



שומרים על הקו העיצובי

נמצא כי יקוצר שימור על איזולוג וזיוך במהלך שאל





יזכרם חיה? מזלין!
עכשיו נבאן אלהא עאלי.

העיצוב שקיבלתם - הלוגו, הפונטים, הצבעים והקו
הוויזואלי - לא נועדו להיות חד-פעמיים.
כדי לממש את הפוטנציאל של המיתוג ולהפוך אותו לנכס
של ממש עבור העסק, חשוב לשמור על שפה עיצובית
אחידה לאורך זמן - גם בדיגיטל וגם בפרינט.
לא משנה אם אתם מעלים פוסט, מצרפים חתימה למייל,
מדפיסים פלייר או שולחים הצעת מחיר -
ברגע שהנראות חוזרת על עצמה, המותג שלכם נתפס
מקצועי, אמין ומובחן.

אנש - נזכך אכילה ואחילה
עם נאקלואה כבד נכדו יאך קצרה.



פלאטא 23 צייטן

למה כל כך חשוב להישאר באותו עולם צבעוני?

הצבעים שאנחנו משתמשים בהם בעסק משפיעים על
הרושם הראשוני, הרגש שמעורר המותג –
וגם על מידת הזכירות שלו.

עסק עם נוכחות עקבית בצבעים –
יוצר תחושת אמון וקל יותר לזכור אותו.

איך בוחרים את הצבעים הנכונים?
צבעים לא בוחרים רק לפי מה ש"יפה בעין" –
אלא לפי מה שמתאים לערכים של העסק,
לתחושה שתרצו להעביר, ולסביבה הוויזואלית
שבה אתם פועלים (לדוגמה: אינסטגרם, אתר,
חומרים מודפסים).

טיפ:

נסו לבחור פלטה של 3-5 צבעים ולהיצמד אליהם בכל
עיצוב. אם אתם לא בטוחים מה עובד טוב יחד – תתחילו
בצבע אחד דומיננטי, אחד רגוע, ואחד נייטרלי.
זה בסיס מעולה לשפה עיצובית נעימה ומאוזנת.



טע/אזכרתי = מסך זכור

הגופנים שאנחנו בוחרים לעסק הם לא רק שאלה של אסתטיקה – הם כלי תקשורת.

הם משפיעים על איך הקהל שלנו תופס את המותג, כמה הוא נראה אמין, עדכני, נגיש או יוקרתי.

למשל: גופן דק ואלגנטי יכול לשדר יוקרה וניקיון, גופן עבה וסולידי משדר יציבות וביטחון, ואילו גופן עגול וקליל משדר נגישות ותחושת נינוחות.

כדי לשמור על קו עיצובי אחיד, חשוב לבחור מראש את הגופנים שמתאימים לערכים ולסגנון של העסק – ולהתמיד בהם בכל חומר שיווקי.

טע:

הימנעו משימוש ב-4 גופנים שונים בפרויקט אחד – זה יוצר עומס ומבלבל את העין. לרוב, שילוב של גופן אחד לכותרות ואחד לגוף הטקסט ייצור איזון ונראות מקצועית. רוצה לבדוק אם זה עובד? פתחי/ פוסט, סטורי, דף נחיתה או כל מסמך שיווקי שלך – ותבדקי! האם כל הכותרות באותו סגנון? האם פסקאות הטקסט נראות זהות בעובי, בגודל, בריוח? האם נוח לקרוא? אם כן – מעולה! אם לא – זה הזמן לדייק.



המנון, איורים, אסגנון ויצאלי

העין שלנו רגישה לאחידות – ולכן שימוש עקבי בסגנון התמונות או האיורים תורם מאוד לזיהוי המותג.

בתמונות – חשוב שכל התמונות יהיו מאותו עולם תוכן ובאותו טון רגשי. למשל:
אם בחרתם בסגנון מואר, נקי ושלי – נסו להיצמד אליו גם בהמשך.

אם התמונות כוללות פילטר חמים או גוונים מסוימים – שמרו על אותה שפה ויזואלית

הימנעו משילוב של סגנונות סותרים כמו תמונות כהות וכבדות לצד קלילות וצבעוניות – זה עלול לייצר חוסר קוהרנטיות

באיורים – החליטו על קו סגנוני שמתאים למותג שלכם – מינימליסטי, שטוח, צבעוני או תלת־ממדי – והקפידו להתמיד בו בכל הנכסים הגרפיים.

טיפ:

יצרתם פוסט עם תמונה שהתאהבתם בה?
השתמשו בה גם בסטורי, בדף נחיתה או בפרסום ממומן.
זה לא חוסר גיוון – זו אחידות שתורמת לזיהוי ולזכירות.



טון וסגנון - איך נוצרים נאמנים שלכם?

המיתוג שלכם לא מסתכם רק בצבעים וצורות.
לא פחות חשוב לשמור על שפה אחידה - כזו
שמתאימה לאופי העסק ומשקפת את מי שאתם.

פורמליים או קלילים?

האם אתם מדברים לקהל מקצועי בשפה רצינית
ורשמית, או דווקא יוצרים תחושת קירבה עם שפה
קלילה ודיבור בגובה העיניים?

פנייה בגוף ראשון או שלישי?

"אני שמח/ה להזמין אותך..."

לעומת "הסטודיו מזמין אתכם..."

לכל בחירה יש השפעה על התחושה שאתם מעבירים.

מילות מפתח שחוזרות על עצמן

כדי לחדד את המסר - בחרו כמה ערכים או ביטויים
שמתארים את מהות העסק, וחזרו עליהם במינון נכון.
לדוגמה: מקצועיות, חדשנות, חמימות, ליווי אישי.

טיפ:

כשאתם מעלים פוסט, שולחים ניוזלטר או כותבים עמוד
באתר - תשאלו את עצמכם: זה נשמע כמו אני/אנחנו? זה
משדר את מה שאני רוצה שהעסק ירגיש?



איך שאנשים על הן אחיז לאורך זמן?

יצרתם לעצמכם שפה עיצובית – מעולה!
עכשיו מגיע החלק החשוב לא פחות: לשמור עליה
לאורך זמן, בכל נקודת מגע עם הלקוחות.

היו נאמנים לקווים שהגדרתם

לא להחליף גופנים כל חודש, לא לנסות טרנדים
סותרים, ולא "לרענן" רק כי נמאס לכם – זכרו,
הלקוחות שלכם רק התחילו לזהות אתכם.

הכינו תבניות מראש

כרטיסי ברכה, תזכורות לאירועים, פוסטים קבועים –
תבניות גרפיות עוזרות לשמור על מיתוג מקצועי גם
בשגרה עמוסה.

שמרו על מינון נכון

בחרו את המילים, הצבעים והוויזואליות שמייצגות
אתכם – אבל אל תעמיסו. עדיף פשוט, נקי וברור –
מאשר עמוס ובלתי קריא.

והכי חשוב – עקביות!

עקביות יוצרת זיהוי. ברגע שמכירים אתכם לפי
הצבע או השפה עוד לפני שראו את הלוגו – אתם שם.



אם נלעגם צל כאן...

כנראה שחשוב לכם שהעסק שלכם ייראה מקצועי,
אחיד ומדויק – ושיהיה לכם קל לתחזק את זה לאורך זמן.

וזו בדיוק הסיבה שיצרתי את המדריך הזה:
כדי לתת לכם כלים פרקטיים, טיפים מעשיים
ונקודות למחשבה – בלי עומס ובלי בלבול.

אני מאמינה שעיצוב טוב הוא לא רק יפה לעין –
אלא כזה שמשרת אתכם, מחזק את המותג שלכם
ומעביר את המסר הנכון בדיוק בזמן הנכון.

בכל תהליך מיתוג שאני מלווה –
אני רואה את האדם שמאחורי העסק, את האתגרים,
את החלומות ואת הרצון לדייק.

וזה המקום שאני הכי אוהבת להיות בו – לצידכם.

ניפגש בשלב הבא של המיתוג שלכם,

שירי אונזרזרז - מעצבת גרפית ואמנית

נעים להכיר

אני שירי לנדסברג, מעצבת גרפית לעסקים עם תשוקה לשילוב בין סדר, אסתטיקה ומיתוג מדויק.

אני מאמינה שעיצוב טוב לא רק נראה טוב – הוא עוזר לעסק לעבוד נכון יותר, לשדר מקצועיות ולבנות אמון.

אחרי יותר מ-20 שנה בתפקידי קניינות, עיצוב וניהול בקבוצת זארה – אני מביאה איתי הבנה עמוקה של קהלי יעד, מסרים חכמים וחשיבה מסחרית לצד יצירתיות.

בין אם אתם בתחילת הדרך או כבר עסק ותיק – אשמח לעזור לכם ליצור שפה עיצובית שתעבוד בשבילכם.



העסק שלך חשוב כמו העסק שלי

בזכות שנים של עבודה מתוך צוות, אני מבינה מה המשמעות של אחריות, עמידה בזמנים, וירידה לפרטים הקטנים. כשאני לוקחת על עצמי פרויקט – אני נכנסת ללב של העסק שלך.

אני חושבת איתך קדימה, שואלת את השאלות הנכונות, ובודקת גם מה יקרה אחרי שהעיצוב יוגש. איך תיראה המצגת על המסך? האם הדפוס יצא מדויק? האם הפוסט עובד טוב ברשתות?

העיצוב מבחינתי הוא רק ההתחלה – אני כאן גם בשביל השלב הבא.

