كيف تبني **علامتك التجارية** بدون أخطاء؟

دليل عملي لبناء علامة تجارية تُذكر وتُختار، من الفكرة إلى التموضع إلى تجربة العميل.



@AL_BIHANY

أسامة البيحاني



عن المؤلف

أسامة البيحاني

مستشار بناء وتطوير علامات تجارية

أعمل مع أصحاب المشاريع والشركات على بناء علاماتهم من الأساس: التموضع، والهوية، والرسالة، وتجربة العميل.

كتبت هذا الكتاب ليكون خلاصة عملية لما أطبّقه في الاستشارات. اقرأه بقلم في يدك، فهو كتاب يُستخدم ولا يُقرأ فقط.

@AL_BIHANY

الفهرس

	عن المؤلف	02
	مقدمة: كيف تستخدم هذا الكتاب	04
01	ما هي العلامة التجارية	06
02	افهم السوق والمنافسين	13
03	افهم عميلك	18
04	الاستراتيجية: التموضع والقيمة والوعد	24
05	الاسم وحمايته	35
06	الهوية: الشخصية والصوت والشكل	40
07	تجربة العميل والولاء	46
08	التسويق والمحتوى والظهور	54
09	القياس والتدقيق	61
10	خطة تسعين يومًا	65
11	أكثر 10 أخطاء في بناء العلامة التجارية وكيف تتجنبها	69
12	علامتك مع الذكاء الاصطناعي	76
	خاتمة	83
	المصادر والتوثيق	84

كيف تستخدم هذا الكتاب

في الكتاب اثنا عشر فصلًا بترتيب واحد: تفهم أولًا، ثم تقرر، ثم تطبّق، ثم تتجنب الأخطاء. وما تقرؤه في كل فصل تكتبه في ورقة العمل التي في آخره.

أولًا
افهم
الفصول 1 إلى 3: العلامة، والسوق، والعميل.

ثانيًا
قرّر
الفصول 4 إلى 6: الاستراتيجية، والاسم، والهوية.

ثالثًا
طبّق
الفصول 7 إلى 10: التجربة، والتسويق، والقياس، وخطة التسعين يومًا.

رابعًا
تجنّب وسرّع
الفصلان 11 و12: الأخطاء العشرة، وبرومبتات تطبّق بها الفصول مع الذكاء الاصطناعي.

> لا تبدأ بالشعار. الشعار آخر ما يُصمَّم، وليس أول ما يُطلب. ابدأ بالوضوح ثم صمّم.

كيف تستخدم أوراق العمل

أوراق العمل في آخر كل فصل. اطبعها واملأها بالقلم،. المطلوب أن تملأها، وليس أن تقرأها فقط.

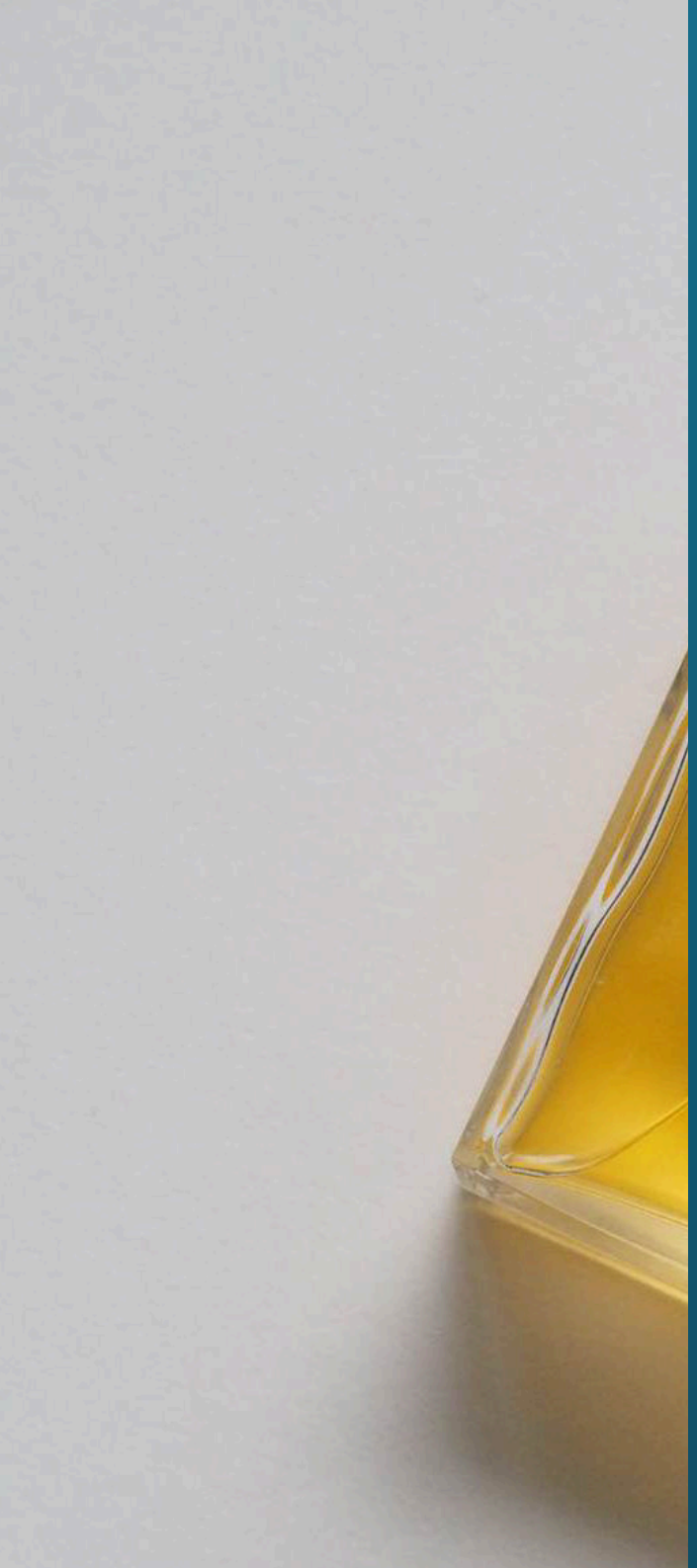
01
الجلسة الأولى
السوق والمنافسون، ثم التموضع والقيمة والتميّز (الفصلان 2 و4). لا تنتقل قبل أن تكتب جملة واحدة عن كل واحد منها.

02
الجلسة الثانية
العميل ورحلته، والشخصية والصوت، ونقاط التلامس (الفصول 3 و6 و7).

03
بعدها
انقل ما كتبته إلى لوحة الاستراتيجية في الفصل 4، وعلّقها أمام فريقك.

04
كل ثلاثة أشهر
راجع قائمة التدقيق ومؤشرات القياس في الفصل 9، وسجّل الأرقام بتاريخها.

مصدر كل رقم في هذا الكتاب مذكور في صفحة المصادر. لا تنقل رقمًا لا تعرف مصدره، لا في كتابك ولا في عرضك لعميلك. وصفحة واحدة مملوءة تنفعك أكثر من كتاب كامل مقروء.



01

ما هي العلامة التجارية

العلامة التجارية هي الانطباع الذي يبقى في ذهن الناس عنك. الشعار جزء صغير منه، والباقي ما تقوله وما تفعله وما يقوله الناس.

وش بتطلع فيه من هذا الفصل

تعرف الفرق بين الشعار والعلامة، وتكتب سبب وجود علامتك في سطر واحد.

كمّل القراءة، الكتاب كامل هنا