل التالت

من الكلام للقرار البصري

كل صفة لازم تبان في عنصر، وكل عنصر ليه صفة

ده أهم جدول في المشروع، لأنه بيربط الاستراتيجية بالتصميم. لما العميل يسأل "ليه الأزرق ده؟" أو "ليه الدواير؟"، الإجابة هنا.

الصفة	القرار البصري	فين بيبان
آمن	تيل غامق كلون أساسي، ومساحات منظمة، وتباين عالي.	الأزرار، الإشعارات، الشاشات الحساسة.
سريع	النقطة المتحركة، وخط هندسي، وحركات قصيرة.	الشعار، التحميل، الإعلانات.
قريب	مرجاني دافي كإبراز، ولغة عامية بسيطة، وزوايا مدوّرة.	الكروت، السوشيال، الإيميلات.
حديث	أشكال مبنية على دواير، وفراغ كتير، وأيقونات خط واحد.	كل التطبيقات.



آمن



سريع



قريب



حديث

قاعدة

لو فيه عنصر في الهوية مش قادر تربطه بصفة، يا إما الصفة ناقصة من الأساس، يا إما العنصر زيادة.

تمرين سريع

خد أي هوية شغلت عليها، واعمل الجدول ده بأثر رجعي. هتكتشف عناصر مالهاش سبب، وصفات مفيش حاجة بتعبّر عنها.

الفصل الرابع

الشعار جوه النظام

الشعار نقطة البداية، والنظام بيكمّل

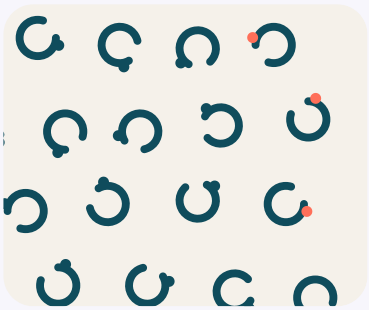
كل تفاصيل تصميم الشعار موجودة في كتيّب الشعارات. هنا بنتكلم عن **دور** الشعار جوه الهوية: إمتى يكون البطل، وإمتى يقعد على جنب ويسيب العناصر التانية تتكلم.



الشعار بطل: غلاف، لافتة، شاشة البداية



الرمز لوحده: أيقونة، بروفايل، ختم



الشعار مصدر للعناصر: نمط وأشكال

قواعد وجود الشعار

- **مكان ثابت:** حدد ركن أو مكانين للشعار في كل التطبيقات (مثلًا فوق يمين أو تحت شمال)، وماتغيّرهوش كل مرة.
- **مرة واحدة:** الشعار يظهر مرة واحدة في التصميم. لو محتاج تكرار، استخدم النمط أو العناصر المساعدة.
- **مش دايمًا كبير:** لما الشعار يبقى صغير وواثق، العناصر التانية هي اللي بتعمل الشخصية.
- **النسخة الصح للمكان:** أفقي، رأسي، رمز، أيقونة؛ زي ما شرحنا في كتيّب الشعارات.

انتبه

العميل غالبًا عايز الشعار يكبر في كل حاجة. اشرحله إن الناس بتتعرف على البراند من **تكرار النظام**، مش من حجم اللوجو. اللوجو الكبير في كل بوست بيخلّي الحساب يبان إعلانات.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الخامس

نظام الألوان

مش باليت وخلاص؛ أدوار ونسب وأزواج مسموحة

تيل حبر · أساسي	سماوي · مساند	مرجاني · إبراز	رملي · خلفية	ليلي · نص
#0F4C5C	#8FD3E8	#FF6F59	#F5F1EA	#10222B

النسب في التصميم



النسب دي تقريبية لأي تصميم من الهوية: الرملي والأبيض هما المساحة، والتيل هو الشخصية، والمرجاني نقطة صغيرة بتلفت النظر. لو المرجاني كبر، البراند هيفقد هدوءه.

الأزواج المسموحة (محسوبة)

عينة	الزوج	التباين	الحكم
نص	نص على خلفية	14.5:1	مسموح
نص	أبيض على الأساسي	9.5:1	مسموح
نص	نص على الإبراز	6.0:1	مسموح
نص	أبيض على الإبراز	2.7:1	ممنوع
نص	نص على السماوي	9.8:1	مسموح

في الدليل اكتب

لكل لون: اسمه ودوره، وقيمه بـ HEX / RGB / CMYK / Pantone، ونسبته التقريبية، والأزواج المسموحة للنص. وكمان السلّم اللوني (50–900) لو فيه منتج رقمي، زي ما شرحنا في كتيّب الألوان.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل السادس

نظام الخطوط

خطين، ستة مستويات، وقواعد واضحة

ابعت في ثانية	Display Alexandria 800
تحويلاتك كلها في مكان واحد	H1 Alexandria 700
آخر العمليات	H2 Alexandria 600
حوّل لأي رقم موبايل، والفلوس توصل في ثواني من غير رسوم مخفية.	Body IBM 400
آخر تحديث من دقيقتين	Caption IBM 500
8,420.50 EGP	Numbers Poppins 600

الخط	الدور	ملاحظة
Alexandria	العناوين والإعلانات	نفس روح الشعار الهندسية؛ أوزان 600–800.
IBM Plex Sans Arabic	النص والواجهات	مريح في القراءة الطويلة والأحجام الصغيرة.
Poppins	الأرقام والنص اللاتيني	أرقام واضحة ومتساوية في الجداول.
Tahoma	خط بديل للمستندات	متوفر على أغلب الأجهزة للعروض والفواتير الداخلية.

في الدليل اكتب

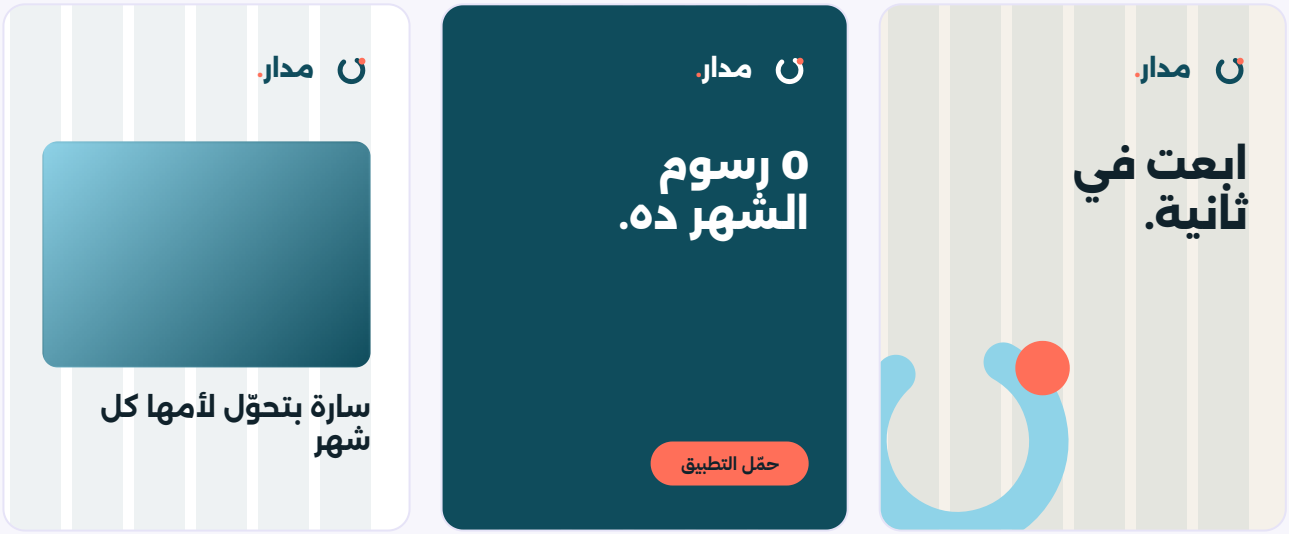
لكل مستوى: الخط، والوزن، والحجم (شاشة وطباعة)، والمسافة بين الأسطر، واللون. واكتب الخط البديل، وروابط الرخص. التفاصيل كلها في كتيّب الخطوط.

الفصل السابع

الشبكة والمسافات

نظام واحد بيتطبق على كل وسيط

الوسيط	الشبكة	الهامش	المسافات
بوست 4:5	6 أعمدة	80px	سلّم 8
ستوري	4 أعمدة	80px + مناطق آمنة	سلّم 8
موبايل	4 أعمدة	20	4 / 8 / 16 / 24
موقع	12 عمود	80+	8 / 16 / 24 / 48 / 96
مطبوعات A4	6 أعمدة	15 ملي + 3 نزف	مضاعفات 4 ملي



تلات بوستات مختلفة... نفس الشبكة، ونفس مكان الشعار والعنوان

نصيحة

الشبكة في الهوية مش لازم تتشاف، بس لازم تتكتب. حط في الدليل صفحة لكل وسيط فيها الشبكة مرسومة فوق مثال حقيقي.

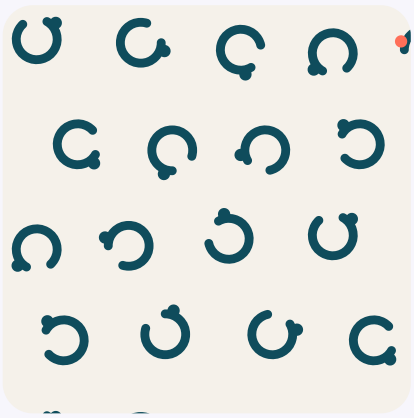
BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التامن

العناصر المساعدة والأنماط

أشكال طالعة من الشعار، بتخلّي الهوية تتعرف من غيره

أقوى الهويات بتطلّع من الشعار **عنصر واحد أو اتنين** وتستخدمهم في كل حتة: نمط، أو شكل، أو خط، أو قص للصور. في "مدار" العناصر جاهزة من الشعار نفسه: **الحلقة** و**النقطة**.



نمط الحلقات: خلفيات وتغليف



مدارات ونقط: خلفيات الإعلانات



الرمز مكبّر ومقصوص من الحافة

أنواع العناصر المساعدة

النوع	مثال	فين
نمط (Pattern)	تكرار الرمز أو جزء منه.	تغليف، خلفيات، ورق هدايا، زي.
شكل حاوي (Container)	الدايرة أو المستطيل المدوّر اللي بيتحط فيه الصور والنصوص.	السوشيال، الموقع، الإعلانات.
خط أو مسار	المسار الدايري كخط بيوصل بين العناصر.	الإنفوجرافيك، الخرايط، الحركة.
نقطة الإبراز	النقطة المرجاني لتمييز رقم أو كلمة.	العناوين، الإشعارات، الأسعار.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الشكل الحاوي للصور

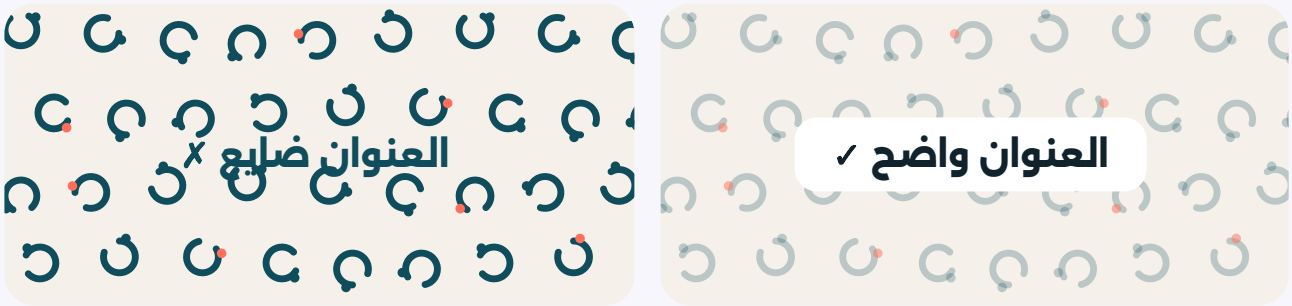


دايرة كاملة | دايرة بركن مفتوح (من الحلقة) | مستطيل مدوّر

اختار **شكل واحد** للصور وثبّته. الشكل التاني (دايرة بركن مفتوح) طالع من فتحة الحلقة في الشعار، فبيربط الصور بالبراند من غير ما تحط الشعار عليها.

قواعد استخدام العناصر

- العنصر المساعد **بيدعم** المحتوى، مش بينافسه. لو العنوان مش باين بسبب النمط، خفّف النمط.
- استخدم عنصر واحد أساسي في التصميم الواحد، مش كل العناصر مع بعض.
- حدد في الدليل: الأحجام المسموحة، والألوان، والشفافية، والأماكن، وأمثلة صح وغلط.
- العناصر لازم تشتغل بلون واحد كمان (للطباعة والتطريز والحفر).

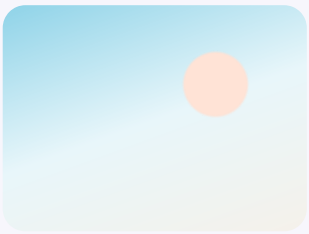


الفصل التاسع

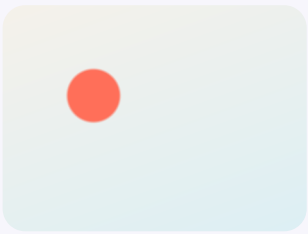
أسلوب الصور والرسومات

الصور بتتكلم أكتر من أي عنصر تاني

ممكن يبقى عندك أحلى باليت وخط، والهوية تتبهدل بسبب صور ستوك عشوائية. عشان كده الدليل لازم يحدد **أسلوب** الصور: مين فيها، بتعمل إيه، الإضاءة شكلها إيه، والألوان رايحة فين.



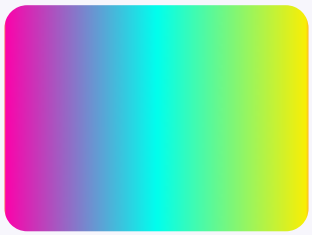
✓ إضاءة طبيعية دافية



✓ ناس حقيقية في لحظة يومية



✗ إضاءة دراماتيك تقيلة



✗ ألوان مشبّعة بعيدة عن الباليت

القاعدة	مدار
الموضوع	ناس عادية بتستخدم الموبايل في لحظات حقيقية: محل، مواصلات، بيت.
الإضاءة	طبيعية ونهارية، مش استوديو.
الألوان	مايلة للتيل والسماوي والرملي؛ لمسة مرجاني في هدوم أو حاجة في الكادر.
الكادر	مساحة فاضية لعنوان؛ الشخص يبص ناحية النص.
ممنوع	ناس بتضحك للكاميرا بشكل مبالغ، فلوس ورقية طايرة، أقفال وشيلدات كليشيه.

الرسومات (Illustrations)

لو الهوية فيها رسومات، حدد: سُمك الخط، والألوان المسموحة، والزوايا (مدوّرة ولا حادة)، والعمق (مسطح ولا ظلال). رسام تاني لازم يقدر يرسم رسمة جديدة تبان من نفس العيلة.

الفصل العاشر

الأيقونات

مجموعة واحدة، قواعد واحدة

الأيقونات لازم تبان كأنها مرسومة بإيد واحدة. الأيقونات دي معمولة لـ "مدار" بنفس قواعد الشعار: خط واحد بسُمك ثابت، وأطراف مدوّرة، ونقطة مرجاني في كل أيقونة.



القاعدة	القيمة
الشبكة	مربع 24×24 بهامش 2.
سُمك الخط	2px عند حجم 24، ثابت في كل الأيقونات.
الأطراف والزوايا	مدوّرة، زي حلقة الشعار.
اللون	تيل للخط، ومرجاني للنقطة بس.
الأسلوب	خط مش مصمت؛ المصمت للحالة المختارة بس.



✗ أيقونات من مصادر مختلفة: ألوان وسُمك وأساليب مختلفة

نصيحة

لو هتستخدم مكتبة أيقونات جاهزة، اختار واحدة بس، وعدّل اللون والسُمك عشان يمشوا مع الهوية. ومتخلطش مكتبتين أبدًا.

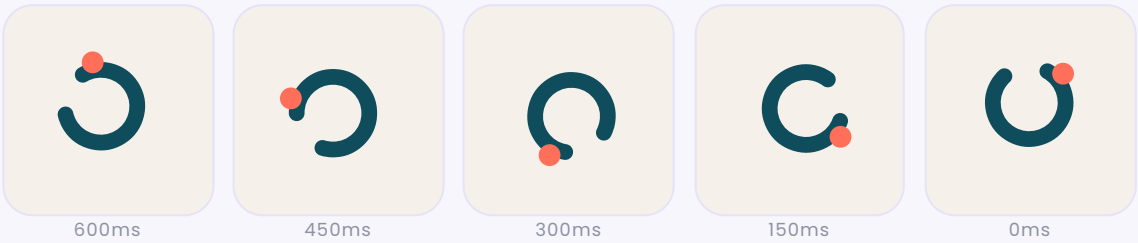
BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الحادي عشر

الحركة

الهوية بقت بتتحرك في كل شاشة

الريلز والستوري والتطبيقات خلّوا الحركة جزء من الهوية. لو مفيش قواعد، كل موشن ديزاينر هيحرّك البراند بطريقة، وهتحس إنها براندات مختلفة.



النقطة بتلف على الحلقة: حركة التحميل وفتح التطبيق

القاعدة	مدار
الإحساس	سلس وسريع، مش نطّاط ولا بطيء.
المدة	حركات صغيرة 150–250ms، انتقالات الشاشات 300–400ms.
المنحنى	بداية سريعة ونهاية ناعمة (ease-out).
الحركة الأساسية	دوران على مسار دايري، زي النقطة في الشعار.
النص	بيظهر كلمة كلمة من اليمين، مش حرف حرف.
ممنوع	اهتزاز، ارتداد مبالغ، دوران الشعار كله.

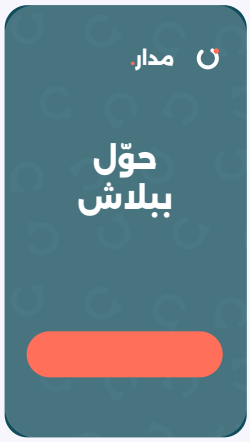
مثال

إشعار "وصلت الفلوس" في التطبيق: النقطة المرجاني بتعمل لفة كاملة حوالين الحلقة وبتقف، وبعدين علامة ✓. نص ثانية بس، بس بتقول "الفلوس لفّت ووصلت" بلغة الشعار نفسه.

الفصل الثاني عشر

التطبيقات الرقمية

النظام شغّال على كل شاشة



ستوري



بوست قصص العملاء



صورة البروفايل



أيقونة التطبيق

ليلى حسن
مديرة دعم العملاء • مدار
madar.example

توقيع الإيميل: الرمز بس، وخط النص، وألوان قليلة. من غير صور كبيرة ولا بانرات تتقطع في برامج الإيميل.

قوالب السوشيال

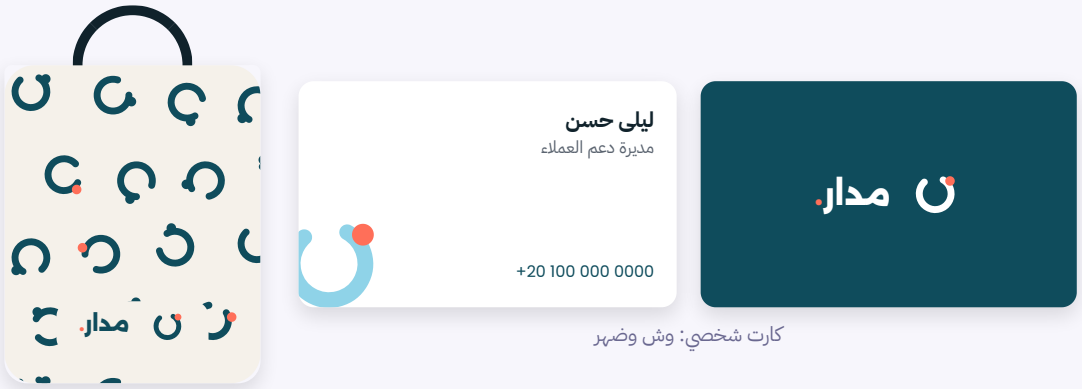
- **3–5 أنواع بوستات** ثابتة: إعلان، معلومة، قصة عميل، رقم، إعلان مهم.
- كل نوع ليه شبكة ومكان ثابت للعنوان والشعار.
- تبادل الخلفيات (رملي، تيل، أبيض) عشان شبكة البروفايل تبان متوازنة.
- العنصر المساعد يظهر في كل بوست بشكل مختلف: نمط، رمز مكبّر، أو نقطة.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التالت عشر

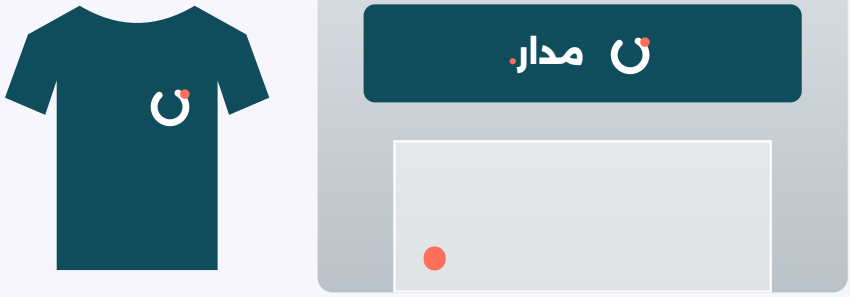
التطبيقات المطبوعة والمكانية

من الكارت للافتة للزي



كارت شخصي: وش وضهر

شنطة / تغليف



لافتة نقطة خدمة

زي فريق الدعم

التطبيق	قرار الهوية
الكارت	وش بلون واحد وشعار في النص، وضهر أبيض بنص منظم ورمز مقصوص في الركن.
التغليف	نمط الحلقات يغطي المساحة، والشعار جوه مساحة هادية.
اللافتة	تيل غامق مع أبيض؛ أعلى تباين من بعيد. الرمز لازم يتشاف من 20 متر.
الزي	الرمز بس على الصدر بلون واحد عشان التطريز يبقى نضيف.
الفواتير والمستندات	خط بديل وقالب Word جاهز، عشان الفريق ميخترعش.

انتبه

اختبر كل تطبيق على الخامة الحقيقية: ورق، قماش، معدن، إضاءة. التيل على شاشة غير التيل على قماش قطن. اطلب عينات قبل الكميات.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل الرابع عشر

كتابة الـ Guidelines

الملف اللي بيخلّي الهوية تعيش من غيرك

دليل الهوية مش كتالوج لعرض شغلك الحلو؛ ده **كتيّب استخدام**. اللي هيقراه موظف تسويق، أو مصمم تاني، أو مطبعة. لازم يلاقي الإجابة بسرعة ومن غير ما يتصل بيك.

القسم	فيه إيه
01 مقدمة	البراند في سطرين، الشخصية، الوعد، إزاي تستخدم الدليل.
02 الشعار	النسخ، الألوان، مساحة الأمان، الحد الأدنى، الممنوعات.
03 الألوان	الأدوار، القيم بكل الأنظمة، النسب، الأزواج المسموحة.
04 الخطوط	المستويات، الأحجام، البديل، الرخص.
05 العناصر المساعدة	الأنماط والأشكال وقواعدها.
06 الصور والرسومات	الأسلوب، والمسموح والممنوع بأمثلة.
07 الأيقونات والحركة	القواعد، والمكتبة، والمدد.
08 الصوت	إزاي البراند بيتكلم، وأمثلة قبل وبعد.
09 التطبيقات	أمثلة حقيقية لكل وسيط مع الشبكة.
10 الموارد	روابط الملفات والقوالب وجهة التواصل.

مختصر ولا كامل؟

دليل مختصر (8–15 صفحة)

لمحل أو مشروع صغير. الشعار والألوان والخطوط وكام مثال. كفاية جدًا لو الفريق صغير.

دليل كامل (40+ صفحة)

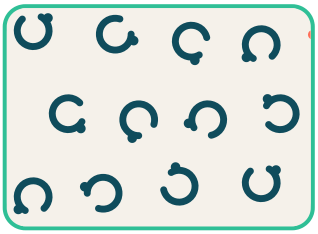
لشركة فيها فرق تسويق ووكالات. كل الأقسام، وأمثلة كتير، وقوالب، ونسخة رقمية بتتحدّث.

شكل صفحة جوه الدليل

05.2 نمط الحلقات

MADAR BRAND GUIDELINES

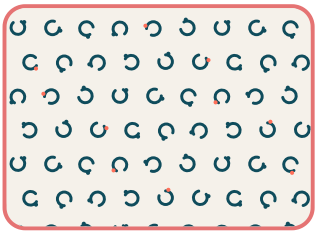
النمط بيتستخدم كخلفية للتغليف والإعلانات الكبيرة. حجم الحلقة الواحدة مايقلّش عن 6 ملي في الطباعة و24 بكسل على الشاشة. النقطة المرجاني تظهر في حلقة واحدة من كل خمسة.



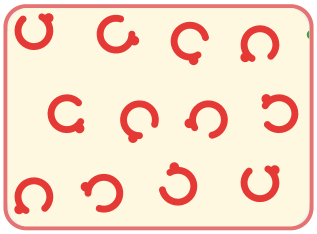
✓ الحجم والألوان الأصلية



✓ شفاف تحت نص



✗ حلقات صغيرة جدًا



✗ ألوان برة الباليت

قواعد كتابة الدليل

- **صورة قبل الكلام:** كل قاعدة معاها مثال مرسوم، وأمثلة صح وغلط جنب بعض.
- **أرقام مش أوصاف:** "6 ملي على الأقل" بدل "مايبقاش صغير أوي".
- **ترقيم الأقسام** عشان الناس تقول "شوف 05.2".
- **لغة الفريق:** لو الفريق بيتكلم عربي، الدليل عربي (والمصطلحات بين قوسين).
- **نسخة رقمية** (PDF بلينكات أو صفحة ويب) أسهل في التحديث والبحث من المطبوع.

نصيحة

اكتب الدليل لحد مبتدئ هيستلم الشغل بكرة. لو فهم وطبّق من غير ما يسألك، الدليل ناجح.

الفصل الخامس عشر

القوالب وتسليم النظام

الدليل بيشرح، والقوالب بتنفّذ

أغلب الهويات بتتبوّظ مش لأن الدليل وحش، لكن لأن الفريق مستعجل ومفيش قالب جاهز. فيبدأ من الصفر، ويغلط. كل ما القوالب كانت جاهزة وسهلة، كل ما الهوية عاشت أطول.

```
MADAR_Brand_Kit_2026/
├─ 01_Guidelines/ → PDF + web link
├─ 02_Logo/ → all versions & formats
├─ 03_Colors/ → swatches .ase + tokens
├─ 04_Fonts/ → names + license links
├─ 05_Elements/ → patterns, shapes .svg
├─ 06_Icons/ → .svg set
├─ 07_Templates/
│  ├─ Social/ → Figma / Canva
│  ├─ Print/ → cards, letterhead
│  └─ Office/ → Word, PowerPoint
└─ 08_Photos/ → approved images
```

القوالب الأساسية

القالب	فين	مين هيستخدمه
بوستات وستوريز	Figma / Canva	فريق السوشيال
عرض تقديمي	PowerPoint / Google Slides	المبيعات والإدارة
ورق رسمي وفواتير	Word	المحاسبة والإدارة
كروت شخصية	ملف مطبعة جاهز بالخانات	الموارد البشرية
مكتبة مكونات	Figma Library	فريق المنتج والتطبيق

نصيحة

في Canva وFigma اقفل العناصر اللي ماينفعش تتغيّر (الشعار، الشبكة، الخلفية)، وسيب النص والصورة بس مفتوحين. كده الفريق يعدّل بأمان.

بعد التسليم

اعرض على العميل جلسة تدريب قصيرة لفريقه (ساعة كفاية). ولو تقدر، اتفق على مراجعة بعد 3 شهور تشوف فيها الهوية اتطبقت إزاي.

الفصل السادس عشر

إعادة الهوية

تحديث ولا تغيير كامل؟

	تحديث (Refresh)	إعادة كاملة (Rebrand)
إمتى	الهوية قديمة الشكل بس البراند ماتغيّرش.	البراند نفسه اتغير: نشاط، جمهور، دمج، سمعة.
بيتغير إيه	تبسيط الشعار، تحديث الخطوط والألوان، نظام أنضف.	الاسم أحيانًا، والشعار، وكل النظام.
المخاطرة	قليلة؛ الناس بتتعرف بسهولة.	عالية؛ ممكن تخسر الذاكرة اللي اتبنت.
التكلفة	أقل، وممكن على مراحل.	عالية: كل حاجة بتتغير مرة واحدة.

مثال تحديث: مدار قبل وبعد



قبل (مثال وهمي): تدرّج، علامة دولار، اسم طويل، ظل



بعد: لون صريح، فكرة واحدة، اسم قصير

حافظ على الذاكرة

قبل ما تغيّر، اسأل: الناس فاكرين إيه من الهوية القديمة؟ في المثال ده الناس فاكرين **الدايرة** و**اللون الأزرق**. الهوية الجديدة حافظت على الاتنين (الحلقة والتيل)، وشالت الباقي.

قاعدة

التحديث الناجح بيخلّي الناس تقول "شكله بقى أحلى"، مش "مين دول؟".

الفصل السابع عشر

أخطاء بتتكرر

في بناء الهوية وتسليمها

الغلطة	ليه مشكلة	الحل
✗ **بدأت من الشعار من غير استراتيجية**	الهوية حلوة بس مش بتقول حاجة.	الشخصية والوعد الأول (الفصل 02).
✗ **الهوية = شعار + باليت**	مش هتتعرف من غير الشعار.	عناصر مساعدة وأسلوب صور.
✗ **عناصر كتير**	الفريق مش عارف يستخدم إيه.	عنصر أو اتنين أقوياء.
✗ **الدليل كله صور حلوة**	مفيش أرقام ولا قواعد.	أرقام وأمثلة صح وغلط.
✗ **مفيش قوالب**	الفريق يبدأ من الصفر ويغلط.	قوالب جاهزة ومقفولة.
✗ **تجاهل الصوت**	الشكل ودود والكلام جاف.	قسم للصوت بأمثلة.
✗ **الدليل بالإنجليزي لفريق عربي**	محدش هيقراه.	بلغة الفريق.
✗ **ماختبرتش على الخامات**	التيل طلع رمادي على القماش.	عينات حقيقية.
✗ **تسليم ملف واحد كبير**	محدش لاقي حاجة.	فولدر منظم (الفصل 15).
✗ **مفيش متابعة بعد التسليم**	الهوية بتتفكك في شهور.	تدريب ومراجعة بعد 3 شهور.

قصة قصيرة

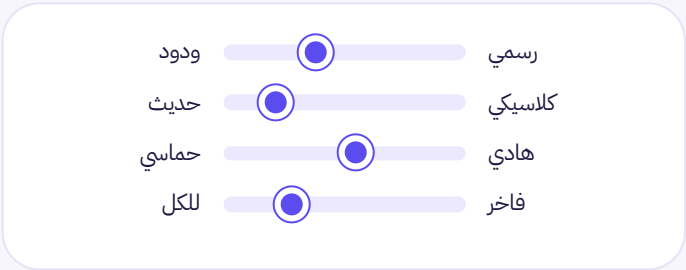
شركة عملت هوية ممتازة ودليل 80 صفحة. بعد ست شهور، البوستات رجعت لستايل عشوائي. السبب: الدليل كان PDF تقيل محدش فتحه، ومفيش قوالب. لما اتعملت 6 قوالب Canva وصفحة واحدة فيها أهم 10 قواعد، الهوية رجعت في أسبوعين.

الفصل التامن عشر

حالة كاملة: مدار (1/4)

الأساس

Brief	محفظة إلكترونية للتحويل والدفع، للشباب وأصحاب الشغل الحر في مصر.
المشكلة	الناس بتحب السرعة بس قلقانة على فلوسها. المنافسين يا بنوك رسمية جامدة، يا تطبيقات صاخبة.
الوعد	فلوسك توصل لأي حد، في ثانية، ومن غير قلق.
الشخصية	آمن، سريع، قريب، حديث.
الصوت	عامية بسيطة، جمل قصيرة، من غير مبالغة ولا علامات تعجّب كتير.





الفكرة الكبيرة

"مدار" يعني مسار بيلف. الفلوس في التطبيق بتلف بين الناس وبتوصل. من هنا طلعت كل الهوية: **الحلقة** هي المسار والأمان، و**النقطة** هي الفلوس وهي بتتحرك. الحلقة بقت شعار ونمط وشكل للصور، والنقطة بقت لون إبراز وحركة تحميل وعلامة نجاح.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

تيل حبر · أساسي
#0F4C5C

سماوي · مساند
#8FD3E8

مرجاني · إبراز
#FF6F59

رملي · خلفية
#F5F1EA

ليلي · نص
#10222B

30%	12%	8%	40%	10%

ICONS

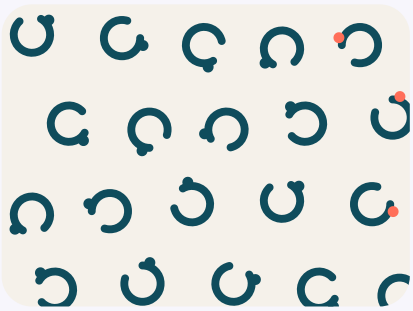
TYPE

ابعت في ثانية

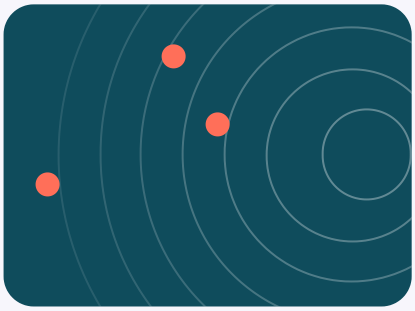
حوّل لأي رقم موبايل، والفلوس توصل في ثواني من غير رسوم مخفية.

8,420.50 EGP

ALEXANDRIA · IBM PLEX SANS ARABIC · POPPINS



نمط الحلقات



مدارات ونقط



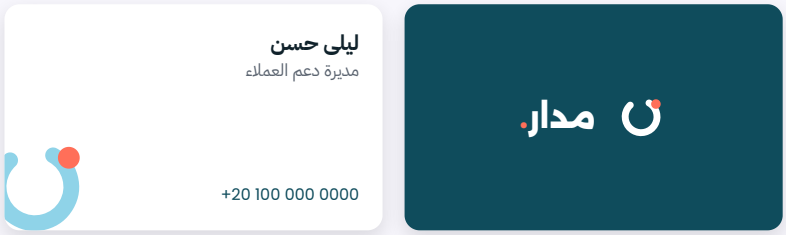
الشكل الحاوي للصور

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA



إعلان طريق: رمز مكبّر ومقصوص، وجملتين



الكارت الشخصي





شنطة ترحيب



ستوري



زي الدعم



أيقونة

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

فهرس دليل مدار

القسم	الصفحات	أهم محتوى
01 البراند	2	الوعد، الشخصية، الصوت.
02 الشعار	6	4 نسخ × 3 ألوان، مساحة الأمان = قطر النقطة، الحد الأدنى 18 ملي / 24 بكسل.
03 الألوان	3	5 ألوان، النسب، 4 أزواج نص مسموحة.
04 الخطوط	2	3 خطوط، 6 مستويات، خط بديل.
05 العناصر	4	نمط الحلقات، المدارات، الرمز المقصوص، الشكل الحاوي.
06 الصور	2	أسلوب التصوير، 6 أمثلة صح وغلط.
07 الأيقونات والحركة	2	مكتبة 24 أيقونة، 4 حركات أساسية.
08 التطبيقات	6	تطبيق، سوشيال، إعلانات، مطبوعات، زي، نقاط خدمة.
09 الموارد	1	روابط الملفات والقوالب وجهة التواصل.

أهم 10 قواعد (صفحة واحدة للفريق)

1. الشعار مرة واحدة في التصميم، في ركن ثابت.
2. المرجاني إبراز بس، مايزيدش عن 10%.
3. كل النصوص الطويلة على الرملي أو الأبيض.
4. العنوان Alexandria، النص IBM Plex.
5. عنصر مساعد واحد في التصميم.
6. الصور طبيعية ودافية، والشخص بيبص ناحية النص.
7. أيقونات المكتبة بس.
8. نتكلم عامية بسيطة من غير مبالغة.
9. مفيش تدرّجات ولا ظلال على الشعار.
10. لو مش متأكد، ابدأ من القالب.

ليه الهوية دي شغّالة؟

لأن كل حاجة فيها طالعة من فكرة واحدة (مسار ونقطة)، ومربوطة بالوعد (توصل في ثانية ومن غير قلق). ولو غطّيت الشعار، هتلاقي النمط والألوان والنقطة لسه بيقولوا "مدار".

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES

WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل التاسع عشر

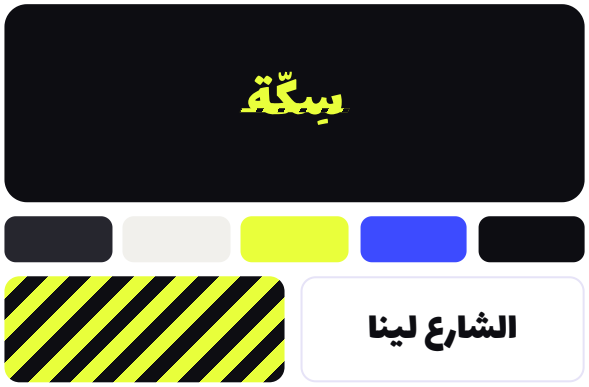
البراندات التانية

نفس الطريقة، أربع هويات مختلفة



سُفرة: أكل بيتي

العنصر: نقش زي مفرش السفرة. الصور: أكل من فوق على ترابيزة خشب. الصوت: زي الأم وهي بتنادي على الأكل.



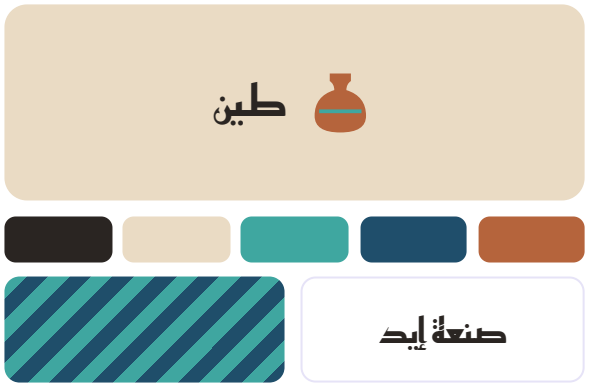
سِكّة: ملابس شبابية

العنصر: خط الطريق المايل. الصور: فلاش مباشر في الشارع بالليل. الصوت: جمل قصيرة جدًا وجريئة.



سَنَد: دعم نفسي

العنصر: أشكال مدوّرة ناعمة متداخلة. الصور: إضاءة صباحية وطبيعة. الصوت: هادي ومطمّن من غير وعود كبيرة.



طين: فخار يدوي

العنصر: خطوط الفيانس الفيروزي. الصور: إيد في الطين وضوء شبّاك. الصوت: حكاوي قصيرة عن الصنعة والتاريخ.

لاحظ

الأربع هويات ماشيين على نفس الخطوات: وعد ← شخصية ← شعار ← عنصر مساعد واحد ← أسلوب صور ← صوت. الطريقة واحدة، والنتيجة مختلفة لأن الأساس مختلف.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الفصل العشرين

تمارين المصمم

آخر تمارين في السلسلة

تمرين 1: من غير الشعار

اختار 3 براندات بتحبها، وغطّي الشعار في 5 بوستات لكل واحد. مين لسه بيتعرف؟ اكتب إيه العنصر اللي خلّاك تعرفه.

تمرين 2: جدول الصفات

لبراند وهمي (مثلًا "مَرسى" لتطبيق حجز رحلات بحرية)، اكتب الوعد والشخصية على 4 مقاييس، واعمل جدول "الصفة ← القرار البصري".

تمرين 3: عنصر مساعد من الشعار

خد أي شعار عملته، وطلّع منه نمط، وشكل حاوي للصور، وحركة واحدة. وطبّقهم على 3 بوستات من غير ما الشعار يكون كبير.

تمرين 4: دليل مختصر

اكتب دليل هوية من 10 صفحات لأي مشروع صغير، فيه صفحة "أهم 10 قواعد". اديه لصاحبك واطلب منه يعمل بوست من غير ما يسألك.

تمرين 5: تحديث هوية محلية

اختار محل قديم في منطقتك. حدد إيه اللي الناس فاكراه، واعمل تحديث بيحافظ عليه، وطبّقه على لافتة وكيس وبوست.

مشروع التخرّج من السلسلة

خد براند واحد وطبّق عليه الخمس كتيّبات بالترتيب: باليت (الألوان)، ونظام خطوط (الخطوط)، وشبكات (التخطيط)، وشعار (الشعارات)، ودليل هوية كامل (الكتيّب ده). ده بورتفوليو جاهز يوري طريقة تفكيرك، مش بس شكل شغلك.

الفصل الواحد وعشرين

Identity Checklist

قبل ما تسلّم أي هوية

- [ ] فيه وعد في جملة، وشخصية على مقاييس، وصوت بأمثلة؟
- [ ] كل عنصر بصري مربوط بصفة؟
- [ ] الهوية بتتعرف لو الشعار اتغطّى؟
- [ ] الألوان ليها أدوار ونسب وأزواج نص مسموحة ومحسوبة؟
- [ ] الخطوط ليها مستويات وخط بديل ورخص؟
- [ ] فيه شبكة لكل وسيط أساسي؟
- [ ] فيه عنصر مساعد أو اتنين بقواعد واضحة؟
- [ ] أسلوب الصور والأيقونات والحركة مكتوب بأمثلة؟
- [ ] التطبيقات اتختبرت على خامات حقيقية؟
- [ ] الدليل فيه أرقام وأمثلة صح وغلط، ومرقّم؟
- [ ] القوالب جاهزة ومقفولة للفريق؟
- [ ] الملفات منظمة، والحقوق متفق عليها، وفيه تدريب أو متابعة؟

السلسلة كاملة

الكتيّب	هتلاقي فيه
دليل اختيار الألوان	الباليت، الأدوار، التباين، الطباعة.
دليل اختيار الخطوط	التصنيفات، التزويج، الأحجام، الترخيص.
دليل التخطيط والشبكات	الشبكات، الهرمية، المسافات، الوسائط.
دليل تصميم الشعارات	الأنواع، الشعار العربي، النسخ، الاختبارات.
دليل بناء الهوية البصرية	النظام، العناصر، الدليل، القوالب.

آخر كلمة

الهوية مش اللي أنت سلّمته؛ الهوية هي اللي العميل بيطلّعه بعد سنة. لو سلّمت نظام واضح وقوالب سهلة، هتلاقي شغلك عايش في كل مكان، حتى من غيرك.

BRAND IDENTITY • SYSTEMS • GUIDELINES
WRITTEN AND DESIGNED BY • MOHAMMED BAHAA

الهوية مش ملف.
الهوية لغة.

ابنيها بسبب، اكتبها بوضوح،

وسيبها تعيش من غيرك.



كتابة وتصميم

MOHAMMED BAHAA

مصمم جرافيك وهويات بصرية

@bahaa.adesigner اضغط وتابعني على إنستجرام ↗

mohammedbahaa2@gmail.com اضغط وابعتلي إيميل ↗