



DESIGNED BY
DIVINE
DESIGN & DECOR

ספר מותג

מהדורה ראשונה | נובמבר 2024



אירועים בניחוח מרוקאי

תוכן עניינים

הקדמה

עמודים 1-9

סמליל

עמודים 11-25

שפה גרפית

עמודים 27-39

שפה צילומית

עמודים 41-47

גריד

עמודים 49-61

מקורות מידע

עמוד 63



- רקע על העסק
- מסע אישי
- חזון ומטרות
- חזון ומטרות הפריקט
- ערכים מרכזיים
- קהל יעד

01. הקדמה

רקע על העסק

ורד - אירועים בניחוח מרוקאי הינו עסק משפחתי, קטן ובוטיקי שנולד מתוך אהבה גדולה למסורת והקדשה למקצועיות.

אנחנו מתמחים באפיית עוגיות מרוקאיות בעבודת יד ובעיצוב חוויות מלאות טעם וקסם, בהשראת המסורת המרוקאית העשירה.

המותג שלנו נועד ללוות לקוחות ברגעים השמחים שלהם ולהביא את החוויה המרוקאית האוטנטית לאירוע. אנו מאמינים בייחודיות של כל אירוע ומתאימים את עצמנו לרצונות ולחלומות של כל לקוח.

העסק רץ כבר מזה כ-15 שנים!

בשילוב המתכונים שעברו מדור לדור והידע אותו רכשה ורד והעבירה הלאה לבני המשפחה, צבר העסק רפרטואר עשיר וניסיון רב בכלל האירועים בסגנון ובמגוון מוצרים שהעסק מציע: הפעלת עמדות ספינג' ומופלטה באירועים, אירועי חניה, אירועי חברה, אירועי מימונה, שולחן בר מרוקאי מעוצב ומסודר מא' ועד ת' כולל מפות, אביזרים ורהיטים לקישוט וכו'.

העסק מתמחה בהכנת עוגיות מרוקאיות מודרניות ובעיצוב מגשי חניה מרהיבים. המוצרים מיוצרים ביום האירוע ונעשים בעבודת יד, עוגיה עוגיה, תוך השקעת זמן רב ומחשבה.

המפגש של ורד עם עולם הקולינרי החל כתחביב שברבות השנים הפך למקצוע. במסגרת לימודי השף הכירה ורד את עולם הבישול לעומקו והתנסתה כשף במסעדות.



חסד אישי

למה בחרתי במותג הזה?

הבחירה למתג את העסק "ורד - אירועים בניחוח מרוקאי" נבעה קודם כל מתוך הקשר האישי שלי אליו. זהו עסק משפחתי של דוד ודודה שלי, ואני גאה להיות חלק ממנו, אפילו בתפקידים קטנים אך משמעותיים. במהלך השנים, יצא לי לעזור להם באירועים, בהכנת העוגיות ובהקמת העמדות - וזה תמיד הרגיש לי כמו הרבה יותר מעבודה. זהו עסק שמביא לידי ביטוי לא רק את המסורת המרוקאית, אלא גם את הערכים של חום, משפחתיות ואהבה לאנשים. אנחנו בקשר מאוד חזק כמשפחה ולכן הערכים של העסק הם בדיוק אותם ערכים שהמשפחה שלנו מייצגת עבורי ושחונכנו עליהם בבית.

מעבר לכך, כאופה וקונדיטור בעצמי, אני מוצא הנאה גדולה בעבודה עם חומרי הגלם האיכותיים וכמובן בעת תהליך ההכנה המוקפד של העוגיות והמאפים.

לראות את השמחה על פני האורחים כשהם טועמים את המוצרים - זה אחד הדברים שמניעים אותי ונותנים לי השראה.

למתג את העסק הזה עבורי זה לא רק פרויקט מקצועי, אלא גם דרך לתמוך בעסק המשפחתי ולהעצים את הערכים והטעמים שמייחדים אותו.



ערכים מרכזיים

המותג שלנו עומד על שלושה עקרונות יסוד אשר מנחים אותנו בכל פעולה:

- איכות חומרי הגלם - שימוש בחומרי גלם איכותיים בלבד. אנו מאמינים שטעם ואיכות המוצרים מתחילים בבחירת חומרי גלם טריים, טבעיים וייחודיים
- כשרות, טריות, היגיינה ואסתטיקה - אנו מקפידים שכל מוצר שיוצא מבית העסק יהיה כשר (תעודת כשרות פרווה - רבנות ירושלים), טרי, נקי ומוכן בהקפדה על אסתטיקה מרבית. כל מגש וכל מתוק מורכב ומעוצב כמו תכשיט, מתוך הבנה שהעיניים אוכלות לפני הכל.
- מחירים שווים לכל נפש - אנו מאמינים שאירוע מפנק ומכובד צריך להיות נגיש לכל כיס. המחירים שלנו מותאמים כדי שכל אחד יוכל להנות מהשירותים שלנו, מבלי להתפשר על איכות.



חזון ומטרות

מטרות העסק:

- א. לשמר ולהפיץ את התרבות המרוקאית דרך מתוקים מיוחדים ויוקרתיים, שנעשו בעבודת יד ובאהבה רבה.
- ב. לשמור על יחודיותו של העסק בעצם היותו משפחתי, קטן ובטיקי.
- ג. ללוות לקוחות ברגעים השמחים שלהם ולהביא את החוויה המרוקאית האותנטית לאירוע.
- ד. תמחור של מוצרים אשר כל אחד יוכל להנות מהשירותים שלנו מבלי להתשפר על איכות.

חזון:

אנו שואפים להביא חוויה שלא רק נראית טוב, אלא גם נשארת בזיכרון כמשהו יחיד ומיוחד. לאורך השנים, למדנו להעריך כל פריט שנעשה בעבודת יד ולתת דגש על הפרטים הקטנים ביותר, מתוך הבנה שהפרטים האלו הם שמייצרים זיכרונות מדהימים לאורחים שלנו.

חזון ומטרות הפרוייקט

המטרה של הפרוייקט:

- א. מיתוג מחדש של העסק על מנת למשוך את העין של הלקוח
- ב. יכולת טובה יותר להציג את המגוון הרחב שאנחנו יכולים להציע

החזון של החברה בעקבות הפרוייקט:

- לאחר המיתוג - לפרוץ יותר בתחום השיווק והפרסום ולגרום לכך שעוד ועוד אנשים יכירו אותנו, בין אם דרך פה לאוזן ובין אם דרך הרשתות החברתיות.
- בטווח הבינוני - בעקבות הפרסום להגדיל את קהל לקוחותינו, להרבות בעשייה ולנהל את ההזמנות בצורה נוחה ויעילה.

קהל יעד

קהל היעד שלנו מגוון ומורכב מאנשים המחפשים להפוך את האירועים שלהם לחוויה בלתי נשכחת עם ניחוחות וטעמים אותנטיים מהתרבות המרוקאית. המותג שלנו נותן מענה לצרכים של לקוחות פרטיים ועסקיים המעוניינים להעניק לאורחים חוויה מיוחדת, עם דגש על טעמים מסורתיים, שירות חם, ותשומת לב לפרטים הקטנים.

פילוח קהל היעד:

* אירועי חתונה -

קהל זה מורכב מזוגות צעירים ומשפחות העורכים אירועי חתונה לפני החתונה. מדובר במי שמחפשים להפוך את החגיגה לאירוע מסורתי באווירה אותנטית ועם עיצוב עשיר. מאפיינים: בדרך כלל נע בין טווח הגילאים 25-50. ערכים: שמירה על מסורת לצד חוויית אירוע חגיגי ומרשים. שירותים עיקריים: שולחן עוגיות מרוקאי מעוצב, מגשי עוגיות מרוקאיות, עמדות מופלטה וספינג'. צרכים: עיצוב שולחנות בסטנדרט גבוה עם עיטורים מסורתיים, גיוון טעמים ונראות מרהיבה.



קהל יעד

* אירועי מימונה -

קהל יעד זה כולל הן לקוחות פרטיים והן עסקים וחברות המעוניינים לחגוג את חג המימונה כחלק מהמסורת השנתית. לקוחות אלו רוצים אירוע קליל, שמח ומסורתי עבור חברים, בני משפחה, או עמיתים לעבודה. מאפיינים: קבוצות של חברים, בני משפחה, ואירועים עסקיים של חברות. ערכים: שמירה על אווירה מסורתית ומסבירת פנים. שירותים עיקריים: שולחן מרוקאי מעוצב הכולל עוגיות מרוקאיות, פיצוחים, ממתקים ותה מסורתי. צרכים: מגוון מוצרים נגישים ומוכנים לאירוח קליל וחוויתי, כולל עמדות מופלטה וספינג באירועים גדולים יותר.

* אירועי בר/בת מצווה -

קהל זה כולל משפחות המעוניינות לשדרג את חגיגת בר המצווה שלהם עם טאץ' אותנטי ומיוחד. מאפיינים: משפחות מגוונות שחוגגות אירועים מסורתיים וגדולים. ערכים: חגיגות, ערכיות והענקת חוויה מסורתית לאורחים. שירותים עיקריים: קייטרינג איכותי לאירועים, עמדות ספינג' ומופלטות, בר מרוקאי עשיר, מגשי עוגיות מרוקאיות. צרכים: פתרונות מתוקים ונוחים להגשה, עיצוב שמותאם לתחושת החגיגה של האירוע.



קהל יעד

* לקוחות פרטיים -

לקוחות פרטיים שרוצים להעניק חוויה מרוקאית לאורחיהם גם באירועים קטנים וביתיים כמו ימי הולדת, מסיבות, ומפגשים חברתיים, או להזמין מגשי עוגיות למטרות שונות.
מאפיינים: מגילאים שונים המחפשים לשדרג את החגיגות הביתיות שלהם.
ערכים: ביתיות, נדיבות, ואירוח איכותי.
שירותים עיקריים: מגשי עוגיות, שולחן בר מרוקאי, עמדות מופלטה וספינג.
צרכים: פתרונות אירוח זמינים באיסוף או במשלוח עם דגש על ייחודיות ואסתטיקה.

* לקוחות עסקיים -

ארגונים וחברות המעוניינים להפיק אירועים עסקיים עם מוטיב מסורתי כיפי ומיוחד, בעיקר סביב אירועי מימנה וחגים מסורתיים.
מאפיינים: חברות, ארגונים וגופים עסקיים.
ערכים: שיתוף, חגיגות, ויצירת אווירה שמחברת בין עובדים ואורחים.
שירותים עיקריים: שולחן בר מרוקאי עם עוגיות ומאפים מסורתיים, עמדות מופלטה וספינג, קייטרינג לאירועים.
צרכים: תפריטים מותאמים לאירועים, מנות קלות ונוחות להגשה ומבחר צבעוני ואסתטי שמתאים לכלל המשתתפים.



- פרופורציות
- לוח השראה
- שטח סטריילי
- בניית לוגו - השראה
- מידות
- הלוגו
- חותמת מים
- צבעי הלוגו
- שימושים בלוגו
- מונכרום

02. סמליל (לוגו)

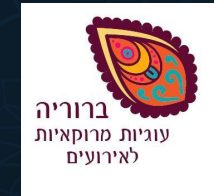
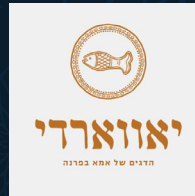
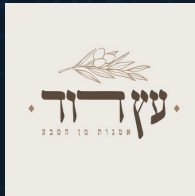
לוח השראה



בניית הלוגו - השראה

מסקנות:

1. פשטות עם נגיעות מסורתיות: לוגואים מוצלחים מציגים עיצוב נקי ומינימליסטי, לצד שימוש באלמנטים מסורתיים עדינים שמעניקים אופי ייחודי ומחברים לתרבות. מומלץ לשלב סמלים מסורתיים כמו דוגמאות מרוקאיות או אלמנט גיאומטרי פשוט שיקשר לתרבות ויהיה קליט.
2. שימוש בצבעים עמוקים ומרקמים עדינים: צבעים כמו כחול עמוק, זהב, או טורקיז מופיעים בלוגואים שמטרתם לשדר יוקרה וחיבור לתרבות, במיוחד כשהם מעורבים עם טקסטורות עדינות המעניקות מראה אותנטי. שחור משמש כצבע שמתאים ליצירת תחושת אלגנטיות ויוקרה.
3. שילוב בין פונט מסורתי לגופן מודרני: בלוגואים רבים יש משחק בין טקסט מסורתי לבין גופן מודרני ונקי. שילוב כזה מתאים להעברת מסר של עסק מודרני, אך עם שורשים מסורתיים וערכים משפחתיים חזקים.



בניית הלווגו - השראה

מסקנות:

4. עיגולים וצורות עגולות למראה ידידותי ומזמין: צורות עגולות ורכות משדרות חמימות ונגישות, ומזכירות עוגיות ומאפים. עיצוב לוגו בעיגול יכול לתת תחושה של מוצר בעבודת יד ומקום שמשקיע בפרטים קטנים.

5. איזון בין גודל שם העסק לבין האלמנט הגרפי: בלוגואים מוצלחים לרוב מראים איזון בין שם המותג לבין האלמנט הגרפי, כך ששם העסק הוא ברור ובולט, אך האלמנט הגרפי משלים אותו מבלי להשתלט. השימוש בגדלים שונים יכול לשמור על האיזון והנראות המקצועית.

6. מסר של איכות ויוקרה באמצעות קומפוזיציה מאוזנת: לוגואים שמצליחים להעביר תחושה של איכות מאופיינים לרוב בקווים נקיים ושמרניים יותר, עם מבנה מאוזן שאינו עמוס מדי.



הלוגו הנוכח

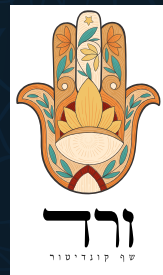
בניית הלוגו - סקיצות

הסקיצה הראשונה ללוגו מייצגת את רוח המותג על ידי שילוב של אלמנטים מסורתיים עם עיצוב עכשווי. החמסה, כאלמנט מרכזי, מסמלת ברכה, שפע והגנה, תוך שהיא מעוטרת בדוגמאות פרחוניות וצבעים חמים המתחברים לשורשים המרוקאים של המותג. החמסה הייתה גם אלמנט מרכזי בלוגו הישן. הכיתוב הבולט "ורד" נבחר בגוון זהוב המבטא יוקרה ואיכות, ומתחתיו התוספת "שף קונדיטור" מחזקת את הקשר לאמנות האפייה. הרקע הירוק בסגנון תחרה מייצג אותנטיות וטבעיות, ערכים מרכזיים בתפיסת המותג.



בסקיצה השנייה הוכנסו שינויים על מנת לחדד את המסר של המותג ולחזק את הקשר בין המסורת לבין העיצוב המודרני:

1. רקע לבן - הוחלף הרקע הירוק ברקע לבן כדי להבליט את האלמנטים הוויזואליים ולהקנות ללוגו מראה נקי, מקצועי ומעודן יותר.
 2. צבע שחור בשם - הצבעים של הטקסט הוחלפו לצבע שחור המשדרת קלאסיות ויוקרה ומשתלב טוב עם הרקע הלבן ויוצר קונטרסט קלאסי ונקי בעין.
- השינויים נעשו במטרה להדגיש מראה קלאסי, יוקרתי ועדכני שמשתלב עם המסורתיות והערכים של המותג.



בניית הלוגו - סקיצות

הסקיצה השלישית והאחרונה לפני הלוגו:

בסקיצה השלישית נעשה שינוי מהותי בגישה העיצובית, וזאת כדי למקד את זהות המותג ולהעביר מסר שונה, מודרני וישיר יותר:

1. התמקדות בטיפוגרפיה - השם "ורד" בולט ומרכזי, עם פונט מודגש ועוצמתי שמייצג ביטחון ונוכחות. הגישה הטיפוגרפית מקנה ללוגו מראה מינימליסטי ועדכני.
 2. אייקון היד והצלחת - נוסף אלמנט איורי של יד מחזיקה צלחת, במקום החמסה המעוטרת. החמסה הוחלפה באיור היד המחזיקה צלחת כדי לפשט את הלוגו ולמנוע עומס פרטים משום שהייתה מעוטרת בהרבה פרטים. האייקון משדר אירוח ושירות ומייצג את צלחת העוגיות.
 3. צבעוניות חדשה - צבע הטורקיז נבחר כצבע משני ללוגו, על מנת להעניק תחושת רעננות ואלגנטיות. הצבע גם מחבר לעולמות מרוקאיים ולמוטיבים ים-תיכוניים.
 4. סלוגן ייחודי - המשפט "אירועים בניחוח מרוקאי" נוסף, כדי להבהיר בצורה ברורה את תחום העיסוק וההתמחות של המותג.
- השינויים הללו נעשו מתוך רצון להבליט את המותג כעסק שמתמחה בתחום האירועים המרוקאים, תוך שמירה על מראה מקצועי, נקי ועדכני שמושך לקוחות פוטנציאליים.



הלוגו



שם העסק

באופן בולט וברור לקריאה

אלמנט גרפי: הצלחת

נועד על מנת לרמז על צלחת העוגיות

אלמנט גרפי: היד

נועד על מנת לרמז על ההגשה
והיחס האישי עבור כל לקוח

סלוגן

מרמז איזה סוג של עסק ובמה מתמחה

אלמנט גרפי: קווי מתאר

נועד על מנת לתת הרגשת תנועה
והמחשת איור

אלמנט גרפי: ריבוע

נועד על מנת לתת סיום לסלוגן,
לתת סגנון ולהשלים "מקום חסר"

הלוגו - לוגו משני



שם העסק

באופן בולט וברור לקריאה

אלמנט גרפי: הצלחת

נועד על מנת לרמוז על צלחת העוגיות

אלמנט גרפי: היד

נועד על מנת לרמוז על ההגשה
והיחס האישי עבור כל לקוח

סלוגן

מרמז איזה סוג של עסק ובמה מתמחה

אלמנט גרפי: קווי מתאר

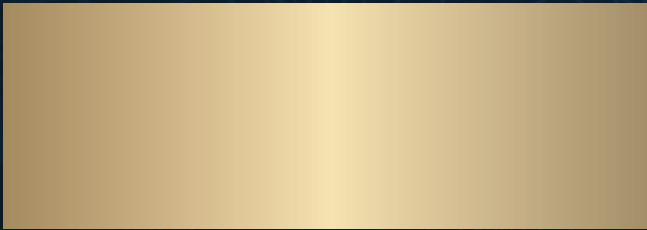
נועד על מנת לתת הרגשת תנועה
והמחשת איור

אלמנט גרפי: ריבוע

נועד על מנת לתת סיום לסלוגן,
לתת סגנון ולהשלים "מקום חסר"

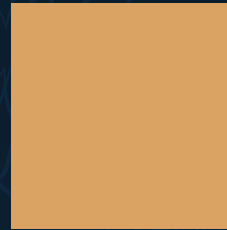
אירועים בניחוח מרוקאי

צבעי הלוגו



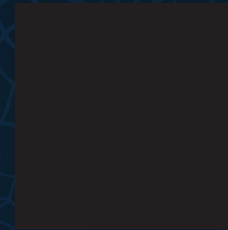
#967b4e (location:0%) R:150 G:123 B:78 C:0 M:18 Y:48 K:41
 #f4e3a5(location:50%) R:244 G:227 B:165 C:0 M:7 Y:32 K:4
 #927e54(location:100%) R:146 G:126 B:84 C:0 M:14 Y:42 K:43

המטרה של צבע (גרדיאנט) זה:
 לשדר יוקרה, להמשיך את קו העיצוב המרוקאי,
 ליצור עניין ולמשוך את העין של הצופה



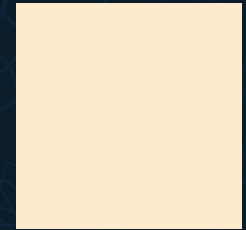
#da9953
 R:218 G:153 B:83 C:0 M:30 Y:62 K:15

המטרה של צבע זה:
 ליצור קונטרסט
 לצבע גוף המשמש
 את היד במטרה
 להגדיש ולתת עומק



#000000
 R:0 G:0 B:0 C:0 M:0 Y:0 K:100

המטרה של צבע זה:
 לשדר מותג יוקרתי,
 מפואר, רשמי, מסוגנן,
 מתוחכם, אלגנטי,
 חזק וכוחני, מפתה



#ffe3cf
 R:255 G:235 B:207 C:0 M:8 Y:19 K:0

המטרה של צבע זה:
 להתאים לצבע גוף
 על מנת שהיד שבלוגו
 תוכל להראות כמה שיותר
 נאמנה למקור גוף האדם

מונוכרום

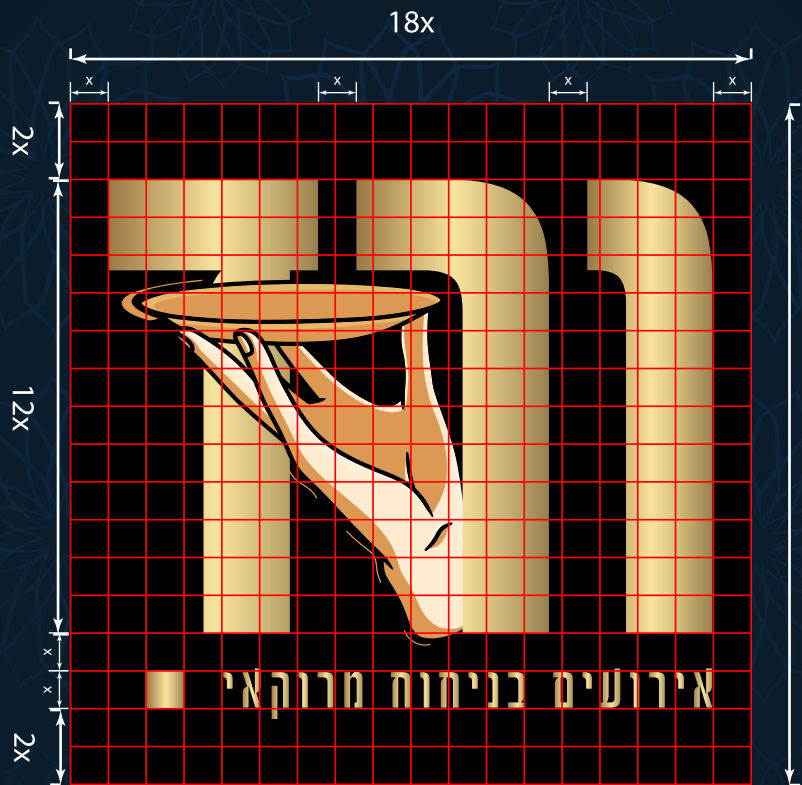


לוגו לבן על רקע שחור

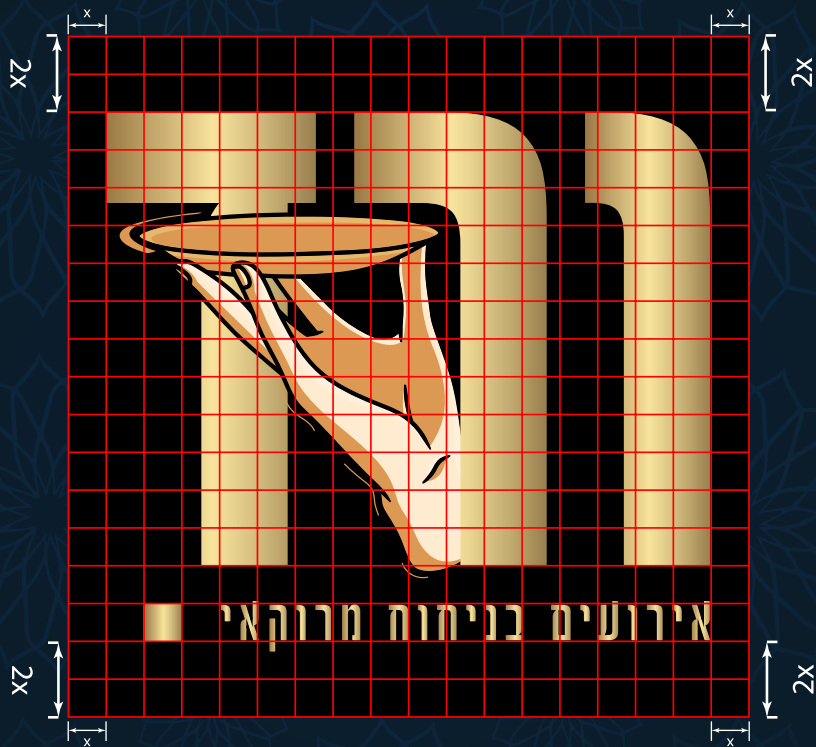


לוגו שחור על רקע לבן

פרופורציות



שטח סטרילי



מידות

במידה והלוגו קטן מ-20mm (גובה)
הסלוגן ישאר בגודל קבוע של 7x7
והריבוע יורד - על מנת שיהיה ניתן
לקרוא בצורה ברורה.



H 20 mm



H 30 mm

במידה והלוגו קטן מ-10mm (גובה)
הסלוגן יורד, ובשאר רק עם החלק
המרכזי של הלוגו (ממורכז לאמצע
הריבוע).



H 10 mm



H 25 mm

חותמת מים

יש לשמור על מרחק
מינימלי משוליי התמונה



יש להשתמש בלוגו נגטיב
בשקיפות של 65%
ללא סלוגן



שימושים בלוגו

אין להשתמש
glow ✖



אין לשנות את
צבעי האייקון ✖



אין לשנות
את צבע
המלל ✖



אין להצר
או להרחיב
את הלוגו ✖



אין להוסיף
קו מתאר לטקסט ✖



אין להפוך
את המלל
לקו מתאר ✖



אין לשנות
את היחסים
בין הסמל לבין
הסלוג ✖



בנגטיב, אין
להשתמש
בגרסה הצבעונית
אלא בגרסת הלוגו
המיועדת לכך. ✖



אין להחליף
את מיקום
הסלוג ✖





03. שפה גרפית

- שפה גרפית
- שפה איורית
- אייקונים

- סלוגן
- צבעי המותג
- טיפוגרפיה

סלוגן

הסלוגן "אירועים בניחוח מרוקאי" נבחר בקפידה כדי לשקף את החוויה הייחודית שהעסק מציע. ה"ניחוח המרוקאי" משדר חיבור עמוק למסורת, לתרבות האירוח החמה והאוהבת, ולאסתטיקה הייחודית של מטעמי העוגיות והכיבוד המרוקאי. כל אירוע שואף להעניק לאורחים את תחושת השורשיות, עם צבעים עשירים, טעמים ייחודיים, ותשומת לב לפרטים, שמתחילים מהמרקם של העוגיות ועד לעיצוב שולחנות האירוח. באמצעות שילוב של איכות בלתי מתפשרת, אותנטיות וחדשנות, הסלוגן מסמל עבורנו דרך חיים ואמנות שמביאים לאירוע את כל הטעמים, התחושות והניחוחות שמאפיינים את התרבות המרוקאית.

■ אירועים בניחוח מרוקאי

■ אירועים בניחוח מרוקאי

■ אירועים בניחוח מרוקאי

סלוגן מנוכרומטי - שחור על גבי לבן

סלוגן מנוכרומטי - לבן על גבי שחור

סלוגן צבעוני

צבעי המותג

במותג שלנו יחסי הצבעים משמשים על מנת להעניק חוויית משתמש הרמונית שמשדרת אלגנטיות, חום וייחודיות מרוקאית.

הצבע השחור - #000000 - נבחר כצבע הדומיננטי ומוגדר כצבע המרכזי של המותג. הצבע השחור מופיע בכלל המוצרים ובלוג הראשי בתור רקע ובלוג המשני כטקסט המרכזי. הוא מייצר ניגוד ברור ואלגנטי מול צבע הזהב / הבז'.

השחור מעניק בסיס עוצמתי ויוקרתי ומהווה עוגן חזותי אשר מוביל את העין בצורה ברורה על פני האלמנטים המרכזיים.

צבע הזהב - גרדיאנט #927e54 - #f4e3a5 - #967b4e - הוא הצבע המשני והמוביל להדגשה. הוא מעניק תחושת יוקרה ואלגנטיות, ומשולב בלוגו ובאלמנטים הדקורטיביים במיתוג.

הזהב נועד לאותנטיות ושדר חיבור למסורת המרוקאית ולתרבות העשירה, ומביא חום ותחושת יוקרה לכל המעטפת החזותית של המותג. משמש גם לכתבים ולפרטים דקורטיביים כדי להבליט את האלמנטים המרכזיים.

גוון הבז' - #ffe0b2 - משמש כרקע בלוגו המשני ונועד לאזן את השחור. נועד על מנת להעניק בסיס רך ועדין שמזמין את הצופה ולקן גם נשתמש בו במוצרי דפוס כמו דפים (הצעת מחיר, קבלות, נייר מכתבים) על מנת להקל על העין.

הוא תומך בהופעת השחור על ידי יצירת ניגוד שמבליט אותו, אך במקביל משאיר אווירה נינוחה ולא מכבידה.

בנוסף, הצבע מעניק לאלמנט של היד בלוגו תחושה של רגליסטיות משום שהוא מנסה לדמות את צבע הגוף של היד האנושית.

צבעי המותג

גוון חום-כתמתם - da9953 # - משמש כצבע משני בלוגו המשני ומשלים את הצבעים הדומיננטיים תוך הוספת גוון חם. הצבע הכתמתם-חום מדגיש ומעניק תחושת תנועה לאלמנט של היד והצלחת.

גוון הכחול הכהה (111F2F) - מופיע כרקע בפאטון הראשי של המותג. מייצג את שורשי התרבות המרוקאית ואת המורכבות האסתטית שלה. בעת השילוב עם עיטורי המנדלות, הצבע תומך במראה הכולל של המותג ומתכתב עם התרבות המרוקאית.

גוון הכחול העמוק (14263C) - משולב בפאטון הראשי של המותג כצבע המנדלות שברקע ובן משמש ליצירת פרטים עדינים שמשלבים ברקע הכחול הכהה, ויוצר איזון ומורכבות. הוא מייצר הרמוניה ועומק חזותי לפאטון ומוסיף רובד נוסף של עומק ועניין, תוך יצירת איזון עם הרקע הכהה.

צבעי המותג - גלגל הצבעים

ליצירת מותג מגובש והרמוני, הגדרנו יחסי צבעים ברורים. כל צבע תורם לאסתטיקה הכללית ולחוויה הוויזואלית של המותג:

שחור (כ-45%): הצבע הדומיננטי של המותג, המשמש בלוגו, כותרות, ורקעים מרכזיים. השחור מעניק תחושת עוצמה, יוקרה ותחכום, ומשמש כעוגן ויזואלי חזק.

זהב (כ-25%): צבע המשדר יוקרה ואלגנטיות, מופיע בלוגו ובאלמנטים מרכזיים. הזהב יוצר ניגוד עשיר לצד השחור ומדגיש את הערכים היוקרתיים של המותג.

בז' (כ-15%): גוון רך ועדין המדמה צבע גוף, מופיע כרקע באלמנטים מסוימים, ומאזן את הדומיננטיות של השחור. הבז' יוצר אווירה מזמינה ורכה, תוך תמיכה בהרמוניה הכללית.

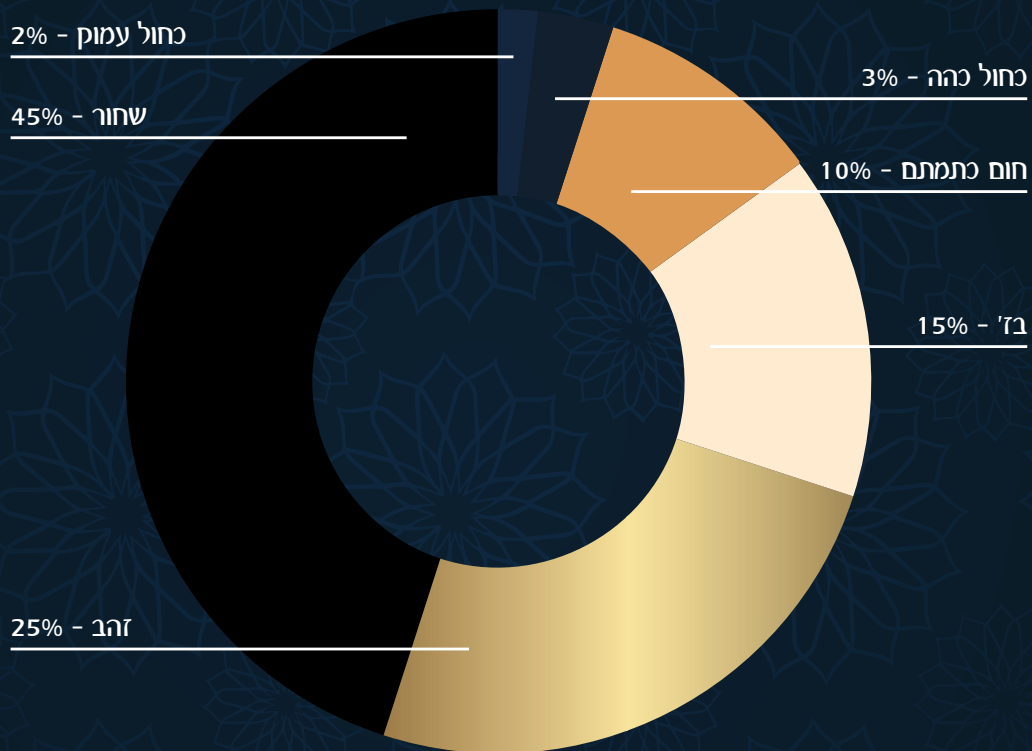
כתמתם-חום (כ-10%): צבע המדגיש אלמנטים דקורטיביים ומוסיף חמימות טבעית. הוא תורם לעניין ויזואלי מבלי לגנוב את הפוקוס מהצבעים המרכזיים.

כחול כהה (כ-3%): גוון עמוק שמשמש לרקע דקורטיבי בפאטרן הראשי. מעניק עומק ורוע ויוצר תחושת יציבות.

כחול עמוק (כ-2%): צבע תומך להדגשת האיורים בפאטרן. יוצר קשר ויזואלי בין האלמנטים תוך שמירה על קונטרסט מאוזן ועדין.

יחס הצבעים נועד להדגיש את השחור והזהב כעוגנים יוקרתיים, בעוד הבז', הכתום והגוונים הכחולים מאזנים, תומכים ומעשירים את האווירה הכללית של המותג.

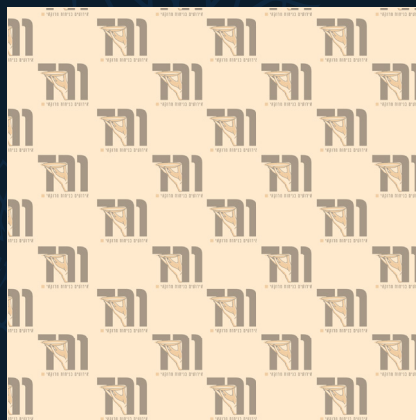
צבעי המותג



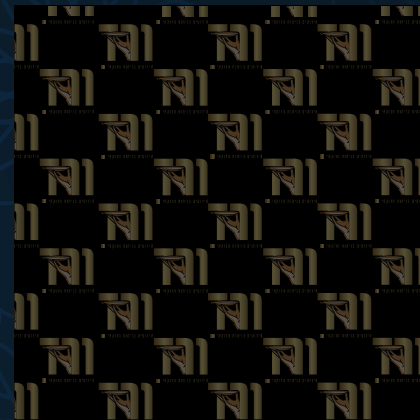
פאטרן - תבנית



כרקע אפשרי ניתן להשתמש בהכפלה של המנדלה שיצרנו ע"ג צבע אחיד מתוך צבעי המותג.
צבע המנדלה יהיה שקוף ב-35% מצבעו של הרקע.



כרקע אפשרי ניתן להשתמש בהכפלה של הלוגו ע"ג צבע אחיד מתוך צבעי המותג.
צבעו של הלוגו יהיה שקוף ב-35% מצבעו של הרקע.



כרקע אפשרי ניתן להשתמש בהכפלה של הלוגו ע"ג צבע אחיד מתוך צבעי המותג.
צבעו של הלוגו יהיה שקוף ב-35% מצבעו של הרקע.

טיפוגרפיה

פונט א': חורב (משקל - כבד)

פונט ב': פליקס (משקל - בינוני)

אבגדהוזחטיכ
לחנסעפצקרשת

אבגדהוזחטיכ
לחנסעפצקרשת

נשתמש בעיקר כפונט ראווה:
- לוגו
- כותרות

נשתמש בעיקר כפונט רץ:
- תת כותרת
- טקסט

המטרה של הפונט:
ליצור עניין ולהזמין את הצופה

המטרה של הפונט:
להציע רמת קריאות טובה וזרימה

שפה גרפית

השפה הגרפית נועדה לשדר אלגנטיות, חום, יוקרה ותחושת מסורת מעודכנת, בהתאם לערכי המותג. עקרונות העיצוב מבוססים על האיזון בין האלמנטים הבאים:

טיפוגרפיה: שימוש בגופנים קריאים ובעלי נוכחות, המשלבים סגנון מסורתי עם מראה מודרני. כותרות ייכתבו בגופן מודגש, בש"חור או זהב, להדגשת עוצמה ויוקרה. טקסט רץ/משני יהיו בגופן דק יותר בצבע בז' /שחור/ לבן (בהתאם לרקע), ליצירת תחושה חמימה ומזמינה.

צבעוניות: הצבעים במוטג מתבססים על שילוב דרמטי והרמוני של שחור, זהב, בז', גווני כחול וגוונים חומים. השחור והזהב הם הדומיננטיים, מדגישים את נוכחות המותג ואת היוקרה שלו. גווני הקרם והכחול מרככים את המראה ומאזנים את השפה הוויזואלית.

אלמנטים גרפיים: שימוש בדפוס מנדלות מורכבות, שמסמלים את המורשת והאמנות המרוקאית. האלמנטים מופיעים באופן עדין, בצבעי כחול או זהב, בהתאם להקשר. הימנעות מצפיפות יתר או עומס, כדי לשמר מראה נקי, מתוחכם ונעים לעין.

שפה גרפית

קומפוזיציה ויחסי צבעים: השחור מהווה את העוגן החזותי, הזהב מדגיש, והבז' מרכז את הדומיננטיות. האיזון בין האלמנטים המרכזיים לרקעים שומר על תחושת יוקרה ותחכום.

אייקונים ודימויים: התמונות והאייקונים מותאמים לערכי המותג כמו עוגיות מעוצבות, מנדלות, ואירועים משפחתיים או קהילתיים. הכל נעשה בגימור אסתטי המתחבר לשפה הגרפית הכללית.

יישומים: שימוש בשפה הגרפית בכל פלטפורמות המותג, מאריזות ועד חומרים דיגיטליים ומוצרי דפוס. השפה מותאמת לקהל היעד ומחזקת את החיבור הרגשי והוויזואלי למותג.

שפה איורית

השפה האיורית נועדה לשקף את רוח המותג, המשלבת מסורת מרוקאית עם מראה אלגנטי ומודרני. האיקונים מבוססים על עקרונות עיצוב נקיים, מוקפדים, ויזואליים ועשירים בפרטים מרתקים, המתחברים לערכים המרכזיים של המותג.

השראה מסורתית: איורים בהשראת אלמנטים מרוקאיים מסורתיים כמו מנדלות. אלמנטים אלה משמשים כחלק מרכזי בפאטרנים ובמוצרי המותג, תוך שמירה על איזון בין מסורת לחדשנות.

עקרונות עיצוב: קווים מדויקים, סימטריים והרמוניים שמשקפים תחושת יוקרה. פרטים קטנים ועדינים שמוסיפים ייחודיות מבלי להעמיס על העיצוב הכולל. שימוש באיורים באופן מינימליסטי ותומך, כדי לא להסיח את הדעת מהמסר המרכזי של המותג.

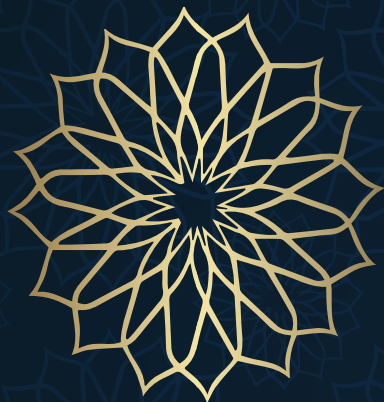
צבעוניות האיורים: האיורים עושים שימוש בצבעים מתוך פלטת הצבעים של המותג: זהב, שחור, כחול ובז'. זהב להדגשת יוקרה, שחור ליצירת נוכחות חזקה, כחול כהה לרקע או הדגשה עדינה, ובז' לריכוך הקומפוזיציה.

שימושים בשפה האיורית:

בפאטרנים: המנדלות והעיטורים מופיעים בצורה חוזרת, בגוונים מעודנים ומשתלבים ברקע בקונטרסט עדין.
במיתוג הארזות: דפוסי מנדלות ואיקונים משתלבים בארזות, תוך שמירה על תחושת חום ואסתטיקה.

האלמנטים האיוריים אינם רק קישוטיים אלא נושאים סיפור ויזואלי שמחזק את ערכי האירוח, החום והמשפחתיות של המותג. כל אלמנט תורם לאווירה הכוללת - שילוב מדויק של יוקרה לצד תחושה אותנטית ומסורתית.

שפה איורית - מנדלות



המנדלה המשנית של המותג:
המנדלה המשנית מופיעה בפאטון
הראשי,
משמשת כאלמנט דקורטיבי עדין
המוסיף עומק וטקסטורה למוצרי
הדפוס.
היא מחזקת את האווירה המרוקאית
תוך שמירה על עיצוב מינימליסטי ובקי.



המנדלה הראשית של המותג:
מופיעה בכל מוצרי הדפוס,
מייצגת את השילוב בין המסורת
המרוקאית והחדשנות המודרנית.
עם קווים סימטריים ומורכבים,
היא לא רק מחזקת את זהות המותג,
אלא גם מבטאת את האיצון,
החום והחיבור האנושי.

עשה אל תעשה

עשה

- ✓ שמור על אחידות: שמרו על פלטת הצבעים, הגופנים והאלמנטים חזותיים הקבועים בכל חומרי הפרסום והעיצוב
- ✓ וודא קריאות: ודא שכל הטקסטים קריאים וברורים על רקעים שונים, תוך שימוש בגופנים המוגדרים, בניגודיות מתאימה
- ✓ שימוש בלוגו באופן המותאם לכל מדיה: שמירה על הצורה והצבעים של הלוגו בכל אלמנט עיצובי ופרסומי.
- ✓ אסתטיקה נקייה: שמור על עיצוב מאוזן ולא עמוס.
- ✓ שימוש בפאטרנים ובאייקונים: שלב את המנדלות והאייקונים בצורה שמחזקת את זהות המותג מבלי להשתלט על העיצוב

אל תעשה

- ✗ אל תשתמש בצבעים לא מותגיים: הימנע מהוספת צבעים שאינם חלק מפלטת המותג המוגדרת.
- ✗ אל תעמיס בעיצוב: הימנע מהוספת פרטים מיותרים או אלמנטים דקורטיביים שמסיחים את הדעת מהמטרה המרכזית של העיצוב.
- ✗ אל תשלב יותר מדי פונטים: שמור על שימוש בגופן אחד עיקרי ושניים משלימים לכל היותר.
- ✗ אל תשתמש באפקטים מוגזמים: הימנע מצללים, הבלטות או אפקטים אחרים שיכולים להיראות לא מקצועיים.
- ✗ אל תשנה פרופורציות לוגו: הימנע מעיוות או שינוי ביחסים המקוריים של הלוגו בכל הקשר עיצובי.



04. שפה צילומית

- חווית אכילה
- המצולמים
- קווים מנחים
- הקדמה צילומי מזון
- צילומי מזון המותג
- חווית הכנה

שפה צילומית

הקונספט: אוכל כחווייה

אחת המטרות של המותג היא להעביר חוויה קולינרית ייחודית המשלבת בין מסורת מרוקאית עשירה לבין אסתטיקה מודרנית. צילומי המזון נועדו לשדר את איכות חומרי הגלם, ההשקעה בעבודת היד ואת האווירה החמה והמזמינה של התרבות המרוקאית.

האוכל שמוצג בתמונות צריך להיראות טרי, מזמין ומעורר תיאבון, תוך הדגשת המרקמים, הצבעים והטעמים הייחודיים של המוצרים שלנו. כל מנה, החל מעוגייה בודדת ועד שולחן חגיגי, מספרת סיפור של מסורת, דיוק ואהבה.

כדי לשמר את האותנטיות, חשוב להציג את האוכל כפי שהוא מוגש בפועל - ללא מניפולציות מיותרות, תוך הקפדה על תאורה טבעית ומדויקת. הדגש הוא על אוכל טרי שמדבר בעד עצמו - מגשים מעוצבים, עוגיות ייחודיות, שולחן בר ופיצוחים שמושכים את העין וכו'...

לעולם לא נציג מזון שאינו מעביר את הערכים שלנו של איכות, טריות ואסתטיקה. השפה הצילומית שלנו שואפת להמחיש את חוויית האכילה, החגיגה והחום המשפחתי שמלווים כל מוצר.

נקודת המוצא היא שאוכל הוא חוויה, וזהו מסר שחייב להשתקף בכל צילומי המזון. בין אם בשלבי ההכנה, ההגשה או האכילה - גורם החווייה יהיה נוכח בכלים.

צילומי המזון מחולקים לשלוש קטגוריות: צילומי מזון, חוויית הכנה, חוויית אכילה

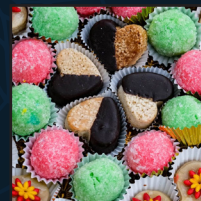
צילומי מזון

צילומי food appeal שמעוררים חשק וטעם לחוויה מרוקאית אותנטית. הצילומים שלנו שואפים לשדר את החום, האותנטיות והשמחה שבמוצרים שלנו, תוך התמקדות בסיטואציות אמיתיות שמחוברות לחיי היומיום - שולחן חגיגי באירוע משפחתי, שולחן תה במפגש עם חברים או מגש עוגיות שמלווה רגעי שמחה וחגיגה.

באמצעות שימוש באביזרים בעלי אופי תרבותי כמו מגשים מעוטרים, מפות מרוקאיות וכלי תה מסורתיים, יחד עם עיצוב מזמין ושפע של צבעים, אנו יוצרים צילומים מלאי חיים שמספרים סיפור. התמונות מציגות את המוצרים במלוא הדרם - עוגיות מהודרות, שולחן מרוקאי עשיר, מופלטות וספינג' חמים שיצאו זה עתה מהמחבת.

למרות הנטייה הרווחת לצלם מזון בצורה מוקפדת ומעוצבת מדי, אנחנו שואפים להציג מציאות ריאליסטית שמחוברת לתרבות ולחיי היום-יום של לקוחותינו. התמונות שלנו ממחישות את החוויה כפי שהיא - מזון טרי, איכותי ויפהפה, שנמצא במרכז השולחן המוכר: בין אם זה באירוע חגיגי או במפגש אינטימי בבית.

השפה הצילומית שלנו היא חמה, מזמינה ונגישה - היא מעוררת את הרצון לטעום, להתנסות ולחוות.



חוויית הכנה



צילומי פנים המתארים את שלבי ההכנה של המאכלים המרוקאיים הייחודיים שלנו, עם דגש על עושר צבעוני הנובע מחומרי הגלם האיכותיים והטריים, לצד אביזרי מטבח מסורתיים כמו מגשים מעוטרים וכלים בעבודת יד. התמונות לוכדות את תהליך ההכנה כחלק מהקסם של המותג - מלאכה מדויקת ועבודת יד. הצילומים משקפים חוויה חמה ומשפחתית, עם ידיים עובדות שמספרות סיפור של מסורת ואהבה. ניתן להדגיש אינטראקציה בין דורות - כמו הנחייה מצד דמות בוגרת, שמעבירה את הערכים והידע לדור הצעיר. הפוקוס הוא לא רק על המרכיבים אלא גם על הרגעים האנושיים של היצירה, שמבדילים את המותג ממזון מתועש ומשדרים חוויה אותנטית וייחודית.

חוויית אכילה

צילומים המתארים חוויות אכילה אותנטיות בסיטואציות יומיומיות - בבית, באירוע משפחתי או במפגש חברים. הצילומים כוללים אינטראקציות חיוביות ואווירה מזמינה, עם דגש על שיתוף, שפע וחום.

הסיטואציות המצולמות ממחישות את ההקשר בו האכילה מתרחשת - שולחן חגיגי באירוע, תה ועוגיות בשעת אחר הצהריים בבית, או מפגש חברתי. המטרה היא להעביר את התחושה שהמוצרים שלנו לא רק טעימים, אלא גם חלק בלתי נפרד מחוויית אירוח שמקרבת בין אנשים.



קווים מנחים לצילום - המצולמים

* טווח גילאים רחב, החל מילדים ועד מבוגרים וקשישים, המייצגים חוויות משפחתיות ורב-דוריות. ניתן לכלול זוגות מאורסים, בני משפחה, חברים ומארחים באירועים.

* חזות אותנטית ומגוונת, המשקפת את התרבות המקומית ואת קהל היעד - אנשים מחויכים, מלאי חיים, המשדרים שמחה ורוגע.

* מומלץ לשלב תמונות של משפחות באירועים, מארחים שמגישים מגש עוגיות, או אנשים שותים תה יחד

* דגש על שימוש בצילומים אותנטיים בלבד, המשקפים את הערכים, החום והאותנטיות של המותג. יש להימנע מתמונות מלאכותיות וממוחזרות ולהתמקד בצילומים שמחוברים למרחב התרבותי והאווירה הייחודית של המותג.

* המותג שלנו שם דגש על חוויות משותפות שמקדמות קרבה ושיתוף, יותר מאשר אינדיבידואליות או תחרותיות: האווירה בצילומים משקפת הדדיות, חום ומשפחתיות.

* הצילומים יכולים לכלול משתתף אחד ועד חמישה אנשים, כאשר במקרים של קבוצות גדולות התמונה תהיה עשירה בהתרחשויות - כמו שולחן חגיגי או שיתוף בעוגיות.

* אם יש דמות בולטת בקדמת הפריים, מומלץ לשלב דמות נוספת ברקע, שתוסיף תחושת חיבור ותמיכה, ותשלים את הסיפור החזותי של חוויה משותפת.

קווים מנחים לצילום

אינטראקציה:

- * האינטראקציה בין המשתתפים בצילומים משקפת קשר חם, תומך וחברי, המדגיש ערכים של שיתוף, קרבה, הדדיות ומשפחתיות.
- * הדיאלוג בין המשתתפים מועבר דרך הבעות פנים, מבטים ותנועות גוף, שמספרים סיפור של חיבור אנושי ושיתוף פעולה.
- * מומלץ לתעד מחוות קטנות שמסמלות הכרה במאמץ משותף, כמו חיוכים הדדיים, עזרה במטבח, או מחוות רגשיות אחרות.
- * דוגמאות לאינטראקציה: אם ובת שמכונות יחד מגש עוגיות, מארחים שמגישים תה לאורחים, משפחה שמתאספת סביב שולחן חניה, או זוג שמכין יחד מופלטות. צילומים אלה משקפים את חוויית המותג כחוויה של חיבור, מסורת ושמחה.

סביבה ותאורה:

- * הצילומים יכולים להתקיים בסביבות מגוונות, פנים וחוץ, כמו בתים או אולמות מעוצבים באווירה מרוקאית, גינות קסו מות או חצרות, ועד לנופים ואירועים בטבע ובמרחבים אורבניים. לעיתים ניתן לשלב אזכורים לסביבה מקומית שמתחברת לישראליות, כמו רחובות שוק, גינות ציבוריות או אתרים מוכרים.
- * הרקע בצילומים יהיה מואר, נעים ונקי, תוך שמירה על איזון בין הפוקוס למשתתפים ולמוצרים לבין האלמנטים בסביבה. יש להימנע מרקע עמוס מדי כדי לשמר תחושת רוגע ואסתטיקה.
- * הצבעוניות תהיה חיה, צלולה ובוהקת, עם דגש על שימוש באור טבעי המדגיש את חומרי הגלם, המאכלים והאנשים, תוך שמירה על תחושה חיובית ותוססת.

קווים מנחים לצילום - מה לא לצלם?

- ✖ צילומי סטודיו עם תאורה מלאכותית שאינה מדגישה את האווירה הטבעית והמסורתית שמאפיינת את האירועים והמאכלים שלנו
- ✖ צבעוניות דהויה או אנמית שאינה משקפת את העושר החזותי של המאכלים המרוקאים והאירועים המלאים חיים
- ✖ סיטואציות שמעבירות תחושת עייפות או חוסר נוחות - אינן תואמות את האווירה השמחה והחגיגית שאנחנו שואפים להעביר.
- ✖ מאכלים שאינם משדרים טריות או אינם מזמינים.
- ✖ פוזות מבוימות מדי שאינן טבעיות ואותנטיות, ומרחיקות מהתחושה האישית והקרובה של המותג
- ✖ רקע או נוף שאינם משקפים את האווירה המקומית, המשלבת מסורת ואסתטיקה ישראלית-מרוקאית ייחודית



- נייר משרדית
- חומרי אריזה ומיתוג מוצר
- חומרי שיווק ומוצרי פרסום

05. גריז

כרטיס ביקור



צד ב' - צד אחור



צד א' - צד קדמ

נייר מכתבים ומעטפה



מעטפה

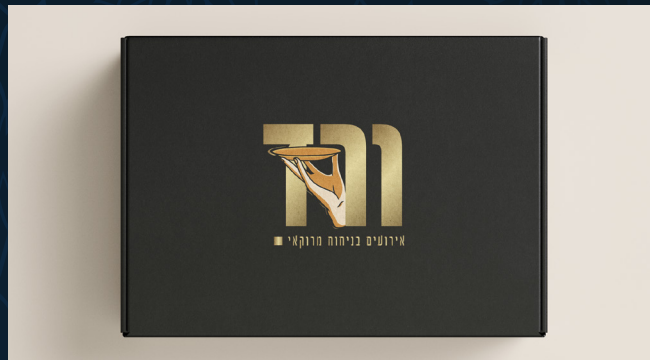


נייר מכתבים





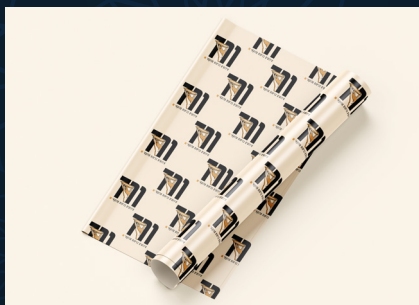
קופסה



סרט עטיפה



נייר אפייה



מדבקות



שלט חוצות



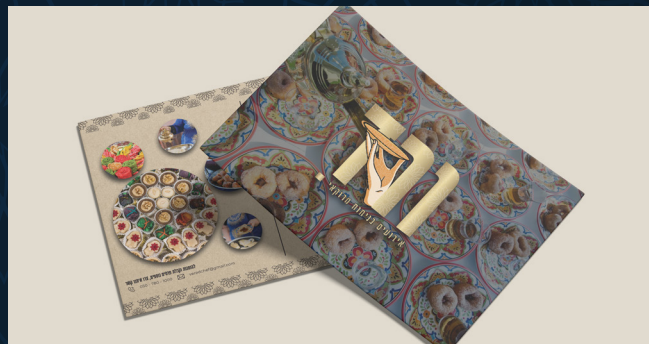
מודעה



ברוך



גלויה



באנו פרסומי



מביאים את מרקו לאירוע שלכם!

ורד
אירועים בניהול מרקאי



גם לכם בא נכשיו תה וספינג'?

ורד
אירועים בניהול מרקאי

הקליקו כאן לעוד פרטים >>



מביאים את מרקו לאירוע שלכם!

אירועי חברה • אירועי מימנה • מגשי עוגיות • בר מרקאי • פיסול בשומשום • עוגיות מרקאיות • עמדות ספינג ומופלעות

ורד
אירועים בניהול מרקאי

מקורות מידע

מוקאפים - freepik, mockup world, freemockupzone, unblast

מידע - chatgpt, Wikipedia

השראה חזותית - פינטרסט, behance

תמונות - ורד שף קונדיטור

מנדלות - vecteezy

תוכנות - illustrator, photoshop, InDesign



בכל שאלה הנוגעת לשימוש בתוכנו של הספר - צרו קשר

050-493-33336

divinestudio.clients@gmail.com

DESIGNED BY
DIVINE
DESIGN & ART

ספר מותג

מהדורה ראשונה | נובמבר 2024



אירועים בניחוח מרוקאי