

الفصل الثالث عشر

اصنع هوية بصرية

في هذا الفصل سوف نتعلم:

- ✍️ مزايا امتلاك نظام هوية العلامة التجارية.
- ✍️ مكونات نظام هوية العلامة التجارية الخاصة بك.
- ✍️ كيف وأين تستخدم نظام هوية العلامة التجارية.

الفصل الثالث عشر

اصنع هوية بصرية

سوف تحتاج كجزء أساسي من الخطوة 3: "إدارة بيئة العلامة التجارية الخاصة بك"، إلى تطوير واستخدام نظام هوية العلامة التجارية المصمم خصيصا لك، فكر في نظام هوية العلامة التجارية كمفردات مرئية، تشرح علامتك التجارية، يمكنك بناء النظام عن طريق اختيار أسلوب طباعة العلامة التجارية، والزخارف الفنية، والشعارات، والعلامات، ومعايير تخطيط لكافة أدوات التسويق الوظيفي، سواء المطبوع منها والمنشور على الإنترنت، للاستمرار في توصيل الرسالة نفسها قيمتك الفريدة التي تعد بإضافتها، سوف تطبق نظام هوية العلامة التجارية الخاص بك، عبر جميع وسائل التواصل الخاصة بك (الأدوات الكتابية، والموقع، وهكذا دواليك)، وهذا مجال آخر حيث القليل من الناس يبذلون هذا النوع من الجهد؛ مما يمنحك المزيد من الفرص للحصول على اهتمام جمهورك المستهدف.

إذا كنت تعمل لصالح شركة، ستحتاج إلى اتباع توجيهات الهوية المؤسسية لتلك المؤسسة في بعض اتصالاتك. ومع ذلك، لا يتحقق تعريف هويتك الإجمالية منفردة من خلال وظيفتك الحالية. وبالتالي، فإننا نقترح إنشاء نظام هوية علامة تجارية منفصل خاص

بوسمك الوظيفي الشخصي، والذي سوف تستخدمه لأنشطة، مثل: إنشاء شبكة معارف، والتطوع، وحضور فعاليات الجمعيات المهنية، ونشر المقالات، وإنشاء موقع إلكتروني خاص بك، ويتيح لك نظام هوية وسمك الوظيفي الشخصي فرصة التعبير البصري عن وسمك الوظيفي الشخصي؛ بحيث يمكنك بث سمات وسمك الوظيفي الشخصي والتأكد من أنك لا جدير بالتذكر.

تصميم نظام هويتك

إذا لم تكن مصمم جرافيك، فلتعمل مع مصمم يمكنه أن يترجم كفاءاتك الفريدة إلى تصميم أو رمز سوف يتردد صدها مع جمهورك المستهدف و لتسهيل التعامل مع المصمم الخاص بك، نوصي بكتابة ملخص تصميم مائل لهذا الملخص الخاص بحافظة ويب: عنوان المشروع: محفظة الويب لـ "دون ليتل".

الخلفية: لأكثر من 20 عامًا، وداخل شركات قائمة فورتشن 500 والأربعة الكبار، تفوقت دون على الأرقام لتنسيق الاستراتيجيات المتكاملة المربحة، والتحويلات، وتحويلات الأنظمة، حاليًا تبحث دون عن دور قيادي في شركة تطلعية، لتنفيذ مهمة، تتطلب قيادة مستنيرة واستراتيجية يزينها التركيز العملي على الإنتاجية والربح.

الأهداف: إنشاء موقع على شبكة الإنترنت ينشر الوسم الوظيفي الشخصي لدون باعتبارها "مخططة أعمال شاملة" بطريقة سوف تكون ذات صلة لجمهورها المستهدف: وهم صناع القرار في وسائل الإعلام المطبوعة أو البث أو الاستشارات الإدارية. إثبات أنها محاسب قانوني معتمد غير تقليدية.

النطاق: تصميم الصفحة الرئيسية وتصميم الصفحات الفرعية للموقع. ومن المرجح أن يتم بعد الموافقة ترجمة التصميم إلى أدوات مكتبية.

الاستخدام: سيتم استخدام هذا الموقع لترسيخ هوية دون ليتل على الإنترنت وتوفير مزيد من المعلومات حول قيمتها الفريدة، وسوف يتضمن إثبات الأداء لتعزيز مصداقية دون، بالإضافة إلى وسائل الاتصال بها.

التنسيق: يفضل التنقل عبر الجزء العلوي من الصفحة، سوف يكون:

- مقدمة.
- معلومات عن دون.
- أبرز الإنجازات المهنية.
- الخبرات.
- وثائق الاعتماد.
- وسائل الاتصال.

المحتوى المشترك بين جميع الصفحات:

- ليتل دون.
- مخططة أعمال شاملة.

يجب تضمين هذا الواصف للوسم الوظيفي الشخصي كعنصر رسومي على الصفحة الرئيسية: تحويل عقلية العداد التقليدية للمحاسب القانوني المعتمد إلى دور استراتيجي عملي حيوي، يخدم المنظمة بأكملها.

سمات الوسم الوظيفي الشخصي (من تحليل مدى الوصول 360): الرؤية، والإبداع، والبراجماتية، والتنفيذ، والتحليل، والعاطفة، والأخلاق، والإنسانية، والمثابرة، والاتصال، والمرونة، والخبرة، والمعايير، والرزانة، والحكمة، والاعتمادية والذكاء. لا يمكن التعبير عن كل هذه السمات في الرمز؛ لذا يتعين التركيز على المرونة والإبداع والتنفيذ والعاطفة (استخدام اللون؟).

النمط: تستمتع دون بالألوان ولونها المفضل هو الأرجواني (الظل الأزرق). ليس لديها خط مفضل؛ لذا فالأمر معتمد على توصياتك كخبير.

الصور: سوف تحصل دون على صورة احترافية التقطت لها من أجل الصفحة. وهي لا تريد لصورتها أن تكون عنصرًا رئيسيًا في التصميم العام، وقالت إنها تفضل التصوير للتوضيح.

العناصر القديمة: لا يوجد نظام هوية وسم وظيفي شخصي موجود مسبقًا.

التوقيت: الموعد النهائي لتقديم المرحلة الأولى للتصميم هو 11 أكتوبر 2006.

للاطلاع على نتائج ملخص التصميم هذا، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني التالي:

www.dawnlittle.com

في ملخص التصميم الخاص بك، يمكنك تضمين ميزانيتك ومعلومات عن منافسيك (مثل عناوين مواقع الويب الخاصة بهم)، يمكنك أيضاً الإشارة إلى مواقع من أي نوع، ترى أن بها سمات مرغوبة. وربما يكون لدى المصمم الذي تتعامل معه آلية لجمع هذا النوع من المعلومات منك، إذا كان الأمر كذلك، فاتبع إرشاداته. إذا كنت قد تمكنت من تصميم مشاريع في حياتك المهنية، فسوف تطبق ببساطة هذه الخبرات لتطوير نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي الخاص بك، إذا لم تكن قد مررت بهذه التجربة قبلاً، فسوف نقدم لك لاحقاً لمحة عامة عن عناصر التصميم الأساسي. يفضل أن تحدد المخرجات التي ستحتاجها من المصمم الخاص بك، فضلاً عن الترتيب الذي سيقوم بالتسليم على أساسه، فعلى سبيل المثال، يملئ عليك أحياناً تصميم شعار لموقع الويب الخاص بك والأدوات الكتابية. في حالات أخرى، سيتم تصميم موقعك على الويب أولاً، ثم يمكن لمصممك تكييفه لاستخدامه في مدونتك والأدوات الكتابية. اسأل المصمم الخاص بك عن عدد خيارات التصميم، ومراحل المراجعة، الاستعراض والمراجعة التي ينفذها مقابل الأجر الذي يحصل عليه.

الصورة ليست مجرد علامة تجارية، أو تصميم أو شعار، أو صورة نتذكرها بسهولة، بل ملف تعريف منحوت بمهارة لفرد، أو مؤسسة، أو شركة، أو منتج، أو خدمة

دانيال ج. بورستين

مؤرخ أمريكي، وأستاذ، ومحامي، وكاتب

الآن نلقي نظرة عن قرب على عناصر التصميم الجيد لهوية الوسم الوظيفي

الشخصي.

اللون:

تحدث مع مصمم الجرافيك لتحديد الألوان المناسبة لوسمك الوظيفي الشخصي، على أن يستحضر اللون العاطفة والتميز القوي لوسمك الوظيفي الشخصي. تأمل شعار UPS "ما الذي يمكن أن يقدمه اللون البني لك؟"، فضلاً عن الشاحنات التابعة لها في كل مكان، والزي الرسمي البني الذي يرتديه السائقون. وفقاً لخبير الألوان جاكبي هوارد بير، البني يدل على الصمود والبساطة والود، والاعتمادية - سمات مثالية لشركة الخدمات اللوجستية، من خلال استخدامها للون، UPS تربط وتقارب هذه السمات مع وعد علامتها التجارية، البني أيضاً لون متباين للغاية، هل يمكن أن تفكر في شركة أخرى تستخدم البني بقدر UPS؟

بعض الشركات، بل وحتى الناس، ثابتون جداً في استخدام اللون للدرجة التي تجعلهم كما لو كانوا يمتلكون هذا اللون، تأمل هوم ديبوتس، بحروفها البرتقالية الممتلئة الكبيرة، وحركة نشر الوعي بسرطان الثدي واستخدامهم اللون الوردي، والعاذف Prince واستخدام اللون الأرجواني، بعض الشركات في الواقع تمتلك ألوانها الخاصة، تيفاني، على سبيل المثال، قد سجلت العلامة التجارية باللون robin's-egg blue كأصل العلامة التجارية، معظم الناس، عند تسليمهم إحدى تلك الصناديق الصغيرة المربوطة بالشريط الأزرق ذي المربعات، يتعرفون على الفور أنهم يتلقون هدية من شركة المجوهرات الشهيرة.

الشركات والمنتجات الأخرى لها أسماء ملونة. انظر إلى أورانج (شركة الاتصالات الأوروبية)، Green Mountain Coffee Roasters, the Red Cross, the Yellow Pages, and Blue Cross/Blue Shield. إنهم جميعاً يفيدون من قوة اللون لتوصيل سمات العلامة التجارية وضمان ألا ينسوا.

اختيار اللون لتمثيل وسمك الوظيفي الشخصي يمكن أن يكون تحدياً، ويبين الجدول (1-13) الخصائص المرتبطة بألوان محددة، ويقدم أمثلة للمنظمات أو المنتجات التي استخدمت تلك الألوان، للحصول على أفكار لاختيار الألوان الخاصة بك، راجع القائمة والتفكير في سمات العلامة التجارية التي تريد التأكيد عليها.

الجدول (1-13) معاني الألوان

أمثلة شعارات الشركات والمنتجات	السمات المصاحبة	اللون
DHL, Lotus software. Hertz, McDonald's	مشرق، إيجابي، دافئ، البصيرة، المستقبل المنحى	أصفر
IBM, Wal-Mart, Nokia, Ford	المصداقية والثقة والسلطة والولاء	أزرق
Coke, Adobe, Target, HSBC	مخاطر السلطة، والإثارة، والعدوانية، والرغبة، والشجاعة	أحمر
Starbucks, The Body Shop, British Petroleum, Garnier Fructis	صديق للبيئة، طازج، الطبيعية، تهدئة، الشفاء	أخضر
Federal Express, Sofitel Hotels, The Church of England	الرفاهية، والغموض، الملكية، والثروة، والروحانية	أرجواني
Hugo Boss, Orange, Home Depot	الإصرار، والطاقة، والحيوية، والقوة، والإنتاجية	برتقالي

عندما نبني موقعًا على شبكة الإنترنت لأحد المسؤولين التنفيذيين، فإن أحد القرارات الرئيسية يتعلق بالألوان. ما اللون أو لوحة الألوان التي تدعم سمات الوسم الوظيفي الشخصي للعميل، وتخصص نغمة مشاعرية ملائمة - على النحو الذي تلون به الموسيقى أسماء الأفلام؟

— بريان وو،

شريك مؤسس في Brandego ومدير التصميم

عندما عمل ويليام لشركة البرمجيات لوتس، لم يكن لون السمعة المميزة للشركة مجرد أي لون أصفر، إنما لون مخصص يسمى Lotus Yellow. وكان هذا الظل الفريد مهمًا جدًا لشركة لوتس، ذلك أن المدير الإبداعي، فارتوس (العلامة التجارية القوية نفسها)، ذهب إلى أبعد مدى، لضمان أن اللون كان يستخدم بشكل صحيح في كل ما يرتبط باسم لوتس من الكتيبات واللافتات حتى أكواب القهوة.

قسم التسويق في لوتس أيضاً استخدم اللون للتعبير عن العلامة التجارية داخليا، من قسم الحسابات إلى تطوير المنتجات، فكر الموظفون في كيفية إدراج بعض الأصفر في أنشطتهم اليومية. على سبيل المثال، لونت الموارد البشرية قاعة المؤتمرات بأكملها، التي تم عقد التوجيه فيها باعتماد اللون Lotus Yellow، وبالتالي استخدام اللون كطاقة قوية وموحدة بين جميع أعضاء مجتمع العلامة التجارية للشركة.

للحصول على أفكار إضافية لكيفية تحقيق أقصى استفادة من الألوان، أكمل التمرين المصاحب في (www.careerdistinction.com/workbook).

أسلوب الطباعة:

إذا كان لديك بالفعل واحد أو اثنان من الخطوط (وجوه الطباعة)، التي تفضلها وتستخدمها باستمرار، اسأل المصمم الخاص بك إذا كانت مناسبة للجمهور المستهدف، يمكن أن يرشدك المصمم الخاص بك في مختلف الشخصيات ودلالات الخطوط المختلفة، ومعظم الخطوط تدرج في فئتين: التي تحتوي على خطوط زخرفية صغيرة في نهاية سكتات الحروف، وعادة ما ينظر إليها على أنها الكلاسيكية، أحد الأمثلة على ذلك (Times New Roman)، وخطوط مثل Helvetica ينظر إليها على أنها أكثر حداثة ونظيفة. ويوضح الشكل (1.13) أمثلة لكل من النمطين من الخطوط.

يستخدم العديد من الأشخاص خطوط عرض إبداعية للعناصر البارزة في نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي، مثل الشعارات أو لافتات مواقع الويب، الخطوط الزخرفية المتضمنة لخطوط صغيرة (Serif) عادة مثالية لنسخ جسم الملف في المواد المطبوعة، في حين غالبا ما تستخدم الخطوط الزخرفية البحتة (Sans Serif) للنسخ عبر الإنترنت لأن هذه الخطوط أسهل للقراءة على شاشة عداد. لمزيد من المعلومات حول مبادئ وممارسات اختيار الخطوط، انظر The non-Designer's Design Book من تأليف روبن ويليامز (بيركلي، كاليفورنيا Peachpit Press . 2003).

SANS SERIF

Egad, fonts!

News Gothic: solid, reliable

Egad, fonts!.

Myriad: contemporary, efficient

Egad, fonts!

Stone Sans (italic): friendly, dynamic

Egad, fonts!

Futura: refined, stylish, creative

Egad, fonts!

Kabel: creative, unconventional

Egad, fonts!

Swiss Rounded: fun, bold, casual

SERIF

Egad, fonts!

Times Roman: trustworthy, versatile

Egad, fonts!

Jenson: intellectual, old-school

Egad, fonts!

Bodoni: stylish, sharp, modern, formal

Eaad, fonts!

Galliard (italic): dynamic, classical

Egad, fonts!

Century (italic): friendly, witty

Egad, fonts!

Clarendon: strong, hard-working

الشكل 1.13 الخطوط الزخرفية المتضمنة لخطوط صغيرة،
والخطوط الزخرفية البحتة

الصور:

يمكن أن يساعدك الاستخدام الاستراتيجي والمتسق للصور على التواصل مع جمهورك المستهدف في مستوى أعمق، على سبيل المثال، تستخدم مواقع ريتش دائما صورا للأشخاص لتعزيز الرسالة بأننا جميعا نعمل على الوسم الوظيفي الشخصي، اعتمادا على ما تحاول توصيله وإلى من، يمكنك أنت والمصمم الخاص بك اختيار الصور أو الرسوم التوضيحية بالألوان والأسود والأبيض، أو اتخاذ قرار بشأن بعض المعالجة الأخرى للصور (مثل: الرسوم التوضيحية المنقوشة بنقش داكن أو الصور، التي يتم معالجتها لإعطاء نسيج حبيبي أو تأثير منقوش).

عند صناعة الوسم الوظيفي الشخصي تكون أنت الوسم، لذلك، يجب عليك أيضًا التفكير في دمج صورة لنفسك في التصميم الخاص بك، إذا كان لديك أصدقاء مصورون محترفون، أطلب منهم التقاط صور لك في بيئات العلامة التجارية المختلفة لتسليط الضوء على شخصيتك والاهتمامات ذات الصلة، أو استأجر مصورًا لصنع تلك الصور. إذا كنت

غير راض عن تضمين صورة لنفسك في نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي، فلا تفعل بأي حال من الأحوال. في الواقع، هناك كاتبة حرة، نصحتها مصمم موقعها الإلكتروني بعدم تضمين صورة لنفسها على موقعها، لماذا؟ لم يكن مظهرها ذا صلة بعملها، كما أوضح المصمم، وعلاوة على ذلك، وكعلامة مؤسفة من علامات الوقت، اجتذبت بعض الصور تعليقات غير مرغوب فيها، أو الاهتمام البسيط من زوار الموقع.

ومع ذلك، لدى كثير من الناس القابلية على ربط وجه مع اسم، إذا قررت استخدام صورتك في نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي - بشكل خاص على موقع الويب الخاص بك - يمكنك إنشاء اتصال أعمق مع جمهورك المستهدف، إذا قمت بتوفير الصورة المهنية الصحيحة، يمكن أن تلهم صورتك الثقل والثقة، وتعطيك فرصة أخرى لإطلاق وسمك الوظيفي الشخصي.

بالطبع، يجب أن يلتقط صورتك شخص محترف. ويجب عليك مقاومة أي إغراء لاستخدام صورة التقطتها أمك في نزهة الأسرة في العام الماضي، ناقش المصور عن الوسم الوظيفي الشخصي، الذي تريد لصورتك أن توصله. تأكد من أنه التقط مجموعة من الصور، لتتمكن من تقييما قبل اختيار الأفضل. اعرض أكثر الصور الواعدة على الزملاء والأصدقاء وأفراد العائلة الموثوق بهم، واطلب منهم تقديم ملاحظاتهم. وفكر في شيء آخر بخلاف المعتاد (على سبيل المثال، لقطة كاملة للجسم)، إذا كان يدعم وسمك الوظيفي الشخصي و/ أو طريقة استخدام الصورة في المخططات.

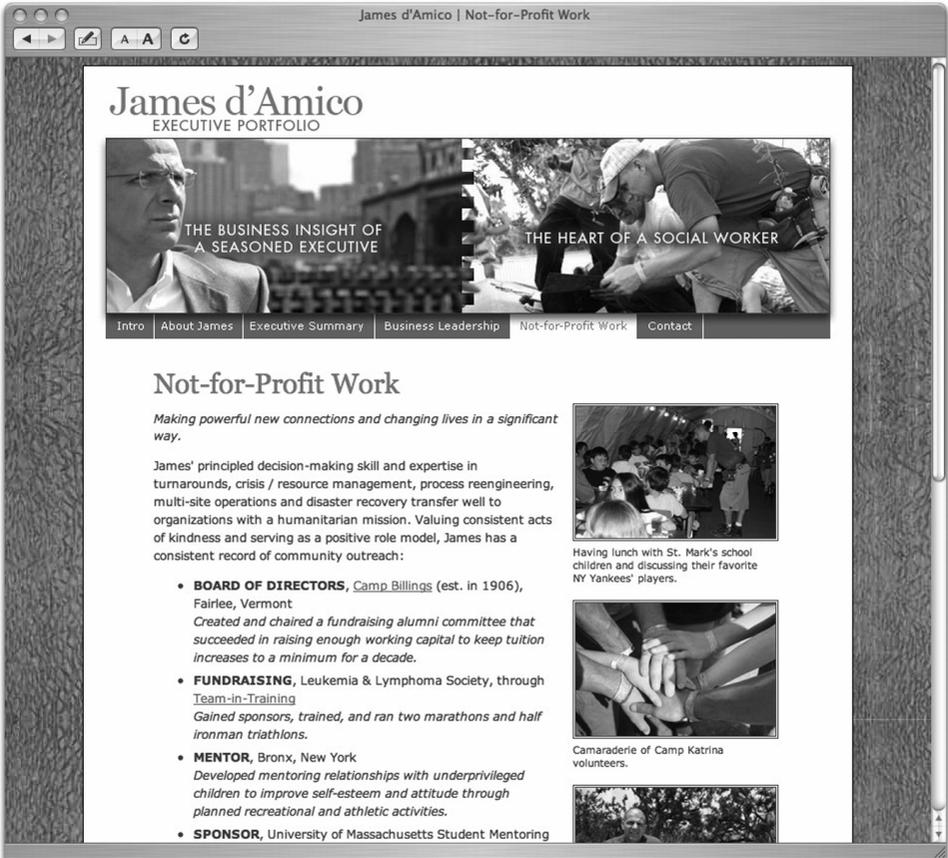
وكما يقول بريان ووه: "إن الصورة المثالية تتكون من وضعية جيدة، وتصميم جيد للموضوع، وإضاءة جيدة، وخلفية مدروسة، وتكوين جيد، وقص جيد". للعثور على مصور يمكن أن يوفر لك هذا المستوى من الجودة، راجع عينات العمل من المرشحين المحتملين، وضع في الحسبان أن تطلب من الزملاء تقديم توصيات للمصورين الذين وجد أنهم ذوو كفاءة عالية.

بمجرد حصولك على الصورة، ضع في الحسبان نشرها في أدوات التسويق الوظيفي

التالية:

- موقعك الإلكتروني.
- ملفات تعريف الشبكة الافتراضية (Ryze, ecademy، وهكذا دواليك).
- مقالاتك أو كتبك الإلكترونية أو أوراقك البيضاء أو تقاريرك.
- الرسائل الفورية الخاصة بك وملف سكايب التعريفي.
- توقيع البريد الإلكتروني الخاص بك.

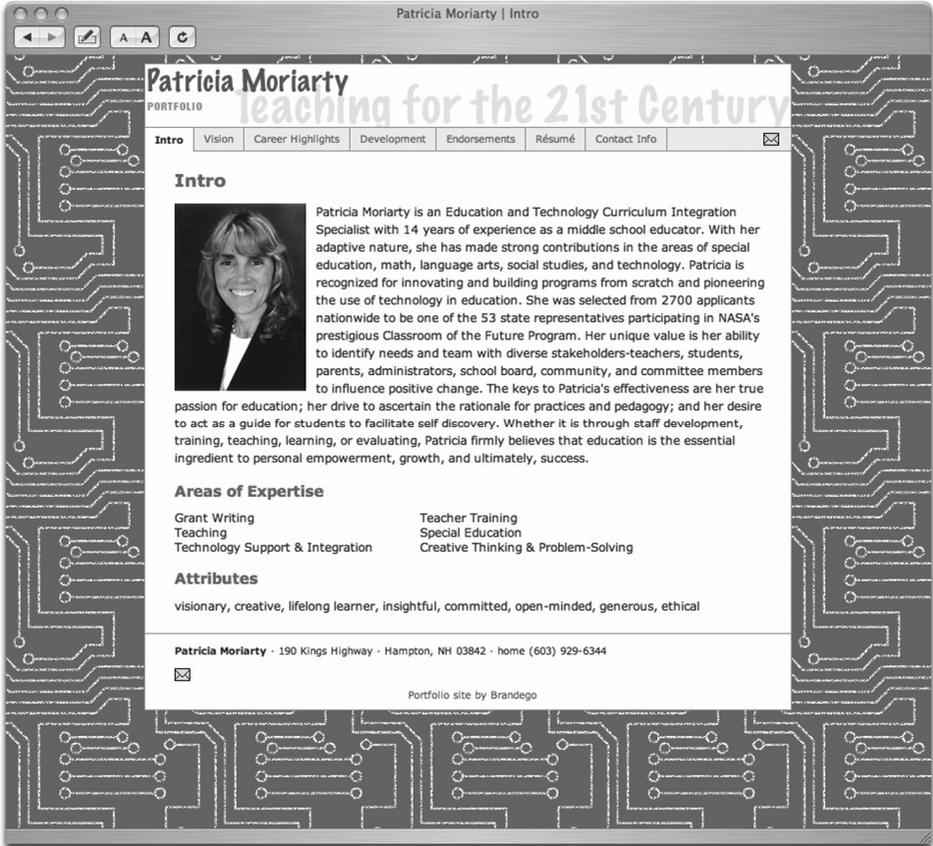
معلومة مفيدة: إذا كنت تحضر فعالية بها مصور محترف الحاضر،
أسأله إذا كان بإمكانه التقاط صورة رسمية لك.



الشكل (2.13) استخدام الصور الاحترافية في المواقع الإلكترونية

أنماط الخلفية والبنية:

تحتوي عديد من التصاميم المطبوعة على الإنترنت على طبقات من العناصر، وزميلتنا ميريام روز كوهن، التي يمكن أن تقدم خدماتها المهنية الدولية في خمس لغات، تفهم هذا، تتميز خلفية تصميم موقعها الإلكتروني بكلمات مفيدة بكل لغة من اللغات التي تتقنها. بالنسبة لباتريشيا موريارتي، وهي متخصصة في التكنولوجيا من أجل التعليم، قامت شركة Brandego بتصميم هيكل لوحة الدائرة على لوح تعليمي (انظر الشكل 3.13). يمكنك أن تتخيل هذا النمط نفسه على ظهر بطاقة أعمال باتريشيا، أو مطبوع كإطار على بطاقة المراسلات، وهكذا.



الشكل (3.13) استخدام خلفية تعبر عن وسمك الوظيفي الشخصي

الشعار:

سطر من عبارة قصيرة وجذابة، في أغلب الأحيان توصل قيمتك الفريدة الواعدة. تتضمن أمثلة سطور الشعارات شعار شركة لوريال "لأنني أستحق"، وبيبي "الجيل القادم". يمكنك التفكير في جملة الشعار كنسخة أكثر توجهاً نحو التسويق من بيان وسمك الوظيفي الشخصي، وغالبًا ما يتم تمثيل الشعارات بشكل رسومي في تصاميم مواقع الويب والأدوات المكتبية وأدوات التسويق الوظيفي الأخرى.

عندما كان ويليام يعمل كمدير للعلامة التجارية في لوتس، أعرب عن شغفه بالعلامة التجارية، وعلى وجه الخصوص لعلامة لوتس مع الشعار في توقيعه بالبريد الإلكتروني، "ماذا فعلت للعلامة التجارية اليوم؟" عندما أسس ريتش، تطور نفس الشعار ليصبح "ماذا فعلت لعلامتك التجارية اليوم؟".

الرمز:

إذا كان لديك، أو تخطط لإقامة أعمال تجارية خاصة بك أو ممارسات استشارية سوف تحتاج إلى رمز - أيقونة، أداة رسومية، أو معالجة طباعية تعبر عن وسمك الوظيفي الشخصي. ليست كل الرموز تتكون من رسومات. في الواقع، العديد من رموز الشركات - مثل IBM، وجوجل، وJell-O - تتكون فقط من نمط منمق. ويوضح الشكل (4.13) أمثلة لشعارات رسومية وأنماط منمقة.

عناصر هوية الوسم الوظيفي الشخصي الأخرى:

إذا كان ذلك مناسباً لعلامتك التجارية، فضع في الحسبان استخدام المؤثرات الخاصة - مثل: فلاش الرسوم المتحركة، أو الزخارف، أو الألوان المعدنية - في موادك التسويقية عبر الإنترنت أو المطبوعة لنقل واحدة أو أكثر من السمات الخاصة بك. على سبيل المثال، المربعات المعروضة على الصفحة الرئيسية لشركة Jell-O تهتز، عندما يحرك زوار الموقع المؤشر على الصور.

Victoria Contreras

■ Lance_Weatherby

Leanne **Mackenzie**

Arnaud Fournier

الشكل (4-13) أنواع الرموز

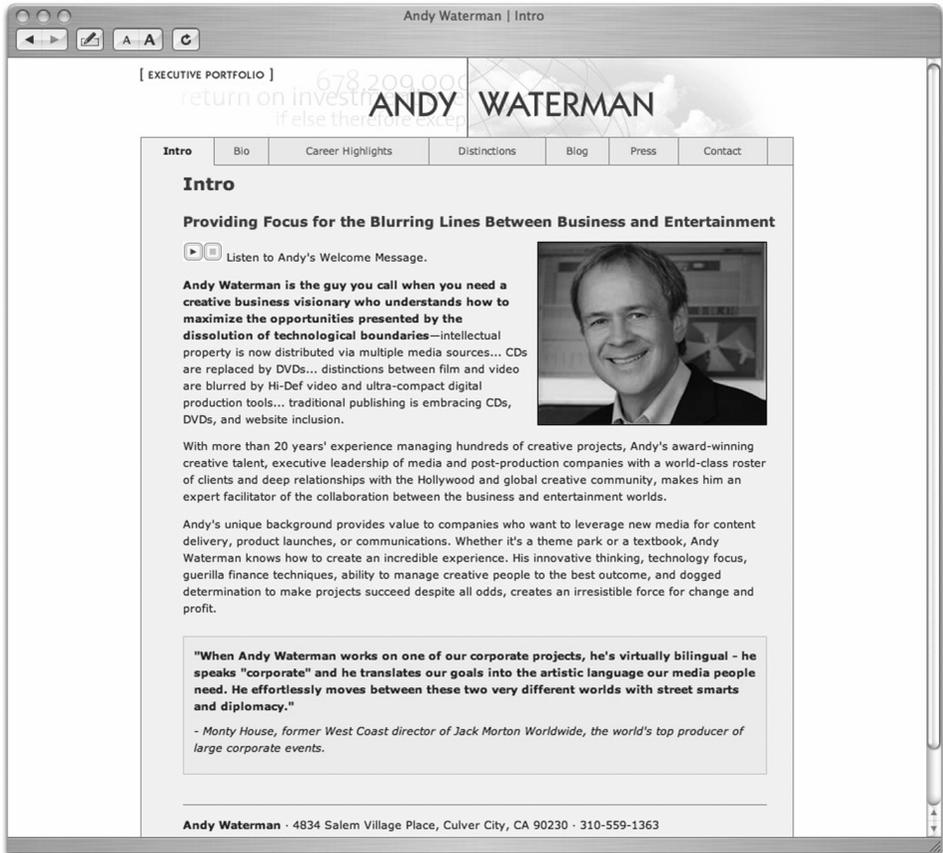
يمكن أن تشكل الموسيقى أو الصوت عنصراً آخر فعالاً في نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي، العروض الخاصة بك، والنشرات الصوتية، ويمكن أن تبدأ تحية الموقع الترحيبية دائماً وتنتهي مع الموسيقى نفسها، فمثلاً. ما هو الصوت الذي يتبادر إلى الذهن عند التفكير في إنتل؟ ويليام يستفيد من الصوت في نصائح الوسم الوظيفي الشخصي الشهرية (<http://www.reachcc.com/link/WilliamArrudaQuickTip>) عن طريق إضافة جودة محسنة، أنتجت لهم، وقد اختار أيضاً بعض الموسيقى لاذعة لنقل فكرة "سريعة"، كيف تقرر العناصر، التي يجب تضمينها في نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي؟ أكمل التدريب الموجود في Career Distinction Workbook للحصول على أفكار جديدة.

تنفيذ نظام هوية الوسم (النمط) الوظيفي الشخصي الخاص بك:

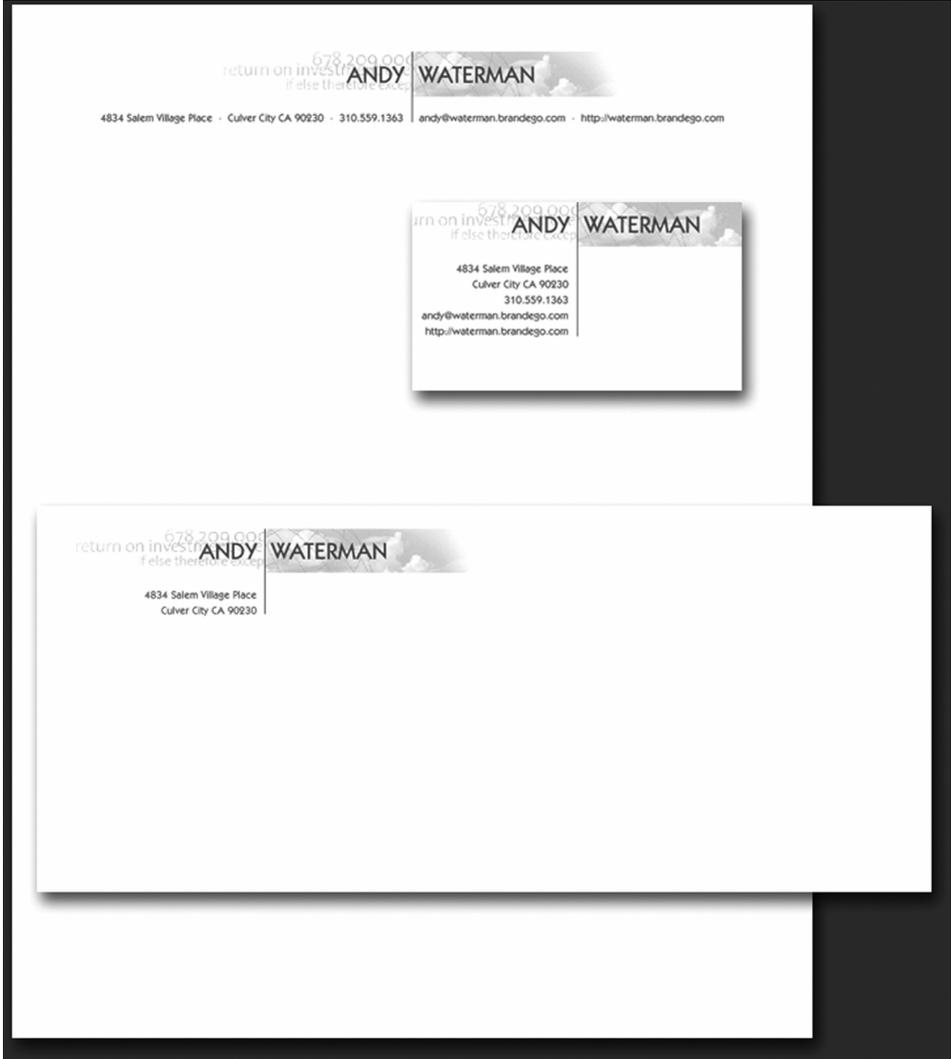
يجب وسم وسائل التسويق الإلكتروني كافة بوسمك الوظيفي الشخصي (أنظر الشكل 5.13)، وقد تشمل هذه الوسائل ما يلي:

- بطاقات الأعمال الشخصية لإنشاء شبكة معارف، تشمل وصلة إلى حافظة الويب أو المدونة.

- خطاب التصدير، وبطاقات المراسلات، والمظاريف، والملصقات.
- ملاحظات التقدم بالشكر.
- نموذج العرض التقديمي الشخصي، أو نموذج عرض رئيسي.
- صور أو رمز الطوابع البريدية (إذا كان يسمح في بلدك بالطوابع البريدية الشخصية، وهي متوفرة في الولايات المتحدة في <http://pUoto.stamps.com>).
- تحية البريد الصوتي.
- قوالب البريد الإلكتروني.
- الموقع الإلكتروني.



الشكل (5.13) نظام هوية الوسم الوظيفي الشخصي الخاص بأندي ووترمان



الشكل (5.13) يتبع : بقية هوية الرسم الوظيفي الشخصي لأندي ووترمان

معلومة مفيدة: بمجرد أن انتهيت من الاختيار الشاق لكل عنصر (الخطوط والألوان والرمز، إلخ) لنظام هوية وسمك الوظيفي الشخصي، أنشئ دليل استخدام، يمكنك الرجوع إليه كل مرة، تقوم فيها بإنشاء مواد تسويقية جديدة.

إنشاء نظام هوية وسمك الوظيفي الشخصي، هو مجرد جزء واحد من الخطوة 3: الإغلاق، إدارة بيئة وسمك الوظيفي الشخصي. ويجب عليك أيضًا تعزيز علاقاتك مع أعضاء مجتمع مجالك المهني، ويتناول الفصل التالي هذا الموضوع.