**چک‌ لیست کامل برای طراحی و ارزیابی هویت بصری برند**

**۱. شناخت و تحلیل برند**

* تعیین مأموریت و ارزش‌های برند.
* شناخت مخاطبان هدف و نیازهای آن‌ها.
* تحلیل رقبا و جایگاه برند در بازار.

**۲. طراحی اجزای اصلی هویت بصری**

* طراحی لوگوی منحصربه‌فرد و متمایز.
* انتخاب پالت رنگی متناسب با شخصیت برند.
* تعیین تایپوگرافی برند (فونت‌ها و سبک متنی).
* طراحی آیکون‌ها و عناصر گرافیکی مرتبط.
* انتخاب تصاویر و سبک عکاسی هماهنگ با برند.

**۳. هماهنگی و انسجام هویت بصری**

* ایجاد راهنمای سبک برند (Brand Style Guide).
* یکپارچگی طراحی در تمام نقاط تماس برند (وب‌سایت، شبکه‌های اجتماعی، بسته‌بندی و غیره).
* استفاده از عناصر بصری به‌صورت هماهنگ در تبلیغات آنلاین و آفلاین.

**۴. ارزیابی تأثیر هویت بصری**

* تست جذابیت و تأثیر لوگو بر مخاطبان هدف.
* ارزیابی رنگ‌ها و فونت‌ها از نظر تناسب با پیام برند.
* بررسی قابلیت بازشناسی برند در میان رقبا.

**۵. به‌روزرسانی و بهبود هویت بصری**

* بررسی بازخورد مخاطبان و مشتریان درباره عناصر بصری برند.
* تحلیل عملکرد هویت بصری در بازاریابی و فروش.
* به‌روزرسانی طراحی‌ها بر اساس تغییرات در استراتژی برند یا بازار.

**۶. نهایی‌سازی و پیاده‌سازی**

* انتشار راهنمای سبک برند در اختیار تیم طراحی و بازاریابی.
* پیاده‌سازی هویت بصری در تمام پلتفرم‌ها و نقاط تماس برند.
* نظارت بر استفاده درست از هویت بصری در کمپین‌ها و محتواها.