



בודקים את עצמנו

איך נראה שאלנו נראנו ככה



שיח אונזכז - ציזוז זכני אנסקיס



כיצד לפני שאגם מעלים גכנים אסולטא

שאלון קצר שיעזור לך לבדוק-
האם באמת הגיע הזמן למתג את העסק שלך?

אנה כלא שאלון כנה?

הרבה בעלי עסקים קופצים ישר לתוך תהליך מיתוג -
בלי לעצור לשאול את השאלות הנכונות.

השאלון הזה עוזר להבין אם זה הצעד הנכון,
ואם כן - מה חשוב לדייק לפני שמתחילים.



המלצה כללית

בואו נתחיל מתמונת הפרופיל – היא חשובה הרבה יותר ממה שנדמה לכם.



אם העסק שלכם מבוסס עליכם – כלומר, אתם הפנים של המותג – עדיף לבחור בתמונה מחמיאה שלכם, עם חיוך או הבעה שמעבירה חום ואישיות. אם מדובר בעסק שפועל תחת שם מותג, הבחירה הטובה ביותר תהיה שימוש בלוגו שלכם – כשהוא מופיע בצבעים העיקריים של המותג.

בכל מקרה, חשוב להשאיר "מרווח נשימה" מסביב לתמונה או ללוגו – כדי שהנראות תהיה מאווררת וברורה.

החלטה

כשאתם באים לעצב את ההיילייטס באינסטגרם – יש שתי דרכים עיקריות לעשות את זה:



אם כבר יש לכם אייקונים כחלק מהשפה העיצובית – זה הזמן להשתמש בהם. רק תוודאו שיש מרווח נשימה מסביב לאייקון, כדי שיראה ברור גם בגודל הקטן של ההיילייטס.

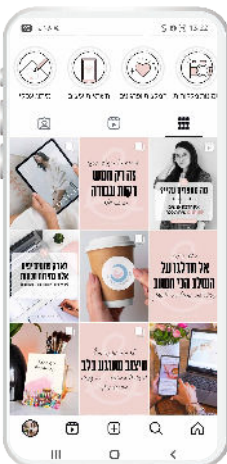
אפשרות אחרת ולא פחות טובה, היא פשוט לבחור כמה צבעים מתוך הפלטה שלכם ולעצב כל עיגול בצבע מלא. זה יוצר מראה מינימליסטי, אחיד וממותג.

המלצה קצרה

כשאתם בונים את הפיד שלכם, אפשר לבחור לעצב גם את תמונות הקאבר – כדי לשמור על נראות אחידה וממותגת.

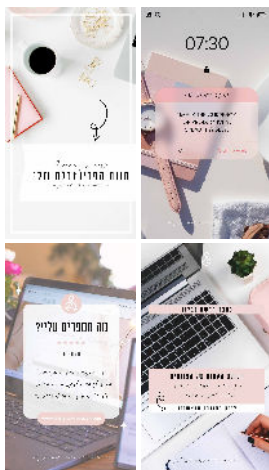
הרבה בעלי עסקים לא תמיד טורחים לעצב אותן, ומעדיפים מראה קצת מפוזר וטבעי. אבל אם כן משקיעים בזה – זה לגמרי מוסיף עוצמה וזיהוי ברור יותר של המותג שלך בתכנים הוויזואליים.

הטיפ הכי חשוב? הקפידו על אחידות – באותו סגנון צילום, באותם צבעים, עם טיפוגרפיה מתאימה. זה הסוד למראה אחיד ומקצועי.



סאריז

כשמעלים סטורז, יש כמה דרכים לשלב בהם עיצוב ממותג:

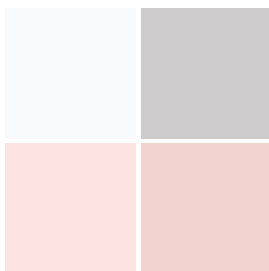


קודם כל, כדאי להכין תבניות רקע עם אלמנטים גרפיים שמייצגים את המותג – כמו טקסטורות, צבעים או תמונות שחוזרות על עצמן. לאחר מכן, בחרו פונט אחד או שניים שבהם תשתמשו תמיד, יחד עם סגנון כתיבה עקבי בטקסטים שמופיעים על הסטורז. השתמשו בצבעים מתוך פלטת המותג שלכם – גם לטקסטים, גם לרקעים, וגם לאלמנטים עיצוביים נוספים.

שמירה על עקביות תעזור לבנות תחושת היכרות ואמון אצל הקהל - ולהגביר את הזיהוי עם התוכן שלכם לאורך זמן.

פוסטים סטטיים (גאומטריים)

אם הפוסטים שלכם כוללים גרפיקה, כדאי לשמור על אחידות בעיצוב – להשתמש באותם צבעים, פונטים וסגנון שמאפיינים את המותג שלכם.



ואם אתם משקיעים במראה הכולל של הפיד, שימו לב שתמונות השער של הפוסט משתלבת טוב עם שאר הפוסטים – כדי לא לשבור את השפה הוויזואלית שבניתם.

ריז

כדי שהרילס ייראו חלק מהמותג שלך - השתמשו באותם צבעים, פונטים וסגנון כמו בשאר התכנים.

הקדימו שקופית עם רקע ממותג וטקסט קבוע - זו דרך פשוטה ליצירת מראה מקצועי ועקבי.

המסגרת או הכיתוב העליון בריל יכולים להפוך לסימן ההיכר ולהקל על העוקבים לזהות את העסק שלך גם בגלילה מהירה.





שיאו אז אנכאל שאלם כרש
עקביות היא שם המשחק כשזה מגיע לעיצוב.

אם עדיין אין לכם שפה ויזואלית מוגדרת -
זה הזמן לעצור ולהגדיר אחת שתתאים בדיוק לכם ולעסק שלכם.
שפה כזו תעזור לכם להיות זכירים, מקצועיים
ואחידים בכל פלטפורמה.

לאם משנו עציין לא כלא
אני כאן בשאלם!