

برند بوک چیست و دلایلی که نشان می‌دهد حتما باید

برند بوک داشته باشید

برندها، مانند موجوداتی زنده هستند که رشد می‌کنند، شخصیت و هویت دارند، با مردم ارتباط برقرار می‌کنند و در صورت لزوم خود را با تغییرات جوامع وفق می‌دهند. با این اوصاف، یک برند نیز مانند یک انسان به شناسنامه نیاز دارد. برند بوک، همان شناسنامه‌ای است که هویت یک برند را تکمیل می‌کند و آن را به دیگران می‌شناساند. در این مقاله، خواهیم دانست که برند بوک چیست و چه مزایایی برای کسب و کارها دارد؛ در ادامه نیز مراحل ساخت یک برندبوک جذاب و حرفه‌ای را بایکدیگر بررسی خواهیم نمود. اگر قصد دارید هویتی رسمی به برند خود بدهید، این مقاله را تا انتها بخوانید!

برند بوک چیست؟

برند بوک، سندی است که اصول و راهنماهای مربوط به هویت برند یک شرکت را مشخص می‌کند. این سند شامل اطلاعاتی درباره طراحی بصری، لحن و صدای برند، ارزش‌ها، مأموریت و چشم‌انداز آن است. هدف اصلی برند بوک ایجاد انسجام در تمام جنبه‌های ارتباطی برند است. این ابزار به تیم‌های بازاریابی و طراحی کمک می‌کند تا در تمامی فعالیت‌های خود، از تبلیغات گرفته تا طراحی محصولات، به هویت برند پایبند باشند. به عبارت دیگر، برند بوک به عنوان یک راهنمای جامع، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا پیام و تصویر واحدی از برند خود را به مخاطبان منتقل کنند.

کدام کسب و کارها به برند بوک نیاز دارند؟

تمامی کسب و کارها، از کوچک‌ترین استارت‌آپ‌ها تا بزرگ‌ترین شرکت‌های بین‌المللی، می‌توانند از وجود یک برند بوک بهره‌مند شوند. به ویژه کسب و کارهای در حال رشد که به دنبال ایجاد هویت قوی برای خود هستند، نیاز بیشتری به این سند دارند. شرکت‌هایی که در حال توسعه محصولات جدید یا ورود به بازارهای جدید هستند نیز باید از برند بوک برای حفظ انسجام هویتی استفاده کنند. در واقع، هر کسب و کاری که بخواهد تصویری حرفه‌ای از خود ارائه دهد، نیازمند یک برند بوک معتبر است.

مزایای داشتن برند بوک برای کسب و کارها

ایجاد انسجام در هویت برند

برند بوک به کسب و کارها کمک می‌کند تا یک هویت بصری و کلامی واحد را در تمام فعالیت‌های خود حفظ کنند. این انسجام باعث می‌شود که مشتریان تصویر واضحی از برند داشته باشند و به راحتی آن را شناسایی کنند. این انسجام در تبلیغات، طراحی بروشور خلاقانه، بسته‌بندی و دیگر ارتباطات بازاریابی نیز تأثیر مثبت دارد.

افزایش شناسایی برند

با وجود یک برند بوک مشخص، کسب و کارها می‌توانند به راحتی عناصر بصری و پیام‌های خود را در تمام کانال‌ها هماهنگ کنند. این هماهنگی باعث می‌شود که برند در ذهن مشتریان ماندگار شود و شناسایی آن در بازار رقابتی آسان گردد.

راهنمایی برای تیم‌های داخلی

برند بوک به عنوان یک مرجع معتبر برای تیم‌های بازاریابی، طراحی و فروش عمل می‌کند. این سند به اعضای تیم کمک می‌کند تا درک مشترکی از هویت برند داشته باشند و از تکرار اشتباهات جلوگیری کنند. از طرفی دیگر، وجود یک راهنمای جامع باعث تسهیل فرآیند تصمیم‌گیری در مورد کمپین‌ها و پروژه‌های جدید می‌شود.

تسهیل فرآیند توسعه محصولات جدید

وجود یک برند بوک قوی به کسب و کارها کمک می‌کند تا هنگام توسعه محصولات جدید از اصول هویت برند پیروی کنند. این امر باعث می‌شود که محصولات جدید با تصویر کلی برند همخوانی داشته باشند و مخاطبان هدف را جذب کنند. این فرآیند باعث کاهش ریسک‌های مرتبط با عدم تطابق محصولات با هویت برند می‌شود.

مراحل تهیه برندبوک برای کسب و کار

گام اول: تعریف هویت برند

برند بوک برای مردم عادی تهیه نمی‌شود و هدف از تهیه برند بوک، در مرحله اول، آشنایی اعضای مجموعه، نیروهای جدید، طراحان گرافیک و به طور کلی همکارانی است که با برند تعامل دارند. به همین دلیل در مرحله اول باید هویت برند را روشن کنیم:

- نام و شعار برند: نام و شعار، نمایانگر ارزش‌ها و اهداف کلی برند هستند. در برند بوک باید توضیح دهید که چرا این نام و این شعار را انتخاب کرده‌اید.
- معرفی اهداف و ارزش‌ها: برند شما پیرو کدام ارزش‌ها است و چه اهدافی را دنبال می‌کند؟ البته که کسب درآمد هدف نهایی همه برندها است اما این کسب درآمد از چه طریقی صورت می‌پذیرد؟
- تعریف مأموریت و چشم‌انداز برند: مأموریت نشان‌دهنده هدف اصلی کسب و کار است که چرا وجود دارد و چه مشکلی را حل می‌کند. چشم‌انداز تصویر آینده‌ای است که برند به دنبال تحقق آن است. به عنوان مثال، این برند در ۵ سال آینده در چه وضعیتی خواهد بود؟
- تهیه لیستی از مخاطبان هدف: با معرفی مخاطبان هدف به کارکنان و طراحان، به آن‌ها کمک می‌کنید تا پیام‌ها و استراتژی‌ها را به بهترین نحو طراحی کنند. برای این کار می‌توانید از تحلیل داده‌ها، نظرسنجی‌ها یا مصاحبه‌ها استفاده کنید.

گام دوم: ایجاد دستورالعمل‌های بصری

طراحی هویت بصری برند یکی از مهم‌ترین بخش‌های برندینگ است و تهیه یک راهنمای کامل از عناصر بصری به معرفی بهتر برند توسط اعضای شرکت، طراحان و سایر سازمان‌های وابسته منجر خواهد شد. عناصر بصری مهمی که باید در برند بوک معرفی شوند عبارت‌اند از:

لوگو

در این بخش، باید اطلاعات دقیق و کاملی درباره لوگو، ماهیت و اجزای آن ارائه دهید. همچنین اگر قرار است از لوگو در قسمت‌های مختلفی استفاده شود، دستورالعمل‌های لازم برای اجرای آن را نیز باید به طور کامل آماده کنید.

تایپوگرافی

انتخاب فونت مناسب تأثیر زیادی بر احساس کلی مخاطب نسبت به برند دارد. باید نوع فونت انتخاب شده با شخصیت برند هماهنگ باشد؛ مثلاً فونت‌های مدرن برای برندهای فناوری مناسب هستند. هر برند ۲ یا ۳ فونت اصلی دارد که برای نوشتن اطلاعات از آن‌ها استفاده می‌کند. شما در برند بوک خود باید فونت‌های مورد نظر و نحوه استفاده از آن‌ها در قسمت‌های مختلف را به طور کامل عنوان کنید.

پالت رنگ‌ها

رنگ‌ها احساسات مختلفی را منتقل می‌کنند؛ بنابراین انتخاب یک پالت مناسب برای طراحی گرافیکی برند ضروری است. هر رنگ دارای معنا و تأثیر خاصی است؛ مثلاً رنگ آبی معمولاً نشان‌دهنده اعتماد است. پس از اینکه رنگ‌های اصلی برند خود را انتخاب کردید، باید اطلاعات دقیقی درباره علت انتخاب آن‌ها، و نحوه اجرای آن‌ها را برای مخاطبان خود بنویسید. می‌توانید برای معرفی رنگ‌ها، از کدهای RGB یا CMYK برای پیشگیری از هرگونه خطا استفاده کنید.

سایر عناصر بصری

این شامل الگوها، تصاویر، آیکن‌ها و نمادهایی است که با هویت برند هماهنگ هستند. باید توضیحات کاملی درباره بایدها و نبایدهای استفاده از این عناصر را در برند بوک درج کنید. همچنین، اگر آیکن‌ها و عناصر بصری برند را خودتان طراحی کرده‌اید، باید آن‌ها را معرفی کنید و کاربردهای هرکدام را توضیح دهید.

لحن و صدای برند

تعیین لحن نوشتاری و گفتاری که با شخصیت برند همخوانی دارد، اهمیت ویژه‌ای دارد. لحن می‌تواند رسمی، دوستانه یا خلاقانه باشد و باید با مخاطب هدف هماهنگ باشد. در این بخش، استفاده از مثال‌های کاربردی برای توجیح دقیق مخاطبان اهمیت بالایی دارد.

گام سوم: انتشار برند بوک

پس از اینکه تصمیمات اولیه و مهم را درباره برندبوک خود گرفتید، می‌توانید پیشنویسی از آن را طراحی کرده و نسخه اولیه آن را برای گروه کوچکی از مخاطبان، انتشار دهید. هدف از برند بوک شفاف‌سازی تمام وجوه برند برای افراد مختلف است. چه آن‌ها که مدت‌هاست با شما همکاری می‌کنند و چه افراد

تازه وارد. به همین دلیل، قابل فهم بودن برند بوک برای همه افراد، اهمیت بالایی دارد. در صورت لزوم، برند بوک خود را اصلاح کنید. نکات مورد نیاز را اضافه کنید یا نکات اضافه‌ای که باعث سردرگمی می‌شوند را حذف کنید. سپس می‌توانید نسخه نهایی برند بوک را در ابعاد گسترده منتشر کنید.

انتخاب بهترین فرمت‌ها و پلتفرم‌ها برای انتشار برند بوک

معمولاً، فرمت PDF به عنوان بهترین فرمت برای انتشار برند بوک شناخته می‌شود. این فرمت با حجم کم، قابلیت شناسایی در دستگاه‌های مختلف و ثابت بودن فرم پخش، یکپارچگی ساختار برندبوک را حفظ می‌کند و مشکلاتی مانند بهم ریختگی صفحات و فونت‌ها و نیاز به اینترنت را ندارد. وبسایت رسمی شرکت، شبکه‌های اجتماعی، و نرم افزارهای مدیریت پروژه نیز پلتفرم‌های مناسبی برای انتشار برند بوک به شمار می‌روند. ذخیره سازی فایل برند بوک در فضای ابری و انتشار لینک آن نیز گزینه مناسبی برای انتشار برند بوک برای فریلنسرها و افراد خارج از محیط کار است.

آموزش کارکنان

برگزاری جلسات آموزشی درباره محتوای برند بوک برای کارکنان ضروری است تا اطمینان حاصل شود که همه افراد درک درستی از برند بوک پیدا کرده و در راستای یک هدف مشترک حرکت می‌کنند.

سخن پایانی

برند بوک، شناسنامه و نماد هویت برند است. با طراحی یک برند بوک حرفه‌ای، علاوه بر اینکه تخصص و جدی بودن خود در کسب و کار را نشان می‌دهید، می‌توانید تصویری دقیق از آنچه که کسب و کار شما ارائه می‌دهد را به کارکنان، نیروهای جدید و قدیمی، همکاران و حتی رقبا نشان می‌دهد. طراحی یک برند بوک حرفه‌ای، به دانش و تخصص بالایی نیاز دارد و اگر به دنبال ساخت جلوه‌ای درخشان از کسب و کار و برند خود هستید، بهتر است با تیم‌های متخصص در زمینه برندینگ مشورت کنید. آژانس دیجیتال مارکتینگ رامیس، با ارائه کلیه خدمات برندینگ و بازاریابی، می‌تواند شما را در بازار رقابتی امروز همراهی کند و کسب و کار شما به اوج قله بازدهی برساند.

سوالات متداول

۱. برند بوک چه محتوایی دارد؟

محتوای اصلی شامل هویت برند، دستورالعمل‌های بصری، لحن نوشتاری و اهداف کسب‌وکار است.

۲. چرا هر کسب‌وکاری نیاز به یک برند بوک دارد؟

حفظ انسجام در برندینگ و بازاریابی، آموزش سریع‌تر نیروهای جدید، کمک حفظ هویت و ماهیت برند در طول زمان

۳. چگونه می‌توانم یک برند بوک ایجاد کنم؟

بهتر است از افراد و شرکت‌های متخصص کمک بگیرید و با طی گام‌های گفته شده، برند بوک خود را خلق کنید.

۴. آیا می‌توانم از نمونه‌های موجود الهام بگیرم؟

الهام بگیرید، اما کپی نکنید!

۵. چگونه می‌توانم اطمینان حاصل کنم که تیم من اصول برند را رعایت می‌کند؟

با برگزاری جلسات آموزشی و وبینارهای مختلف درباره محتوای برند بوک.

۶. آیا برند بوک نیاز به بروزرسانی منظم دارد؟

بله، باید تغییرات بازار و رفتار مشتریان به طور مداوم بررسی شود و برند بوک را با آن‌ها مطابقت داد.

۷. چقدر زمان برای تهیه یک برند بوک نیاز دارم؟

بسته به اندازه کسب‌وکار ممکن است بین چند هفته تا چند ماه زمان ببرد.

۸. چه کسی مسئول تهیه برند بوک است؟

معمولاً تیم بازاریابی یا طراحان گرافیک مسئول این کار هستند.

منابع

+++

<https://www.appvizer.com/magazine/marketing/brand-management/brand-book>

<https://beloved.marketing/what-is-a-brand-book/>

<https://www.yektanet.com/blog/᠙᠐ᠮᠠᠭ/what-is-brandbook/>