



צ'קליסט מיתוג לעסקים איכותיים



האם המיתוג שלך משקף את העסק שלך כפי שהוא היום? האם הוא מדבר נכון לקהל? האם הוא בולט בשוק התחרותי?

סוף שנת העבודה מביא איתו הזדמנות טובה לעצור, להסתכל על תמונת המצב ולהכין תכנית עבודה לשנת 2025.

הכנתי עבורך צ'קליסט מעשי שיעזור לך לפתוח את השנה עם תכנית חזקה ומדויקת:



נקודות המפגש
עם הקהל
שכדאי למתג
להורדה

- מה קיים היום?
- מה צריך לשפר?
- מה המטרות לשנה הבאה?
- איך נמדוד הצלחה?

הצ'קליסט כולל 6 חלקים:

1. הבסיס שלך - מהו העסק ומה ברצונך להשיג
2. הקהל שלך - מיהו ומה חשוב לו
3. המסר שלך - מה ברצונך להעביר ואיזה רושם ליצור
4. המראה שלך - איך העסק שלך נראה
5. הנוכחות שלך - איפה ואיך פוגשים את העסק
6. מדידה והערכה - איך לבדוק שזה עובד

מומלץ לעבור על הצ'קליסט בסדר הכתוב ולמלא בהדרגה. אשמח שיהיה לך לעזר בקידום העסק שלך להצלחה.

1. הבסיס שלך

לפני שמתחילים בעיצוב, חשוב להבין מי העסק ומה מיוחד בו.
זה יהיה הבסיס להחלטות העיצוביות.

חזון וייחודיות

- החזון העסקי** (למשל: להוביל מיתוג שמעצים עסקים קטנים להצלחה)
- ההשפעה הרצויה** (איזה שינוי ברצונך ליצור?)
- המיקום בשוק** (מה המיצוב שלך בתחום?)
- תמונת העתיד** (למשל: להיות אוטוריטה בתחום תוך 3 שנים)

ערכי המותג

- ערכי ליבה וסיבת קיום** (למשל: מצוינות מקצועית, דיוק ויסודיות)
- 'אישיות' המותג** (למשל: ידידותי ומזמין או יוקרתי ומוקפד)
- עקרונות מנחים** (למשל: שירות אישי, שקיפות מלאה)
- היסטוריה ומורשת** (רקע שהוביל להקמת העסק, נכסים לשימור)

המטרה והצעת הערך

- איך נמלא את הצורך של הקהל?** (הדרך והגישה שלך)
- התרומה הייחודית** (למשל: מיתוג אסטרטגי שמשלב ניסיון עם יצירתיות)
- הערך המוסף שלך** (למשל: ליווי מקצועי לאורך כל הדרך)

2. הקהל שלך

למותג מצליח יש מערכת יחסים עם הקהל שלו.

פרופיל הלקוחות

- קהל היעד שלך** (מגדר, גיל, מיקום, תחומי עניין)
- מאפייני אישיות** (ערכים, אורח חיים, העדפות)
- יכולת כלכלית** (רמת הכנסה, נכונות להשקעה, תדירות רכישה)
- רמת מעורבות** (למשל: מחפשים פתרון מהיר/מעמיק, מומחים/מתחילים)

מה חשוב ללקוח/ה שלך?

- נקודות כאב** (אתגרים, בעיות וקשיים)
- צרכים מעשיים**
- צרכים רגשיים**
- שאיפות והישגים**

קבלת החלטות

- תהליך קבלת ההחלטות האופייני לקהל**
- גורמים המשפיעים על ההחלטה**
- חסמי החלטה**
- טריגרים לפעולה**

3. המסר שלך

הערכים, המסרים והתכנים שלך וכיצד מתקשרים אותם

שמות ושפה

שם המותג

שמות המוצרים / השירותים

סלוגן/טאגליין

ביטויים ותכנים שמזוהים עם המותג וערכיו

מסרים והצהרות

סיפור המותג המרכזי (נרטיב שבא לידי ביטוי בכל נקודות המגע)

מסרים מרכזיים (המסרים העיקריים שמעבירים את הערך)

בניית לשון ושפה מותגית

טון וסגנון (למשל: רשמי/חברותי, מקצועי/נגיש)

'מילון' המותג (מילים וביטויים שמשקפים את ערכי המותג)

כללים של המסרים (למשל: איך לנסח כותרות)

4. המראה שלך

הזהות החזותית של העסק (צבעים, צורות, סגנון)

מראה ותחושה

- אופי חזותי (למשל: מינימליסטי, עשיר, נקי)
- סגנון תמונות ו/או איורים (למשל: עיבוד, פילטרים, קו, צבעוניות)
- קומפוזיציה (למשל: מרווחים, שוליים, פרופורציות, הובלת העין)
- החוויה הפיזית (למשל: מגע, מוסיקה, תאורה, ריח)

מרכיבי הזהות החזותית

- לוגו וגרסאותיו
- פלטת צבעים (צבעים ראשיים ומשניים)
- פונטים וטיפול במלל (כותרות, מלל רץ, היררכיה, ריווח ויישור, שילובים)
- אלמנטים גרפיים (צורות וקווים, דפוסים וטקסטורות, אייקונים, צילומים, רקעים, איורים)

כללי יישום ושימוש

- ספר מותג
- הנחיות טכניות (למשל: פורמטים, רזולוציה)
- התאמות לפלטפורמות (למשל: דיגיטל, דפוס)

5. הנוכחות שלך

איפה ואיך הקהל פוגש את העסק שלך?

הגדרת מקומות וערוצים

- נקודות מכש פזיות** (חלל עבודה, חנות, סניפים, תצוגה)
- נוכחות דיגיטלית** (אתר, רשתות חברתיות, אפליקציה)
- ערוצי תקשורת** (טלפון, מייל, צ'אט, ניוזלטר)
- מוקדי פעילות** (איפה קהל היעד פעיל ונוכח)

יצירת נוכחות בולטת וזכירה

- אלמנטים מבדלים** (מה יגרום לעסק שלך להיות בולט וזכיר)
- חוויה ייחודית** (מה מיוחד במכש איתך)
- מאפיינים מזהים** (האלמנטים שיזכרו אותך בזכותם)
- נקודות חוזק** (היתרונות הבולטים שלך בכל ערוץ)

סטנדרט וזואלי אחיד

- עקביות בכל נקודות המגע** (שפה עיצובית אחידה בכל הערוצים)
- שמירה על איכות** (סטנדרטים גבוהים בכל הנכסים)
- התאמה לפלטפורמה** (יישום נכון בכל ערוץ)
- בקרת איכות** (מניעת פערים בין הנכסים)

6. מדידה והערכה

איך בודקים שהמיתוג עובד ומשיג את מטרותיו

דיהוי המותג

- מודעות והיכרות** (האם מזהים את המותג והשפה החזותית?)
- זכירה ואסוציאציות** (אילו אלמנטים חזותיים זוכרים?)
- תפיסת ערכי המותג** (האם העיצוב משקף את הערכים הנכונים?)

מדדים דיגיטליים

- התנהגות באתר** (זמן שהייה בעמודים, אזורי עניין חזותיים)
- ביצועי תוכן ויזואלי** (מעורבות עם תמונות, עיצובים וסרטונים)
- מדדי מותג ברשתות** (תגובות לעיצוב, שיתופים, שמירות)
- אפקטיביות עיצובית** (איזה סגנון חזותי משיג תוצאות טובות יותר)

מדדי הצלחה והתאמה

- יישום מיתוג** (האם המיתוג מיושם נכון בכל הנכסים?)
- התאמה לקהל היעד** (האם העיצוב מדבר לקהל הנכון?)
- השגת מטרות** (האם המיתוג תורם להשגת היעדים?)



מתנה!

צ'קליסט שיט; נקודות המפגש עם הלקוחות שכדאי למתג להורדה