



SAUDI LAW CONFERENCE
المؤتمر السعودي للقانون

تحت شعار: تعزيز بيئة أعمال مستدامة وشاملة

العلامات التجارية لمكاتب المحاماة

المستشار:

زياد بن طارق اورقنجي
الرئيس العام لشركة

Brandship Consultancy

مستشار بناء العلامات التجارية

brandship



Cristiano Junqueira
Managing Partner
Brazil



Ziyad Organji
Founder / Managing Director
Author & Public Speaker



Craig Sayers
Managing Partner
Australia



Huda Alsayed
Senior Brand Consultant



Suleman
Head of Strategy



Mazen Anan
Head of Service Delivery



Aseel Bogari
Senior Project Manager



Noura Musad
Project Manager



Aseel Fathaldin
Project Coordinator

Saudi Arabia - UAE - Brazil - Australia

Our • Work

أعمالنا

Brands we have created for governmental sector.

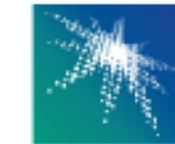


Brands we have created



Let's
Start

in **10** sec





What is a **Brand?**

ماهو الوسم (البراند)

Brand is **much more** than a **logo!**
الوسم أكثر من مجرد شعار



Brand is an...

idea
& Perceptions

الوسم فكرة وانطباعات تكون صورة ذهنية
لدى الشريحة المستهدفة









Business & Brand

هل هناك فرق بين المشروع والوسم
(البراند)







؟



عادل إمام

هذا المثال هو فقط للتوضيح وليس له علاقة بالواقع

Are they different?
هل هناك فرق؟



Are they different?
هل هناك فرق؟



Are they different?
هل هناك فرق؟

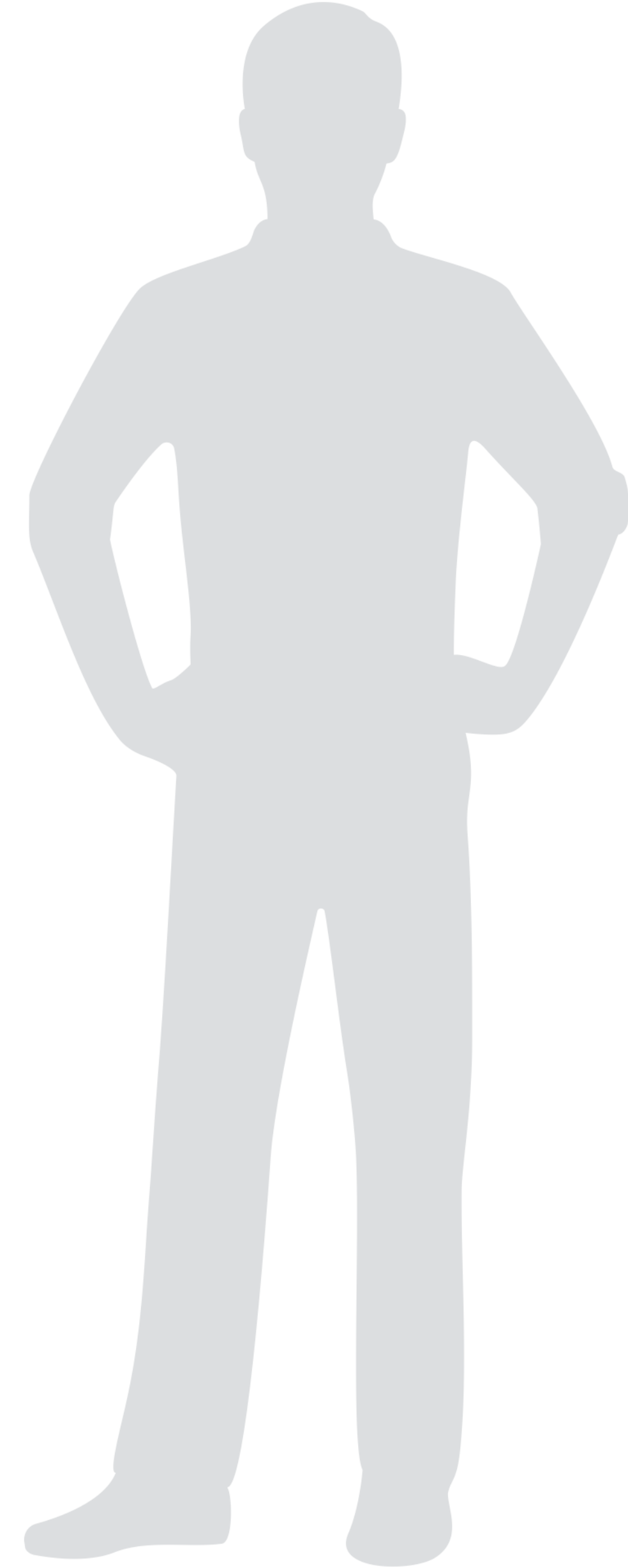


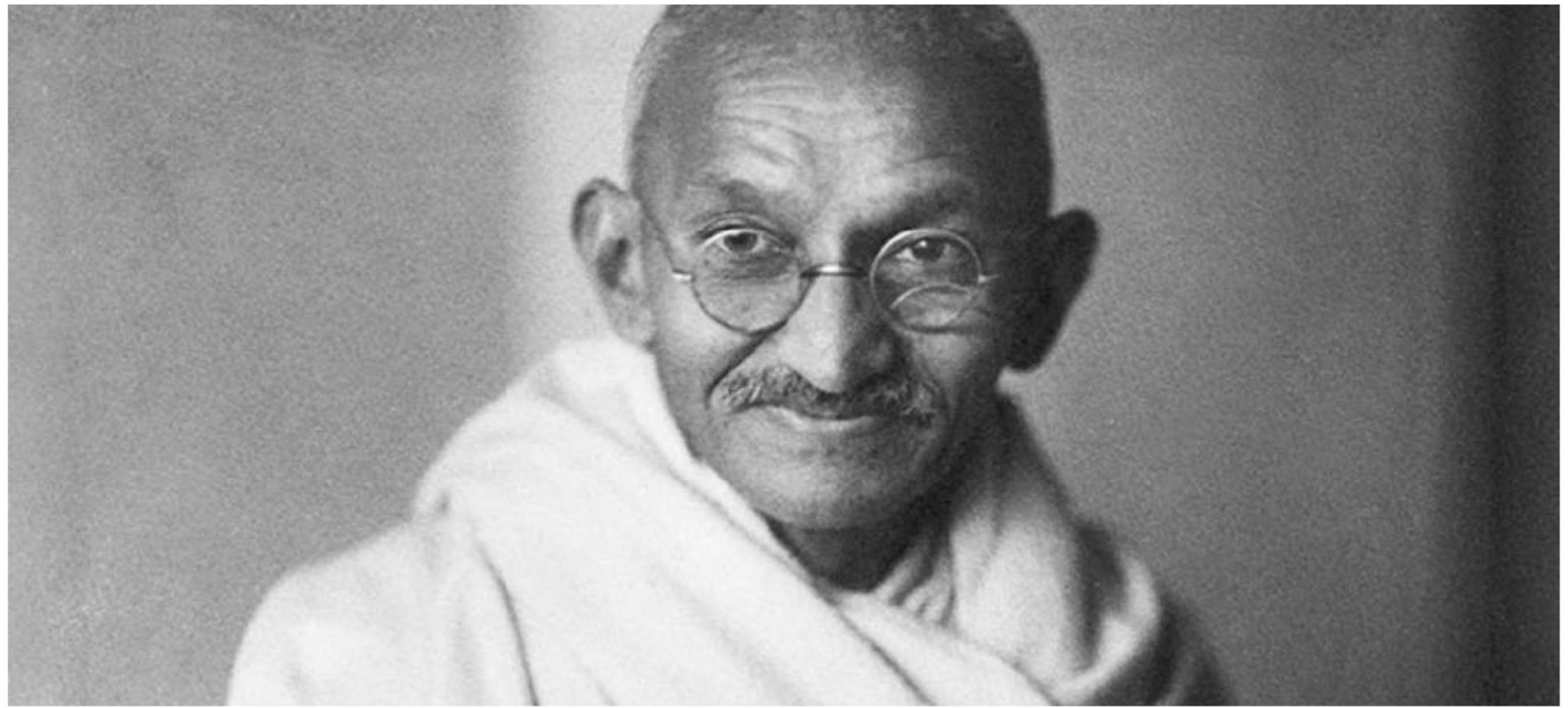
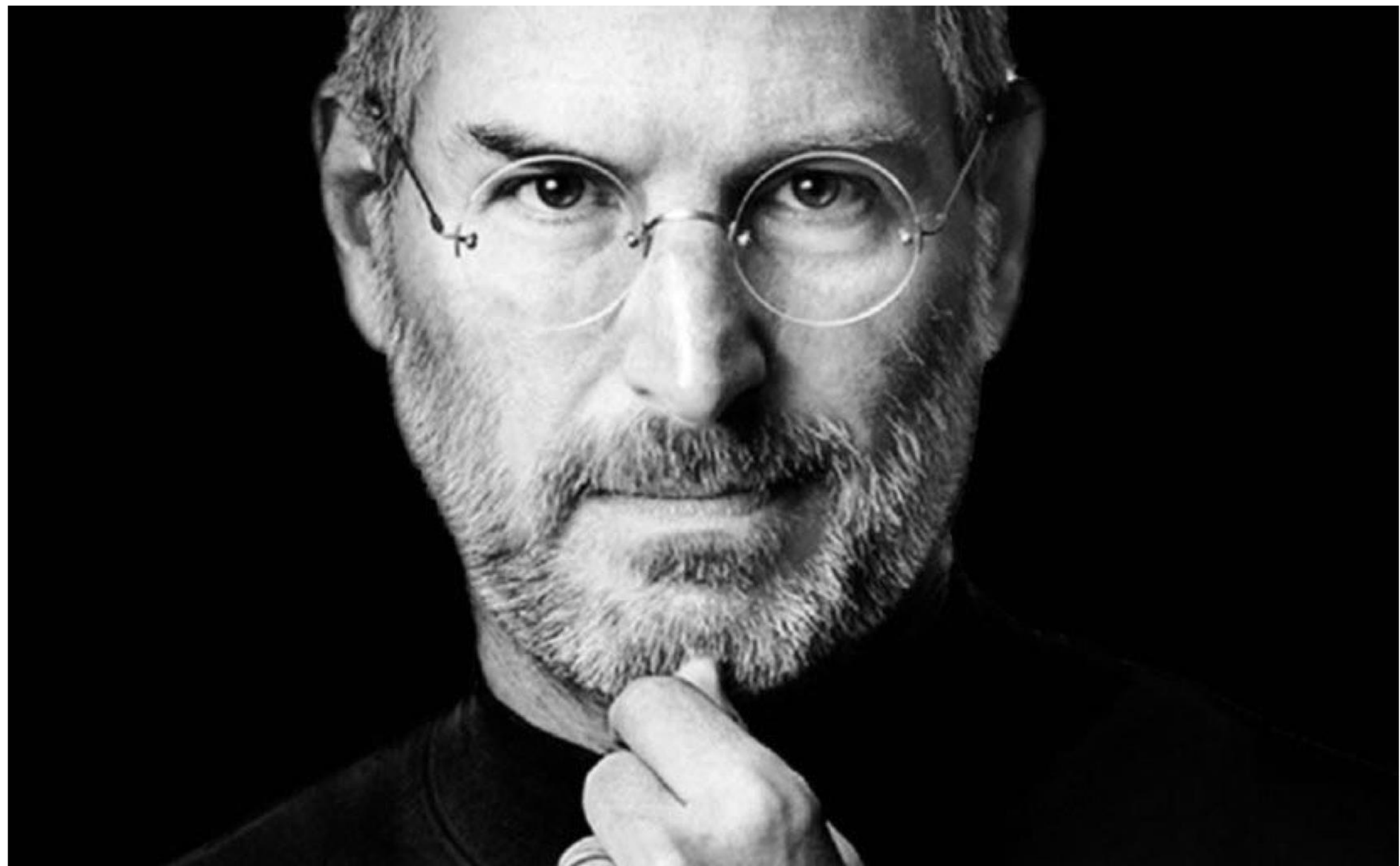
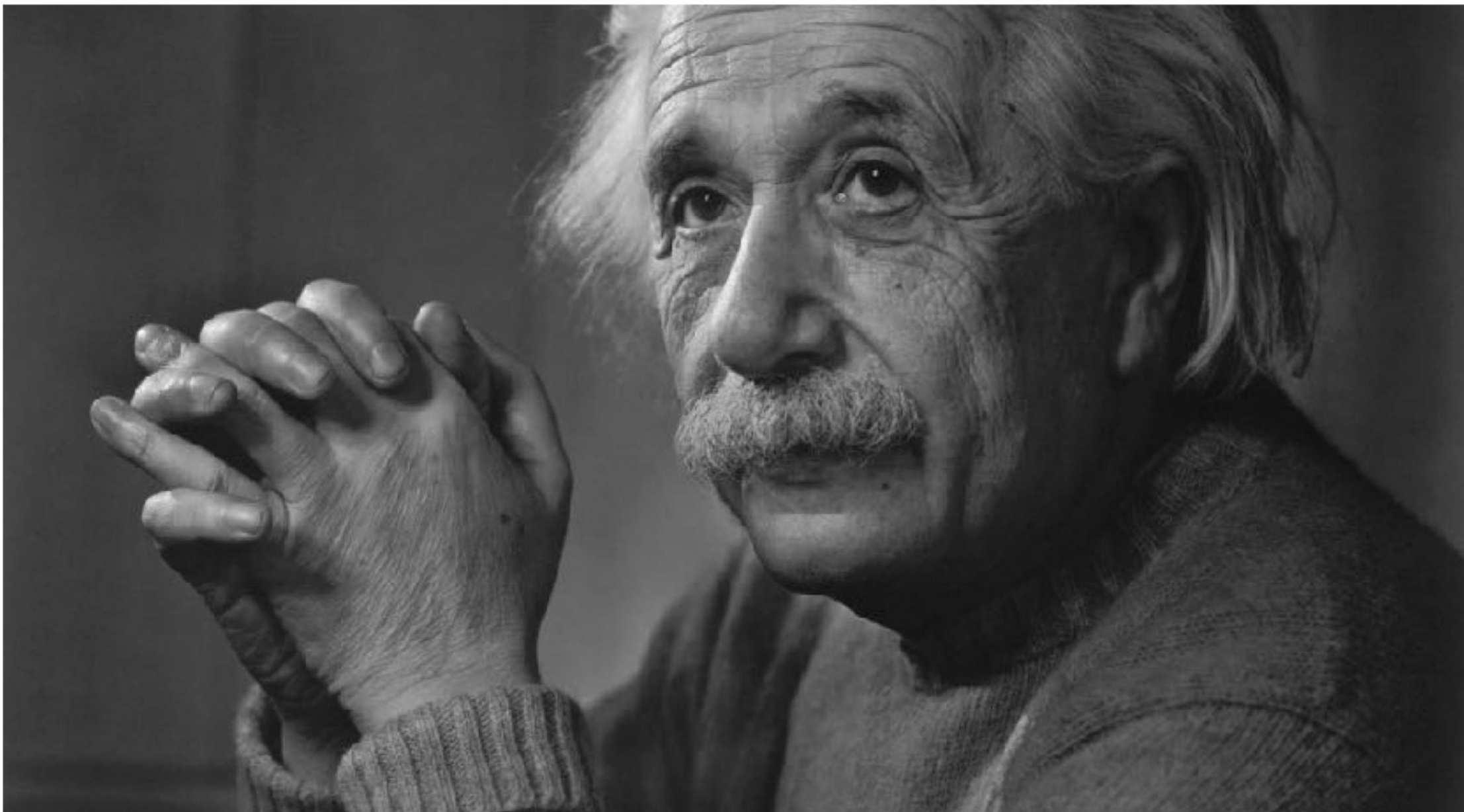
What is a **Personal Branding?**

ماهو الإيسام الشخصي

الإيسام الشخصي (العلامة الشخصية)

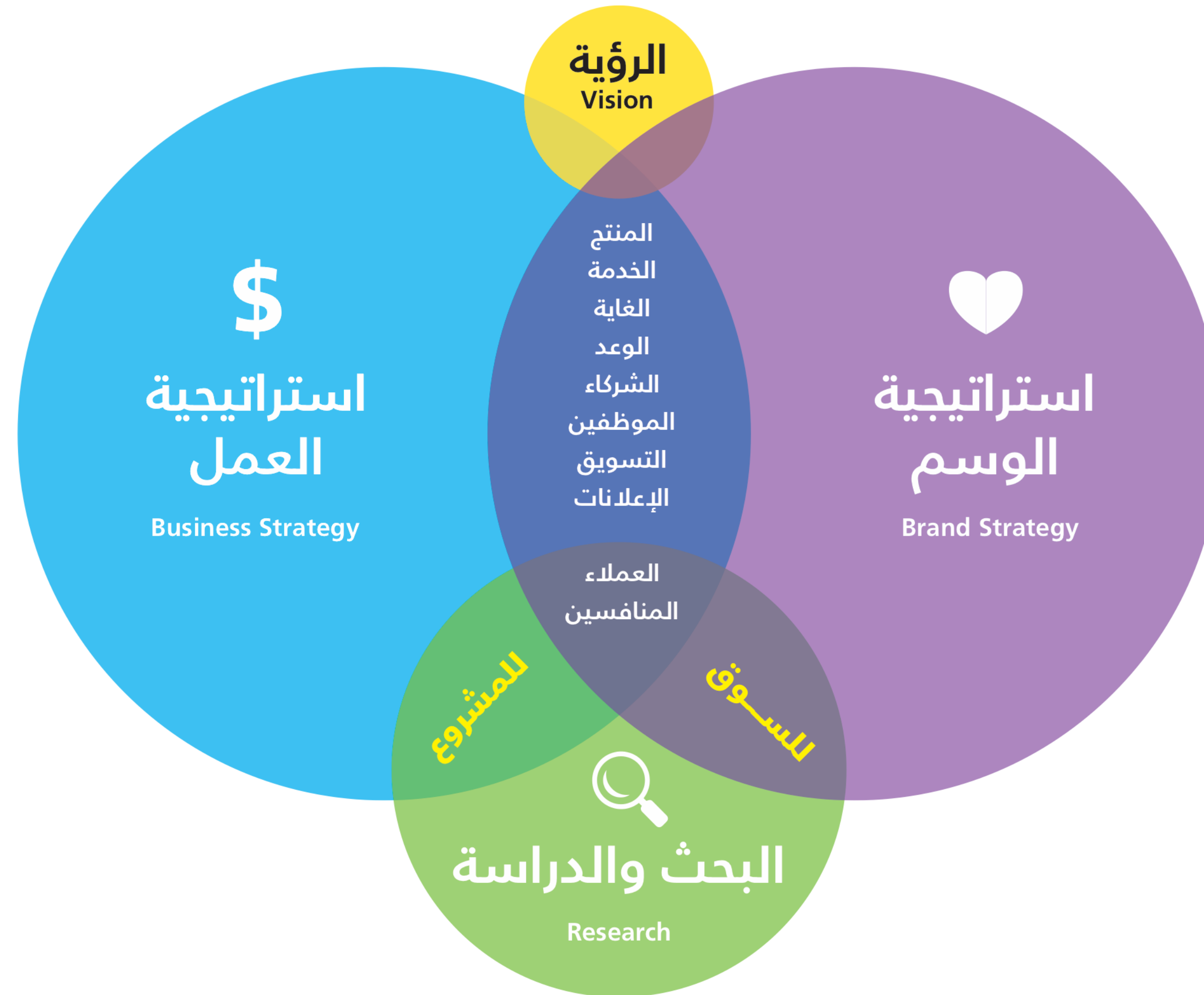
قوة الظهور بما يميزك فعلياً عن
غيرك ويضعك في مركز معين في
الصورة الذهنية لدى من يعرفك أو
يتعامل معك.





Brand • Strategy for law firm

استراتيجية الوسم (البراند) لمكاتب المحاماة



Personal brand

Introduction

المقدمة والتعريف

ما أهميته؟
الفوائد

ماذا تقدم؟
العرض

لماذا
أثق بك؟
المصداقية
RTBs

ما تجربته؟
الشعور

الأمر الرئيسية التي تهم العملاء

الأمور الرئيسية التي تهم العملاء



Brand Personality

ماهي شخصية الوسم؟

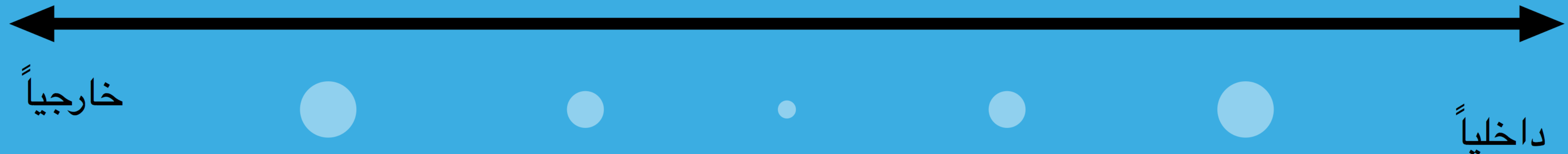
اختيار الشخصية يؤثر داخلياً وخارجياً على الإيصال الشخصي

- نبرة الصوت وأسلوب الكلام
- وسائل وأساليب التواصل
- الهوية العامة
- أسلوب التصميم والحملة الإعلانية
- بناء الصورة الذهنية... وغيرها



الشخصية
Personality

- الثقافة الداخلية والفكر
- طريقة العمل
- أسلوب الحياة داخل العمل
- التخطيط





لو كان الوسم شخصاً، فمن سيكون؟

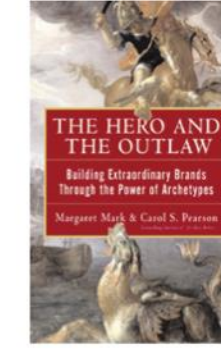
كما أن الناس يختلفون عن بعضهم البعض في الشخصيات والطباع وطريقة حياتهم وأسلوب تعاملهم مع الآخرين؛ فإن الوسوم (Brands) كذلك لها شخصيات تختلف عن بعضها البعض حتى لو كانوا يقدمون نفس الخدمة أو المنتج في بعض الأحيان.



فنجد مثلاً الفرق الواضح في شخصية سيارات ميني كوبر عن غيرها من مثيلاتها، ويظهر ذلك ابتداءً من الفكرة والتصميم وإنهاءً بأسلوب الإعلانات الخاصة بها فهي تدخل ضمن الشخصية المرحية والتي سيتم طرحها لاحقاً.



إن هذا الأسلوب المتبع في تحديد أمثلة الشخصيات قام على دراسات وبحوث علمية منذ عام ١٩١٩ قدم مسماها العالم النفسي كارل جونغ وبعد ذلك تطرقت إليها بعض الكتب. إلا أن من أهمها كان في عام ٢٠٠١ وهو كتاب



The Hero & The Outlaw من تأليف مارجاريت مارك و كارلوس بيرسون. وتم تقسيمها إلى (١٢) اثنتي عشرة شخصية أساسية يتفرع منها عدد كبير يصل المجموع إلى ٦٠ شخصية وسنجد الاختلافات الواضحة بينهم وإلى ماذا يرمز كل منهم وماهي السمات الشخصية المتفق عليها لكل واحدة. يساعدنا تحديد الشخصية في التواصل مع الشريحة المستهدفة بشكل أفضل وأقوى بأسلوب يناسبهم، وبالتالي يزيد من قوة التفاعل معهم وارتباطهم بالوسم (Brand) بشكل عاطفي.

إن هذه الأمثلة والشخصيات يمكن أن تسهل الفهم للوسم وتكون سبباً لجذب العملاء. ليس فقط العملاء بل كذلك كل أصحاب العلاقة بالوسم داخلياً وخارجياً، حتى الموظفين أنفسهم سيتقمصون تلك الشخصية ويلعبون الدور الخاص بهم وقد يصبح أسلوب حياة بالنسبة لهم. مثال ذلك وسم هارلي ديفيدسون والدبابات النارية الخاصة بهم والشخصية الغريبة التي نشأ عليها الوسم وهي شخصية متحررة لا تريد القيود ولا القوانين وإنما تسعى دوماً للحرية والانطلاق، ونرى ذلك حتى في اللباس الخاص بهم وأسلوبهم الخاص في رحلاتهم والذي كثيراً ما نشاهده في الأفلام أو في الدول الغربية.



إختيار الشخصيات:

يتم اختيار الشخصية الأساسية بعد تحديد سماتها ومدى مطابقتها مع واقع الوسم وما إذا كان الوسم يستطيع تطبيقها على نفسه وعلى كل ما يقوم به. يمكن كذلك اختيار شخصية ثانوية تحدد الأسلوب والطريقة في التعامل.

مثال: قد تكون هناك شخصيتان «حكيمة مفكرة»، الأولى تقدم منتجاتها أو خدماتها بأسلوب رسمي وعلمي بحث بينما الأخرى تقدمه بأسلوب مرح ومليء بالضحك. بذلك تكون الثانية قد اختارت الشخصية المرحية Jester كشخصية ثانوية للوسم.



المرحة + الرعاية



الرعاية

هناك بعض الأسئلة والاختبارات التي يتم عن طريقها تحديد الشخصية ومن ثم يتم تطبيقها على الوسم بالسمات الشخصية والقيم التي تحملها.

ملاحظة: لمزيد من المعلومات والتفصيل حول هذا الموضوع الرجاء العودة للمصادر والمراجع المتخصصة.



Today's car, in fact, And more so than ever with thoughts of Karamba in the offing!

There's still time to see your nearby Asian or North dealer, arrange a test drive—and take delivery of a new Mini before the great dip. See him soon.

From £4900.5 (inc. £900.5 P.T. and Surcharges), Automatic Transmission Model £5794.2 (inc. £107.14.2 P.T. and Surcharges).



BACKED BY BBC SERVICE—EXTENSIVE, EXPERT, EVERYWHERE, THE BRITISH RHOEOR CORPORATION LIMITED, BURNINGHAM AND KILGUM



Introducing the 2013 Mini Coopers. Do you have a Mini?



12 Main different personality

6



الهاكمة
Ruler

5



الحكيمة والمفكرة
Sage

4



الشخصية الساحرة
Magician

3



البطلة
Hero

2



المبدعة الخلاقة
Creator

1



المستكشفة
Explorer

12



المتحررة والمتمردة
Outlaw

11



المرحة
Jester

10



العاطفية والمحبة
Lover

9



الراعية
Caregiver

8



العادية الاجتماعية
Regular

7



البريئة واللطيفة
Innocent

السمات الشخصية

1



المستكشفة
Explorer

شخصية مغامرة وتريد أن تكتشف العالم من حولها وتخشى الفراغ الداخلي. مستقلة وطموحة ومغامرة ونشيطة وحررة، تبحث دوماً عن الإثارة والتحدي.

2



المبدعة الخلاقة
Creator

شخصية تسعى لإنجاز أعمال استثنائية وخالدة وتخشى الرداءة. مبدعة وخيالية ومعبرة ومبتكرة ومخاطرة وطموحة، ترغب في تحويل الأفكار إلى واقع ملموس.

3



البطلة
Hero

شخصية تسعى لإثبات جدارتها، وأكبر مخاوفها الضعف وال فشل. شجاعة ومنافسة وشرسة، تسعى للفوز. لها مبادئ وتتحدى الأخطاء وتضحي من أجل الصالح العام.

4



الساحرة
Magician

شخصية تريد أن تفهم الكون ومكانها فيه لكنها تخشى العواقب السلبية غير المقصودة. جذابة تملك القدرة على العلاج، روحانية وشاملة ومنجزة ومحفزة للتغيير. تحمل كاريزما خاصة وتحول الأحلام إلى حقيقة.

5



الحكيمة والمفكرة
Sage

شخصية تبحث دائماً عن الحقيقة والحكمة من وراء كل الأمور، تخشى التضليل والجهل وتضع العلم نهجاً أمامها. حكيمة وعالمة ومفكرة وفيلسوفة وخبيرة ومستشارة ومعلمة، محل ثقة ومصداقية.

6



الحاكمة
Ruler

شخصية حياتها السلطة وغايتها السيطرة، تخشى الفوضى والإطاحة بها. واثقة ومسؤولة وعادلة وقائدة وأرستوقراطية وقدوة، تحب السيطرة وإصدار الأوامر.

7



البريئة واللطيفة
Innocent

شخصية تريد أن تكون حرة وسعيدة، وأكبر مخاوفها أن تفعل شيئاً خاطئاً تعاقب عليه. صادقة ومتحمسة ونقية ومتسامحة وواثقة وسعيدة ومتفائلة، تستمتع بأبسط الأمور.

8



العادية الاجتماعية
Regular

شخصية تبحث عن الانتماء والشعور بأنها جزء من شيء ما، الخوف الأكبر لديها هو استبعادها أو أن يسلط عليها الضوء بعيداً عن غيرها. بسيطة وقريبة من الناس ومتواضعة ومحل ثقة وعملية، يعتمد عليها.

9



الراعية
Caregiver

شخصية هدفها حماية ورعاية الآخرين، تخاف الأنانية والجحود لما قدموه من تضحيات. رحيمة وسخية وقوية وحنونة وداعمة، الإيثار أهم صفاتها.

10



العاطفية والمحبة
Lover

شخصية تعيش التجارب الممتعة في علاقاتها وعملها وبيتها، تخشى عدم الرغبة بها أو عدم المحبة. عاطفية وجذابة وملتزمة ورومانسية تحب بصدق وألفة وتحب الانغماس في متع الحياة.

11



المرحة
Jester

شخصية تريد أن تعيش اللحظة والاستمتاع بالحياة وتخشى الملل قبل كل شيء. مبهجة ومهرجة تصنع المقالب، مرحة ومندفعة وفوضوية وغفوية ومزوحة.

12



المتحررة والمتمردة
Outlaw

شخصية ثورية ومنتقمة تخشى القيود وتخاف الشعور بالعجز. متمردة وشجاعة ومتحررة وحماسية وقوية، تبحث عن الحرية في كل أمورها.

الشخصيات وأمثلتها وما يشابهها من الوسوم

1



المستكشفة
Explorer

شخصية وعدها الحرية



التجارب المثيرة في الحياة

2



المبدعة الخلاقة
Creator

شخصية وعدها الأصالة



شعلة الإبداع

3



البطلة
Hero

شخصية وعدها الإنتصار



الخبرة والإتقان لتحسين العالم

4



الساحرة
Magician

شخصية وعدها المعرفة



تحويل الأحلام إلى حقيقة

5



الحكمة والمفكرة
Sage

شخصية وعدها الحكمة



تحليل المعلومات لفهم العالم

6



الحاكمة
Ruler

شخصية وعدها القوة



السيادة والسيطرة

7



البريئة واللطيفة
Innocent

شخصية وعدها البساطة



العيش بسعادة

8



العادية الاجتماعية
Regular

شخصية وعدها الانتماء



الانتماء والتواصل مع الآخرين

9



الراعية
Caregiver

شخصية وعدها العطاء



حماية ورعاية الآخرين

10



العاطفية والمحبة
Lover

شخصية وعدها الشغف



تجربة وارتباط عاطفي

11



المرحة
Jester

شخصية وعدها التسلية



أوقات ممتعة ومرحه

12



المتحررة والمتمردة
Outlaw

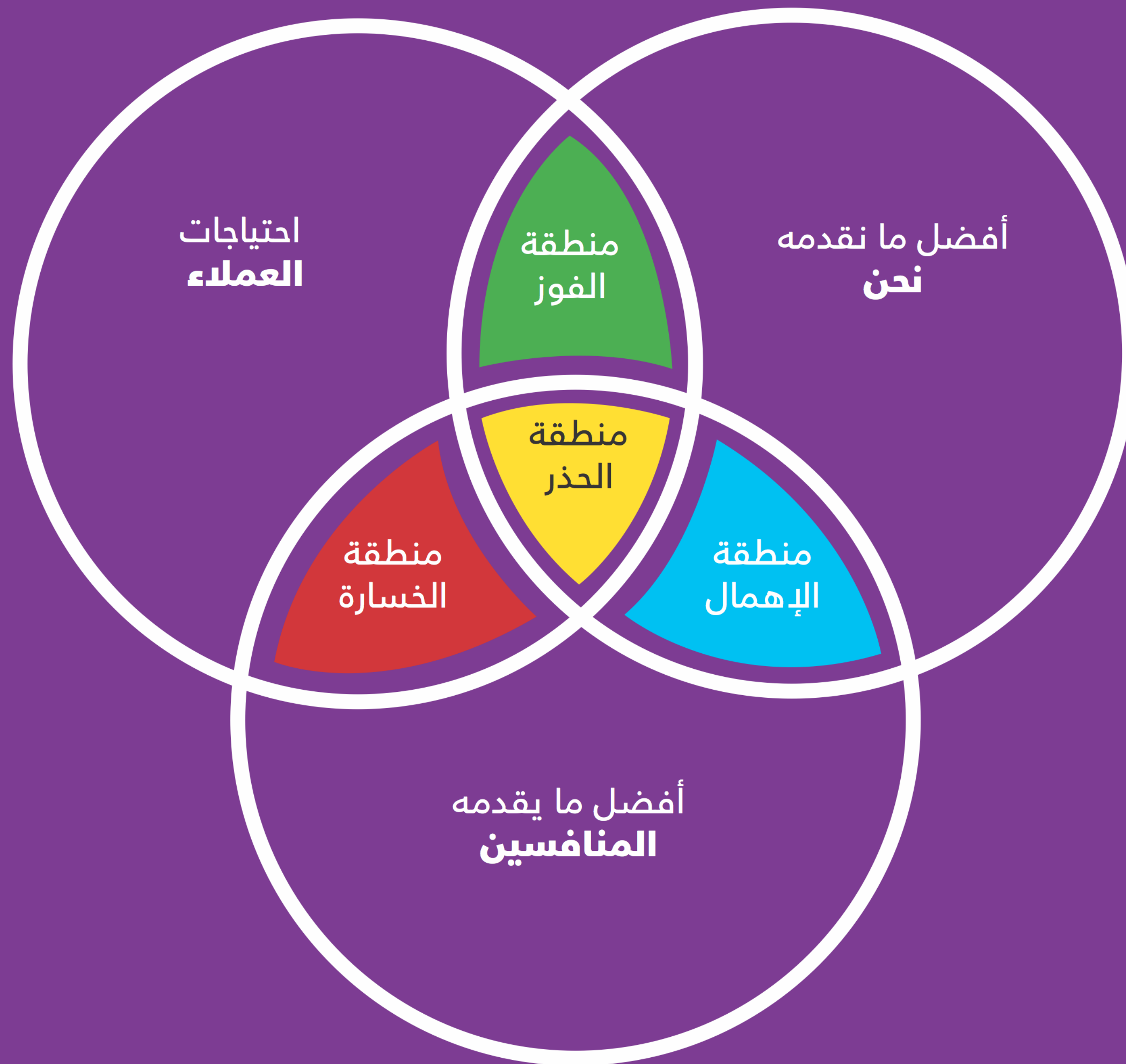
شخصية وعدها الاختلاف



إحداث ثورة في عالمها

Brand Positioning

التمركز



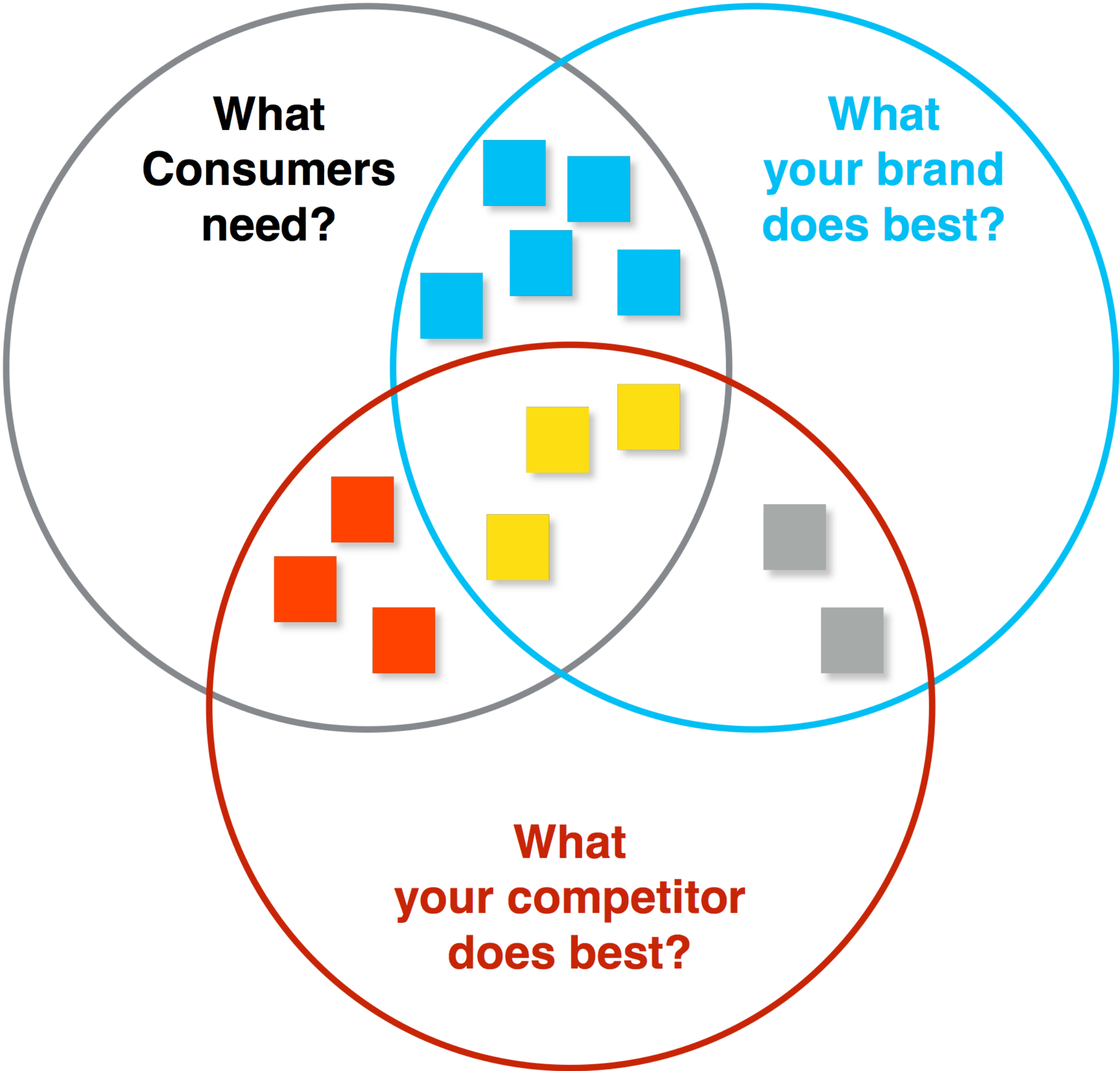
Define target needs

Brands have to be: **Better**, **Different** or **Cheaper**.. otherwise it wont last for long.

Losing zone
Competitor meets consumer needs stronger than you

Risky zone
Equally meet consumer needs.

You need speed, innovation and emotional connection



Winning zone
Your brand clear difference that matters to consumers

Dumb zone
Competitive battle where consumer doesn't care at all



شكراً

@ziyadorganji

www.ziyadorganji.com

#الإيسام