رهط
RUHT

كتيب العلامة التجارية
لمـؤسســـة رهط

بِسمِ اللّٰه الرَّحمَن الرَّحِيم

المحتوى

قلب العلامة التجارية ٣
تحليل المنافسون ٦
شخصية المستهدفون ١٣
الهوية البصرية ١٨
- الشعار ١٩
- باترن الهوية ٢٥
- الألوان ٢٦
- الخطوط ٢٧

ملفات للتحميل ٢٩

Brand Heart

The heart of the brand affects all actions and decisions, from how the brand is presented to the world, to how it deals with customers, employees, and collaborators. The brand heart consists of its (purpose, vision, mission, and values). In order for the brand to be strong, its actions must be consistent with its core beliefs.

قلب العلامة التجارية

يؤثر قلب العلامة التجارية على كل الأفعال والقرارات، بدءًا من كيفية تقديم العلامة التجارية للعالم من مطبوعات ومنشورات وحتى كيفية التعامل مع العملاء وموظفين والمتعاونين، ويتكون قلب العلامة التجارية من (الهدف والرؤية والمهمة والقيم) حتى تكون العلامة التجارية قوية لابد أن تتوافق أفعالها مع معتقداتها الأساسية.

الهدف

النهوض بالمنطقة الجنوبية إعلاميا وإنتاجيا مع أبنائها وأفكارها وإبداعاتها.

الرؤية

خلق بيئة متميزة إعلاميا وإنتاجيا تبرز أعمالا ذات قيمة تتمتع بالجودة العالية ومتوافقة مع رؤية المملكة العربية السعودية لعام ٢٠٣٠م

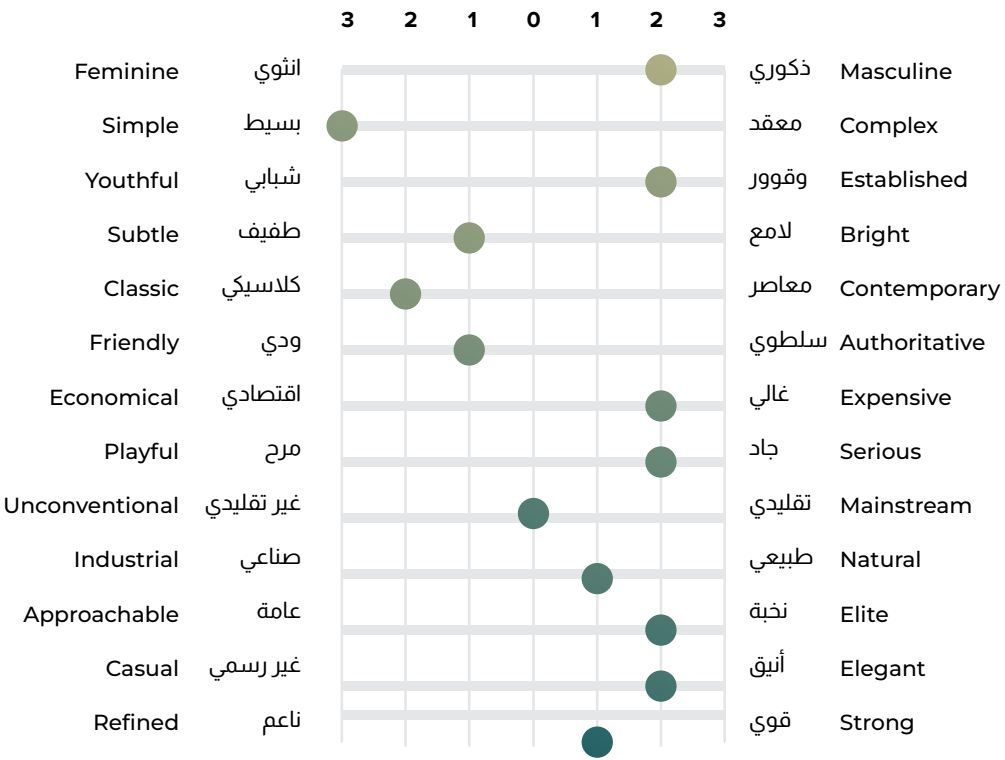
المهمة

نعمل في إثراء المجال الإعلام والإنتاج في المنطقة الجنوبية

القيم

- التجديد والتطوير المستمر
- إعلام وإنتاج نقي ونظيف وقيم
- نصاحب الشركاء لتحقيق الأهداف
- الإبداع والإبتكار لإضافة قيمة فريدة
- نراعي الجودة والاتقان دون إهمال الكم

شخصية رهط



بسيـــط
simple

أنـــيـــــق
elegant

كلاسيكي
Classic

Competitor analysis

Competitor analysis helps to point out similarities and differences between competitors to help identify unique ways to outperform them.

تحليل المنافســـــن

يساعد تحليل المنافسين على توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين المنافسين للمساعدة في تحديد الطرق الفريدة التي يمنكن للعلامة التجارية من خلالها التفوق عليهم.

ايتيز الإبداعية

جيل الثمانينات الإبداعية للدعاية والإعلان

ايتيز ستوديوز

في ايتيز صنعنا لكم منصة ترفيهية تقدم أفكار ومسلسلات على قنواتنا الخاصة

ايتيز للإبداع
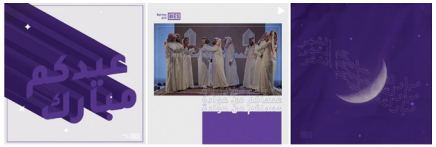
هنا تصنع الأفكار الابداعية التي لم تجد طريقها في عقلك، نقوم بالبحث عنها حتى نجدها، لتظهر بأفضل صورة إضافة إلى الموسيقى الممتعة

ايتيز للإنتاج

يهتم بتقديم الخدمة الإنتاجية بمشاركة المبدعين لتنفيذ الأفكار بصورة بصرية مبتكرة

ايتيز كاست

فريق متخصص لتقديم أفضل الممثلين المحترفين ذوي الخبرة لأي إعلان سواء كان (فيديو، صورة، أداء صوتي) لترويجها محليا وعالميا



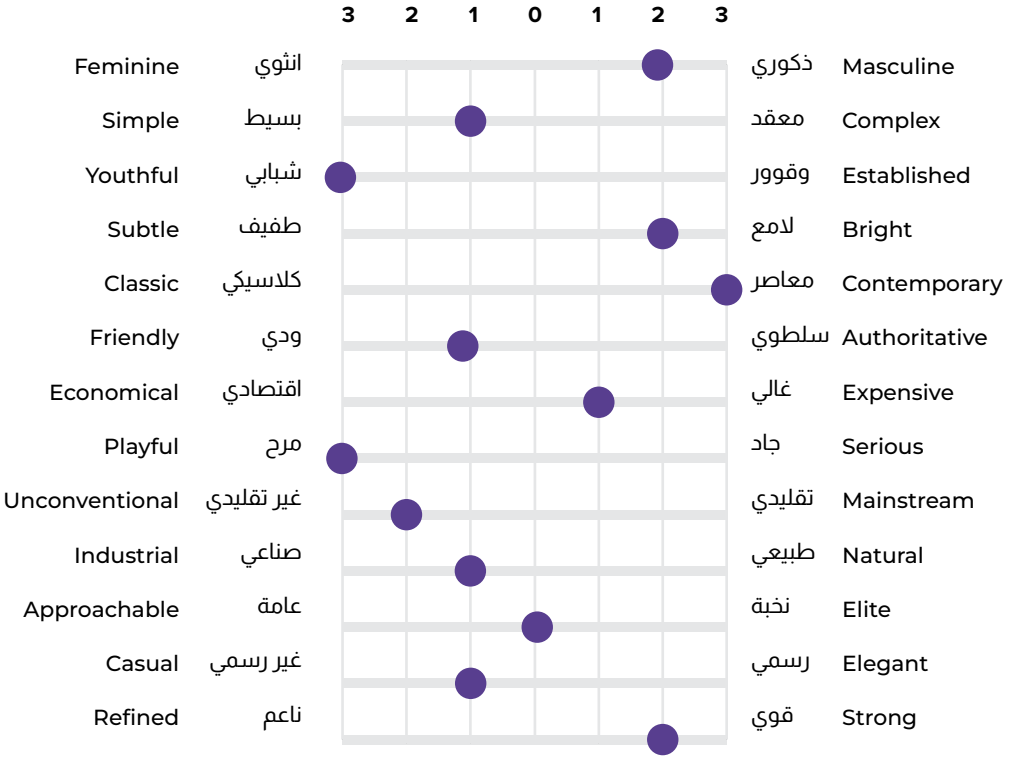








شخصية العلامة التجارية



تلفاز١١

تلفاز١١ هي شركة رائدة في مجال الإنتاج الإعلامي الإبداعي موجودة في كل من المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة، وهي تتخصص في تقديم

المحتوى الرقمي الأصلي

تقدم تلفاز١١ توجهاً جديداً في المجال الإبداعي ورواية القصص المؤثرة في العالم العربي، وتتخصص في إنتاج محتوى ترفيهي قادر على خلق تفاعل مع الجمهور وعلى الانتشار بشكل واسع عبر الإنترنت

المركز الإبداعي

يتخصص المركز الإبداعي التابع لتلفاز١١ في ابتكار محتوى تفاعلي يقدم العملاء و العلامات التجارية بأسلوب قصصي مبتكر يربط بينها وبين جمهورها المستهدف.

استديوهات تلفاز ١١

ننتج مسلسلات طويلة وأفلام سينمائية وروائية ممتعة بجودة إنتاجية عالمية تلامس الواقع والثقافة المحلية وتستعرضها للثقافة العالمية والمحلية على حد سواء



شخصية العلامة التجارية



ثمانية

ثمانية

ثمانية

تغيير ثقافة الصحافة العربية

الهوية

اللغة العربية. نعتمد في جميع تعاملاتنا الداخلية والخارجية. ونحاول الحفاظ على اللغة العربية الفصيحة ما استطعنا.
الوطن العربي. فنقدّم المحتوى الذي يوثّق حياة المواطن العربي. نشارك همومهم، نطرح تساؤلاتهم، نسعى إلى مستقبل أفضل.
المواطنة العالمية. جزء من تكوين الفريق، هو القراءة والمتابعة لكل ما يحدث في أرجاء العالم. وبه نتأثر، ونعتقد أنّ العالم اليوم بات قرية صغيرة.
السعودية. فشركة ثمانية، هي تأخذ من الرياض مقرًا رئيسيًا لها. وقانونيًا، تمضي تحت قوانين النشر والتوزيع السعودية. ومؤسسيها ومعظم موظفيها سعوديو الجنسية.
فريق عمل. نعمل في ثمانية كفريق عمل، يتوقع من الأطراف في فريق العمل تأدية المهام على أكمل وجه، ومساندة الفريق والشركة لتحقيق هدف وجودها.
البيئة. فأن نحافظ على البيئة، يعني أن نؤمّن لأجيالنا القادمة أرضًا قابلة للعيش أن نوقف هدر المال، أن يساعدنا في التأثير على غيرنا لنحافظ على الحيوات الأخرى.

برامج بودكاست

سعالف بزنس | مربّع | السوق | الشجر

سقراط | احتيال | فنجان | أشياء غريبة

آدم | أصوات | مرتدة | الشرك

وثائقيات

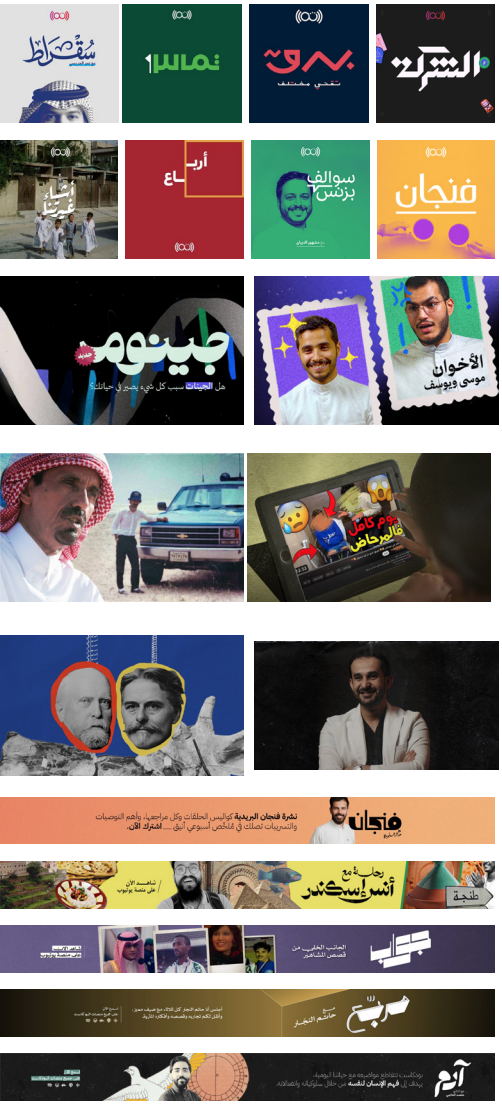
سياق | جراب | فلدن | ثمانية أسئلة

جينوم | رحلة مع أنس بن مالك

نشرات بريدية

النشرة البريدية | السوق | الشاي | إيفا





شخصية العلامة التجارية



Customer personas

A target customer persona is a tool used to create a brand that targets the ideal person or typical user. The point is that it's easier to design with one person in mind by distilling the personality traits of a segment of the audience into one person than to design for multiple voices!

شخصيـات العمـلاء

شخصية العميل المستهدف هي أداة تستخدم لإنشاء علامة تجارية تستهدف الشخص المثالي أو المستخدم النموذجي. الفكرة هي أنه من الأسهل التصميم مع وضع شخص واحد في الاعتبار عبر استخلاص السمات الشخصية لشريحة من الجمهور في شخص واحد بدلًا من التصميم لعدة أصوات!

محمد سعيد

رأس المنشأة

البيانات الشخصية:

العمر: ٤٥ سنة

الحالة الزوجية: متزوج ولديه ٦ أطفال

الموقع: أبها، المملكة العربية السعودية

التعليم: درجة الماجستير من كلية الأعمال

الوظيفة: رائد أعمال، يمتلك أعمالا متعددة

الدخل الشهري المقدر: من ٧٠,٠٠٠ إلى ١٢٠,٠٠٠ ريال سعودي

السمات الشخصية:

انطوائي — اجتماعي

تحليلي — مبدع

تلقائي — متأن

غير فعال — فعال ونشط

ودود — نخبة

تقليدي — متمرد

القيم الشخصية:

الدين
الوفاء
الإدارة الناجحة

الأهداف و الرغبات:

- زيادة المبيعات في شركاته
- انتشار الأسماء التجارية
- تفويض الأعمال الإنتاجية والإعلامية والتسويقية إلى شركات متخصصة

الهوايات والاهتمامات:

يستمتع بالأنشطة في الهواء الطلق مثل التخييم والسفر والصيد

مصادر المعلومات المفضلة

- السماع لأصحاب الخبرة
- كتب ومقالات رقمية
- مجالسة الأهل والقرناء
- مقالات منصة إكس
- تجارب زملائه من التجار

معايير الشراء

- الفاعلية والكفائة
- آراء المستشارين
- الإهتمام في التفاصيل
- المواقف الحياتية ونمط الحياة



بعض العلامات التجارية المفضلة

MONT BLANC — SAYYAR سيار — PARKER — SKECHERS — LAND CRUISER

حاتم عبد الله

مدير شركة



البيانات الشخصية:

العمر: ٤٣ سنة

الحالة الزوجية: متزوج ولدين ٤ أولاد

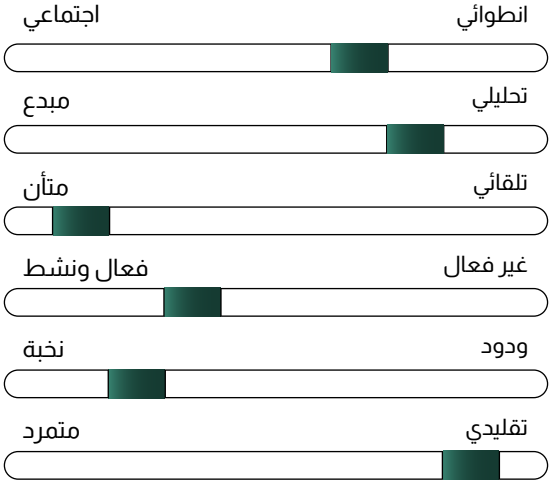
الموقع: الرياض، المملكة العربية السعودية

التعليم: ماجستير إعلام وعلاقات عامة

الوظيفة: مدير تنفيذي في شركة إنتاج إعلامي

الدخل الشهري المقدر: دخل الشركة ١٥٠ ألف إلى ٢٠٠ ألف

السمات الشخصية:



القيم الشخصية:

العلاقات المثرية والمستدامة
التنظيم والفصاحة
السمعة المظهر الإيجابي

الأهداف و الرغبات:

- انتاج وادارة الأعمال الفنية في المنطقة الجنوبية بجودة واحترافية
- تجربة عمل سلسة في المنطقة
- تقليل كلفة إرسال الوفود الفنية

الهوايات والاهتمامات:

يستمتع بالأنشطة في الهواء الطلق
مثل التخييم والسفر والصيد

مصادر المعلومات المفضلة

- بيئة العمل والمستشارين في المجال
- البحث الدقيق على محركات البحث
- المنصات الرسمية مثل اعتماد
- متابعة السوق ودراسته باستمرار
- المتخصصين في المنطقة الجنوبية

معايير الشراء

- الرسمية
- الفخامة
- تأدية الغرض بجودة عالية

بعض العلامات التجارية المفضلة

H 1849 — Mercedes-Benz — Giorgio Armani — Gieves & Hawkes No.1 Savile Row London — Qatar Airways القطرية — Hugo Boss

أحمد عبد الملك

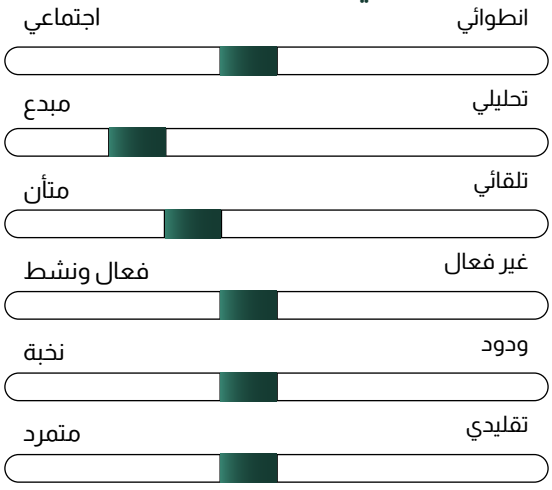
الراعي الرسمي



البيانات الشخصية:

العمر: ٣٤ سنة
الحالة الزوجية: متزوج ولدين ولدين
الموقع: أبها، المملكة العربية السعودية
التعليم: متخرج كلية الصيدلة
الوظيفة: مدير قسم الأدوية + صاحف قهوة
الدخل الشهري المقدر: ١٦ ألف راتب + ٥٠ إلى ٨٠ ألف أعمال

السمات الشخصية:



القيم الشخصية:
العلاقات المثرية والمستدامة
حسن استغلال الفرص والبحث عنها
الرغبة في الكماليات والتحسينات

الأهداف و الرغبات:
- ظهور علامته التجارية بالشكل اللائق
- الدعاية والترويج لعلامته التجارية عبر رعاية الأعمال الإنتاجية والإعلامية
- القيام بشراكات مثمرة وناجحة

الهوايات والاهتمامات:
يقضي وقت فراغه مع الخيل أو الذهاب إلى المرتفعات والسفر

مصادر المعلومات المفضلة
- مواقع التواصل الإجتماعي
- العلاقات مع أصحاب التجارات
- فريق العمل في الشركة
- البحث الميداني ودراسة السوق
- اطلاعات أدبية

معايير الشراء
- الفخامة والمنظر
- البراند والماركة
- نمط الحياة

بعض العلامات التجارية المفضلة

GUCCI
Jeep WRANGLER
VERSACE
ROLEX
DIOR
POLO RALPH LAUREN

خالد حماد

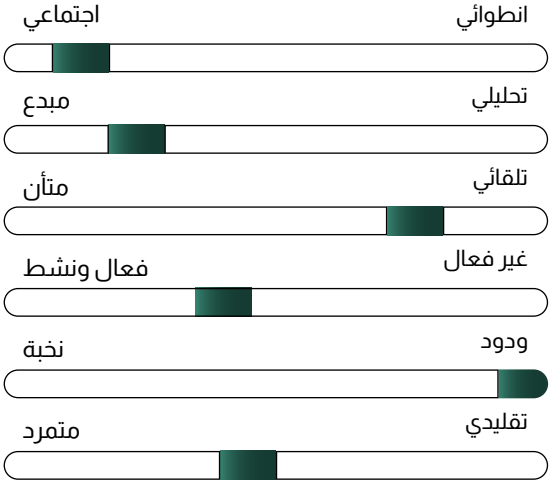
صاحب فكرة وحرفة



البيانات الشخصية:

العمر: ٢٨ سنة
الحالة الزوجية: أعزب
الموقع: خميس مشيط، السعودية
التعليم: درجة بكلوريوس من كلية الإعلام
الوظيفة: عامل حر + عضو مؤسس لنادي فني
الدخل الشهري المقدر: من ٢٥٠٠ إلى ٥٠٠٠ ريال سعودي

السمات الشخصية:



القيم الشخصية:

الانجاز والجودة
الإبداع والإبتكار
الصداقات والعلاقات

الأهداف و الرغبات:

- تنفيذ أفكاره وإبداعاته بجودة
- دعم موارد وكفاءة ومادة
- الظهور بجانب اسم قوي
- الخبرة من بيئة عمل متميزة

الهوايات والاهتمامات:

يحب الفعاليات الفنية وهواية التعديل على السيارات والرياضية بانتظام

مصادر المعلومات المفضلة

- مواقع التواصل الإجتماعي
- الأصدقاء وزملاء التخصص
- أهل الخبرة في المجال الفني
- البحث والإطلاع في الانترنت
- منصة هاوي للأندية

معايير الشراء

- السعر مع المظهر والشكل
- الترند والهبة
- تأدية الغرض

بعض العلامات التجارية المفضلة

Visiual Identity

Visual identity is all of the imagery and graphical information that expresses who a brand is and differentiates it from all the others. In other words, it describes everything customers can physically see.

الهويـــــة البصــريــة

الهوية المرئية هي كل الصور والمعلومات الرسومية التي تعبر عن هوية العلامة التجارية وتميزها عن غيرها. بمعنى آخر، فهو يصف كل ما يمكن للعملاء رؤيته فعليًا.

مؤسسة رهط للإنتـاج
Ruht Production

رهط
RUHT

الشعار

رهط: الجماعة من ٣ آو ٧ إلى ١٠، أو ما دون العشرة. تم تصميم الشعار بشكل بسيط وعصري مع نكهة من الأصالة تماشيا مع شخصية العلامة التجارية.
الشعار باللغة العربية مع نطق كلمة رهط باللغة الإنجليزية.

Logo

Ruht: A group of 3 or 7 to 10, or less than ten.
The logo is designed in a simple and modern way with a flavour of originality in keeping with the brand's personality.
The logo is in Arabic with the pronunciation of the word Rahat in English.

هيكلة الشعار

تم بناء شعار مؤسسة رهط من الشعار العربي والنَص الإنجليزي مع وصف المؤسسة ويوجد منه شكلان الأول أفقي والآخر رأسي.

الشعار العربي



الشعار الإنجليزي

مؤسسة رهط للإنتـاج
Ruht Production

الوصف

الشعار العربي



الشعار الإنجليزي

مؤسسة رهط للإنتـاج
Ruht Production

الوصف

x9



x11 مقاس الشعار

المساحة الأمنة

في الشكل التالي المساحة الهامشية للشعار وهي المساحة الامنة التي يجب أن تحيط بالشعار ولا يوضع بها عناصر للحفاظ على شكل الشعار مع استخدامه في التصاميم



تم استخدام شكل الحرف U من الشعار الإنجليزي لانشاء المساحة الآمنة

مقاسات الشعار

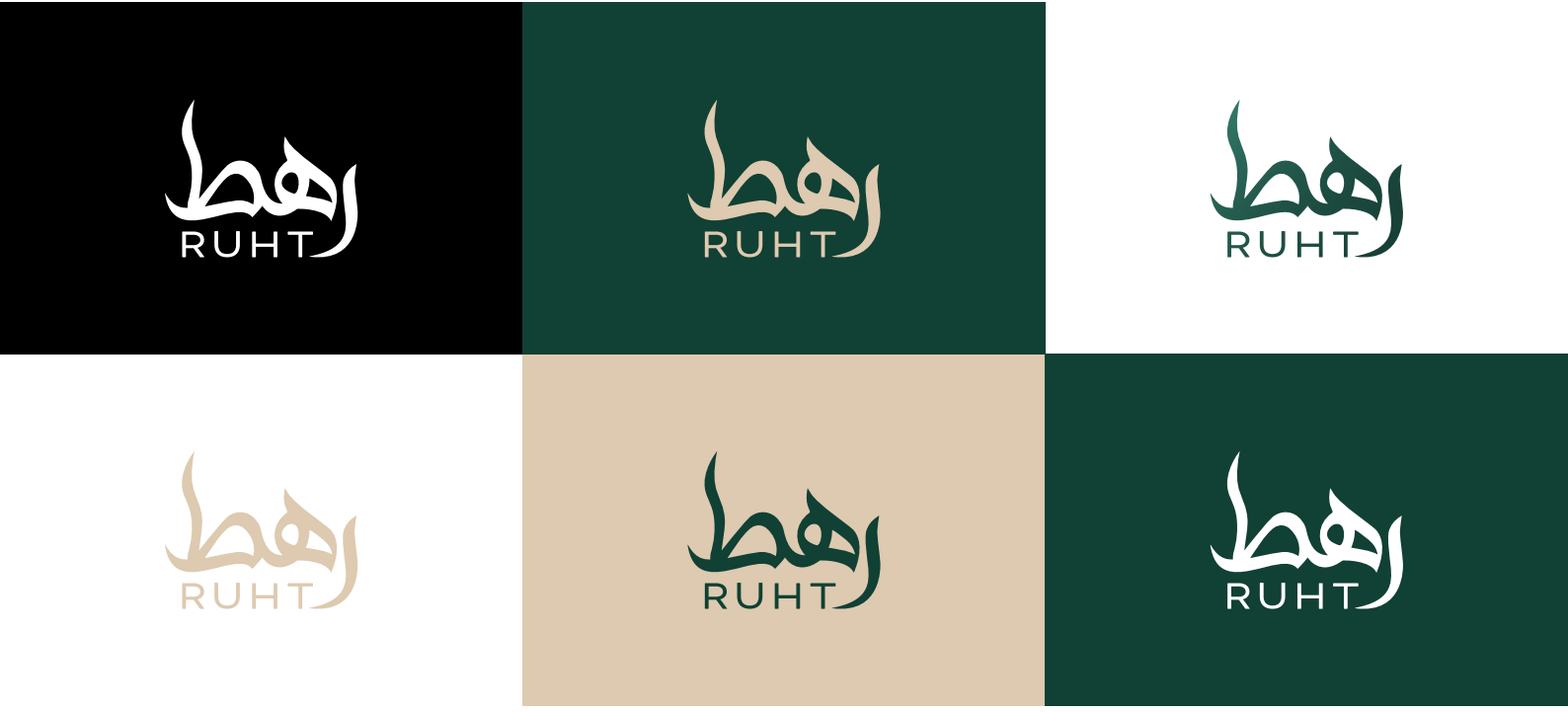






الشعار على خلفيات متنوعة

نستعرض هنا الشعار بلون واحـــد على عدة خلفيات ملونة لتوضيح امكانية استخدام الشعار بلون واحد مع تباينه على عدة خلفيات



استخدامات خاطئة

هنا بعض الأمثلة التي توضح الاستخدامات الخاطئة للشعار ويجب مراعاة استخـدام الشعــار بالشكل الصحيح



اضافة تأثيرات



تغيير الشفافية



وضغ اطار للشعار



ازالة جزء من الشعار

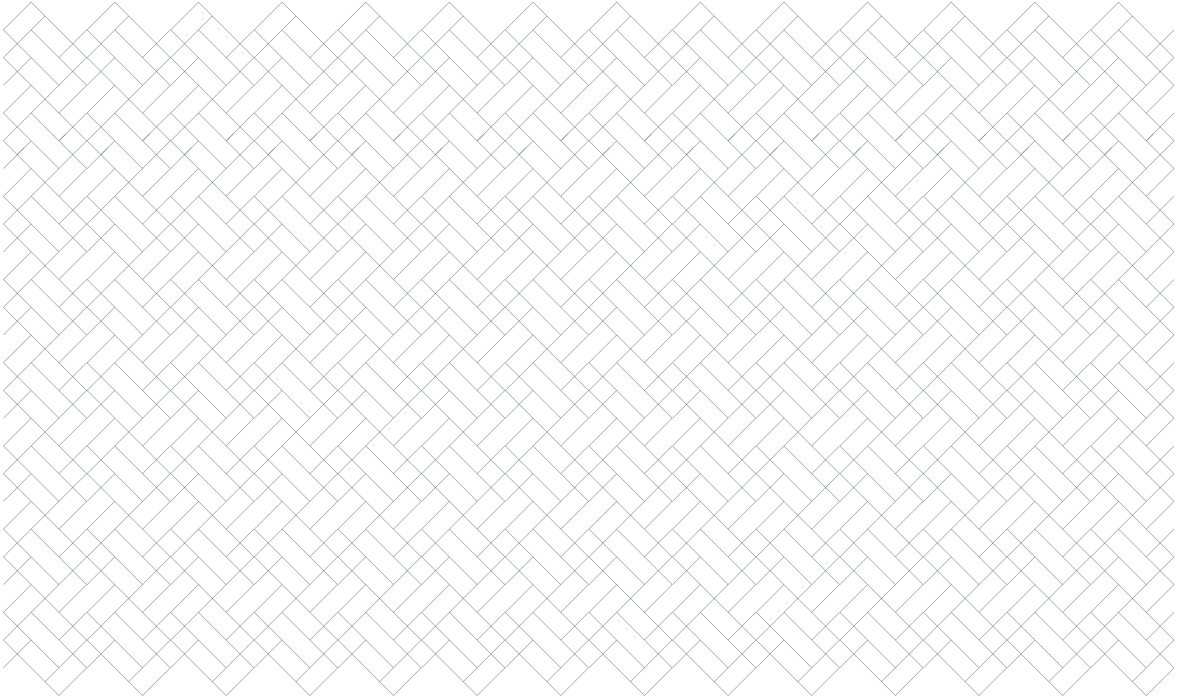


تغيير الوان الشعار



تغيير أبعاد الشعار

باترن الهوية



ألوان الهوية

غابـــات الليـــــــل

اللون الأساسي السائد على الهوية البصرية المستعمل لأهم العناصر

Pantone 560 CP Color
Hex : #114034

RGB 52 ,64 ,17
CMYK %75 ,%19 ,%0 ,%73

المخبـز التشـيـكـــي

اللون الثانوي للهوية البصرية ذات الإستعمال المحدود

Pantone 482 CP Color
Hex : #ddcab0

RGB 176 ,202 ,221
CMYK %13 ,%20 ,%9 ,%0

White Color
Hex : #fff

RGB 255 ,255 ,255
CMYK %00 ,%00 ,%00 ,%00

Black Color
Hex : #000

RGB 00 ,00 ,00
CMYK %00 ,%00 ,%00 ,%100

الخطوط العربية

خط المراعي - عادي

أَبْجَدْ هَوَّزْ حُطِّي كَلَمُنْ سَعْفُصْ
قُرشت ثخذ ضظغ

خط المراعي - اكسترا بولد

أَبْجَدْ هَوَّزْ حُطِّي كَلَمُنْ سَعْفُصْ
قُرشت ثخذ ضظغ

رهط للإنتاج الإعلامي

9px

رهط للإنتاج الإعلامي

15px

رهط للإنتاج الإعلامي

24px

إرشادات لإستعمال الخطوط

- يتم إستخدام الحجم - اكسترا بولد - للعناوين الرئيسية والفرعية والعناصر الأساسية
- إستخدام الحجم - العادي - للنصوص في الفقرات والعناصر الثانوية
- الإنتقال بين مقاسات الخطوط يتم بضرب المقاس الحالي بـ(١.٦١٨)
- لا يتم تغير الخط إلا إلى خط يقارب الخط المستعمل بنسبة ٩٠٪

الخطوط الإنجليزية

Montserrat ExtraBold

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Montserrat Medium

The quick brown fox jumps over the lazy dog

Ruht production

24px

Ruht production

15px

Ruht production

9px

Instructions for using fonts

- The size - Extra Bold - is used for the main headings and sub-headings
- Use medium size for texts in paragraphs and subordinate elements
- Switching between font sizes is done by multiplying the current size by (1.618).
- The font is changed only to a font that is %90 close to the used font.

Downloadables

ملفـــات للتحـمـيـــل

الشعار





Click to download

اضغط للتحميل

الخطوط

خط المراعي - عادي

أَبْجَدْ هَوَّزْ حُطِّي كَلَمُنْ سَعْفُصْ
قُرشت ثخذ ضظغ

خط المراعي - اكسترا بولد

أَبْجَدْ هَوَّزْ حُطِّي كَلَمُنْ سَعْفُصْ
قُرشت ثخذ ضظغ

اضغط للتحميل

Click to download

Montserrat Medium

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

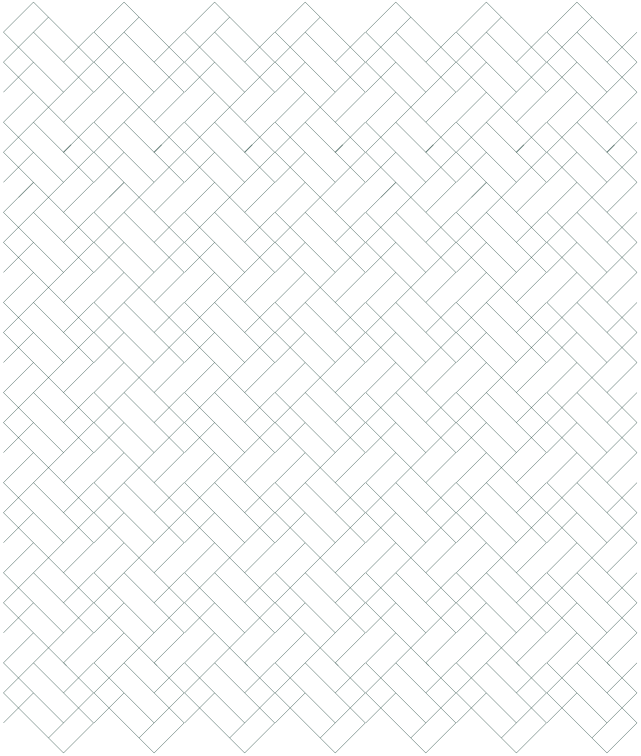
اضغط للتحميل

Click to download

Montserrat ExtraBold

The quick brown fox jumps
over the lazy dog

الباترن



اضغـــط للتحميـــــل
Click to download

تصميم البزنز كارد



رهط
RUHT

أسامة بن ناحي العسيري

المدير التنفيذي لمؤسسة رهط للإنتاج

اضغط للتحميل

Click to download

تصميم ورقة الخطابات


رهط
RUHT

مؤسسة رهط للإنتاج

عزيزي السيد رامي،

رأس الخطاب هو العنوان الموجود أعلى إحدى أوراق الرسائل (قرطاسية) يتكون هذا الرأس عادة من اسم وعنوان، وشعار أو تصميم شركة، وأحيانًا خلفية نمطية.

غالبًا ما يُستخدم مصطلح "رأس الخطاب" للإشارة إلى الورقة الكاملة المطبوعة بهذا العنوان تُفضل العديد من الشركات والأفراد إنشاء قالب رأس الخطاب في مُعالج نصوص أو تطبيق برمجي آخر ويشمل هذا عادة نفس المعلومات الموجودة على القرطاسية مُسبقة الطباعة لكن دون التكاليف الإضافية.

غالبًا ما يُستخدم مصطلح "رأس الخطاب" للإشارة إلى الورقة الكاملة المطبوعة بهذا العنوان تُفضل العديد من الشركات والأفراد إنشاء قالب رأس الخطاب في مُعالج نصوص أو تطبيق برمجي آخر ويشمل هذا عادة نفس المعلومات الموجودة على القرطاسية مُسبقة الطباعة لكن دون التكاليف الإضافية.
للمهتمين قمنا بوضع نص لوريم إيسوم القياسي والمُستخدم منذ القرن الخامس عشر في الأسفل وتم أيضًا توفير الأقسام ١،١٠،٣٢ و ١،١٠،٣٣ من "حول أقاصي الخير والشر" (de Finibus Bonorum et Malorum) لمؤلفه شيشيرون (Cicero) بصيغها الأصلية، مرفقة بالنسخ الإنكليزية لها والتي قام بترجمتها هـ. راكهام (H. Rackham) في عام ١٩١٤.

رهط
RUHT

اضغـــط للتحميـــــل
Click to download

طموحنا عالٍ ونثق بتغيرات المنطقة ومخرجاتها
نحن هنا لإبرازً جهود شخصية ومؤسسية تستحق الصيت



الإيميل ruhtmedia@gmail.com
الواتس أب والإتصال +966 53 955 5902
الانستقرام ruht_2030
سناب شات ruhtmedia
تيك توك ruht_2030