

# دليل الهوية البصرية

## Agency Brand Book

إلكترونيك كود eCode

نسخة العرض الاحترافية للهوية والتطبيقات

---



# محتويات الدليل

خريطة كاملة لاستخدام الهوية عبر جميع نقاط الظهور

<a href="#">01 قصة العلامة</a>	<a href="#">11 الخطوط</a>	<a href="#">21 الهوية الخارجية</a>
<a href="#">02 جوهر العلامة</a>	<a href="#">12 سلم الاحجام الخطية</a>	<a href="#">22 الهوية الداخلية</a>
<a href="#">03 تموضع العلامة</a>	<a href="#">13 نظام النمط البصري</a>	<a href="#">23 المعارض والفعاليات</a>
<a href="#">04 فكرة الشعار</a>	<a href="#">14 الايقونات والرموز</a>	<a href="#">24 قائمة الخدمات</a>
<a href="#">05 الشعارات الأساسية والثانوية</a>	<a href="#">15 القرطاسية الرسمية</a>	<a href="#">25 صوت العلامة</a>
<a href="#">06 شبكة الشعار</a>	<a href="#">16 بطاقات العمل والورق الرسمي</a>	<a href="#">26 أسلوب التصوير</a>
<a href="#">07 المساحة الآمنة</a>	<a href="#">17 الزي والبادجات</a>	<a href="#">27 رحلة العميل</a>
<a href="#">08 الاستخدامات الخاطئة</a>	<a href="#">18 التغليف والهدايا</a>	<a href="#">28 التطبيقات الرقمية</a>
<a href="#">09 لوحة الالوان</a>	<a href="#">19 السوشل ميديا</a>	<a href="#">29 تطبيقات الهوية</a>
<a href="#">10 نظام التدرج اللوني</a>	<a href="#">20 قوالب المحتوى</a>	<a href="#">30 الخاتمة</a>



# 01 | قصة العلامة

من الفكرة الرقمية إلى أثر ملموس في السوق

إلكترونيك كود هي علامة تربط بين التفكير الإبداعي والتنفيذ التقني، وتحوّل احتياج العميل إلى تجربة رقمية وتجارية قابلة للقياس. جوهر العلامة لا يقف عند تقديم خدمة، بل عند صناعة أثر واضح: ظهور أقوى، تجربة أجمل، ونمو يمكن رؤيته في النتائج.

## الوعد

عصرية، واثقة، عملية، دقيقة. نبكر الحل ونبني التجربة ونقيس الأثر. وتتكلم بلغة واضحة.

## الشخصية

## النتيجة

هوية قابلة للتوسع في التقنية، التسويق، المحتوى والفعاليات.

## 02 | جوهر العلامة

العناصر العميقة التي تتحكم في كل قرار بصري أو لفظي

### الأثر

كل خدمة يجب أن تُترجم إلى نتيجة مفهومة.

### الثقة

هوية متزنة تمنح العميل شعور الشريك لا المورد.

### الاحتراف

تفاصيل دقيقة في المقاسات، المسافات، التطبيقات واللغة.

### الابتكار

نبحث عن الحل المختلف وليس الشكل المتكرر.

### الوضوح

لغة بسيطة، قرارات تصميمية مباشرة، ورسائل غير مربكة.

### المرونة

النظام قابل للتطبيق على التقنية، التسويق، الفعاليات والمنتجات.

Innovate

Impact

Digital

## 03 | تموضع العلامة

هوية وكالة رقمية عملية وليست هوية تقنية باردة

### نقف في منطقة تجمع بين:

- خدمات التسويق الرقمي والمحتوى.
- التقنية كأداة تمكين وليست مجرد كود.
- التنفيذ الإبداعي للفعاليات والتجارب.
- النمو التجاري القابل للقياس.

### الانطباع المطلوب

شركة تعرف كيف تجعل التقنية مفهومة، والتسويق منظم، والتنفيذ متناسق من أول نقطة تواصل حتى آخر مخرج بصري.



## 04 | فكرة الشعار

رمز مبسط يجمع بين التنظيم الرقمي والتدرج نحو الأثر

الرمز يعتمد على تكوين يشبه قوائم التحكم الرقمية أو وحدات الإعدادات، وهي دلالة على ترتيب البيانات، ضبط التجربة، وبناء الأنظمة بطريقة بسيطة وواضحة. التدرج البنفسجي/الأزرق يمنح الشعار إحساساً بالتقنية والابتكار، بينما الحواف المستديرة تضيف طابعاً إنسانياً وسهل التقبّل.



### التدرج

حركة من الفكرة إلى التنفيذ ثم الأثر.

### النقاط

قرارات دقيقة ونقاط تأثير قابلة للقياس.

### القوائم

تنظيم، إدارة، وضبط تفاصيل العمل الرقمي.

الشعار لا يشرح خدمة واحدة؛ بل يفتح مساحة لعلامة متعددة الخدمات تحت مظلة رقمية واضحة.

## 05 | الشعارات الأساسية والثانوية

نظام استخدام مرن للنسخ الفاتحة والداكنة

النسخة الثانوية على الخلفيات الفاتحة



النسخة الأساسية على الخلفيات الداكنة



تُستخدم نسخة الشعار الكاملة عند الحاجة إلى تعريف واضح بالعلامة، خصوصًا في العروض الرسمية، الملفات التعريفية، الواجهات الرقمية، والمواد المطبوعة. أما الرمز المنفرد فيُستخدم في التطبيقات، الأيقونات، الصور، والواجهات ذات المساحات المحدودة، مع الالتزام دائمًا بالتباين المناسب بين الشعار والخلفية.



## 06 | شبكة الشعار

### شبكة بناء الشعار وضبط التوازن البصري

يعتمد التوازن على علاقة ثابتة بين مساحة الرمز، ارتفاع الاسم، ووزن العبارة السفلية. لا يتم إعادة رسم الشعار يدوياً، ولا يتم تعديل أبعاده أو المسافة بين عناصره. تُحافظ الشبكة على ثبات ظهور العلامة في كل المقاسات.

- الرمز هو نقطة الجذب الأولى.
- اسم eCode يُقرأ بوضوح على جميع الخلفيات.
- العبارة الثانوية تظهر فقط عند توفر مساحة كافية.
- كل النسخ تعتمد على الملفات الأصلية المعتمدة.



## 07 | المساحة الآمنة

حماية الشعار من التزاحم البصري

يُترك حول الشعار مساحة لا تقل عن ارتفاع إحدى وحدات الرمز الداخلية. هذه المساحة تمنع التصادم مع النصوص، الحواف، الصور، أو عناصر التصميم الأخرى.

### أقل حجم مقترح

- الشعار الكامل: لا يقل عرضه عن 32 مم في الطباعة.
- الرمز فقط: لا يقل عن 8 مم في الطباعة.
- السوشل: الرمز منفردًا داخل مساحة مربعة.
- الواجهات: استخدام النسخة المضيئة أو المعدنية حسب الخامة.



## 08 | الاستخدامات الخاطئة

أمثلة يجب تجنبها للحفاظ على اتساق الهوية



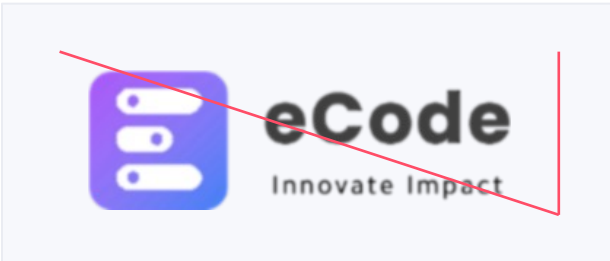
لا تضعه على خلفية مزدحمة



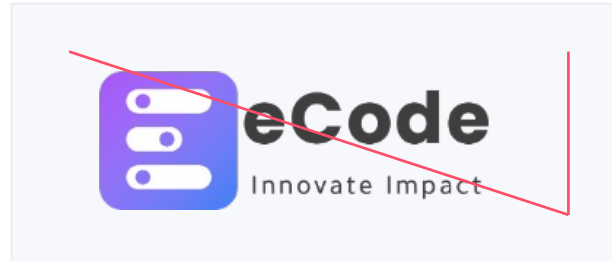
لا تغير التدرج



لا تمدد الشعار



لا تستخدم دقة منخفضة



لا تغيّر المسافات



لا تضيف مؤثرات مبالغ فيها

القاعدة المختصرة: لا تعالج الشعار كعنصر قابل للتعديل؛ استخدمه كما هو من الملفات الأصلية فقط.

# 09 | لوحة الألوان

تدرج رقمي أنيق بين البنفسجي والأزرق مع حياد متوازن

تُعتمد هوية eCode على تدرج بصري يجمع بين البنفسجي والأزرق ليعكس الابتكار، التقنية، والثقة. وتُستخدم الألوان المحايدة لدعم المساحات الهادئة، بينما تُخصص ألوان التنبيه والحالة للاستخدامات الرقمية مثل الإشعارات، الواجهات، وأزرار التفاعل.

**Digital Blue**  
#3F87FF

**Lavender Dark**  
#6F63FF

**Lavender Light**  
#8F80FF

**Paper White**  
#F7F8FC

**Charcoal**  
#2B2D35

**Sky Blue**  
#49B3F1

**Error**  
#F43F5E

**WhatsApp**  
#25D366

**Warning**  
#F59E0B



# 10 | نظام التدرج اللوني

التدرج ليس زخرفة؛ هو توقيع بصري للعلامة

## التدرج المعتمد

من البنفسجي الدافئ إلى الأزرق الرقمي. يُستخدم في الأيقونة، الأزرار، الخلفيات الثانوية، الإضاءات، والانتقالات البصرية بين الأقسام.

## قاعدة التوازن

- لا يُستخدم التدرج كخلفية لكل شيء.
- يُفضل أن يظهر في نقطة تركيز واحدة داخل التصميم.
- الخلفيات البيضاء هي الأساس في العروض والمستندات.
- الداكن يستخدم للنسخ الفاخرة أو الليلية.

# 11 | الخطوط

Tajawal كأساس عربي واضح، مع خط هندسي مساعد للإنجليزية

## Tajawal

يستخدم في جميع النصوص العربية: العناوين، الفقرات، العروض، السوشل، الملفات الرسمية، واجهات الموقع، والقوائم. يعطي إحساساً عصرياً ومقروءاً دون مبالغة.

### الوزن المقترح

- ExtraBold للعناوين الرئيسية
- Bold للعناوين الفرعية
- Medium للنصوص المهمة
- Regular للفقرات الطويلة

## eCode / Innovate Impact

للاستخدامات الإنجليزية القصيرة يمكن اعتماد خط هندسي نظيف مثل Poppins أو Outfit عند الحاجة، مع عدم خلط أكثر من عائلتين خطيتين داخل التصميم الواحد.

### قاعدة القراءة

لا يقل حجم النص في العروض عن 16 نقطة، ولا تستخدم أكثر من 3 أحجام خطية داخل الشريحة الواحدة.

# 12 | سلم الأحجام الخطية

نظام واضح للعرض، الطباعة، والسوشل

للعناوين الكبرى والصفحات الافتتاحية داخل العروض والبروفيلات.

**عنوان رئيسي**

pt 44-36

Extra Bold

للعناوين الأساسية داخل صفحات الهوية والمواد التعريفية.

**عنوان شريحة**

pt 32-28

Bold

لتقسيم المحتوى وشرح الأقسام الداخلية.

**عنوان فرعي**

pt 24-18

Bold / Medium

للمحتوى التعريفي، الشروحات، وصف الخدمات، والنصوص الرسمية.

**نص فقرة**

pt 16-14

Regular / Medium

للتسميات، الهوامش، الملاحظات الثانوية، وبيانات الاستخدام.

**ملاحظة صغيرة**

pt 12-9

Regular

يعتمد نظام eCode الخطي على

تدرج واضح بين العناوين

والمحتوى لضمان سهولة

القراءة، قوة الحضور البصري،

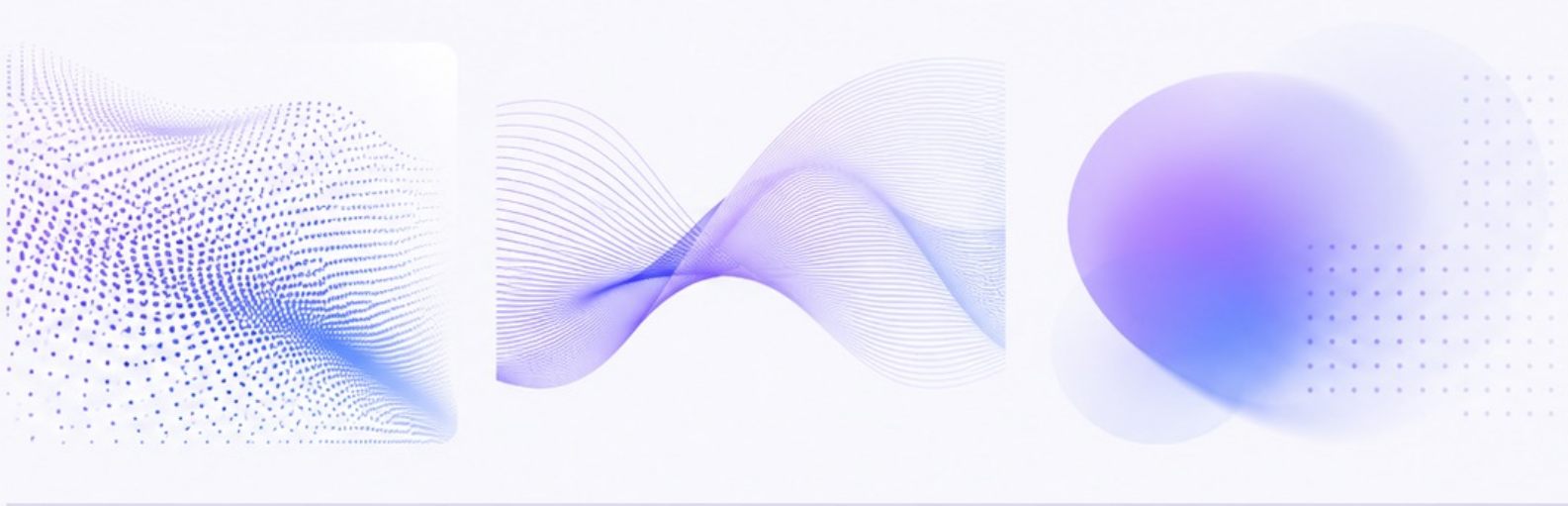
واتساق الهوية عبر العروض،

الملفات المطبوعة، الواجهات

الرقمية، ومنشورات التواصل

الاجتماعي.

## أنماط خلفية ناعمة



## اشكال ناعمة قابلة للاستخدام



# 13 | نظام النمط البصري

## أشكال ناعمة مستوحاة من الرمز والتدرج

يعتمد النمط البصري على تكرار غير مباشر لعناصر الرمز، من خلال الكبسولات، النقاط، المسارات المنحنية، والطبقات الشفافة، ليمنح الهوية حضورًا واضحًا حتى عند غياب الشعار.

## الفكرة المستوحاة



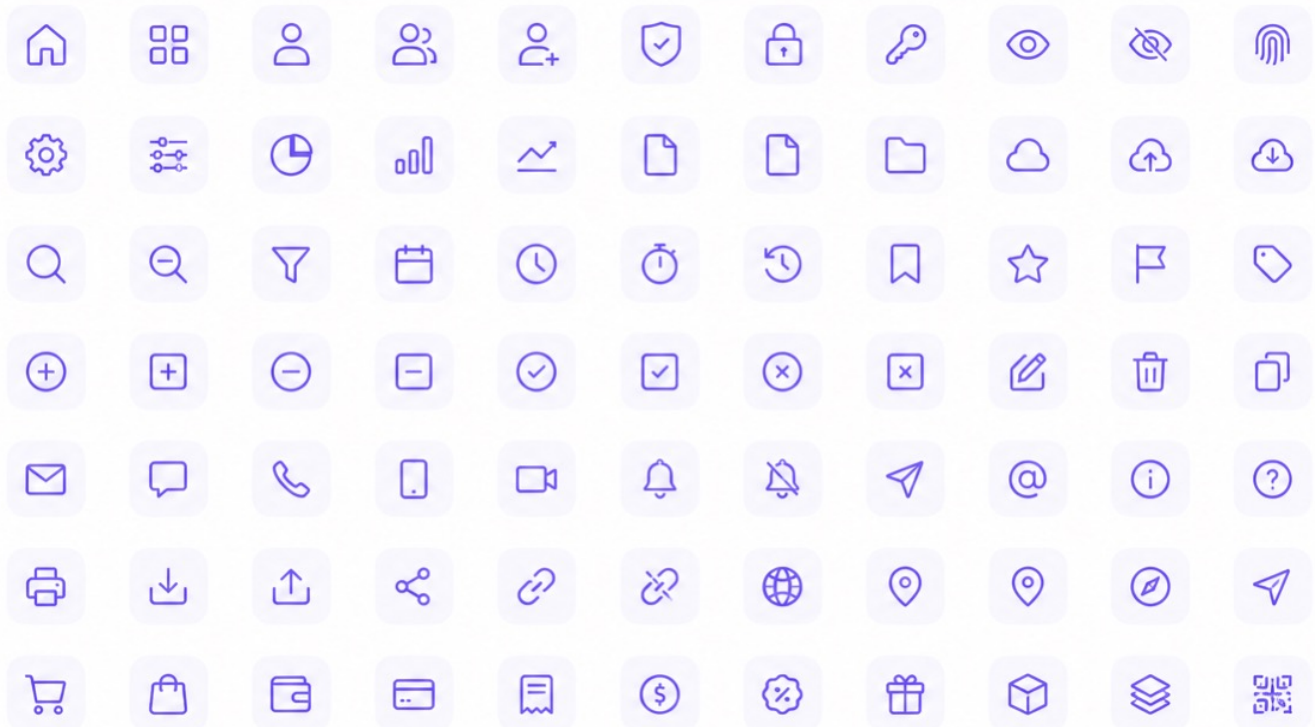
## لغة الشكل



## 14 | الأيقونات والرموز

لغة رمزية موحدة للخدمات والتطبيقات

مجموعة ايقونات خطية موحدة بأسلوب بسيط وحديث، نهايات مستديرة ووزن خط ثابت، مصممة لتعزيز سهولة الاستخدام والتواصل البصري عبر جميع المنتجات





# 15 | القرطاسية الرسمية

تطبيقات مكتبية بهدوء بصري ومساحة بيضاء واسعة

## نظام القرطاسية

- ورق رسمي A4 بتذييل تدريجي خفيف.
- مغلفات بلسان علوي ملوّن أو شريط جانبي.
- بطاقات عمل بنسخة داكنة وفاتحة.
- دفاتر ومجلدات بألوان محايدة مع إبراز الشعار.
- بادجات وأشرطة تعريفية لموظفي الفعاليات.

الهدف أن تبدو الهوية فاخرة دون ازدحام؛ الشعار يظهر بثقة، والتدرج يظهر كإشارة لا كخلفية كاملة.

# 16 | بطاقة العمل والورق الرسمي

مقاسات وتوجيهات إنتاج أولية

## بطاقة العمل

- المقاس: 50 × 90 مم أو 55 × 85 مم.
- الوجه الأمامي: الاسم، المسمى، وسائل التواصل.
- الوجه الخلفي: الشعار الكامل أو الرمز بحجم كبير.
- تشطيب مقترح: مطفي مع لمعة Spot UV على الرمز.

## الورق الرسمي

يُحافظ على رأسية بسيطة، تذييل خفيف، ومساحة كتابة واسعة لضمان الرسمية وسهولة القراءة عند الطباعة أو الإرسال الإلكتروني.



# 17 | الزي والبادجات

حضور موحد للفريق في الفعاليات والاجتماعات

## التطبيقات المقترحة

- بولو أبيض للشخصيات الأمامية والاجتماعات.
- هودي أو تيشيرت أسود للفرق التشغيلية والإنتاجية.
- قبعة سوداء للفعاليات الخارجية.
- حامل بطاقة بتدرج الهوية واسم الموظف.
- عدم تكبير الشعار على الملابس بشكل مبالغ فيه.

الزي يجب أن يعكس الاحتراف والراحة معاً؛ ظاهر بما يكفي للتعرف على الفريق، وهادئ بما يكفي ليبقى أنيقاً.



# 18 | التغليف والهدايا

هوية هادئة تصلح للهدايا، الملفات، وصاديق التسليم

## نظام التغليف

- صناديق بيضاء مع شريط تدرجي جانبي.
- أكياس ورقية مع مقابض بنفسجية/زرقاء.
- ملصقات دائرية للتغليف والشحن.
- بطاقات شكر مختصرة بنبرة ودية.
- استخدام الرمز منفردًا عند المساحات الصغيرة.

كل قطعة تغليف يجب أن تشبه تجربة فتح منتج تقني أنيق، حتى لو كانت تحتوي على مستند أو هدية بسيطة.





## نحو حلول أكثر ذكاءً.

نحو تجربة رقمية  
أسهل وأسرع.



## أمان بياناتك أولويتنا.

- تشفير متقدم
- نسخ احتياطي آمن
- مراقبة على مدار الساعة



## كل فكرة تبدأ بسؤال جيد.

نستمع أولاً، ثم  
نتبكر الحلول.



## نصنع قيمة من الأفكار.

- ابتكار
- تطوير
- إطلاق



## تطوير. تبسيط. تحسين.

نحو أداء أفضل  
وتجربة مثالية.



## كود نظيف نتائج أقوى.

- 120+ مشروع ناجح
- 98% رضا العملاء
- 24/7 دعم مستمر



## التقنية تخدم رويتك.

نبني حلول رقمية تدعم  
نمو أعمالك.



## نعمل معك لتحقيق أهدافك.

- فهم
- تنفيذ
- نتائج



## نحو المستقبل معاً.

شريكك التقني الذي تثق به.

تواصل معنا →

# 19 | السوشل ميديا

نظام محتوى بصري قابل للتوسع عبر المنصات

## قواعد التصميم

- استخدم خلفيات بيضاء أو داكنة نظيفة.
- دع العنوان قصيرًا ومباشرًا.
- استخدم الرمز في الزاوية أو كتوقيع صغير.
- أدخل صور واقعية تخدم الرسالة لا تملأ الفراغ.
- استخدم التدرج في زر أو مساحة تركيز واحدة.

## المقاسات المعتمدة

- Instagram Feed 1080x1350
- Story 1080x1920
- X/LinkedIn 1200x675
- TikTok Cover 1080x1920

# 20 | قوالب المحتوى

هيكل موحد للبوستات والقصص والحملات

## دراسة حالة

قبل / بعد + نتيجة قابلة للقياس

## كواليس العمل

صورة إنتاجية + تعليق إنساني مختصر

## تهنئة / مناسبة

خلفية ناعمة + رمز العلامة

## إعلان خدمة

عنوان واضح + صورة واقعية + زر تواصل

## معلومة قصيرة

رقم أو فكرة واحدة + مساحة بيضاء

## عرض باقة

اسم الباقة + 3 فوائد + دعوة إجراء

تُبنى القوالب على نظام ثابت، لكن الصور والعناوين تتغير حسب الحملة. الهدف: أن يعرف الجمهور أن المحتوى من eCode حتى قبل قراءة الاسم.

## قوالب المحتوى

### إعلان خدمة

نطور حلولاً تدفع أعمالك نحو النمو

حلول برمجية مخصصة خصيصاً لتطبيق أعمالك وتحسين أداء عملائك.

أواصل معنا

eCode

### معلومة قصيرة

68%

من الشركات التي تستثمر في التحول الرقمي تحقق نمواً في الكفاءة التشغيلية.

eCode

### دراسة حالة

من التحدي إلى النتائج

قبل: عمليات يدوية متكررة وبطيئة

بعد: أتمتة سير العمل وتكامل الأنظمة

النتيجة: زيادة في الإنتاجية +72%، تقليل وقت التنفيذ -45%، تحسين رضا العملاء +53%

eCode

### عرض باقة

باقة الأعمال

دعم فني مستمر

أمان وهووافية على أعلى مستوى

تقارير ذكية ورؤى دقيقة

ابتداءً من 499 ريال / شهر

اطلب الباقة الآن

### تهنئة / مناسبة

عِيْمَبَارِك

كل عام وأنتم بخير

eCode

### كواليس العمل

نحن نعمل خلف الكواليس لتصنع تجربة أفضل لكل عميل.

eCode

### إعلان خدمة

نبرمج حلولاً تدفع أعمالك إلى الأمام

تطبيقات ومواقع ويب مخصصة لتصمم للتصنيع فرقةً حقيقيًا.

أواصل معنا

eCode

### معلومة قصيرة

80%

من العملاء يفضلون التعامل مع شركات تقدم تجربة رقمية سلسة.

eCode

### دراسة حالة

من فكرة بسيطة إلى منصة ناجحة

قبل: نظام بدوي مشتت وبطيء

بعد: منصة موحدة سريعة وفعالة

النتيجة: زيادة في الإنتاجية +65%، تقليل الوقت المستغرق -40%، رضا العملاء +95%

eCode

### عرض باقة

باقة النمو

موقع إلكتروني سريع وآمن

تصميم عصري وتجربة مستخدم ممتازة

تحسين محركات البحث (SEO)

ظهور أفضل في نتائج البحث

دعم فني وتحديثات مستمرة

فريقنا معك في كل خطوة

ابتداءً من 599 ر.س / شهر

اطلب الباقة الآن

### تهنئة / مناسبة

رَوْضَان مِصْبَارِك

تشيل الله منا ومنكم صالح الأعمال

eCode

### كواليس العمل

في كل سطر كود تجربة تُصنع بحب ودقة من فريقنا.

eCode

## 21 | الهوية الخارجية

واجهة واضحة تحافظ على حضور العلامة في النهار والليل

يُطبَّق نظام الهوية الخارجية لـ eCode بأسلوب هادئ واحترافي يوازن بين الوضوح والفخامة. تعتمد الواجهة على شعار مضاء، مساحات نظيفة، خامات حديثة، وإضاءة بنفسجية/زرقاء خفيفة تعزز حضور العلامة دون مبالغة.

تُستخدم النسخة الليلية لإبراز الإضاءة والتميّز البصري، بينما تُظهر النسخة النهارية وضوح الشعار وتناسق الهوية مع البيئة المعمارية.



## 22 | الهوية الداخلية

تجربة مكان تشبه المنتج الرقمي: بسيطة، مضيئة، منظمة

### تطبيقات داخلية

- شعار مضيء خلف منطقة الاستقبال.
- إضاءة بنفسجية/زرقاء كأثر لا كتشبع كامل.
- جدران رمادية أو حجرية هادئة.
- استخدام الرمز على الزجاج، الأبواب، وغرف الاجتماعات.
- صور أعمال ومشاريع ضمن جدار بصري منظم.

المكان يجب أن يعطي شعور وكالة حديثة، لا مكتب تقليدي، ولا مساحة تقنية جافة.





## 23 | المعارض والفعاليات

منصة عرض واسعة بتجربة ضوئية متناسقة

### قواعد البوث

- شاشة كبيرة بخلفية تدرجية متحركة.
- منطقة استقبال بسيطة لا تزاخم الرسالة.
- الرمز يظهر في نقاط متعددة بحجم متوازن.
- مسارات إضاءة أرضية لربط الزوار بالمركز.
- صور مشاريع على جدار خلفي أو شاشة جانبية.
- التجربة يجب أن تبدو كمنصة رقمية حقيقية داخل مساحة مادية.



# 24 | قائمة الخدمات

تصنيف واضح للخدمات تحت مظلة واحدة

## التسويق الرقمي

- إدارة الحملات الاعلانية
- صناعة المحتوى
- إدارة السوشل ميديا
- تصميم الهوية البصرية
- تحليل الأداء وقياس النتائج

### النتيجة:

زيادة الوعي، جذب عملاء جدد، ونمو مستدام في المبيعات

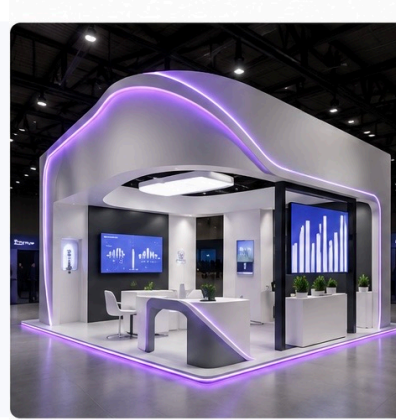


## الفعاليات والمعارض

- تنظيم وإدارة الفعاليات
- تصميم وتجهيز البوئات
- التشغيل الميداني الاحترافي
- تجربة زائر مميزة
- إدارة التسجيل والدعوات

### النتيجة:

فعاليات احترافية تعكس صورة علامتك وتحقق اهدافك

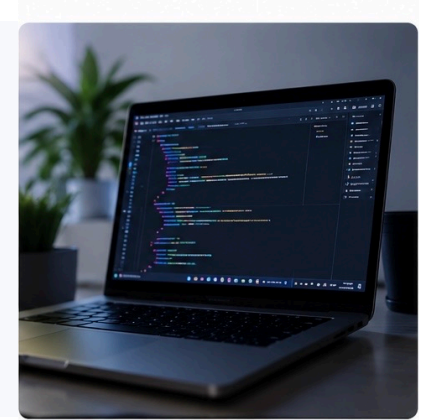


## الحلول التقنية

- تصميم وتطوير المواقع
- تطوير التطبيقات
- لوحات تحكم ذكية
- تكامل الأنظمة والتقنيات
- اتمتة العمليات

### النتيجة:

أنظمة تبسط عملك وترفع كفاءة فريقك.



## الاستشارات والحوكمة

- بناء السياسات والإجراءات
- ادلة ونماذج تشغيل
- حوكمة المشاريع والعمليات
- تحسين الإجراءات والكفاءة
- إدارة المخاطر والامتثال

### النتيجة:

حوكمة قوية وعمليات واضحة تقلل المخاطر وترفع الكفاءة



## الإنتاج الإبداعي

- التصوير الفوتوغرافي
- انتاج الفيديو
- الموشن جرافيك
- تصميم الجرافيك
- المواد التسويقية المتكاملة

### النتيجة:

محتوى ابداعي يعزز رسالتك ويزيد التفاعل والتحويل

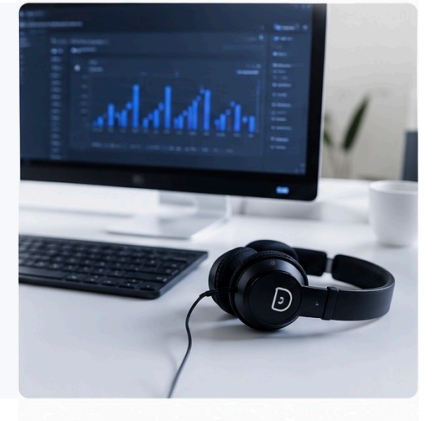


## الدعم والنمو

- إدارة الحسابات والمنصات
- تقارير دورية وتحليل الأداء
- تحسين مستمر واستراتيجيات نمو
- خدمة عملاء سريعة وفعالة

### النتيجة:

شريك يدعمك باستمرار لتحقيق نمو ثابت ونتائج افضل



تُعرض الخدمات دائماً بلغة نتيجة: ماذا سننجز؟ ماذا سيستفيد العميل؟ كيف سيظهر الأثر؟

## 25 | صوت العلامة

واضح، واثق، عملي، ومقنع دون مبالغة

نكتب كأننا شريك يفهم احتياج العميل، لا كأننا نبيع خدمة فقط.

نحن الأفضل في كل شيء بلا منافس.

تجنب

نحوّل الفكرة إلى تجربة رقمية قابلة للقياس.

استخدم

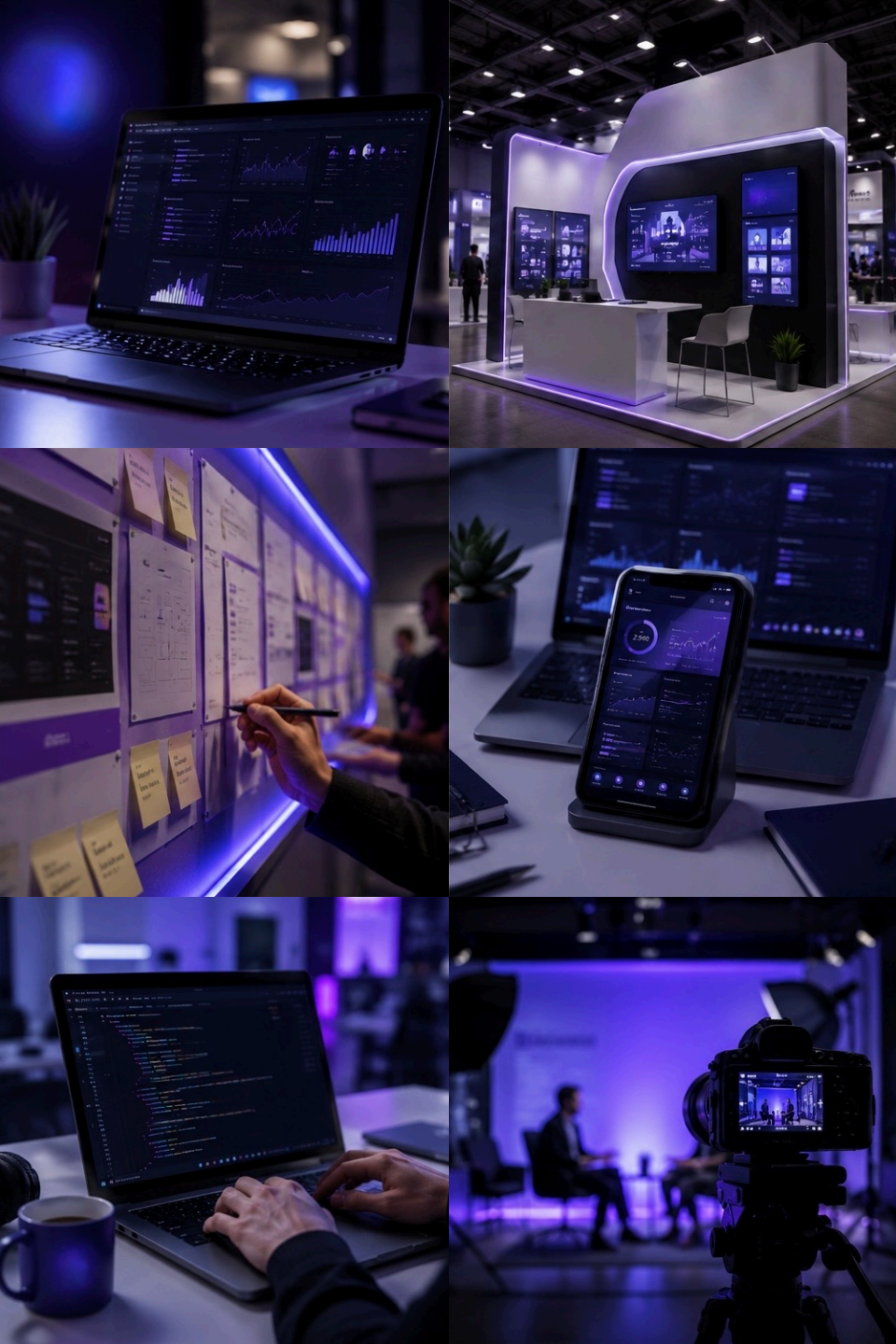
خدماتنا كثيرة ومتشعبة ونغطي كل المجالات.

تجنب

نرتب احتياجاتك ونبني له مسار تنفيذ واضح.

استخدم

نبرة الكلام: مختصرة، منظمة، ذات عناوين قوية، وتستخدم أفعال تنفيذية مثل: نبني، نطلق، نطور، نقيس، نحسن.



## 26 | أسلوب التصوير

صور واقعية بلمسة تقنية وضوء بنفسجي/أزرق

### معايير الصورة

- واقعية وليست كرتونية.
- إضاءة سينمائية هادئة لا تطفئ على التفاصيل.
- مساحات عمل حديثة، أجهزة، واجهات رقمية، مواد إنتاج.
- أشخاص عند الحاجة دون إبراز وجوه بشكل مباشر.
- ألوان الهوية تظهر في الضوء أو الخلفية أو العناصر الصغيرة.

لا تستخدم صورًا عشوائية أو مزدحمة أو بعيدة عن التقنية والتسويق والتنفيذ.

# 27 | رحلة العميل

من أول تواصل إلى قياس الأثر

01

اكتشاف

فهم التحدي والهدف التجاري.

02

تصميم

بناء الحل والرسالة والهوية.

03

تنفيذ

تشغيل العمل وفق خطة واضحة.

04

إطلاق

نشر المخرجات ومتابعة الأداء.

05

قياس

تحليل النتائج والتحسين المستمر.

الهوية يجب أن تدعم كل مرحلة: ملف تعريف، عرض سعر، اجتماع، بوست إطلاق، تقرير أداء، وتواصل ما بعد التسليم.



## 28 | التطبيقات الرقمية

موقع، واجهات، عروض، وقوالب قابلة للتوسع

### توجيهات الواجهة

- خلفية بيضاء مع هيدر تدرجي أو عنصر تركيز واحد.
- أيقونات مستديرة ذات لون واحد أو تدرج بسيط.
- أزرار رئيسية بنفسجي/أزرق، وأزرار ثانوية محايدة.
- استخدام الشعار الكامل في الهيدر، والرمز في الفايكون.
- صور واقعية داخل الأقسام بدل الرسومات العامة المتكررة.

الأولية دائماً للوضوح وسرعة الفهم، ثم الجماليات.

## 29 | تطبيقات الهوية

كيف يظهر النظام في المواد المختلفة

### قابلية التوسع

- الهوية تعمل على التطبيقات الصغيرة والكبيرة.
- الرمز قوي كأيقونة تطبيق أو ختم بصري.
- الألوان كافية لبناء نظام واجهات كامل.
- الشعار الكامل مناسب للملفات الرسمية والتعريف.
- النمط يصلح للشرائح، العروض، السوشل، والبوثات.

هذا الدليل هو نقطة الانطلاق: كل تطبيق جديد يجب أن يعود إلى قواعده قبل التصميم.





هوية قابلة للنمو، واضحة في الاستخدام، ومبنية لتصنع أثرًا.

Electronic Code – Agency Brand Book

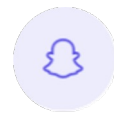
[www.eCode.sa](http://www.eCode.sa) | [info@ecode.sa](mailto:info@ecode.sa) | +966 503 666 316



[eCode\\_sa](https://twitter.com/eCode_sa)



[ecode-sa](https://www.linkedin.com/company/ecode-sa)



[ecode\\_sa](https://www.snapchat.com/add/ecode_sa)



[ecode\\_sa](https://www.instagram.com/ecode_sa)



[ecode\\_sa](https://www.tiktok.com/@ecode_sa)



[ecode.sa](https://www.facebook.com/ecode.sa)



[eCode\\_sa](https://www.youtube.com/channel/UC...)