



الوثيقة الشاملة

وحدة العلامة

الإصدار الثالث 2022م



3.....	1
3.....	وحدة العلامة
4.....	المقدمة
10.....	2
10.....	السياسات
14.....	اللائحة التنفيذية

1.

وحدة العلامة

إعداد

محمد بن بيمين النهدي

تاريخ الإصدار

2022/5/22م

رقم

003

المقدمة

المقدمة:

كانت هناك العديد من التوصيات بأهمية بناء هوية بصرية وثقافة مؤسسية واضحة، والتي جاءت من جوائز التميز المؤسسي التي شاركت الجمعية فيها، وكذلك وكالة الدعاية والإعلان التي تعاملت معها لمدة طويلة. وبعد الاطلاع على الممارسات العالمية في هذا المجال ووضوح أهميته للوصول إلى اتساق كل ما تقوله الجمعية وتفعله مع توجهها الاستراتيجي ورسالتها ورؤيتها وقيمها للوصول إلى النمو المنشود، بدأت عام 2017م رحلتها نحو بناء عالمتها وهويتها.

الهدف من الوثيقة:

التعريف بسياسة وحدة العلامة ودورها بالتعاون مع إدارات الجمعية وأقسامها المختلفة.

النطاق:

كل ما يتعلق بظهور الجمعية واتصالاتها الداخلية والخارجية.

المستفيدون:

كل من يرتبط بالجمعية بعلاقة أو توجه إليه أي شكل من أشكال التواصل مثل المستفيدين من الخدمات ، والداعمين، والشركاء، والوزارات، والمتطوعين، والموظفين، والمجتمع، وغيرهم.

الارتباط:

جميع إدارات الجمعية وعلى مستويات مختلفة.

يقصد بالكلمات والعبارات التالية المعاني المذكورة مقابل كل منها

الجمعية	جمعية زمزم للخدمات الصحية التطوعية الخيرية.
الإدارة	الإدارة التنفيذية أو مكتب المدير العام.
الإدارة العليا	مجلس الإدارة + الإدارة التنفيذية.
السياسات	الإطار العام والحاكم لأعمال الإدارة.
اللائحة	هي بيان تفصيلي للسياسات.
نظام الهوية المرئي	منظومة المبادئ التوجيهية التي تنطبق على مجموعة من التطبيقات المرئية للجمعية. وتشمل هذه التطبيقات المواد التي تم إنتاجها في جميع منصات الاتصالات مثل الطباعة، والموقع الإلكتروني، والوسائط الرقمية، والتصوير الفوتوغرافي والفيديو، بالإضافة إلى القرطاسية المؤسسية، واللافتات، والمعارض. الغرض من هذه الإرشادات هو التمييز في ظهور علامة جمعية زمزم في السوق، وتحقيق الاتساق المرئي، وتعزيز هوية الجمعية، وإنشاء مكانة مرموقة لماركة وعلامة زمزم من خلال الجهود المتكاملة.
دليل رسائل العلامة	مستند يحوي إرشادات وافية حول كيفية الكتابة والتحرير وتوجيه رسائل متناسقة عن جمعية زمزم. يتضمن الكتيب تفسيرات حول: كيفية تطبيق نبذة زمزم الصوتية باستمرار داخل كتاباتك. أهداف الاتصالات الواجب إيغاؤها عند مخاطبة جمهور زمزم المستهدف. "نقاط الحوار" الأكثر أهمية والتي يجب تضمينها في رسائلك لكل جمهور مستهدف (مشفوعة بـ"نقاط الإثبات" ذات الصلة) . (راجع التعريف في بداية كتيب رسائل العلامة) .
استراتيجية العلامة	وثيقة عمل مستمرة لاستراتيجية واضحة، وتخطيط تنظيمي للمشاريع والعمليات، وفق منهجية منتظمة لتحديد استراتيجية الهوية على مستويات القيادة وفريق العمل والرؤية، من خلال ورش عمل للتحقق من صحة الفرضيات واختبارها وفهم موقع زمزم الحالي، فضال عن أهدافها المالية والتسويقية، وقدراتها وأولوياتها. وتحديد نقاط القوة والضعف والتميز التي يمكن الاستفادة منها أو معالجتها في تطوير استراتيجية العلامة. واستكشاف التصورات عن المؤسسة الخيرية والعلامة والمنافسين الرئيسيين اليوم،

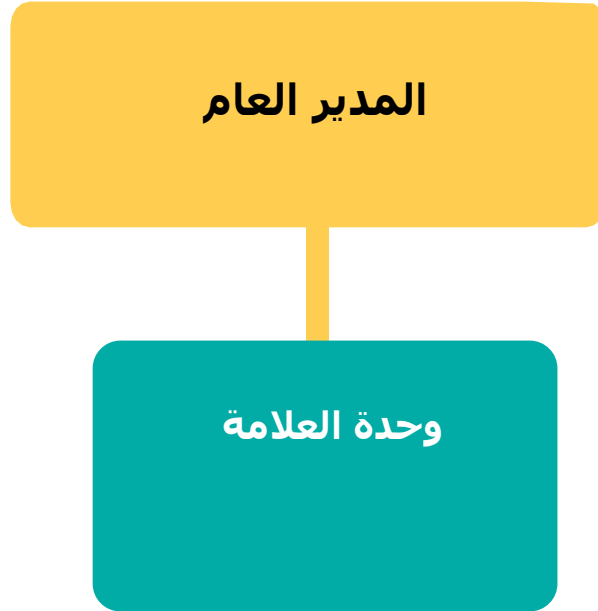
<p>بالإضافة إلى تقييم الفرص والتهديدات التنافسية. والتفاعل مع ممثلي أصحاب المصلحة المساهمين، والإدارة التنفيذية العليا، وفهم متطلبات العلامة الخاصة بها، والتحديات الرئيسية والحواجر المحتملة للنجاح.</p>	
<p>منصة رقمية تضم كل المعرفة الضرورية كالأدلة الإرشادية والضوابط والمعايير والسياسات والقوالب الأساسية لتنفيذ وإدارة وأتمتة التطبيقات الإبداعية للعلامة، وتمكن من العمل بذكاء أكثر يمكن تطويره مستقبلا ليكون قابلا للقياس. وهي المرجع الرسمي والوحيد لقوالب وإرشادات الهوية لذا يجب الاحتفاظ بسجل لجميع المواد التي تمت الموافقة على استخدامها بعلامة الجمعية وهويتها المرئية وتحديثها باستمرار. ويمكن الوصول إلى القوالب والإرشادات من دليل الهوية المرئي في المنصة الرقمية للهوية لعموم منسوبي زمزم ووكالات التسويق والعلاقات والدعاية والإعلان على الإنترنت zmzm.brandguidelines.online وفق صلاحيات مستخدمين تمنحها وحدة العلامة بالجمعية للجهات ذات العلاقة.</p>	<p>منصة العلامة الرقمية</p>
<p>أصول العلامة هي الإشارات المتسقة التي تجعل من السهل على العملاء والأطراف المعنية التعرف على العلامة وتحديثها وتذكرها وارتباط الأطراف المعنية بها. وهي مجموعة من العناصر الفريدة للعلامة التي تجعلها أكثر دراية وتميزا مما يمنحها ميزة التفرد والتميز في السوق وفي عقول الداعمين والمستفيدين، وعندما يتم ربط هذه العناصر الفريدة بالعلامة التي تعمل كجزء لا يتجزأ منها، يطلق عليهم اسم أصول العلامة. ومن أمثلة الأصول الفريدة والمميزة للعلامة أو الهوية المؤسسية والتي تعمل كعناصر أساسية لأنواع أصول العلامة: (الاسم، الشعار الرمزي، الشعار النصي، الخط الطباعي، الألوان المميزة، شعارات الحملات التسويقية أو المنتجات، شكل التعبئة، الرائحة الفريدة، التوقيع الصوتي، النمط الإعلاني ...إلخ).</p>	<p>أصول العلامة</p>
<p>هندسة العلامة هو نظام تستخدمه المنظمات في هيكلة وتحديد العالمان التجارية ضمن محافظتها. وتبنى بعد عملية متكاملة لبناء العالمان من خلال إقامة عالقات بين العالمان، وفق اتساق وتسلسل هرمي. وهي التزام ملزم لعموم المنظمات (وخاصة تلك التي لها مصالح متنوعة) لأنها تضمن ملاحه واضحة من خلال ظهورها، وإدارة تكلفة فعالة لعلاماتهم التي يمتلكونها.</p>	<p>معمارية عالمان زمزم</p>
<p>نقطة اتصال العلامة أو الهوية هي أي جزء يحقق التفاعل أو التواصل بين العلامة وعملائها أو الجمهور. عادة ما تصمم نقاط</p>	<p>نقاط الاتصال</p>

<p>التواصل الخاصة بالعلامة وتصنع من أجل إشراك عملائها، مما يمنحهم أفضل تجربة للعلامة ويمكنهم من أن يتمتعوا بها. من أمثلة ذلك الموقع الإلكتروني والبوابات الرقمية، اللافتات واللوحات، المطبوعات والتقارير المؤسسية، الزي الرسمي، ...إلخ. يجب اعتبار كل عنصر من هذه العناصر بمثابة نقطة تلامس واتصال للهوية. وبالتالي ينبغي أن تصمم بطريقة تتسق مع بقية علامتنا.</p>	
<p>نمطية الظهور للشعار وعناصر الهوية المرئية في جميع نقاط الاتصال ووسائل الدعاية والإعلان.</p>	<p>الاتساق</p>

<p>هي المادة التي تنتجها أو تسيطر عليها الجمعية أو أي كيان خاضع للتحكم لأغراض ترويج أو تمثيل الجمعية، بما في ذلك البرامج والمبادرات.</p>	<p>مادة الجمعية</p>
<p>المواد المطبوعة، مثل: تقارير الشركات، النشرات، الكتيبات، النشرات اليومية، النشرات الإخبارية، الصحف، المجلات، منشورات الفعاليات، النشرات، القرطاسية، البريد المباشر، التقارير البحثية.</p>	<p>المنشورات</p>
<p>الإذاعة، والتلفزيون، والأفلام، والتصوير الفوتوغرافي، والعروض التقديمية متعددة الوسائط، وملفات الوسائط الرقمية.</p>	<p>الوسائط الإلكترونية الإعلامية</p>
<p>عملية اتصال تهدف إلى التأثير على الأطراف المعنية بجمعية زمزم على أساس تشاركي بالإفصاح عن شخصية هوية زمزم، ويتم الاتصال من خلال وسائل الاتصالات العامة.</p>	<p>الإعلان</p>
<p>هي منظومة القيم والمزايا والسمات والثقافة الشخصية المؤسسية التي تمثلها علامة مميزة أو مؤشر تشمل الشعارات أو الأجهزة أو الأسماء أو الكلمات المعترف بها بموجب أحكام وزارة التجارة في المملكة العربية السعودية (وتعدلائها من وقت لآخر) والتي قد تكون مسجلة أو غير مسجلة وتميز الخدمات و/أو منتجات أي كيان قانوني (بما في ذلك الجمعية) عن الآخرين.</p>	<p>العلامة</p>
<p>يتكون "شعار جمعية زمزم" من عنصرين: 1. الرسم (المعروف أيضا باسم "رمز الجمعية") 2. الاسم (زمزم zmzm) .</p>	<p>شعار جمعية زمزم</p>

2.

السياسات



الهدف الرئيسي للإدارة:

إدارة علامة زمزم وهويتها وتطبيقاتها ضمن استراتيجية محددة نابعة من خطة زمزم الاستراتيجية بعيدة المدى، ليحصل الاتساق ما بين رسالة الجمعية ورؤيتها وركائزها الاستراتيجية وقيمها وما بين مبادراتها واتصالاتها الداخلية والخارجية، لتحقيق النمو الذي تطمح إليه، وتوسع قاعدة داعميها المهتمين بقضيتها بشكل يصعب الوصول إليه بالطرق التقليدية.

1. السياسات:

أداة تنفيذها	نص السياسة	ت
وحدة العلامة منصة علامة زمزم	تلتزم الجمعية باستخدام علامتها وهويتها المرئية، بالإضافة إلى اجراءات والاستخدام والادارة والتعزيز كنهج استراتيجي ثابت لإدارة هويتها المرئية.	1

2. دورية التحديث:

سنوي	نصف سنوي	
سنوي		

التحديثات

نوع التعديل	تاريخه	الهدف منه	المسؤول عنه	جهة الاعتماد

اللائحة التنفيذية

1. سياق السياسة

- يساعد وضع جمعية زمزم ("الجمعية") كعلامة قوية على تمييزها عن المنظمات الخيرية الأخرى.
- لذلك، ولكي تحصل الجمعية على ميزة تنافسية على المدى الطويل:
- تعد إدارة العلامة الفعالة جزءاً لا يتجزأ من نجاح الجمعية على المدى الطويل. هذا يعني أن الجمعية تحتاج إلى نهج استراتيجي ثابت لإدارة هويتها المرئية.
 - تحدد هذه الوثيقة سياسة الجمعية فيما يخص استخدام علامتها وهويتها المرئية، بالإضافة إلى إجراءات وإرشادات الاستخدام والإدارة والتعزيز.

2. الغرض من السياسة

- يشترط وجود سياسة وإجراءات واضحة وفعالة لإدارة العلامة من أجل:
- حماية صورة الجمعية الذهنية وسمعتها.
 - ضمان حماية الهوية المرئية للجمعية.
 - توفير أطر تعزيز العلامة والهوية المرئية وتطويرهما.
 - ضمان اتباع نهج متسق في تطبيق قيم العلامة والهوية المرئية.
 - مساعدة موظفي الجمعية والموردين على المحافظة على هوية مرئية للعالمية متسقة وعالية الجودة في الأسواق المستهدفة وكامل المجتمع.
 - توجيه بناء المواد الترويجية والمواد الأخرى في كل من السياق النصي والمرئي.
 - حماية استخدام العلامات الخاصة بالجمعية.

3. استخدام السياسة

- تنطبق سياسة وإجراءات إدارة العلامة على جميع أشكال الترويج وعلى أي مادة تستخدم شعار الجمعية أو اسمها (أو أي مادة رسمية) وتشمل المواد المنتجة للنشر الداخلي و/أو الخارجي.
- القيم على علامة الجمعية والهوية المرئية هو رئيس وحدة العلامة.
- يتعين على رئيس وحدة العلامة صيانة منصة العلامة الإلكترونية، بالإضافة إلى توضيح الإرشادات لجميع التطبيقات المعتمدة والتي يجب إتاحتها على المنصة الإلكترونية zmzm.brandguidelines.onlin
- يتعين على رئيس وحدة العلامة تيسير عملية التصميم الجرافيكي ألي تطبيق جديد وتحديث منصة العلامة الإلكترونية وفقا لذلك.
- يتعين أولا الموافقة على أي تغيير عن الموجود في منصة العلامة الإلكترونية من قبل رئيس وحدة العلامة، وذلك بالتشاور مع لجنة العلامة.
- سيتم تيسير التصميم النهائي لعملية التغيير السابق ذكرها بواسطة رئيس وحدة العلامة.

4. تعريفات السياسة

1. "مادة الجمعية" هي المادة التي تنتجها أو تتحكم بها الجمعية أو أي كيان يتبعها، للترويج

للجمعية أو تمثيلها، بما في ذلك البرامج والمبادرات:

(أ) المنشورات (المواد المطبوعة، مثل: التقارير المؤسسية، والنشرات، والكتيبات، والنشرات اليومية، والنشرات الإخبارية، والصحف، والمجلات، ومنشورات الفعاليات، والمنشورات، والقرطاسية، والبريد المباشر، والتقارير البحثية)

(ب) الوسائط الإلكترونية (الإذاعة، والتلفزيون، والأفلام، والتصوير الفوتوغرافي، والعروض التقديمية متعددة الوسائط، وملفات الوسائط الرقمية)

(ج) المواقع الإلكترونية، ورسائل البريد الإلكتروني، ومنصات وسائل التواصل الاجتماعي، والرسائل النصية

(د) جميع أشكال الإعلانات - سواء على الإنترنت أو بعيدا عنه.

(هـ) المنتجات والبضائع المؤسسية.

2. "الإعلان" تعني المعلومات و/أو الصور والتي تُنشر أو تُبث بأي وسيلة.

3. "العلامة" هي نظام القيم، والمزايا، والسمات والثقافة، والشخصية التي تحدد وتميز الجمعية.

4. يتكون "شعار جمعية زمزم" من عنصرين:

(أ) الشعار المرسوم (المعروف أيضا باسم "رمز الجمعية") .

(ب) الشعار النصي.

5. "العلامة" تشمل الشعارات أو الأجهزة أو الأسماء أو الكلمات المعترف بها بموجب أحكام وزارة

التجارة والاستثمار بالسعودية (يمكن أن تتغير من وقت لآخر)، والتي قد تكون مسجلة أو غير مسجلة، وتميز خدمات و/أو منتجات أي كيان قانوني (بما في ذلك الجمعية) عن الآخرين.

5. بيان السياسة

1. يساعد وضع جمعية زمزم بعالمية تجارية قوية وهوية مرئية على تمييز الجمعية عن المنظمات

الخيرية الأخرى ويهدف إلى منح المجتمع ميزة تنافسية طويلة الأجل.

2. تعتبر علامة الجمعية أمرا أساسيا لنجاح الجمعية على المدى الطويل. لذا، حماية هذه العلامة مسئولية جميع الموظفين.

3. لا يجوز استخدام شعار جمعية زمزم دون الحصول على موافقة مسبقة من رئيس وحدة العلامة،

باستثناء القرطاسية المطبوعة مسبقا أو نماذج الجمعية الرسمية أو الترتيبات المعتمدة مسبقا.

4. شعار الجمعية هو الممثل الوحيد لهوية الجمعية المرئية. لا يُسمح باستخدام شعارات أو معرفات

5. يجب أن يتم إدخال أي تغيير على شعار الجمعية أو بناء شعارات جديدة بالتعاون مع رئيس وحدة العلامة وموافقته، ويجب أن يوافق عليها رئيس مجلس الإدارة واللجنة التحضيرية لجمعية زمزم. يجب الموافقة على التغييرات في شعار الجمعية من قبل مجلس الإدارة وفقاً للإجراءات الحوكمة الحالية؛
6. لا ينبغي مساواة عملية بناء العلامة بتصميم الشعارات، بل هي تطبيق لمبادئ التصميم والاتصالات، عند بناء أطر مرئية ونصية، والتي تعزز مجموعة من السمات الخاصة المرتبطة بجمهور معين، بينما تظل دائماً متسقة مع الهوية المرئية لجمعية زمزم.
7. ستكون منصة العلامة الإلكترونية (zmzm.brandguidelines.online) المصدر الرسمي للمعلومات المتعلقة بالاستخدام الصحيح لشعار الجمعية، والألوان المؤسسية، والخطوط، وأسلوب التصميم، واستخدام العناصر المرئية في جميع التطبيقات.
8. تشمل التطبيقات - على سبيل المثال لا الحصر - القرطاسية والنماذج المؤسسية؛ والمواد المطبوعة (إعلانات، كتيبات، مجلات، بريد مباشر)؛ والموقع الإلكتروني؛ ووسائل الإعلام الرقمية؛ ومقاطع الفيديو؛ واللوحات، والمركبات، ومواد العرض، والمعارض.
9. يجب أن تمثل كل مواد الجمعية وإعلاناتها والتي تروج للجمعية لقانون وزارة التجارة والاستثمار بالسعودية والقوانين الأخرى التي تنطبق على هذا النشاط) بما في ذلك تلك الأعمال المدرجة في الملحق(، ولن تتم الموافقة عليها ويجب سحبها في حالة كانت تروج لغير ذلك أو تشجع عليه أو توحى به أو تقترحه - والتي في تقدير رئيس وحدة الهوية قد تضر بسمعة الجمعية أو مكانتها أو عالمتها.
10. الشراكة مع علامات أخرى: من المسلم به أن الجمعية قد تسعى إلى بناء شراكات أو تحالفات استراتيجية لتحقيق أهداف الجمعية وتعزيز مكانة عالمتها. يجب أن تتم الموافقة على الشراكة مع علامات أخرى من قبل لجنة عالمة زمزم بناء على توصية من رئيس وحدة العلامة.

6 إجراءات السياسة

1. يجب أن يوافق رئيس وحدة العلامة على كافة مواد الجمعية والإعلانات التي تروج للجمعية قبل النشر أو الإنتاج.
2. يحتفظ رئيس وحدة العلامة بسجل لجميع المواد التي تمت الموافقة على استخدامها لهوية عالمة زمزم. يمكن استخدام المواد الموجودة في السجل دون الحصول على موافقة إضافية. عندما يتطلب الأمر تغيير بعض مواد السجل أو تعديلها أو تحديثها، فيجب الحصول على موافقة جديدة. يمكن الوصول إلى السجل من خلال منصة العلامة الإلكترونية (zmzm.brandguidelines.online)
3. سيقوم رئيس وحدة العلامة بمراجعة جميع طلبات الموافقة ضمن إطار زمني معقول، مع مراعاة الجداول الزمنية للإنتاج وحاجات السوق.
4. يجوز لرئيس وحدة العلامة تفويض صالحيه الموافقة على مواد وإعلانات الجمعية إلى شخص آخر في الجمعية، أو إلى شخص في كيان آخر تابع للجمعية عندما تتعلق هذه المواد أو الإعانات بذلك

الكيان خاضع للرقابة، إلى مسئول عن تلك الجهة الخاضعة للرقابة. يجب أن يكون هذا التفويض متوافقاً مع سياسة الجمعية [سياسة التفويض] ويجب على مكتب الجمعية والجهة الخاضعة للرقابة وضع الإجراءات المناسبة لضمان الامتثال لسياسة إدارة العلامة.

5. لدى رئيس وحدة العلامة سلسلة من إجراءات الموافقة على النشر. يجب استخدام هذه الإجراءات عند طلب الموافقة على المواد و/أو الإعلانات. في معظم الحالات، سيتم تيسير إجراءات الموافقة من قبل الموظفين المعنيين مع رئيس وحدة العلامة. لن يتم النظر في طلبات الموافقة على المواد والإعلانات دون إجراء (إجراءات) الموافقة الخاصة بها.

7 إرشادات السياسة

1. منصة العلامة الإلكترونية هي نظام من الإرشادات التي تنطبق على مجموعة من التطبيقات بالجمعية. تشمل هذه التطبيقات المواد التي يتم إنتاجها في جميع منصات الاتصالات مثل الطباعة، والموقع الإلكتروني، والوسائط الرقمية، والتصوير الفوتوغرافي ومقاطع الفيديو، بالإضافة إلى القرطاسية، واللوحات، والمعارض. الغرض من هذه الإرشادات هو تمييز عالمة جمعية زمزم في السوق، وتحقيق الاتساق البصري، وتعزيز هوية الجمعية، ورفع التعرف على العلامة من خلال الجهود المتكاملة.
2. يعتبر دور العلامة في التسويق والاتصالات جزءاً لا يتجزأ منها، حيث يعكس غاية المنظمة وقيمها وأهدافها الاستراتيجية. كما يقوم بتوجيه بناء الرسائل الرئيسية، واستراتيجية التموضع والسمات المطلوبة والمميزة، ويشار إلى هذا باسم جوهر العلامة. يمتد دور العلامة إلى ما هو أبعد من تموضعها.
- يتعلق الأمر بإيصال جوهر العلامة إلى الجماهير المستهدفة، ويشمل ذلك استخدام قنوات التسويق، وخدمة العملاء، والاتصال الداخلي، ومرافق الفروع، والتكنولوجيا، وغيرها من البنى التحتية. يجوز لرئيس وحدة الهوية تقديم إرشادات حول مواءمة جوهر العلامة مع تنفيذ المنتجات والخدمات وبرامج الجمعية ومبادراتها.
3. يعتبر عدم الالتزام بهذه السياسة بمثابة خرق لمبادئ السلوك الخاصة بالجمعية، وسيتم إحالتها إلى الإدارة المعنية لاتخاذ الإجراءات التصحيحية و/أو الإجراءات التأديبية.
4. يتولى رئيس وحدة الهوية مسؤولية قيادة وتطوير أنظمة وموارد عالمة لجمعية زمزم، ولتفسير وحل التساؤلات بشأن استخدام عالمة الجمعية والهوية المرئية.
5. يجب مراجعة هذه السياسة كل عام على الأقل ويتم تعديلها سنوياً أو متى ما تم تعديل التشريعات و/أو السياسات التي تتطلب تعديل هذه السياسة.

نسعد بتواصلكم:

مدير وحدة العلامة: أ.محمد بن يمين النهدي

البريد الإلكتروني: m.binyameen@zmzm.org

تحويلة داخلية: 1600

9200 333 77
zmzm.sa