



برندبوک ■

استانداردهای هر برند که در کتابچه برند لحاظ می شود، چکیده ایست از هر آنچه که به برند مرتبط است. از استراتژی های برندینگ، فونت، تم نوشتاری، رنگ و لحن تعامل در فعالیت های بازاریابی با مخاطبین گرفته تا کوچکترین المان های هویت برند (Brand Identity) که در لوگو و یا شعار نام تجاری وجود دارد.

مدلینک برای اطمینان از اینکه پیام برند از طریق تمام فعالیت های بازاریابی و کانال های ارتباطی اش به صورت یکسان بیان می شود، همچنین برای اطمینان از اینکه تمام محتوای بصری فعالیت های مدلینک در ارتباطات و بازاریابی و درهنگام بیان هویت برند، یکپارچه لحاظ شوند. نیازمند برندبوک یا همان کتابچه برند است. دپارتمان بازاریابی و برندینگ مدلینک با توجه به نظرات تیم مدیریت، همراه با واحد تحقیق و توسعه بازار، بیشترین نقش را در تهیه و تدوین این کتابچه برند داشته است.

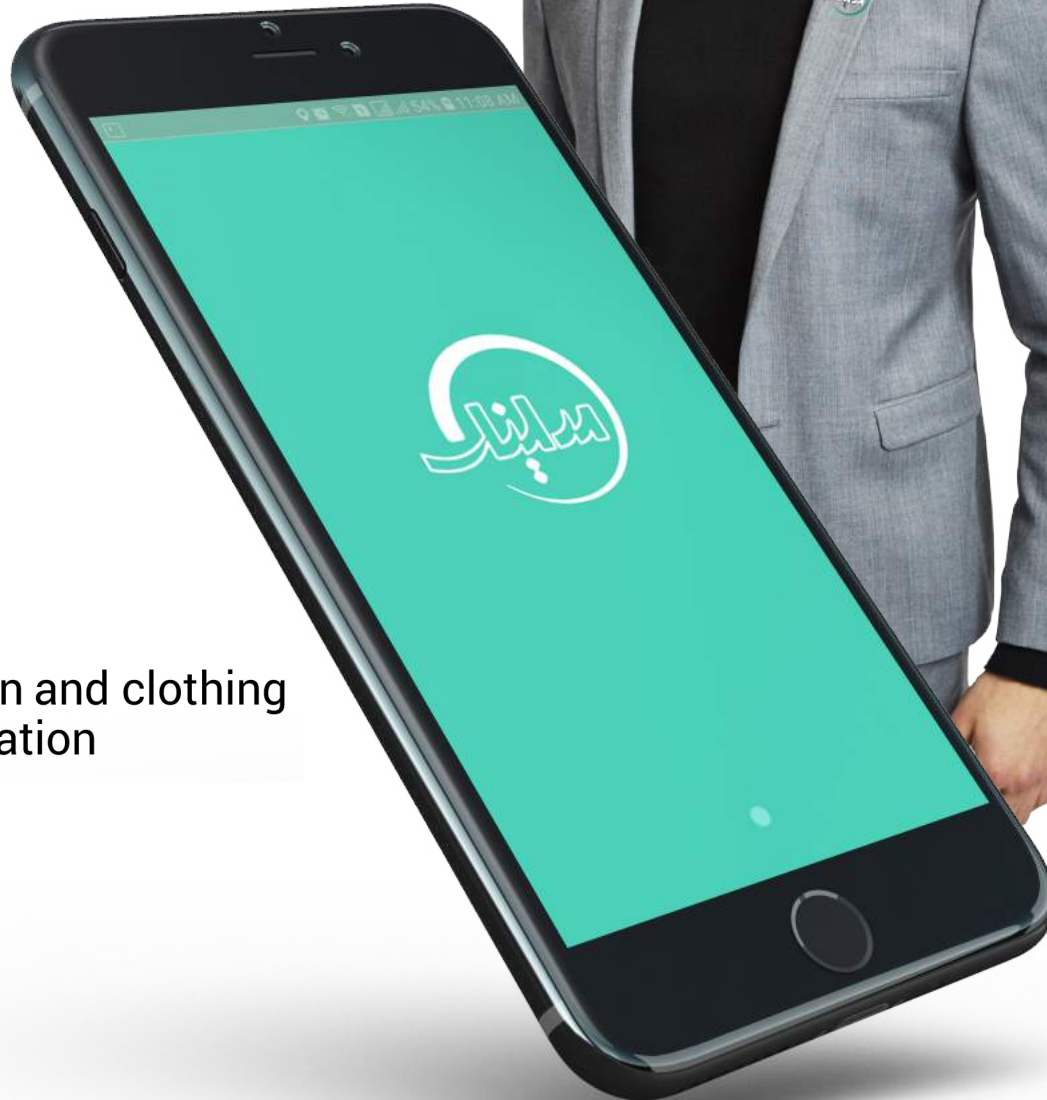
مدلینک برای توسعه و بهبود استانداردهای برندبوک از مشاوران بازاریابی نیز دعوت به همکاری کرده است، نحوه تحلیل و نگرش آنها با توجه به تجربیات و همکاری با سایر برندها در این زمینه موجب شد که در توسعه و بهبود برند مدلینک و فعالیت های آتی آن بسیار موثر باشد.



معرفی برند

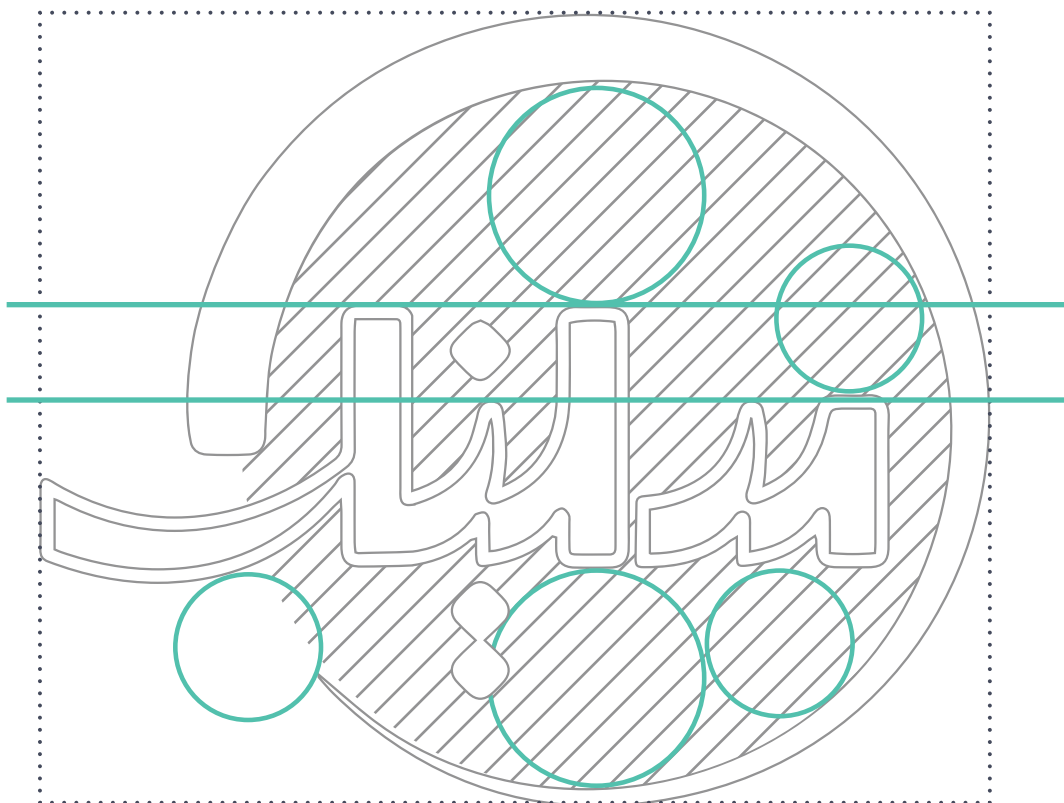
مدلینک: اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس

مدلینک با توجه به نیاز جامعه ایران در بخش مد و لباس، همچنین با هدف خرید و فروش بدون واسطه آغاز به کار خواهد کرد. در مدلینک می‌توانید همه آنچه مرتبط با مد و پوشاک است؛ از انواع لباس، کیف و کفش تا محصولات آرایشی و بهداشتی، تجهیزات تخصصی، آموزش‌هایی از اساتید برجسته و اکسسوری‌هایی مانند ساعت مچی و عینک آفتابی را با تخفیف ویژه در حراج‌ها پیدا کنید و به سادگی یک ست کامل از جدیدترین برندهای معتبر ایرانی و خارجی را بخرید. مدلینک این امکان را به کاربران خود می‌دهد تا هر نیازی را که در حوزه مد و سبک زندگی مورد نیازشان است، از طریق وبسایت و اپلیکیشن به سهولت و در هر ساعتی از شبانه روز تامین کنند. فرقی نمی‌کند شما صاحب کسب و کاری باشید که جدیداً راه اندازی کرده‌اید، یا سال‌ها است که کسب و کار خود را اداره می‌کنید، حتی شما به عنوان یک کاربر ساده می‌توانید از خدمات مدلینک استفاده کنید؛ مدلینک در هر صورت با توجه به مدل کسب کار خود، طیف وسیعی از مخاطبان را شامل می‌شود.



fashion and clothing
application

■ ساختار لوگو



لوگو ■





مونوگرام

■ انواع نشان



لوگو بدون شعار



لوگو همراه با شعار

اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس

لوگو بدون شعار



شعار

اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس







اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس

تک رنگ لوگو و شعار

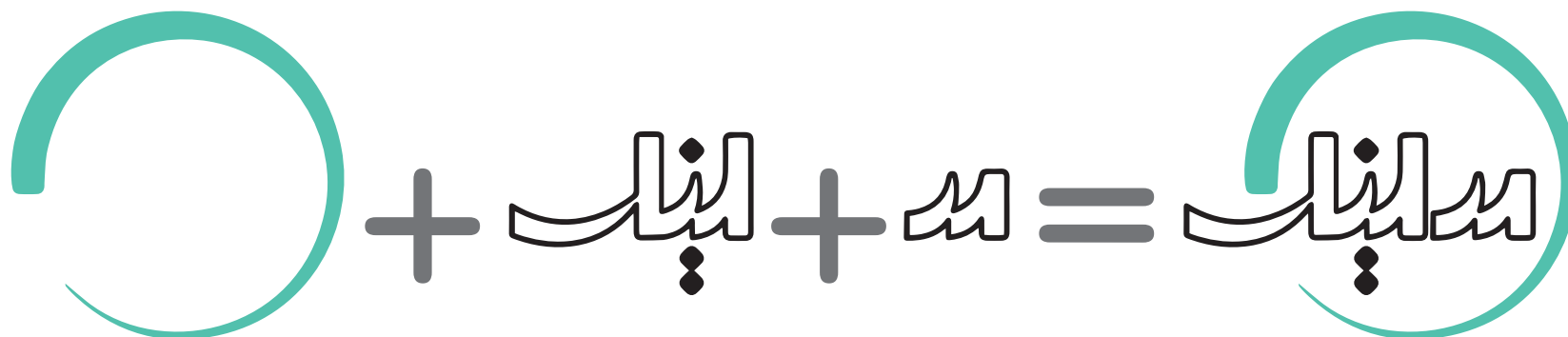


لوگو با رنگ معکوس

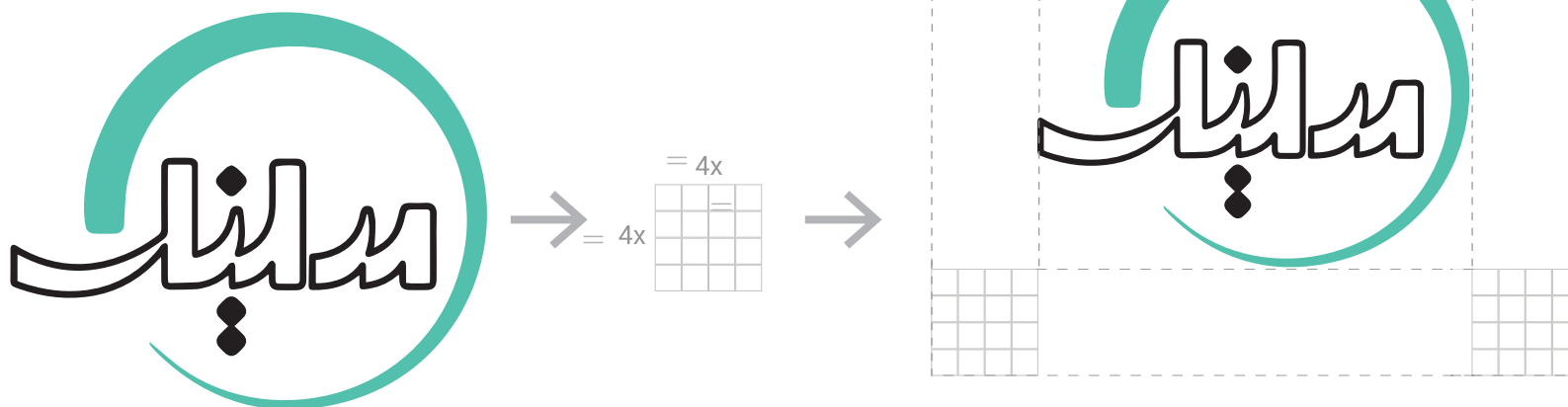
ساختار برند ■

مدلینک از دو واژه مد و لینک ساخته شده است، که در اختصار به مدلینک تبدیل شده است. با توجه به اینکه شعار برند مدلینک، اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس است، واژه مدلینک از این ساختار پیروی می‌کند.

اپلیکیشن
application



■ حاشیه امن لوگو



■ حداقل اندازه لوگو



چاپ: حداقل عرض لوگو ۳ سانتی متر

حداقل اندازه چاپ



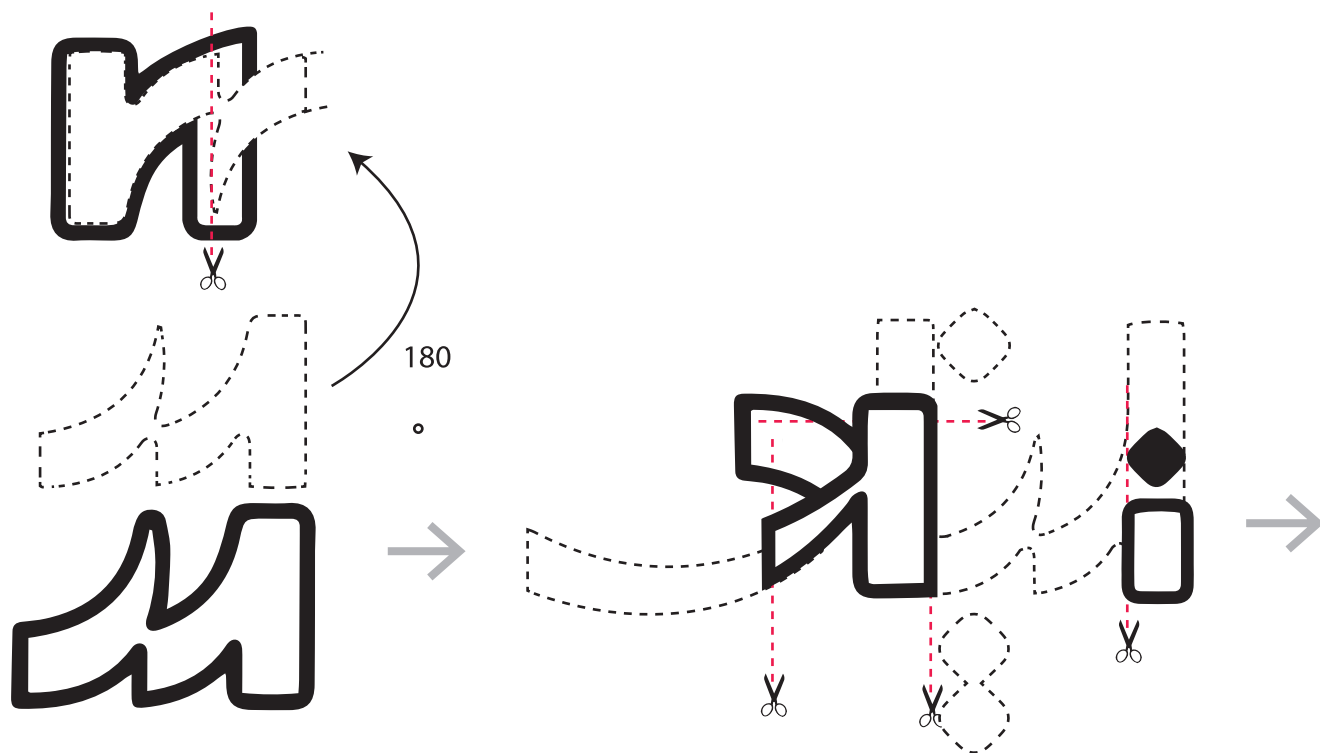
نمایش دیجیتال: حداقل عرض لوگو ۳۰ پیکسل

حداقل اندازه دیجیتال

لوگو لاتین ■



■ ساختار لوگو لاتین



چشم انداز مدلینک

پیوند بدون واسطه همه بخش‌های مد و لباس

توسعه اینترنت روش‌های خرید ما را به کلی دگرگون کرده است. منافع موجود در خرید اینترنتی هر روز، تعداد بیشتری از مردم را به تجربه آن و ایجاد تغییر در الگوهای متداول خرید ترغیب می‌کند. در حالیکه مشغله‌های روزانه فرصت لذت بردن از اوقات فراغت را کاهش داده است، صرف زمان‌های طولانی برای انجام سفرهای درون شهری و یافتن نیازهای روزانه، معنای خود را از دست می‌دهد. آنچه در فرصت اوقات فراغت برای افراد در اولویت قرار می‌گیرد، تفریح، آموزش، ورزش، لذت بردن از علایق شخصی و رفع خستگی‌های روزانه است. همه این عوامل افراد را مجاب به استفاده از روش‌های نوین مانند مراجعه به یک اپلیکیشن جامع مد و لباس در کمترین زمان برای انجام فعالیت‌های وقت‌گیر گذشته می‌کند، مدلینک با رفع نیازمندی‌ها در حوزه مد و لباس، الگو جدیدی از معرفی، آموزش، تبلیغ، کسب درآمد و ارتباط را شکل می‌دهد.

A row of clothing hangers is shown in a teal-tinted environment. The hangers are arranged in a perspective that recedes into the distance. The top hanger has a pair of sunglasses hanging from its hook. The hangers have small black labels with the letter 'M' on them. The overall lighting is soft and directional, creating a clean, modern aesthetic.

مدلینک برترین اپلیکیشن
نیازمندی‌های مد و لباس

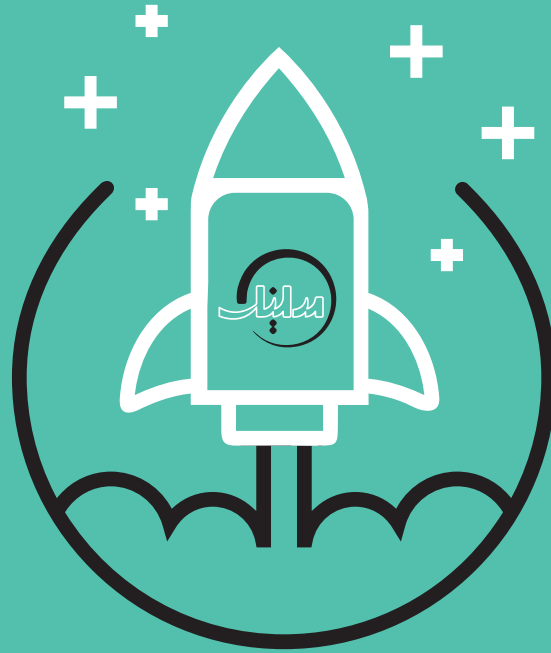
ماموریت مدلینک

دنیای مد و لباس به واسطه گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات به خصوص شبکه‌های اجتماعی، مخاطبان بسیاری پیدا کرده است و شمار زیادی از ۳/۵ میلیارد کاربر اینترنت را شامل می‌شود. هدف مدلینک جذب یک میلیون کاربر ایرانی فعال و همچنین تبدیل شدن به اپلیکیشن اصلی حوزه‌ی نیازمندی‌ها و فراهم‌کننده نیازهای مد و لباس مشتریان خود می‌باشد. مدلینک از مجموعه خدمات خود برای متمایز ساختن محصولات، خدمات و آموزش در حوزه مد و لباس استفاده می‌کند.

- کارآفرینی و رونق کسب و کار در صنعت مد و لباس
- برآورده شدن تمام نیازهای مد و لباس کشور در بستر فناوری
- تحقق ۱۰ درصدی از گردش سال صنعت مد و لباس
- افزایش درآمد فعالان حوزه مد و لباس از طریق معرفی سریعتر و کم هزینه‌تر خدمات و محصولات به مشتریان و مخاطبان

ماموریت های برند مدلینک بدین گونه است:

- کسب درآمد و بهره‌مندی متناسب از بازار مد و لباس کشور
- اشتغالزایی مستقیم و غیر مستقیم
- توسعه درآمد فعالان مد و لباس کشور
- حذف واسطه‌ها در صنعت مد و لباس کشور



هدف مدلینک

- ایجاد، توسعه و افزایش درآمد مشاغل مرتبط با مد و لباس
- تسخیر بازار صنعت مد و لباس ایران به عنوان بزرگترین و کامل‌ترین اپلیکیشن نیازمندی‌های حوزه مد
- تبدیل شدن به پرتال آموزش مجازی مد و لباس
- پرتال خرید و فروش و معرفی تجهیزات مد و لباس
- مرجع ارابه خدمات وابسته به صنعت مد و لباس
- کمک به شناسایی، معرفی و جذب نیروی انسانی متخصص در حوزه مد و لباس
- مرجع استخدام مد و لباس



■ ذات مدلینک (Essence)
مدلینک: پیشرو و یکه‌تاز

ارزش‌های مدلینک

۱	همیشه و همه وقت در دسترس
۲	امکان دیدن آموزش‌های عمومی و تخصص در اقصی نقاط کشور و دنیا بدون حضور در کلاس آموزش
۳	امکان ارایه آموزش‌های متنوع از سوی اساتید برای بهره‌مندی سایر کاربران
۴	ارایه پیشنهادات روزانه و ماهانه جذاب حراج‌های شهر مورد نظر شما
۵	معرفی و عرضه محصولات مد و لباس در دسته بندی‌های مختلف و متنوع
۶	امکان درج حراج‌های متنوع از سوی صاحبان کالا
۷	معرفی، عرضه و فروش تجهیزات و مواد اولیه تخصصی مد و لباس
۸	معرفی کارگاه‌ها، رویدادها و سمینارهای تخصصی مد و لباس
۹	امکان معرفی نیروی‌های انسانی علاقه‌مند و جویای کار به کارفرمایان
۱۰	اطلاع‌رسانی درون اپلیکیشنی از رخ دادهای مهم

تماس بدون واسطه با عرضه‌کنندگان محصولات و خدمات	۱۷	معرفی و امکان شرکت در جشنواره‌های داخلی و خارجی مد	۱۱
امکان بالابر کردن و همچنین ویژه کردن آگهی	۱۸	کاهش هزینه‌های مشتریان از طریق امکانات اپلیکیشن در خصوص معرفی خدمات ممکن	۱۲
رایگان بودن نصب و استفاده از خدمات مدلینک	۱۹	جستجوی محصولات و خدمات با توجه به نیاز مخاطب	۱۳
امن بودن خدمات ارایه شده بوسیله مدلینک	۲۰	ارایه طیف وسیعی از خدمات از سوی مشاغل خانگی و خرد	۱۴
بوزر فرندلی بودن اپ و استفاده برای عموم	۲۱	پیوند میان کارفرمایان و کارجویان	۱۵
امکان دریافت آخرین اخبار مد و لباس کشور در حوزه‌های مختلف	۲۲	معرفی و ارایه خدمات تخصصی در حوزه مد و لباس از قبیل عکاسی و....	۱۶

معرفی خدمات مدلینک

- ♦ دیوار نیازمندی‌های مد و لباس در شش بخش محصولات، خدمات، تجهیزات، حراج، نیروی انسانی و آموزش
- ♦ اطلاع از آخرین حراج‌های موجود
- ♦ اتصال هوشمند کارفرما به کارجو در بخش نیروی انسانی
- ♦ ارائه پیشنهادات روزانه جذاب شهر مورد نظر و فیلتر اطلاعات
- ♦ عرضه محصولات مد در دسته‌بندی‌های مختلف و آرشیو آنها
- ♦ معرفی رویدادها، ایونت‌ها و رونمایی‌های متنوع در سراسر کشور
- ♦ خرید و فروش بی‌واسطه تجهیزات و مواد اولیه در حوزه مد و لباس
- ♦ ارائه آموزش‌های متنوع و کاربردی از اساتید برجسته ایران و جهان
- ♦ ارائه طیف وسیعی از خدمات از سوی مشاغل مرتبط با سبک زندگی
- ♦ مرجع ارائه خدمات مد و لباس برای عرضه‌کنندگان و درخواست‌کنندگان
- ♦ کاهش هزینه‌های مشتریان از طریق امکانات اپلیکیشن در خصوص معرفی خدمات ممکن
- ♦ جستجوی محصولات و خدمات با توجه به نیاز مخاطب براساس رنگ، سایز، قیمت و سلیقه مورد نظر



■ مزیت‌های رقابتی مدلینک

مدلینک بدلیل یکه‌تاز بودن در نوع خود و ارائه خدمات تخصصی برای جامعه هدف خود - مد و لباس - و همچنین ارائه شش خدمت اصلی که به صورت جامع در خود جای داده است؛ همواره با توسعه، این یکه‌تازی را حفظ می‌نماید. فعالیت‌های کلیدی کسب و کار مدلینک به شرح زیر می‌باشد:

- اولین بودن در ارائه خدمات تخصصی خاص از قبیل حراج، آموزش و...
- اولویت داشتن در بخش معرفی بازار عرضه و تقاضا به یکدیگر
- دسترسی به آخرین حراج‌های موجود در شهر
- تولید محتوای آموزشی تخصصی از برترین اساتید کشور و خارجی (اعم از آنلاین و آفلاین)
- پرتال تخصصی استخدام مد و لباس
- جستجوی پیشرفته کالا و خدمات براساس قیمت، سایز، رنگ، زمان، مکان و...
- کانون تخصصی عرضه و تقاضای تجهیزات تخصصی مد و لباس
- رایگان برای نصب، استفاده و بکارگیری اپ برای همه



اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس



■ ایجاد بستری جدید برای پیوند بین عرضه و تقاضا، ارائه سبک نوین افزایش درآمد، رونق کسب و کار، پیوند کارفرما و کارجو



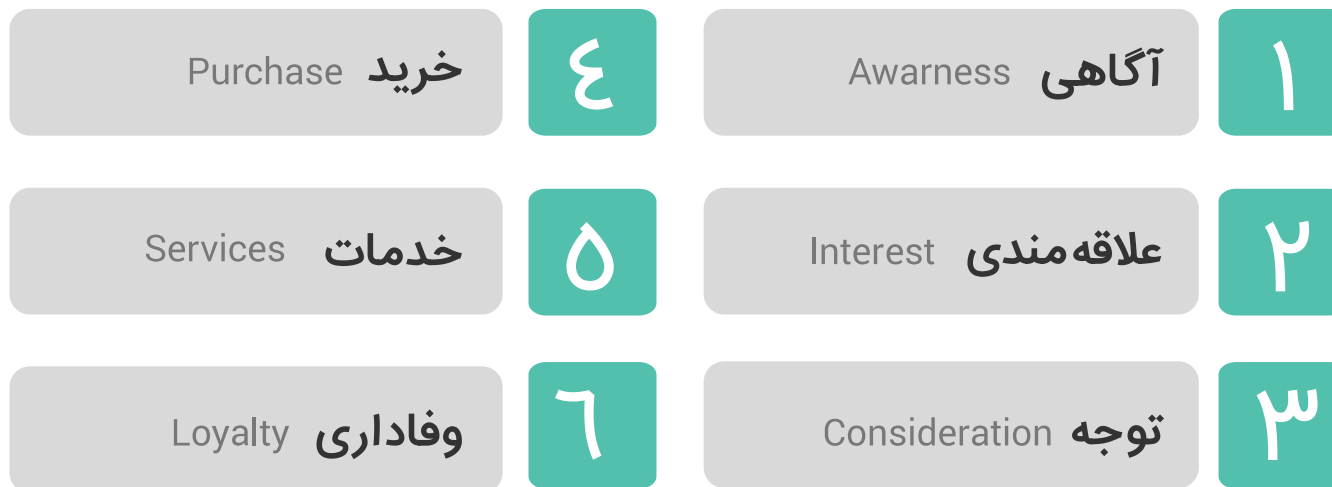
مشتریان مدلینک ■



- عموم مردم
- طراحان و مزون‌ها
- تولیدکنندگان و صاحبان برند و ارایه‌دهندگان خدمات مرتبط
- فروشندگان و متقاضیان محصول یا خدمت
- صنایع وابسته به مد و لباس
- دانشجویان و تحصیل‌کنندگان این حوزه
- علاقه‌مندان به حوزه مد و لباس
- اساتید و صاحبان کارگاه‌های آموزشی
- کارفرما و کارجویان مد و لباس



ارتباط برند با مشتری





معماری برند ■

هدف از معماری برند این است که تدوین استراتژی‌های برندینگ برای تک تک برندهای یک مجموعه را شفاف‌تر و آسان‌تر نماید.

مدلینک در معماری برند خود از سبک Corporate Brand Architecture استفاده می‌کند. در این نوع از معماری برند، تمام محصولات و خدمات از نام برند مادر به طور مستقیم بهره می‌برند و به اصطلاح به این سبک از معماری برند Family Branding یا Branded House نیز گفته می‌شود.

«ماهنامه صنعت مد و لباس» نمونه‌ای از معماری مدلینک به روش Corporate می‌باشد.



■ شخصیت مدلینک

مدلینک خلاق و
با تجربه است،
همچنین شخصیتی
قابل اعتماد، باهوش
و بدون ریسک دارد.



بایدها و نبایدهای لوگو

لوگوی مدلینک به درستی نمایش داده شود. این امر شامل استفاده درست از لوگوتایپ، موقعیت نسبی صحیح و اندازه همه عناصر لوگو است. موارد احتمالی غیرقابل قبول در این صفحه ذکر شده است.

- هیچگاه لوگوتایپ کشیده نشود.
- هیچ قسمتی از لوگو کراپ نشود.
- هیچگاه به صورت مورب یا کج استفاده نشود.
- هیچگاه بصورت عمودی استفاده نشود.
- هیچگاه دو واژه مد و لینک با فاصله از یکدیگر قرار نگیرد.
- هیچگاه از فونت به جای لوگوتایپ استفاده نشود.
- هیچگاه نسبت اندازه بین لوگو و لوگوتایپ را تغییر ندهید.
- هیچگاه از رنگی به جز رنگ های سازمانی برای لوگو استفاده نشود.
- هیچگاه نسبت های به کار رفته در لوگوتایپ و مونوگرام تغییر نکند.



رنگ سازمانی ■

نکته پراهمیت دیگر، زبان بصری، تم رنگی متناسب با پیام‌ها و توسعه‌یافته‌ی رنگ‌های سازمانی است، با توجه به کانسپت اصلی برند و شعار کمپین، حرکت و پویایی کلید واژه‌ی مشترک تمامی آنهاست که با استفاده از تونالیته‌های رنگی، والورها و گرادینت‌های تفکیک‌شده قابل دستیابی است و حرکت از ریشه‌ی رنگ‌های سازمانی و رسیدن به رنگی مشترک با طی کردن لایه‌ها و سطح‌های مختلف هماهنگی زیادی با کانسپت منطقی کمپین دارد و علاوه بر آن شور و حال احساسی فضای گرافیکی را نیز افزایش خواهد داد و در ارتقای هویت بصری برند نیز نقش بسزایی خواهد داشت.

R 41
G 195
B 236



C 65
M 0
Y 0
K 0

R 255
G 255
B 255



C 0
M 0
Y 0
K 0

R 209
G 211
B 2



C 0
M 0
Y 0
K 20

R 54
G 188
B 164



C 70
M 0
Y 46
K 0

R 3
G 0
B 0



C 100
M 100
Y 100
K 100

■ فونت سازمانی

الف ب پ

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز ژ س ش
ص ض ط ظ ع غ ف ق گ ل م ن و ه ی
۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵ ۶ ۷ ۸ ۹

A B C

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

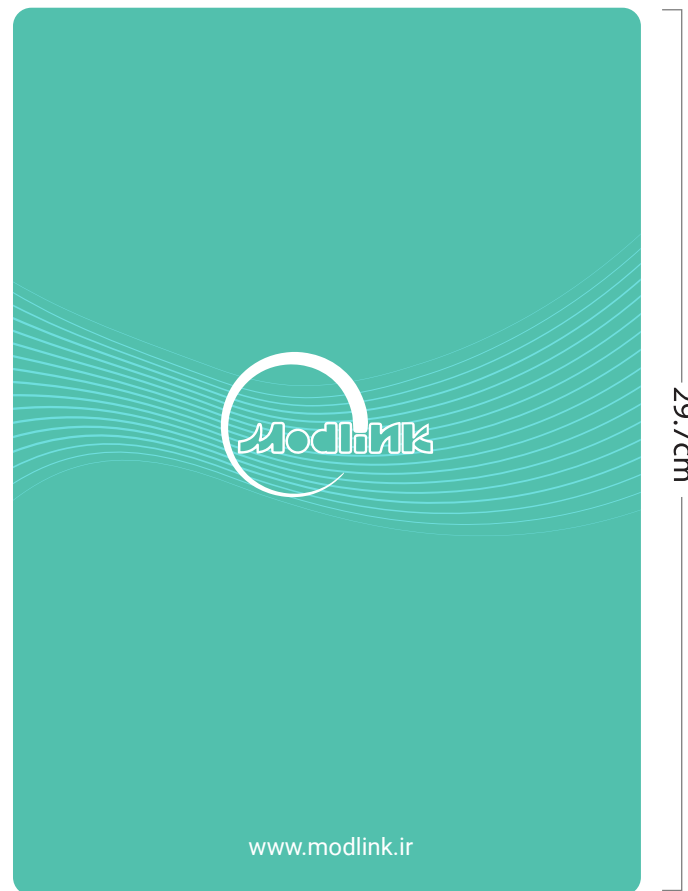
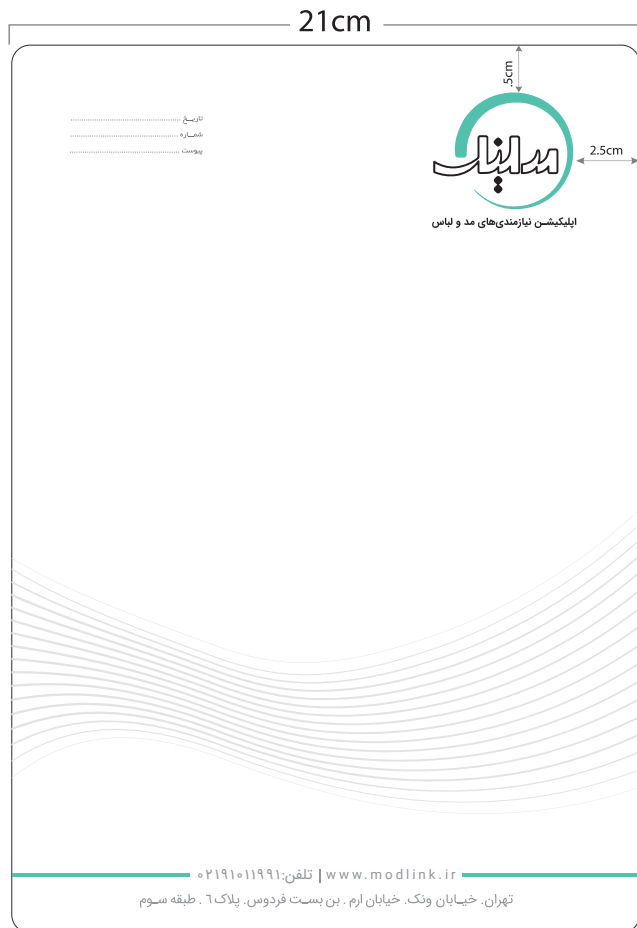
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

سربرگ

سربرگ عامل ارتباطی سازمان‌ها برای نامه‌های اداری است. به همین سبب داشتن سربرگی با طراحی زیبا، معرف خوبی برای جایگاه و نشان سازمان است.





کارت ویزیت

کارت ویزیت اولین نقطه ارتباطی هر شرکت یا سازمانی با سایرین می‌باشد. همیشه از کارت ویزیت‌ها بعنوان یک فرصت بالقوه برای ایجاد ارتباطات کاری جدید برای خود استفاده کنید. به همین دلیل کارت ویزیت باید از نظر طراحی و چاپ کاملا خاص و منحصر به فرد باشد.

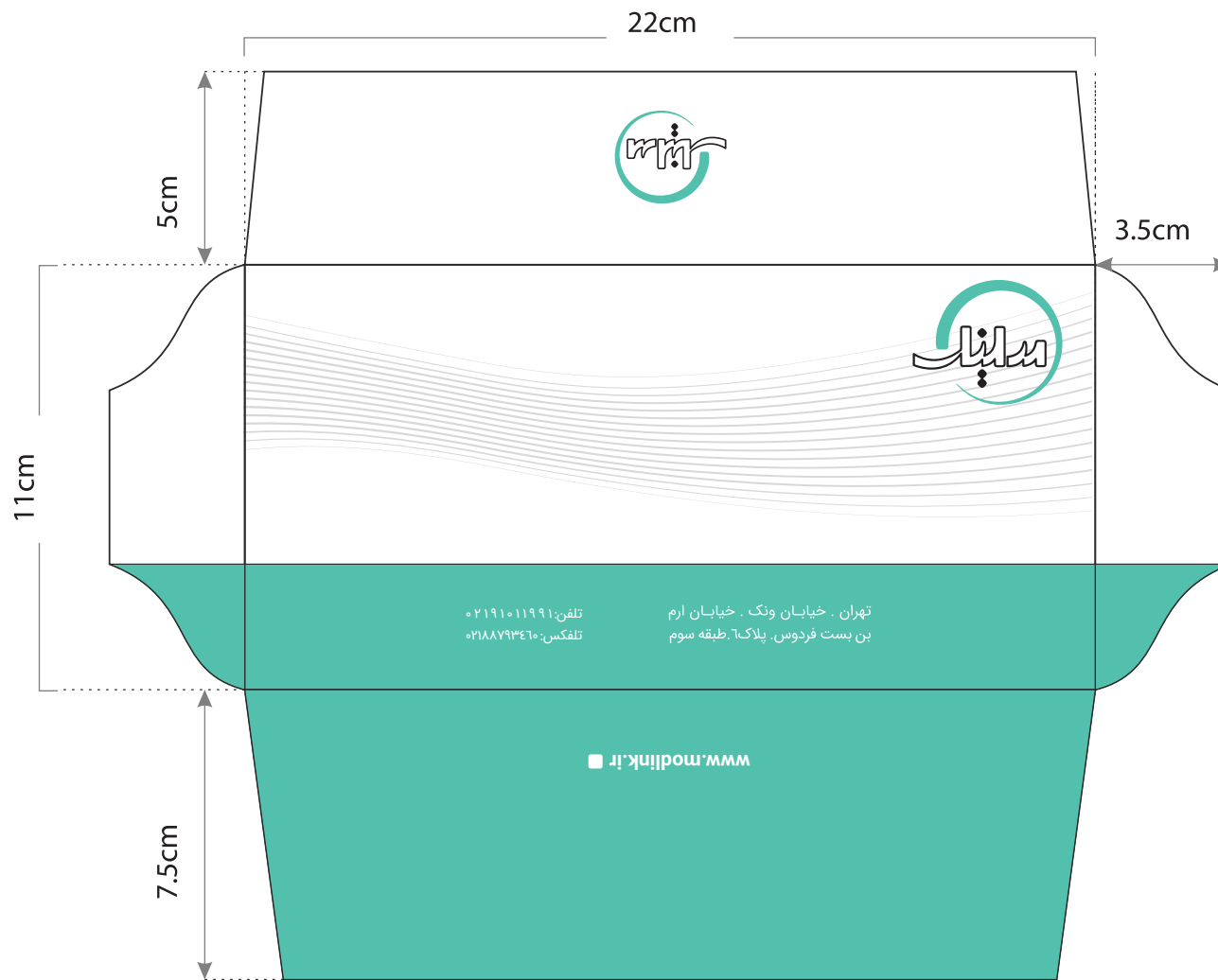




پاکت

پاکت‌ها از خانواده اوراق اداری هستند. در طراحی پاکت می‌توان از سایزهای مختلفی استفاده کرد.





لوح فشرده

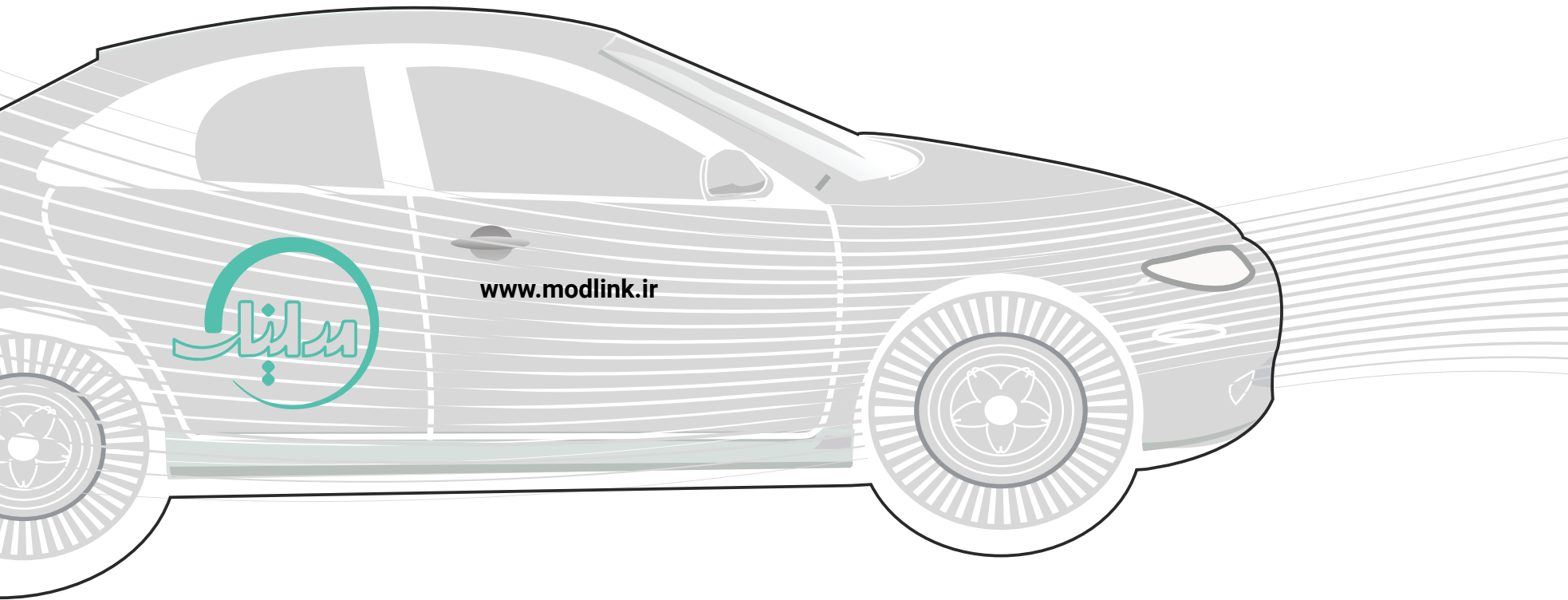
لوح فشرده ابزاری است که می‌توان اطلاعات زیادی را بر روی آن منتقل کرد و با توجه به اینکه کوچک است جای کمتری اشغال می‌کند. طراحی کاوری زیبا و خلاقانه در مشتاق کردن افراد برای مشاهده اطلاعات لوح مهم است.





ماشین



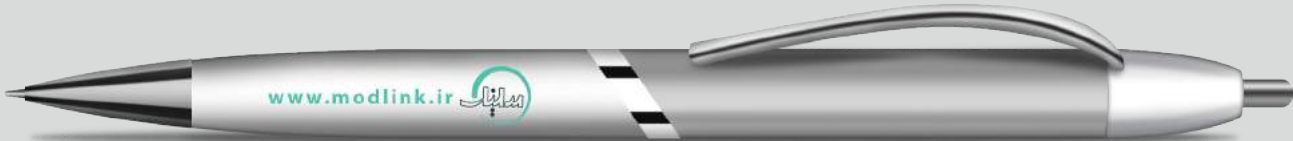


کارت شناسایی

کارت پرسنلی یا کارت شناسایی در ابعاد گسترده و به منظور رسیدن به اهداف مختلفی استفاده می‌گردد. مدیران سازمان‌ها، شرکت‌ها و ادارات مختلف جهت تفکیک قسمت‌های مختلف سازمان و بالا بردن سطح امنیت سازمان خود، نیاز به چاپ کارت پرسنلی برای کارمندان و پرسنل خود و حتی کارت ورود مهمان برای ارباب رجوع دارند.



خودکار ■





پیکسل و بچ ■





تیشرت



کلاه

کلاه را می‌توان به شکل‌های گوناگون با متریال‌های متنوع طراحی و چاپ کرد. این کلاه‌ها یا کاربرد هدیه تبلیغاتی دارند و یا برای کارکنان استفاده می‌شوند.





پرچم

مزیت مهم پرچم‌های تبلیغاتی در دید بودن آن است . پرچم‌های تبلیغاتی در اندازه‌ها و طرح‌های مختلفی مانند پرچم رومی‌زی ، پرچم تشریفات و ... استفاده می‌شوند. پرچم‌ها مدلی هستند که شما هم می‌توانید در فضاهای باز و یا در ساختمان‌ها از آنها برای جلب توجه دیگران استفاده کنید.





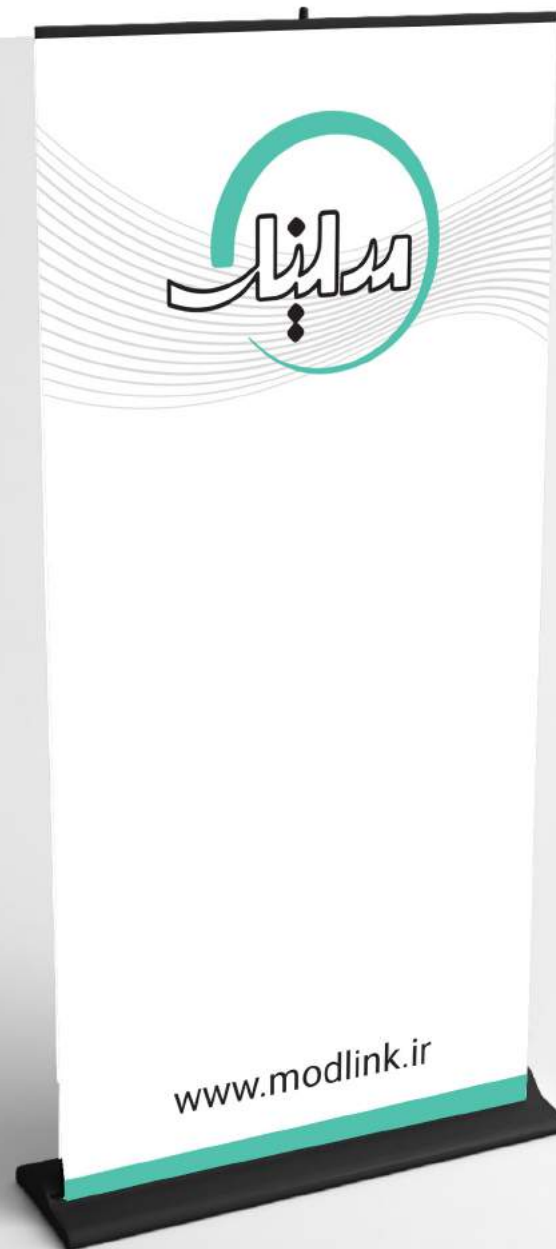
لیوان ■

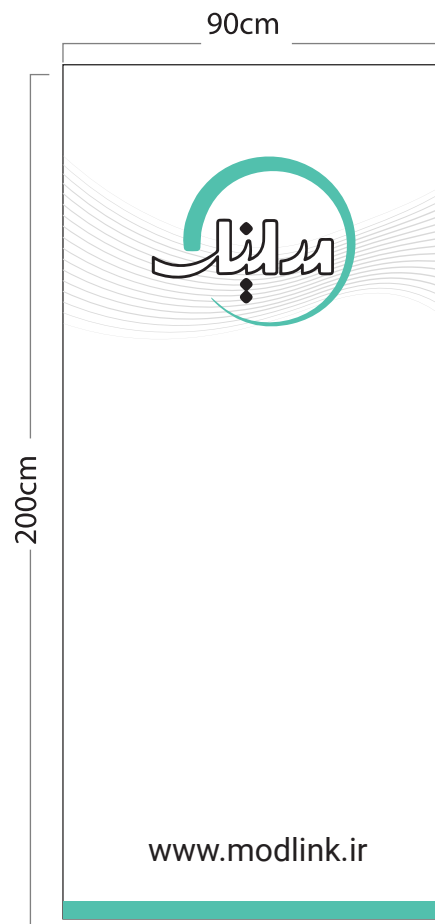
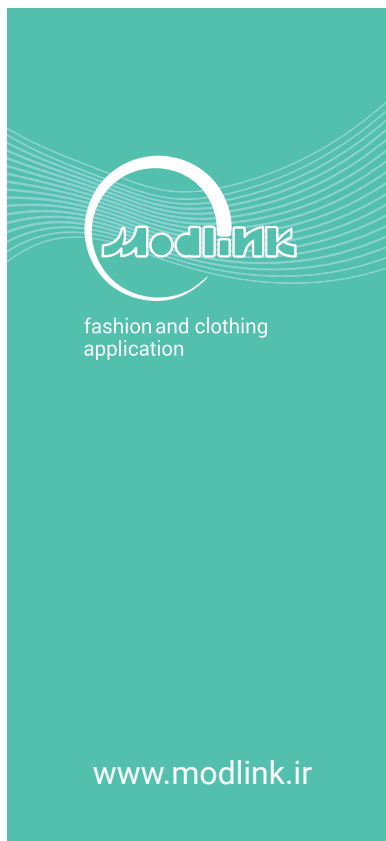




استند

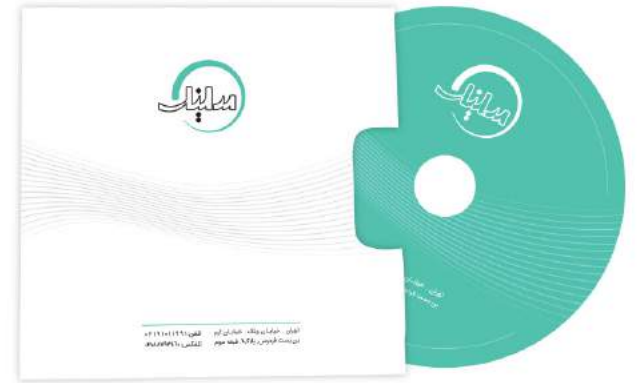
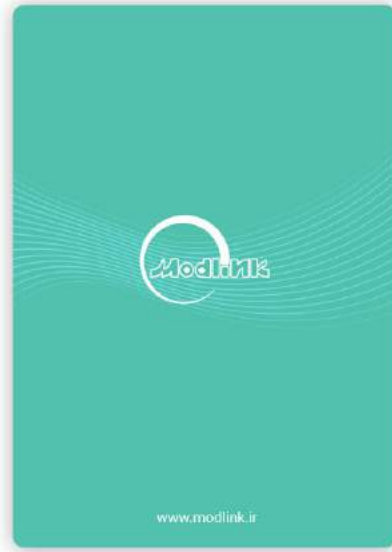
استندهای نمایشگاهی در سایزها و مدل‌های متنوعی وجود دارند. این محصولات چاپی صرفاً کاربرد نمایشگاهی ندارند و به صورت رول آپ، استند، پاپ‌آپ، کانتر و ... جداگانه نیز امکان استفاده دارند.





فلش ■

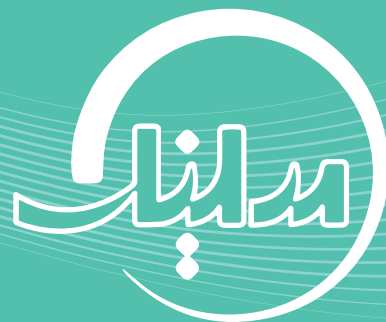




بیلبورد

با توجه به این امر که بیلبوردهای تبلیغاتی جز پربازدیدترین عوامل تبلیغاتی هستند، استفاده از آنها در کمپین‌های تبلیغاتی کمک شایانی به بهتر دیده شدن برند می‌کند. این بیلبوردها در عین سادگی کاملاً هوشمندانه طراحی می‌شوند تا بیشترین تاثیرگذاری را داشته باشند.

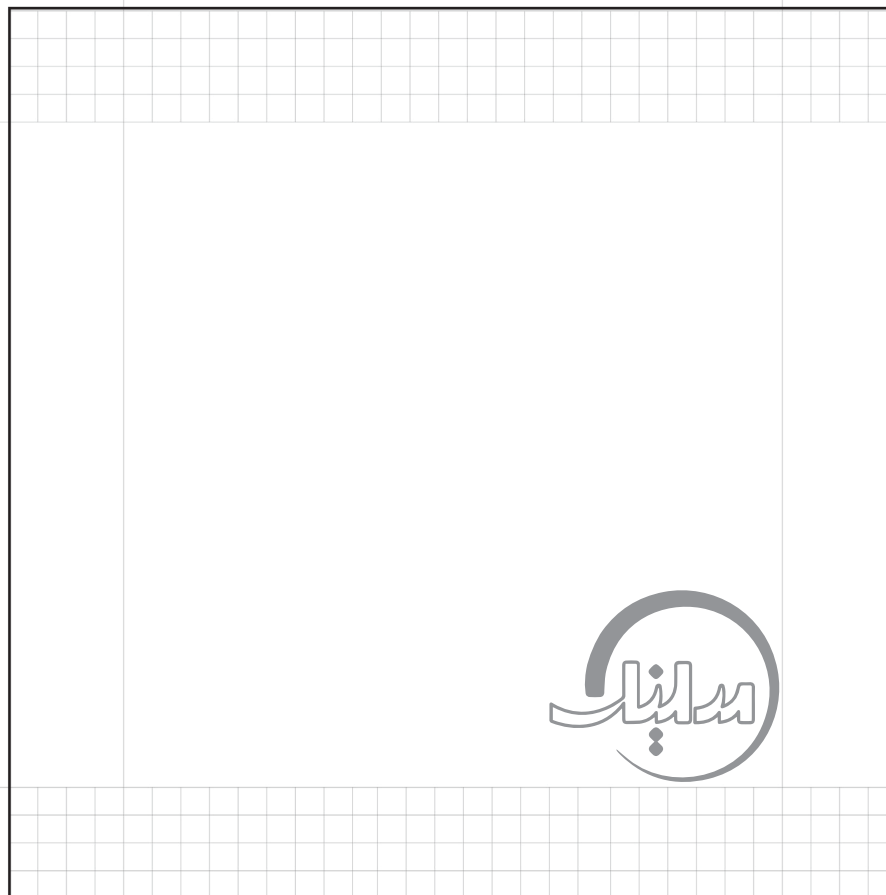




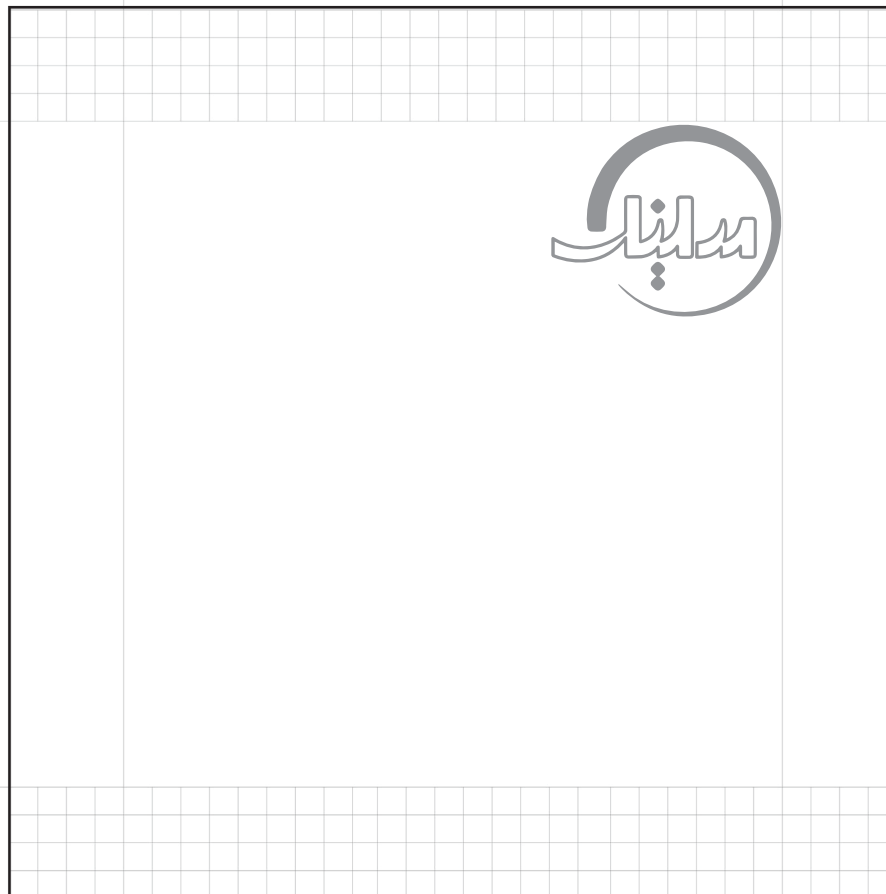
■ اپلیکیشن نیازمندی‌های مد و لباس

www.modlink.ir

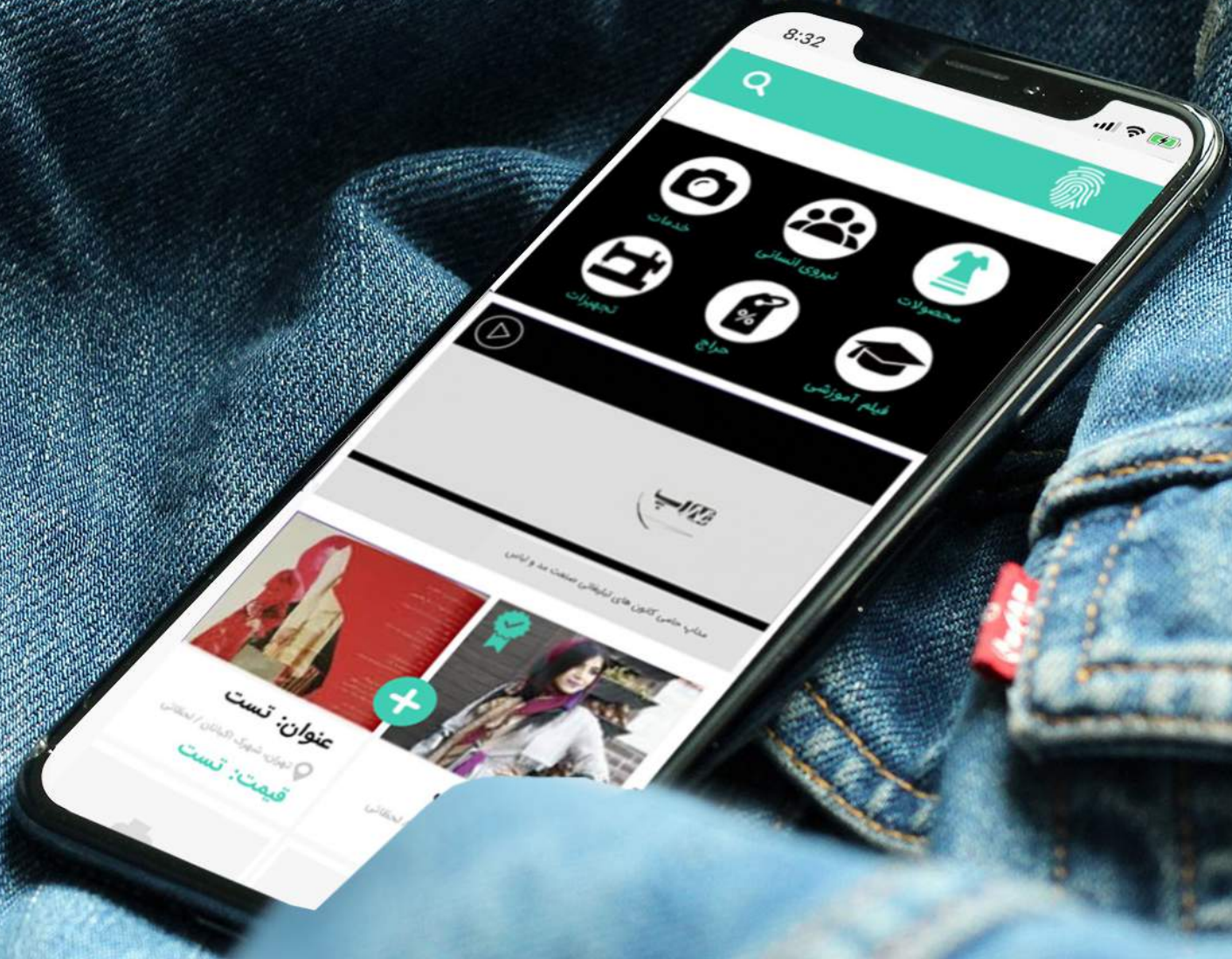
■ فضای مجازی



محل قرارگیری لوگو در عکس



محل قرارگیری لوگو در فیلم





راهنمای عکاسی

عکس‌ها از مهمترین عناصر برقراری ارتباط برند با مخاطبان هستند و تصاویر عکاسی مورد استفاده در ارتباطات چاپی و دیجیتال برند باید از زبان بصری همسو با باقی عناصر برند تبعیت نمایند.

■ چهره‌ی برند مدلیک چهره‌ای نوآرانه است؛ از این رو باید استفاده از تصاویری که تنها بازنمای نیروی انسانی باشند و تکنولوژی مدلیک را نادیده بگیرند تا حد امکان پرهیز شود.

■ مدلیک نگاه و نگرش ویژه‌ی خود را دارد. تا حد امکان استفاده از لنزهایی که با چشم و دید انسان نزدیکی دارند توصیه می‌شود. همچنین استفاده از لنز و سایر تجهیزات حرفه‌ای و تکنولوژی‌های دیجیتال در قالب نرم‌افزار باید در راستای تصاویر با کیفیت استفاده شود.

■ مدلیک حامی نور است و از این رو استفاده از نورهای استودیویی برای هرچه زنده تر و شفاف‌تر کردن تصاویر توصیه می‌شود.

■ استفاده از رنگ‌های سازمانی مدلیک در صحنه‌آرایی عکس اهمیت ویژه‌ای دارد.

