رؤية VISION 2030
المملكة العربية السعودية
KINGDOM OF SAUDI ARABIA

الدليل الاسترشادي لربط هوية رؤية المملكة ٢٠٣٠

الإصدار الأول – مارس ٢٠٢١

المحتويات

١,٠ تمهيد

١,١ ما الحاجة للظهور المشترك؟

١,٢ ما الذي يغطيه الدليل الاسترشادي؟

١,٣ متى يستخدم الظهور المتحرك؟

١,٤ ما الذي يحققه الظهور المشترك؟

١,٥ أبرز ملامح الظهور المشترك

٢,٠ ربط الشعارات

٢,١ قاعدة ربط الشعارات ٥٠/٥٠

٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٢,٣ أمثلة تطبيقية

٢,٣,١ برامج تحقيق الرؤية

٢,٣,٢ الجهات التنفيذية

٢,٣,٣ المشاريع الكبرى

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

٢,٥ استثناءات

٢,٥,١ الظهور الدولي

٢,٥,٢ الظهور المتحرك

٢,٥,٣ صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

٢,٥,٤ تعاون أصحاب المصلحة

٣,٠ مظهر الربط

٣,١ قاعدة تناسب الانتباه

٣,٢ كيفية تطبيق القاعدة

١,٠ تمهيد

١,١ ما الحاجة للظهور المشترك؟

١,٢ ما الذي يغطيه الدليل الاسترشادي؟

١,٣ متى يستخدم الظهور المتحرك؟

١,٤ ما الذي يحققه الظهور المشترك؟

١,٥ أبرز ملامح الظهور المشترك

١,١ ما الحاجة للظهور المشترك؟

ما هو الظهور المشترك؟

الظهور المشترك هو ظهور شعارات الجهات المتعددة بهدف التناسق مع مختلف أنشطة التواصل لتحقيق الظهور الموحد. وفي هذا الدليل، سيتم التعريف بشكل شامل عن الظهور المشترك المعتمد لشعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ بالتناسق مع الشعارات الأخرى ذات العلاقة.

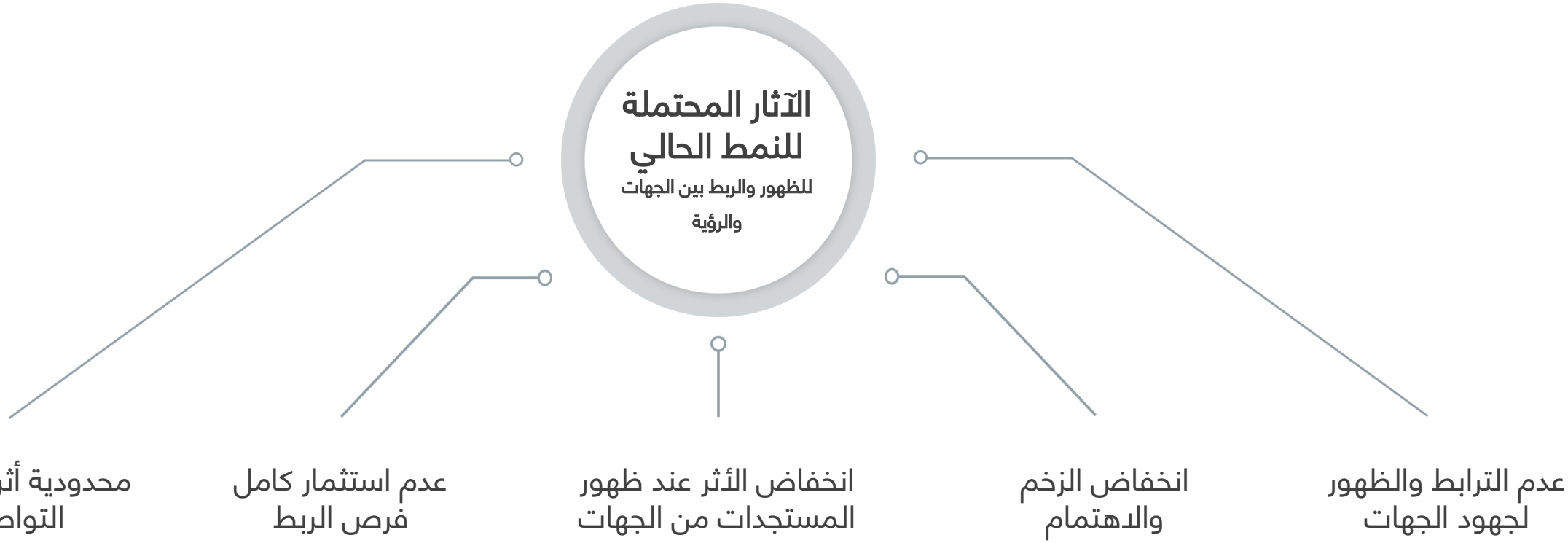
ما الحاجة للظهور المشترك؟

تم إطلاق رؤية السعودية ٢٠٣٠ في عام ٢٠١٦ ليعلن عن عهد جديد للتطور والازدهار والارتقاء بالبلاد إلى آفاق جديدة وفرص غير محدودة. وفي يومنا هذا نجد رؤية السعودية ٢٠٣٠ تؤثر على جميع نواحي الحياة التي نعيشها، إن لم تكن الدافع الرئيسي خلفها. لهذا السبب يجب أن تتوائم جميع جهود التواصل لإظهار أثر الرؤية.

الحل الإبداعي

تم تطوير هذا الدليل والذي يحدد أنماط وقواعد استخدام شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ في جميع أنشطة التواصل الخاصة بكافة الجهات الحكومية وشبه الحكومية للإسهام في تفعيل الظهور المشترك بين هوية الرؤية وهويات الجهات المعنية، بالإضافة إلى تحقيق الربط بين ما تنجزه الجهات ورؤية السعودية ٢٠٣٠، وذلك بما فيه تحقيق لأهداف الجهات والأهداف الاستراتيجية التي تسعى إليها الرؤية.

١,١ ما الحاجة للظهور المشترك؟



١.٢ ما الذي يحققه الظهور المشترك؟

لمحة عن هذا الدليل الاسترشادي

يتيح هذا الدليل معرفة كيفية ظهور شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ مع شعار الجهة المعنية، بالإضافة لمعرفة الطريقة الأمثل للظهور المشترك في جميع جهود التواصل والتوضيح بأمثلة عملية عن كيفية التطبيق.

من الذي يجب عليه الالتزام؟

يعد تطبيق الظهور المشترك أمراً ملزماً للجهات التالية:

برامج تحقيق رؤية السعودية ٢٠٣٠:

جميع برامج تحقيق رؤية السعودية ٢٠٣٠.

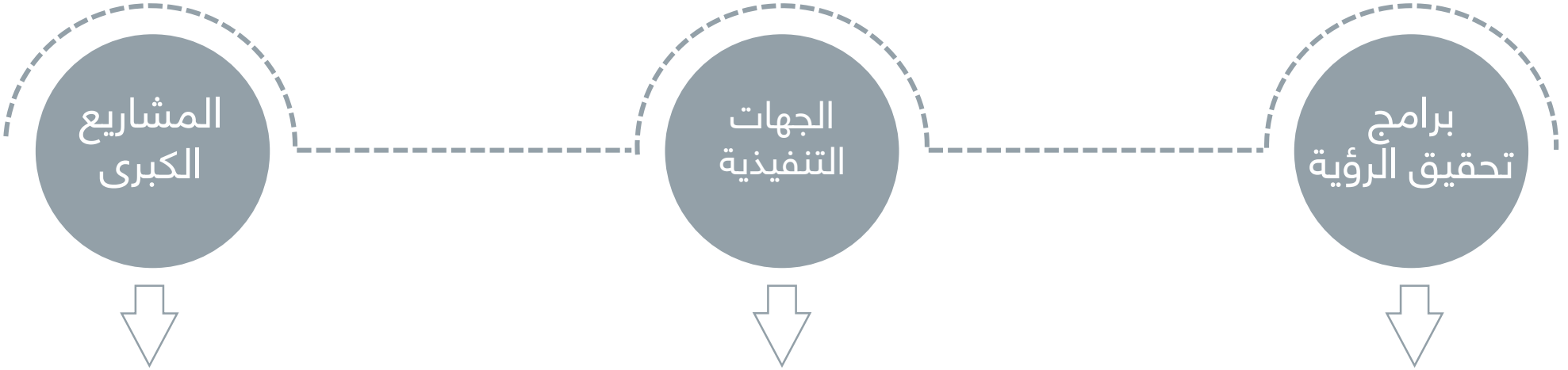
الجهات التنفيذية:

جميع الجهات المنفذة لرؤية السعودية ٢٠٣٠.

المشاريع الكبرى:

جميع المشاريع الكبرى التي ظهرت كنتاج طبيعي لرؤية السعودية ٢٠٣٠.

1.2 ما الذي يحققه الظهور المشترك؟



يتم الربط بشكل كامل في كافة المواد التواصلية الداخلية والخارجية.

يتم الربط البصري إذا كان:
المحتوى له علاقة مباشرة برؤية السعودية ٢٠٣٠ سواء كان إطلاق أو مبادرة أو إنجاز أو فعالية أو حملات تواصلية أو تسويقية.

لا يتم الربط البصري إذا كان:
المحتوى اعتيادي وذات طبيعة الأعمال اليومية وليس له علاقة مباشرة برؤية السعودية ٢٠٣٠.

يتم الربط البصري إذا كان:
المحتوى له علاقة مباشرة برؤية السعودية ٢٠٣٠ سواء كان إطلاق أو مبادرة أو إنجاز أو فعالية أو حملات تواصلية أو تسويقية.

لا يتم الربط البصري إذا كان:
المحتوى اعتيادي وذات طبيعة الأعمال اليومية وليس له علاقة مباشرة برؤية السعودية ٢٠٣٠.

1.3 متى يستخدم الظهور المشترك؟

1.3 متى يستخدم الظهور المشترك؟

الاستخدام الشامل

في الوقت الذي يقدم فيه الدليل الاسترشادي أمثلة شاملة لكيفية الظهور المشترك مع شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠في تواصل الجهات، يجب ألا يقتصر استخدام الظهور المشترك على النماذج الموضحة، بل يشمل التواصل المؤسسي الداخلي والخارجي للجهة ..

أمثلة التواصل المؤسسي:

- اللوحات الاسترشادية
- التقارير السنوية
- المواقع الإلكترونية والتطبيقات
- العلامات التسويقية على الإنترنت وغيره
- جميع وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وتويتر
- التقارير، والمقالات والدراسات
- النشرات الإخبارية الخارجية والبريد الإلكتروني
- الدعاية الإعلانية المباشرة والبريد المباشر
- المدونات
- الكتيبات والمواد المطبوعة
- الرسوم الإيضاحية ومقاطع الفيديو والرسومات المتحركة
- الأفلام المؤسسية الخاصة بالجهات
- الأفلام الوثائقية
- المناسبات
- المعارض

1.3 متى يستخدم الظهور المشترك؟

الاستخدام الحصري

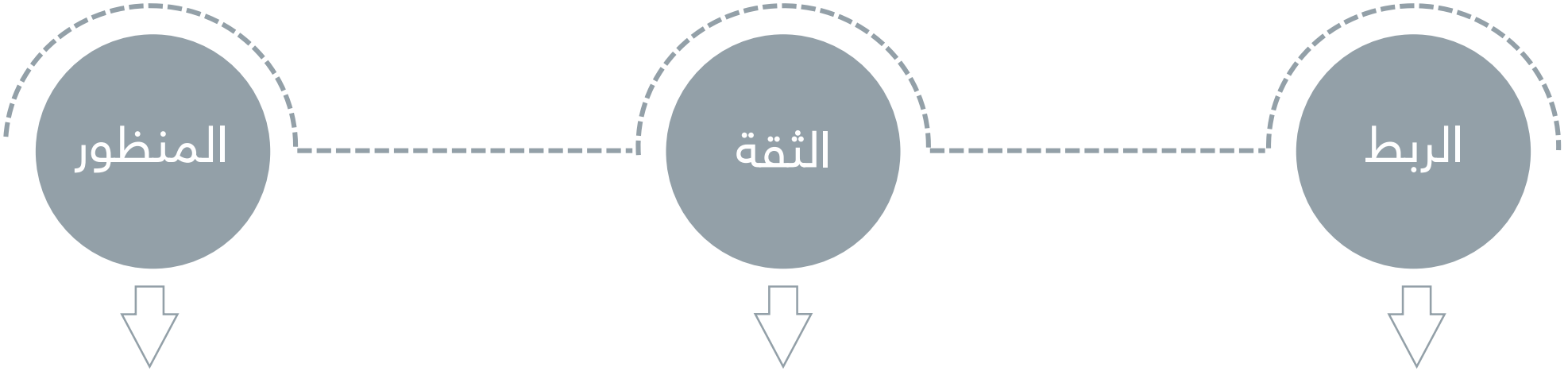
في الرسائل التسويقية التي تستهدف الجمهور، يتم الربط عبر وضع عبارة نصية توضح الربط مع رؤية السعودية ٢٠٣٠في المواد التسويقية ويشمل ذلك العروض وترويج المبادرات والخدمات والمنتجات في الإعلانات التي تستهدف الجمهور...

أمثلة التواصل التي تستهدف الجمهور:

التواصل التسويقي

- إعلانات التلفزيون
- الأفلام الوثائقية
- الرسوم الإيضاحية والرسومات المتحركة ومقاطع الفيديو
- المطبوعات المكتبية
- المواقع الإلكترونية والتطبيقات
- الإعلانات المطبوعة
- الإعلانات الرقمية
- المنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي
- إعلانات الطرق
- الإعلانات الداخلية
- نقاط اتصال العلامات التسويقية والإعلان
- تنشيط العلامات التسويقية
- المناسبات
- وسائل الإعلام الإبداعية
- التعليم الترفيهي
- الإعلان الصحفي

١.٤ ما الذي يحققه الظهور المشترك؟



ضمان الربط بين المنجزات وتوضيح إطار العمل المشترك بين الجهات ذات الصلة بالرؤية

تعزيز الثقة والاعتزاز الوطني بما تقدمه الرؤية

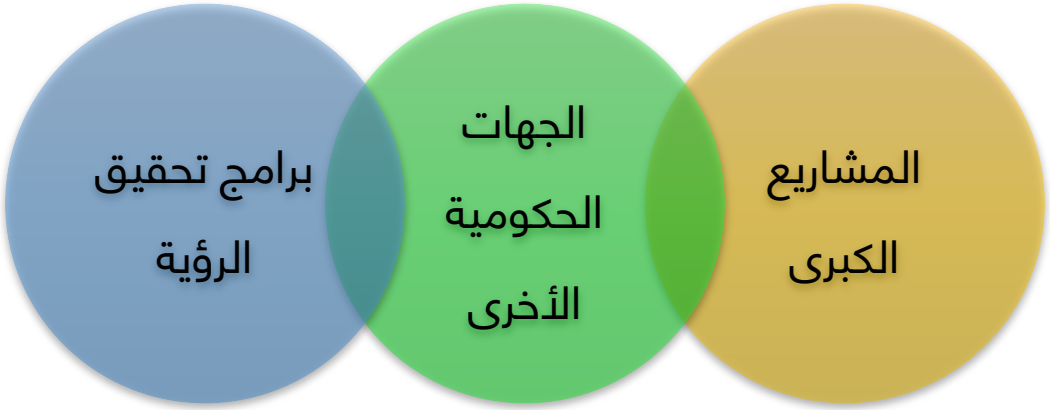
وضع جميع التغييرات التي تسعى الرؤية لتحقيقها في منظور موحد

١.٥ أبرز ملامح الظهور المشترك؟

٠١ مع جهة واحدة

الآلية والقواعد الاسترشادية للظهور مع جهة واحدة

يحتوي الدليل الاسترشادي على آلية مفصلة توضح طريقة الربط المثلى بالهوية البصرية لرؤية السعودية ٢٠٣٠ على ٣ مستويات رئيسية، وهي: برامج تحقيق الرؤية، والجهات الحكومية الأخرى، والمشاريع الكبرى.



وهنا أمثلة توضيحية لظهور شعار الرؤية مع جهة واحدة:

١.٥ أبرز ملامح الظهور المشترك؟

٠١ مع جهة واحدة

برامج تحقيق الرؤية والجهات التنفيذية

تعتمد آلية الربط على تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠ في إظهار شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ إلى جانب شعار برامج تحقيق الرؤية والجهات التنفيذية كما هو موضح في الأمثلة

١.٥ أبرز ملامح الظهور المشترك؟

٠١ مع جهة واحدة

المشاريع الكبرى

بالنسبة للمشاريع الكبرى، يوصي الدليل بتطبيق قاعدة ٥٠/٥٠ في إظهار شعار الرؤية إلى جانب شعار المشروع في حالات التواصل المؤسسي، وفي حالات التواصل التسويقي يكون الربط عن طريق إضافة وصف في أسفل المادة الإعلامية "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030."

التواصل المؤسسي

التواصل التسويقي

أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030

٠٢ مع جهات متعددة

الآلية والقواعد الاسترشادية للظهور مع الجهات المتعددة

هنا بعض الأمثلة للآلية والقواعد الاسترشادية لربط شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ في حال تعدد الجهات المشاركة في المواد الإعلامية، وتشمل الجهات الحكومية وبرامج تحقيق الرؤية والمبادرات والرعاة في المعارض والمؤتمرات المرتبطة بالرؤية

مثال لظهور مشترك مع جهات مختلفة في مادة إعلامية واحدة

مثال لظهور مشترك مع مبادرة وبرنامج وجهة تنفيذية

مثال لظهور مشترك مع مبادرة وجهات مختلفة كراع للحدث

٢,٠ ربط الشعارات

٢,١ قاعدة ربط الشعارات

٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٢,٣ أمثلة تطبيقية

٢,٣,١ برامج تحقيق الرؤية

٢,٣,٢ الجهات التنفيذية

٢,٣,٣ المشاريع الكبرى

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

٢,٥ استثناءات

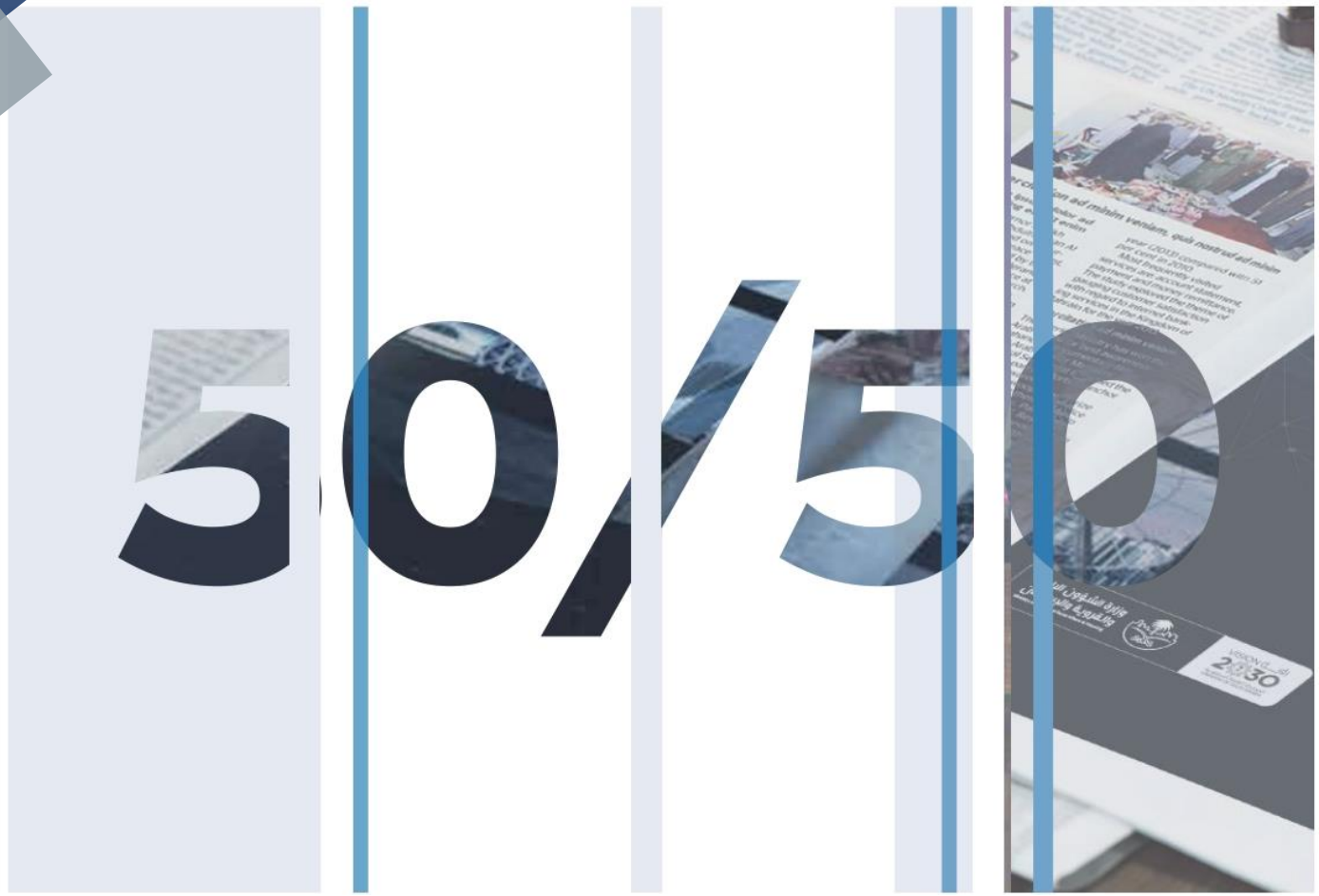
٢,٥,١ الظهور الدولي

٢,٥,٢ الظهور المتحرك

٢,٥,٣ صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

٢,٥,٤ تعاون أصحاب المصلحة

٢,١ قاعدة ربط الشعارات ٥٠/٥٠



تتطلب حالات الظهور المشترك وضع شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ جنباً إلى جنب مع شعار الشريك (ربط الشعارات).

يوضح الدليل الاسترشادي في الصفحات التالية الطريقة الصحيحة لربط شعار أي جهة مع شعار الرؤية. يجب أن تكون الشعارات متساوية في الحجم ٥٠/٥٠ ، يوضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة للإشارة إلى هيمنته.

يرجى اتباع التوجيهات الواردة هنا لربط الشعارات في التواصل الداخلي والخارجي.

٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٠١ في التواصل باللغة العربية

قاعدة الظهور المشترك ٥٠/٥٠

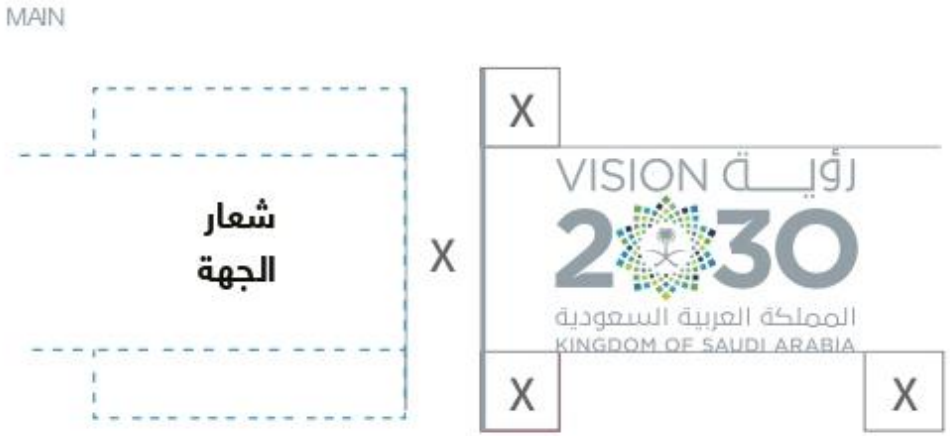
بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٠١ في التواصل باللغة العربية

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة. (على يمين شعار الجهة).
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة ١٠% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.



٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٠١ في التواصل باللغة الإنجليزية

قاعدة الظهور المشترك ٥٠/٥٠

بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

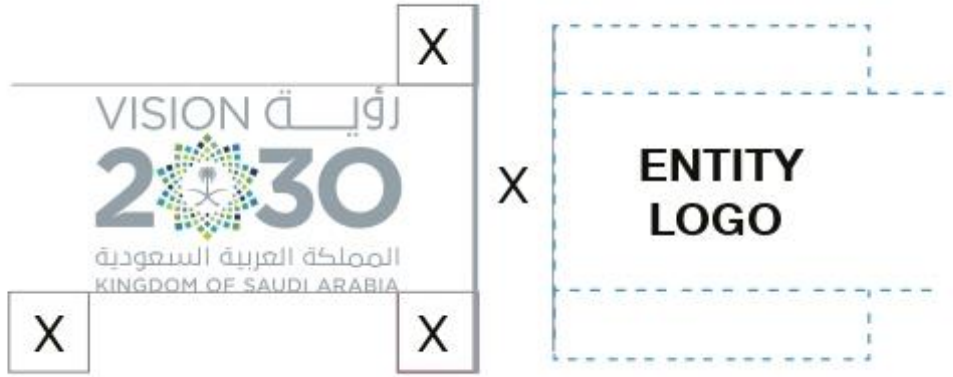
٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

٠١ في التواصل باللغة الإنجليزية

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة. (على يمين شعار الجهة).
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة ١٠% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.

MAIN



قاعدة الظهور المشترك ٥٠/٥٠

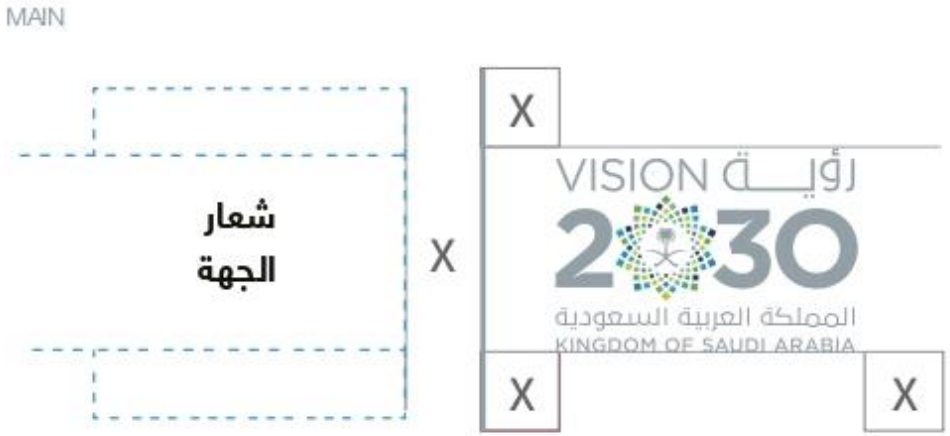
بما أن جميع الجهات المحددة هي إما برامج محققة للرؤية أو منفذة أو مشاريع ناتجة عن الرؤية، فإن جميع الجهات ملزمة بوضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة.

متطلبات المساحة الفارغة – ربط الشعارات

٢,٢ كيفية تطبيق قاعدة ٥٠/٥٠

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة. (على يمين شعار الجهة).
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسباً مع شعار الرؤية.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة ١٠% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.



٢,٣ أمثلة تطبيقية

٢,٣,١ برامج تحقيق الرؤية

٢,٣ برامج تحقيق الرؤية

٠١ أمثلة الجهات المغطاة

برنامج جودة الحيـــــاة

برنامج التحول الوطنـــــي

برنامج صنـــــدوق الاستثمارات العامة

برنامج تطوير الصناعة الوطنية والخدمـــات اللوجستيـــــــــة

برنامج الإسكان

برنامج خدمـــة ضيوف الرحمن

برنامج تطويـــر القطاع المالي

برنامج التخصيص

برنامج تنميـــــة القدرات البشرية

برنامج تحقيـــق التوازن المالي

٠١ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

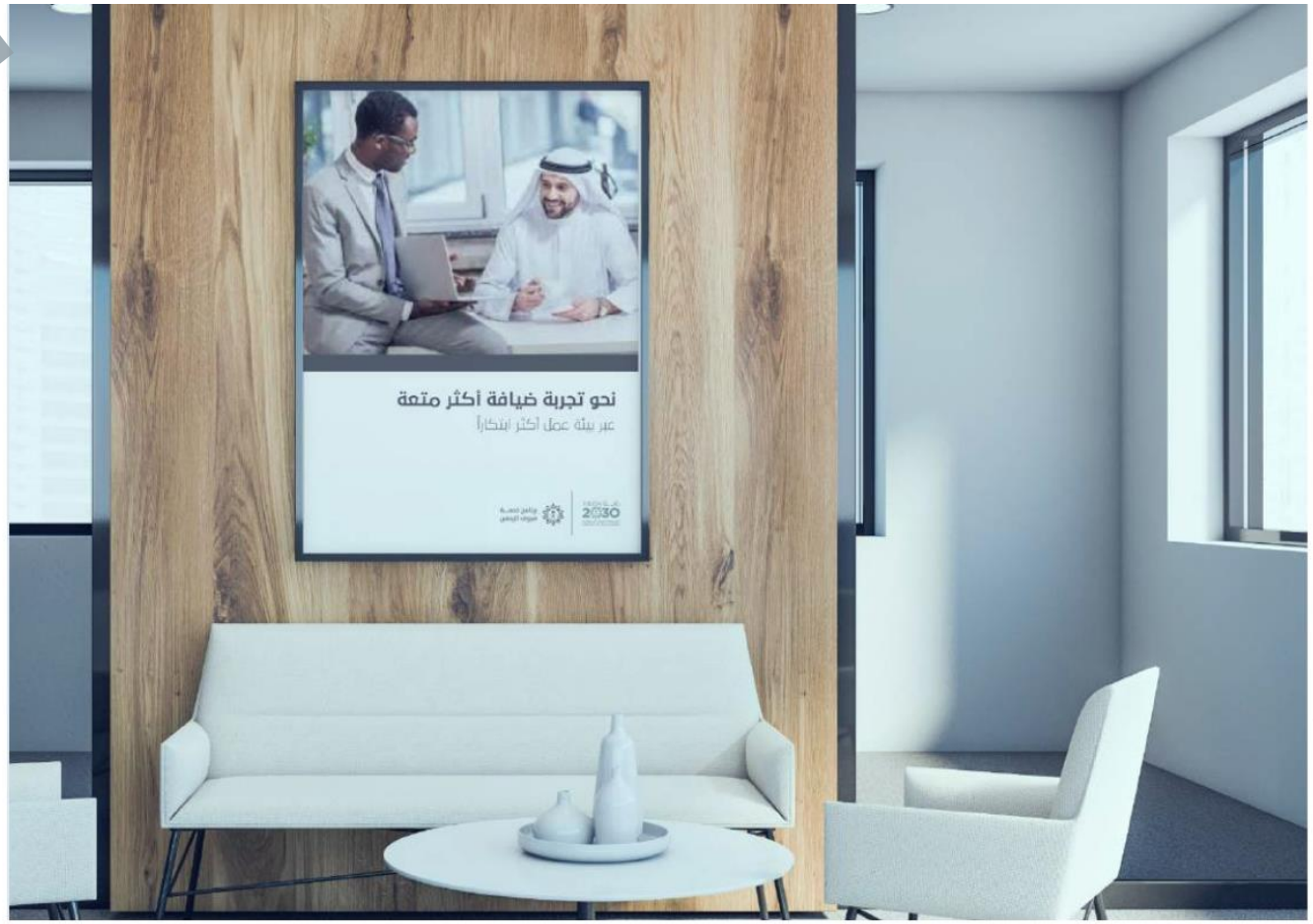
- **الأدوات المكتبية**
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- المواد المرئية

أمثلة للمطبوعات المكتبية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- **التواصل الداخلي والخارجي**
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- المواد المرئية



أمثلة التواصل الداخلي

٠١ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- **التواصل الداخلي والخارجي**
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- المواد المرئية

أمثلة التواصل الداخلي

٠١ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- **البيانات الصحفية**
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- المواد المرئية

مثال لبيان صحفي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- **تقارير الإنجازات**
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- المواد المرئية

مثال لتقارير الإنجازات

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

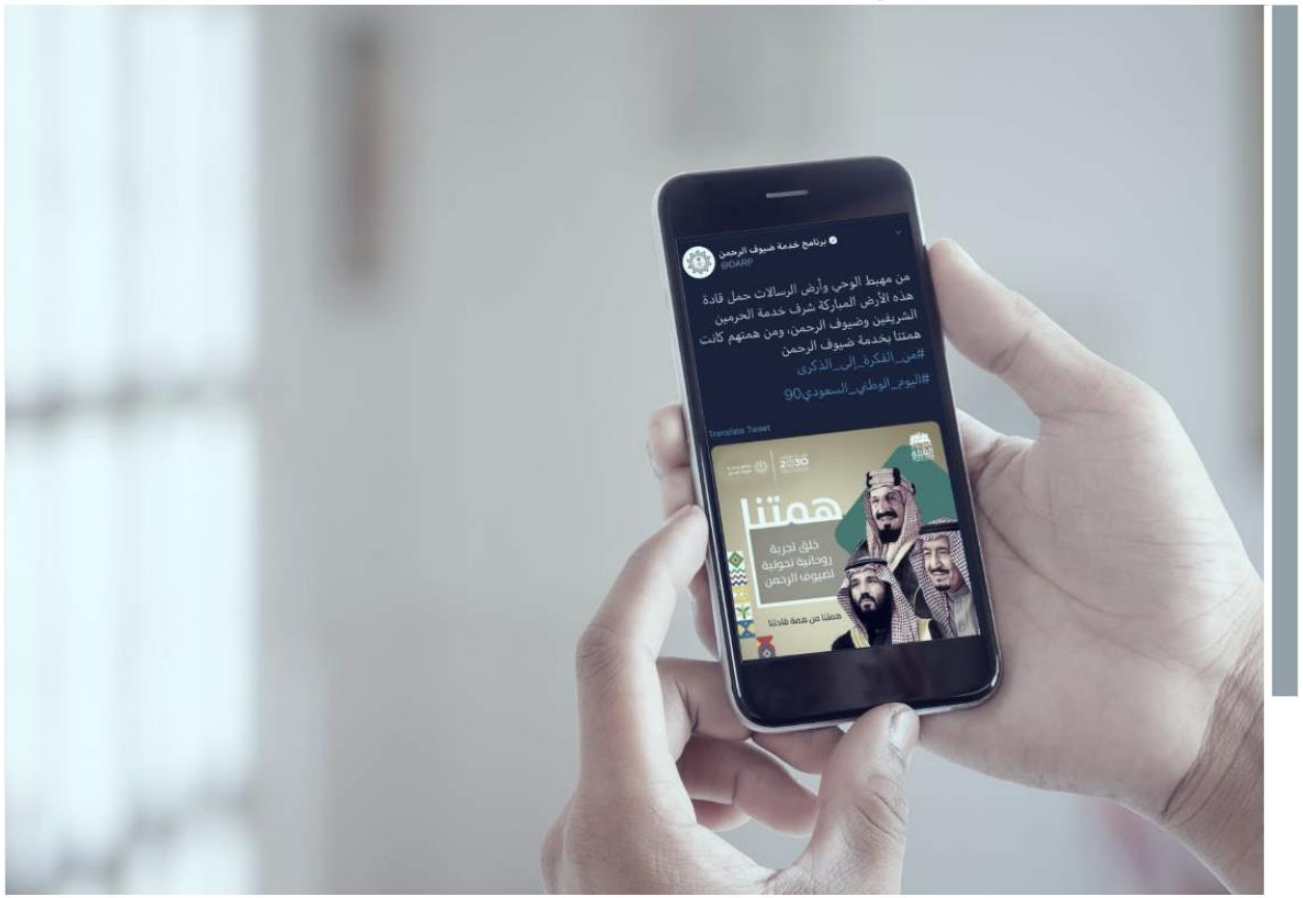
- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- **منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات**
- المواد المرئية

أمثلة لمنشورات وإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- **منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات**
- المواد المرئية

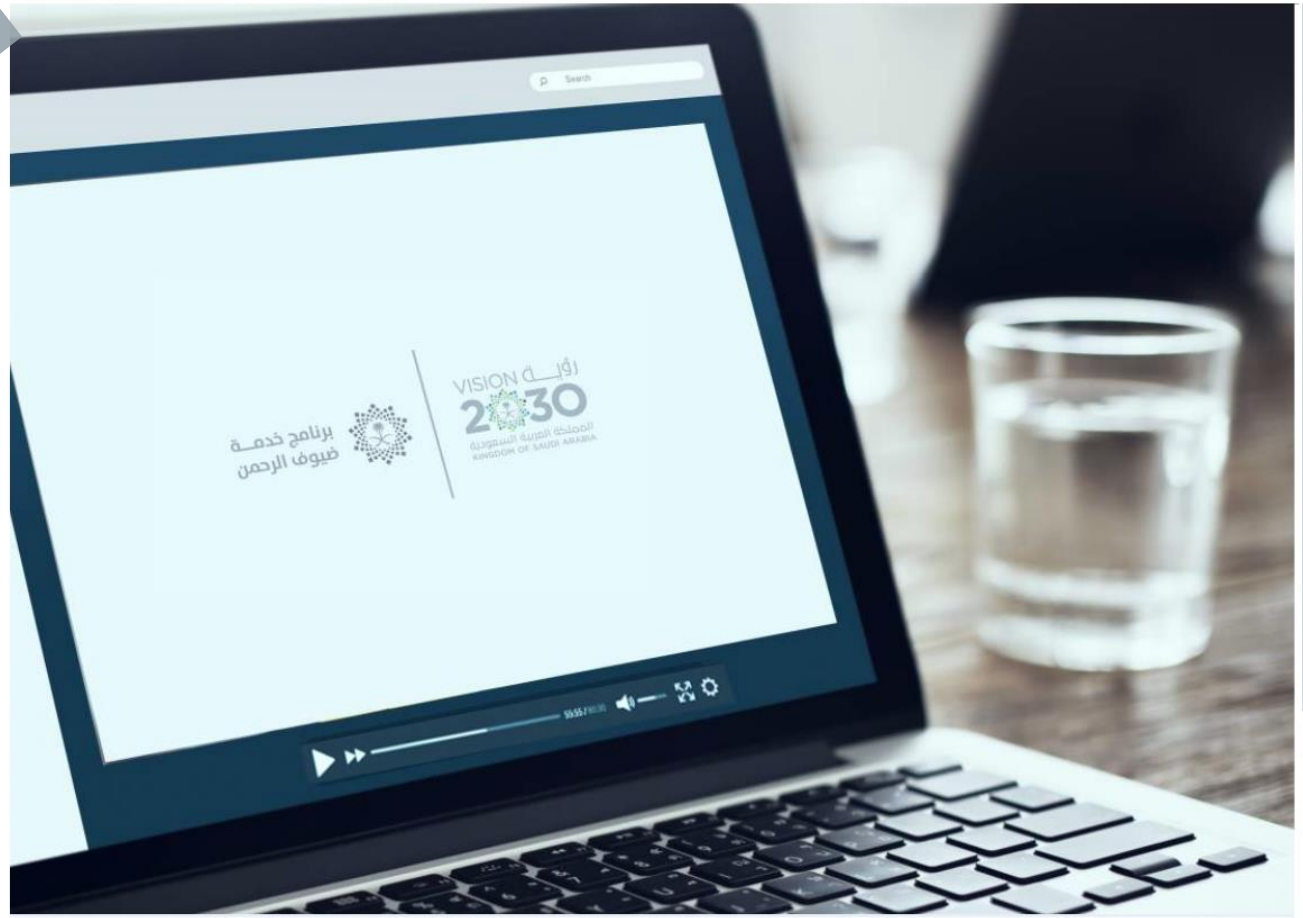


أمثلة لمنشورات وإعلانات مواقع التواصل الاجتماعي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- **المواد المرئية**

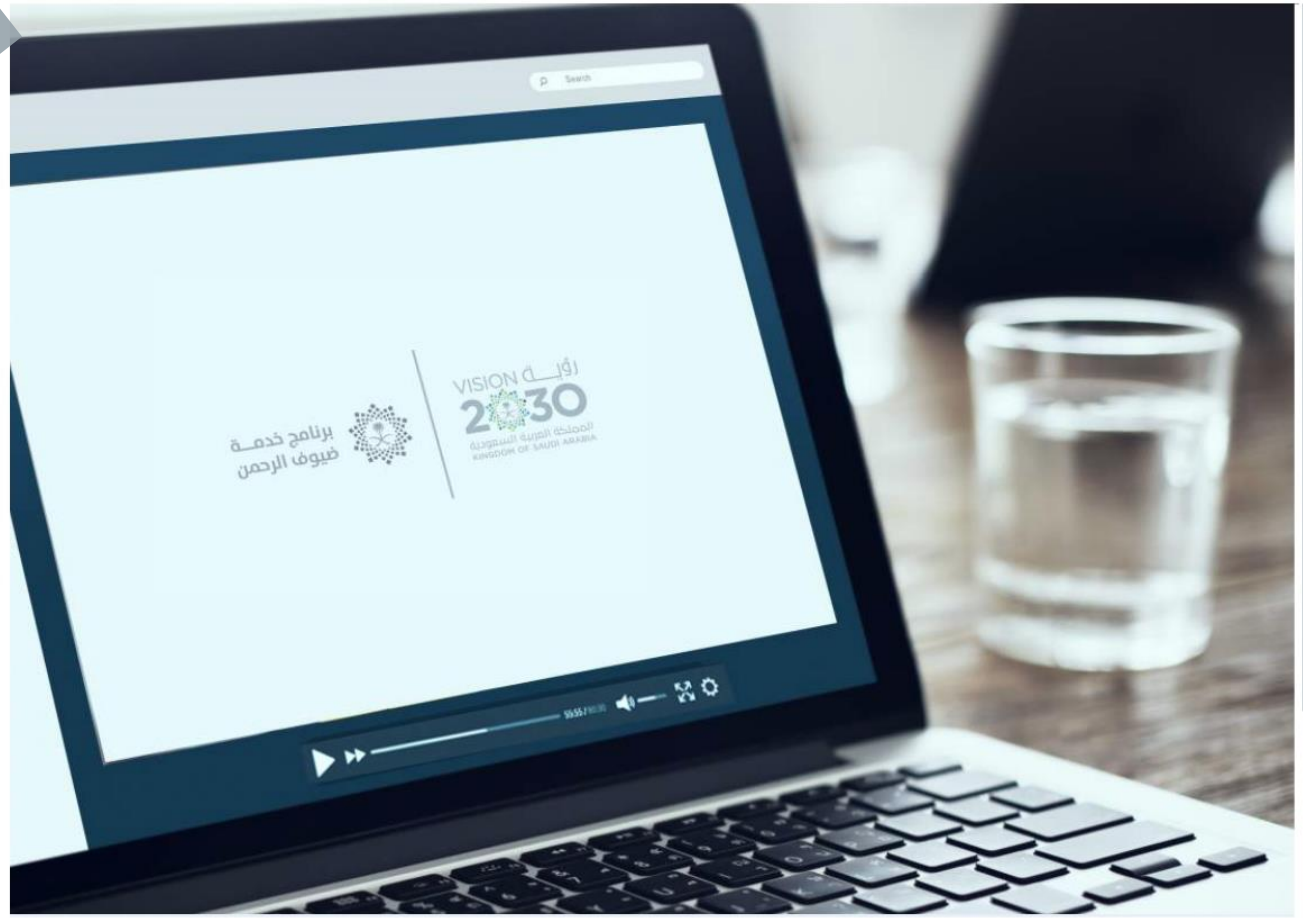


أمثلة للمواد المرئية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع برامج تحقيق الرؤية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل، بما في ذلك:

- الأدوات المكتبية
- التواصل الداخلي والخارجي
- البيانات الصحفية
- تقارير الإنجازات
- منشورات التواصل الاجتماعي والإعلانات
- **المواد المرئية**



أمثلة للمواد المرئية

٢,٣ أمثلة تطبيقية

٢,٣,٢ الجهات التنفيذية

٢,٣ الجهات التنفيذية

٠٢ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات توعوية | إعلانات الطرق

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات الإعلان عن خدمات جديدة | خارجية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات الإعلان عن خدمات جديدة | داخلية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات توعوية | داخلية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

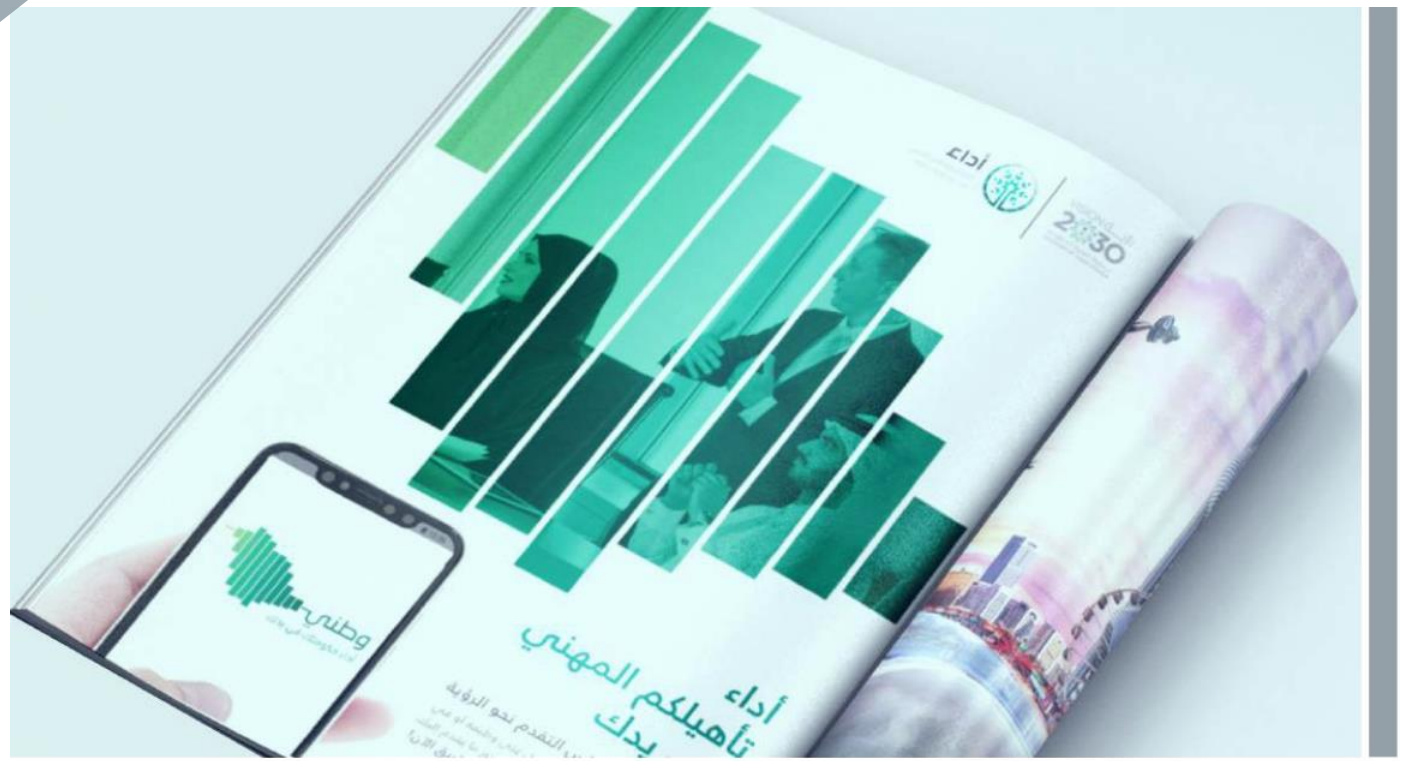
- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات توعوية | داخلية

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض



مثال لحملات توعوية | صحف ومجلات

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات توعوية | صحف ومجلات

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

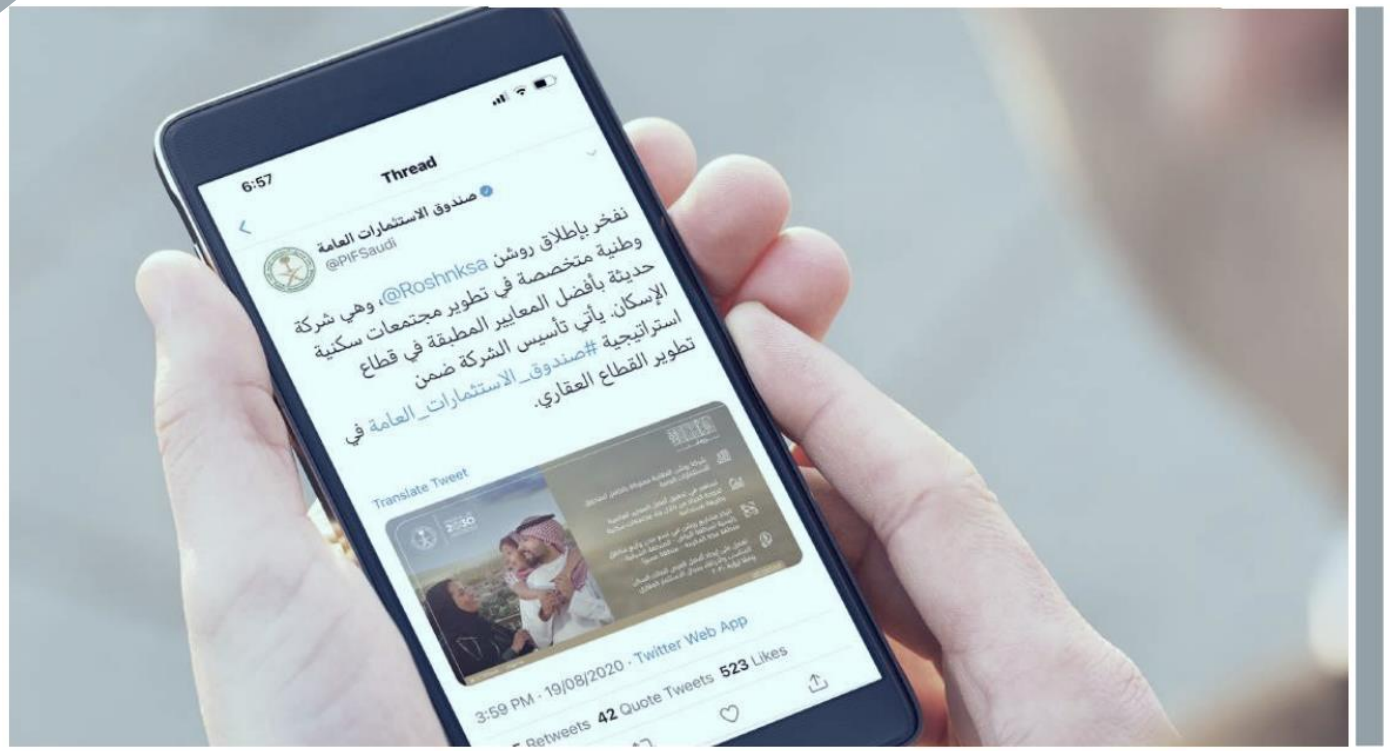
- **الحملات الإعلانية**
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لحملات الإعلان عن خدمة جديدة | إعلان رقمي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- الحملات الإعلانية
- **محتوى وسائل التواصل الاجتماعي**
- المواد المرئية
- منصات العرض



مثال لمنشورات وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- الحملات الإعلانية
- **محتوى وسائل التواصل الاجتماعي**
- المواد المرئية
- منصات العرض

مثال لمنشورات وإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- **المواد المرئية**
- منصات العرض

مثال للمواد المرئية (استخدام الربط البديل)

أمثلة المواد المغطاة

يجب على جميع الجهات التنفيذية استخدام ربط شعار الرؤية في التواصل الداخلي والخارجي المتعلق بتحقيق وتمكين رؤية السعودية ٢٠٣٠، ويشمل ذلك :

- الحملات الإعلانية
- محتوى وسائل التواصل الاجتماعي
- المواد المرئية
- **منصات العرض**

مثال لحملات الإعلان عن منتج | منصات العرض

٢,٣ أمثلة تطبيقية

٢,٣,٣ المشاريع الكبرى

٢,٣ المشاريع الكبرى

٠٣ في أنشطة التواصل الداخلي أو أنشطة التواصل مع الجهات التجارية والحكومية

قاعدة الظهور المشترك (٥٠/٥٠)

تتمتع المشاريع الكبرى مثل نيوم وآمالا وغيرهما بأهمية خاصة، وتعد علامات تجارية فريدة تخدم أهدافا عظيمة، حيث ظهرت جميعها كنتائج مباشرة لرؤية السعودية ٢٠٣٠، لذلك يجب عليها وضع شعار الرؤية قبل شعاراتها الخاصة في التواصل الموجه إلى الجهات التجارية والحكومية.

٠٣ في أنشطة التواصل الداخلي أو أنشطة التواصل مع الجهات التجارية والحكومية

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية قبل شعار الجهة.
- يجب أن يكون شعار الجهة متناسبا مع شعار رؤية ٢٠٣٠.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار الرؤية.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة ١٠% كحد أقصى.
- يجب الفصل بين الشعارين بخط صغير أو وضعهما داخل إطار كما هو موضح في الشكل.

قاعدة الظهور المشترك (٥٠/٥٠)

عند التواصل التسويقي والموجه إلى الجمهور، يجب الربط من خلال وضع العبارة النصية الموضحة "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية "٢٠٣٠

ربط الشعارات

أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية 2030

ربط الشعارات - الإنجليزية

A SAUDI VISION 2030 FLAGSHIP PROJECT

٢,٣ المشاريع الكبرى

٠٣ في أنشطة التواصل مع الجمهور

الاعتبارات الرئيسية

- يجب وضع شعار الرؤية بعيدا عن شعار الجهة.
- يجب أن يكون شعار الجهة متطابقاً نسبيا في الحجم مع شعار رؤية ٢٠٣٠.
- يجب ألا يكون شعار الجهة أكبر أو أطول أو أعرض من شعار رؤية ٢٠٣٠.
- يمكن زيادة حجم شعار الجهة أفقياً أو رأسياً وفقاً لاحتياجات الجهة بنسبة ١٠% كحد أقصى.
- ليس هناك ضرورة لوضع فواصل بين الشعارات، حيث أنها تبقى منفصلة عن بعضها البعض، ومع ذلك يجب أن تكون في نفس مستوى الرؤية وأن تكون متساوية عند المشاهدة من أجل التعرف عليها وملاحظتها.
- يمكن وضع عبارة صغيرة معبرة عن ارتباط المشروع بدلاً من العبارة التالية: "أحد المشاريع الرئيسية الكبرى لرؤية السعودية ٢٠٣٠ ".
- يجب العودة إلى "مكتب الإدارة الاستراتيجية" لأخذ الموافقة على ظهور العبارة عبر البريد الإلكتروني الموضح في قسم (تواصل معنا).

المشاريع الكبرى في المملكة العربية السعودية

- نيوم
- آمالا
- مشروع البحر الأحمر
- القدية

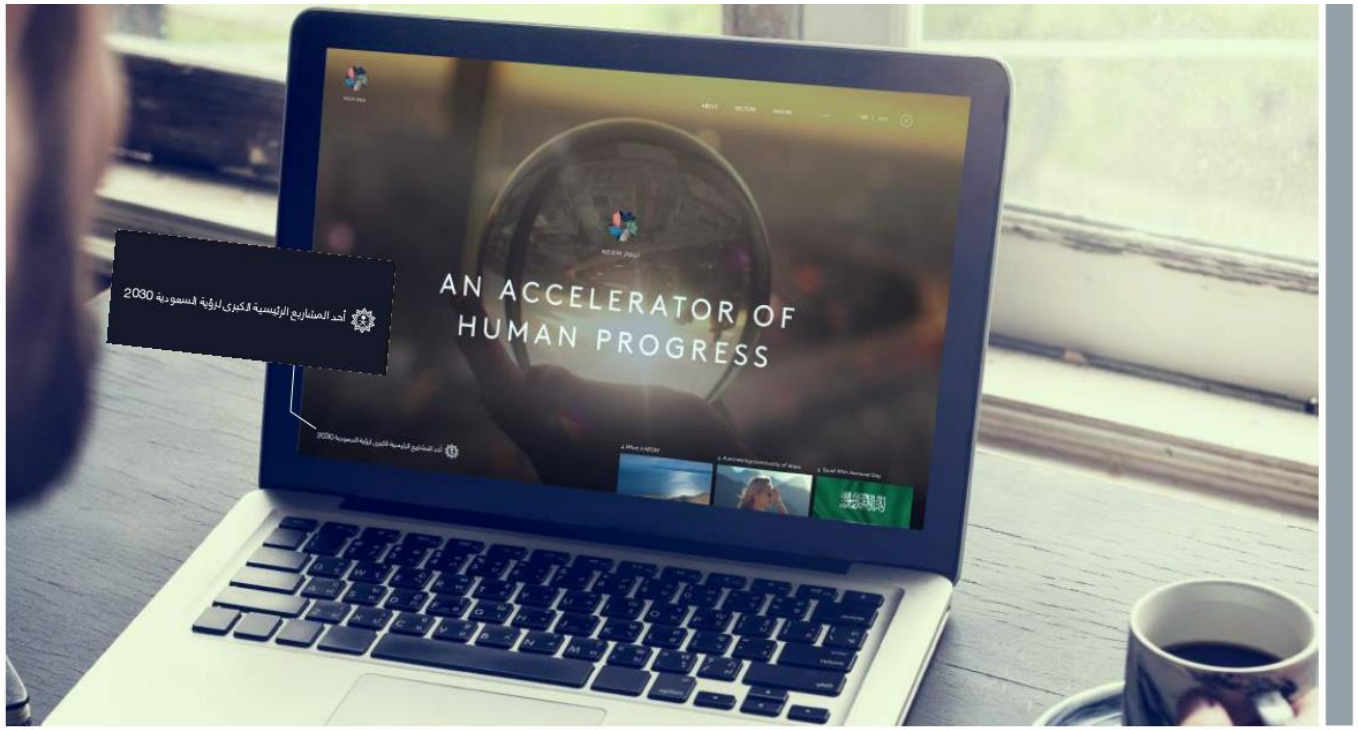
*ملاحظة: هذة أمثلة للتوضيح فقط

٠٣ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- **المواقع الإلكترونية**



المواقع الإلكترونية

٠٣ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- الإعلانات والمطبوعات المكتبية

- الإعلانات والمطبوعات المكتبية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- **اللوحات الاسترشادية في مواقع البناء**

مثال اللوحات الاسترشادية بمواقع البناء

٠٣ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- **الفعاليات والأنشطة**

مثال للفعاليات والأنشطة

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- **المؤتمرات الصحفية**

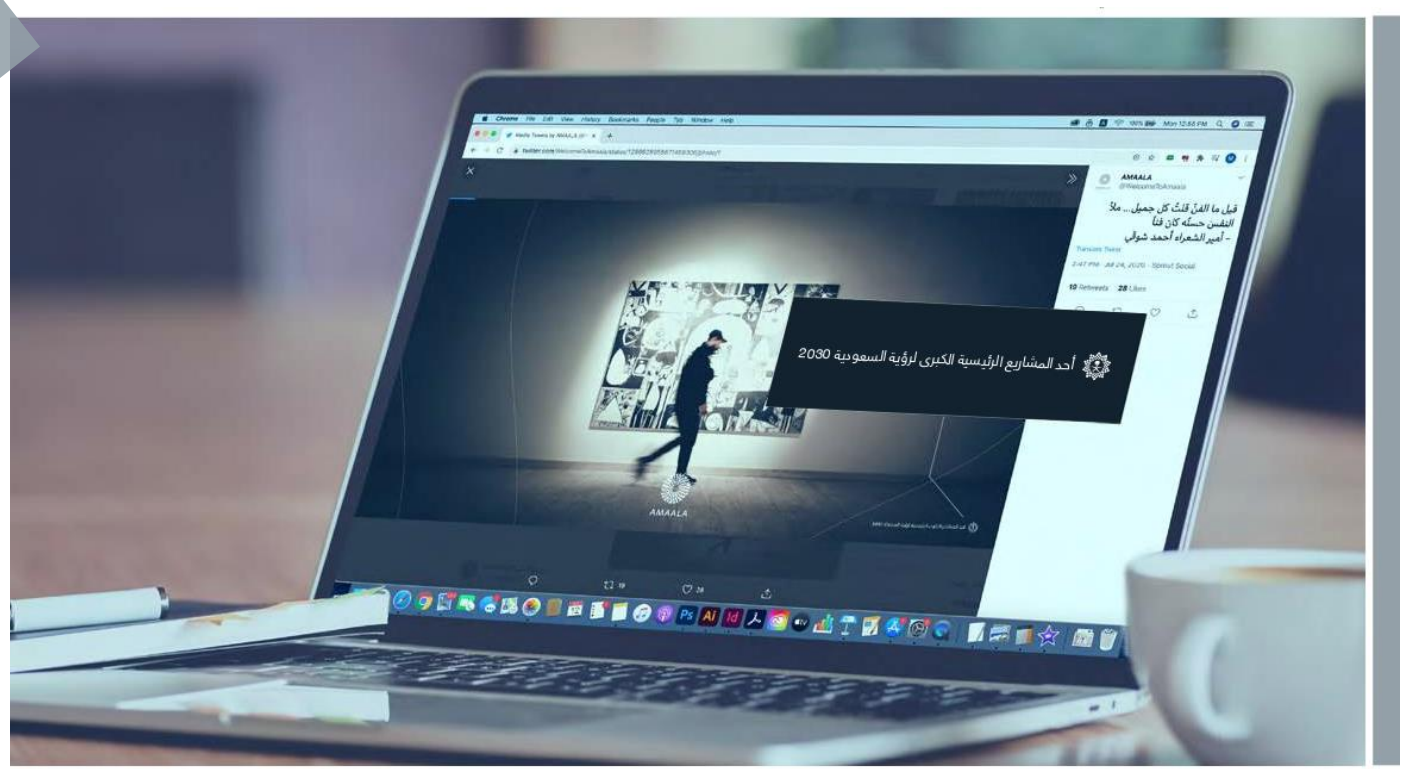
مثال للمؤتمرات الصحفية

٠٣ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- منشورات وسائل التواصل الاجتماعي



مثال لمنشورات وسائل التواصل الاجتماعي

٠٣ أمثلة تطبيقية

أمثلة المواد المغطاة

بما أن هذه القاعدة يجب استخدامها وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات. هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي. فيما يلي قائمة بالمواد المحتملة لربط الشعارات:

- المواد المرئية

مثال للمواد المرئية

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

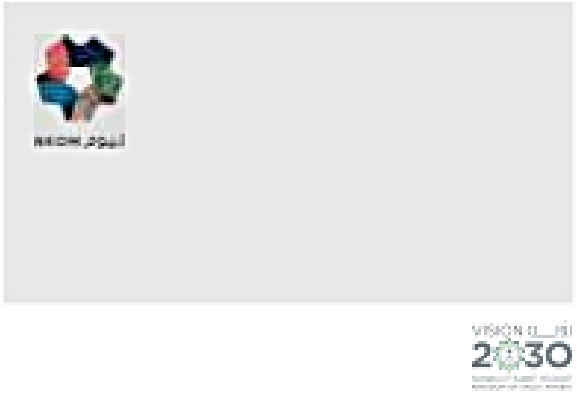
- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

☒ تجنب إظهار شعار رؤية 2030 خارج نطاق الرؤية أو الصورة



٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

☒ تجنب تغيير أي جزء من العبارة التعريفية الخاصة

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

☒ تجنب الاستخدام الخاطئ لشعار رؤية السعودية 2030

٢,٤ أخطاء يجب تجنبها

يرجى ...

- عدم جعل شعار الجهة أكبر من شعار رؤية ٢٠٣٠
- عدم تجاوز المسافة المسموح بها بين شعار رؤية ٢٠٣٠ وشعار الجهة
- عدم ربط الشعارات عمودياً
- عدم إمالة ربط الشعارات
- الاحتفاظ بمنطقة فاصلة أو وضع فاصل
- الالتزام بالظهور المشترك مع شعار رؤية ٢٠٣٠

☒ تجنب استخدام الاتجاه الخطأ لبرامج تحقيق الرؤية والجهات الناشئة - هذا مثال لاتجاه خطأ باللغة العربية

٢,٥ استثناءات

٢,٥,١ الظهور الدولي

الظهور الدولي للمشاريع الكبرى

بالنسبة للحملات العالمية والمناسبات والعروض الترويجية والدعايات؛ هناك مرونة لظهور شعار الرؤية أو عبارة خاصة بعد شعار الجهة، ويجب أن يظهر الشعار بشكل واضح في جميع الأوقات بالقرب من شعار أحد المشاريع الكبرى ليوضح تأييد الرؤية ودعمها لقصة النجاح التي يتم سردها.

٢,٣ استثناءات

٠١ الظهور الدولي

التواصل الدولي للعلامات التسويقية الحكومية

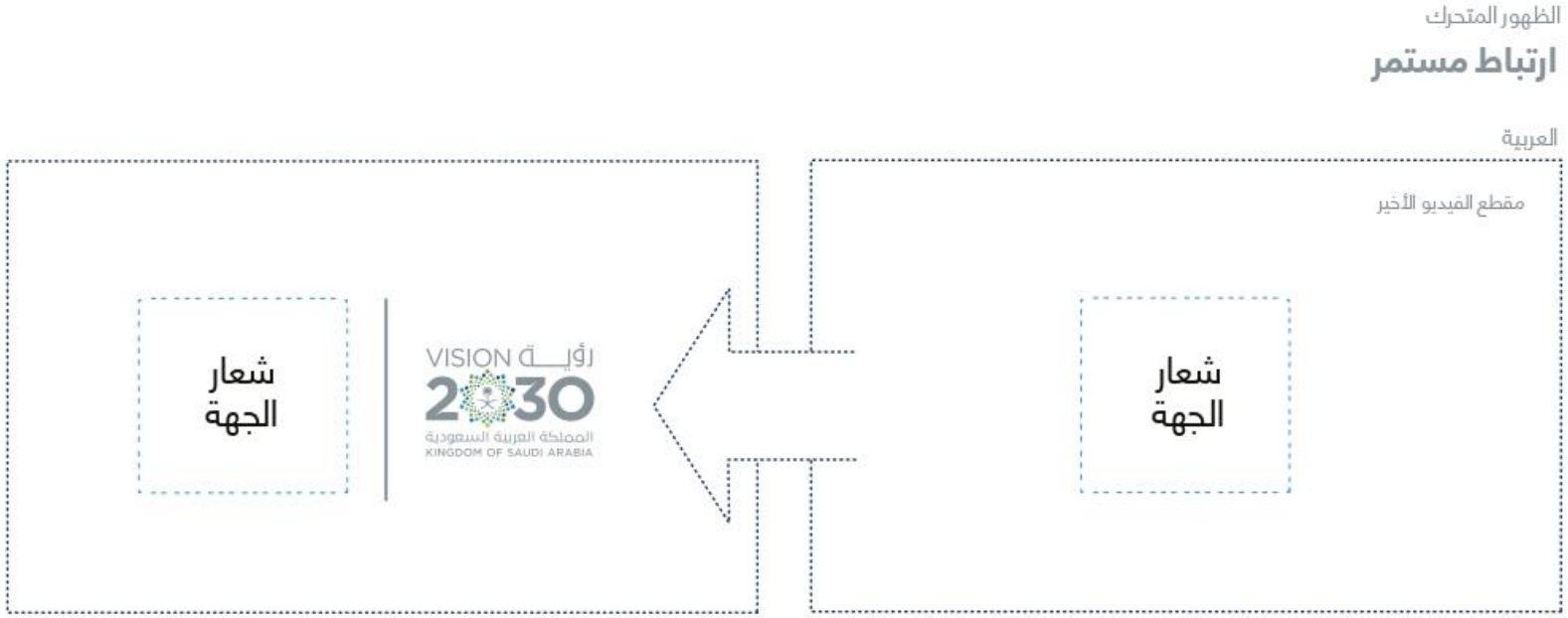
بالنسبة للعلامات التسويقية الحكومية مثل Visit Saudi و Invest Saudi، هناك مرونة لظهور شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠ أو العبارة الخاصة بعد شعار الجهة خلال الحملات والفعاليات والعروض الترويجية العالمية، إلا أنه يجب أن يظهر الشعار بشكل واضح في جميع الحالات بالقرب من شعار العلامة التسويقية ليعكس حيوية الرؤية ودورها في تمكين العلامة التسويقية.

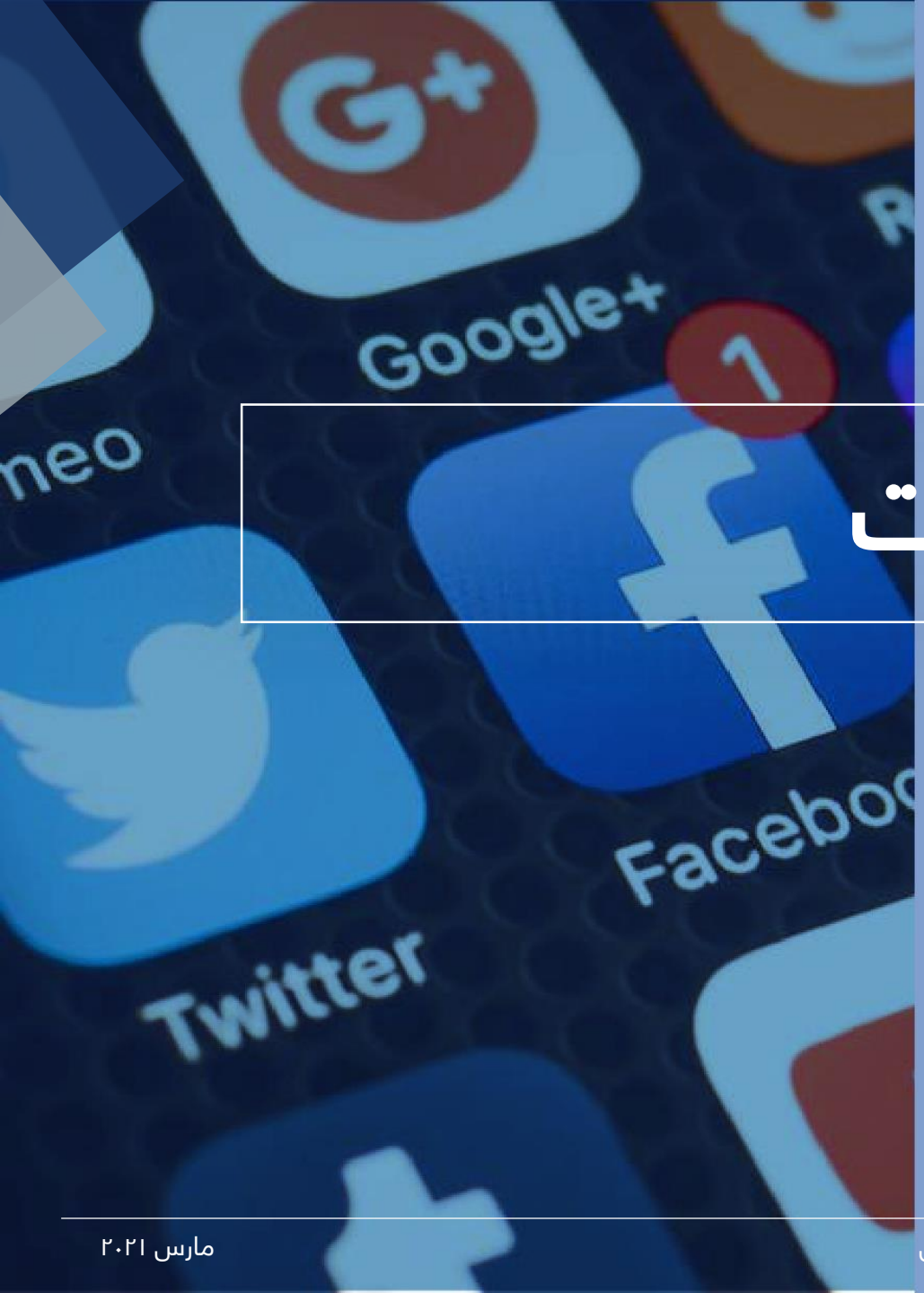
٢,٥ استثناءات

٢,٥ الظهور المشترك

مقاطع الفيديو والرسومات المتحركة

يجب إظهار شعار الجهة قبل ظهور شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠. وينطبق هذا على جميع مقاطع الفيديو وإعلانات التلفزيون والرسومات المتحركة والأفلام الوثائقية ومقاطع الفيديو في جميع الأحوال.





٢,٥ استثناءات

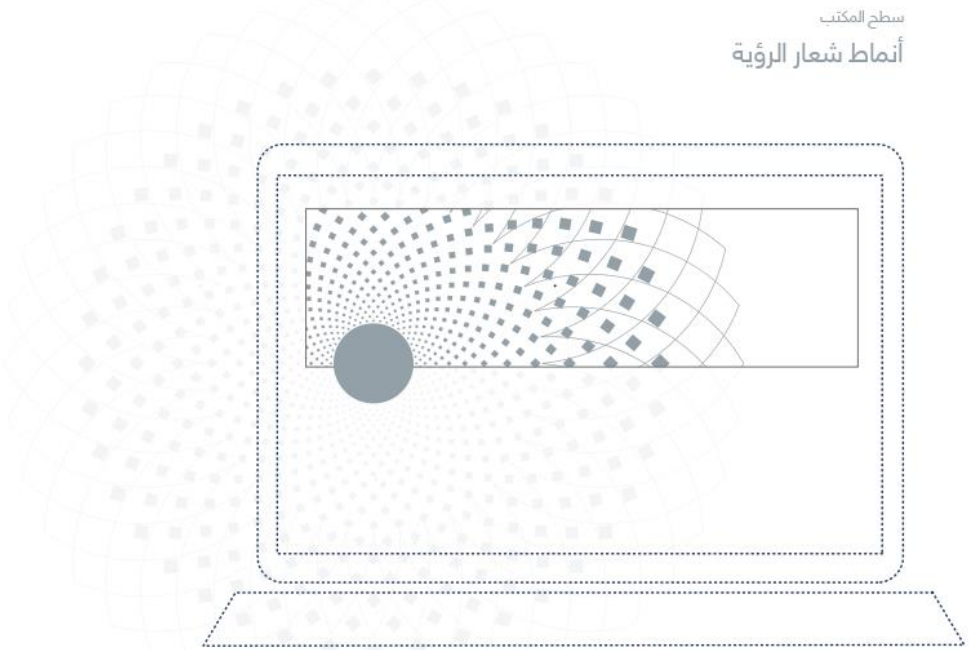
٢,٥. ٣ صور خلفيات حسابات وسائل التواصل الاجتماعي

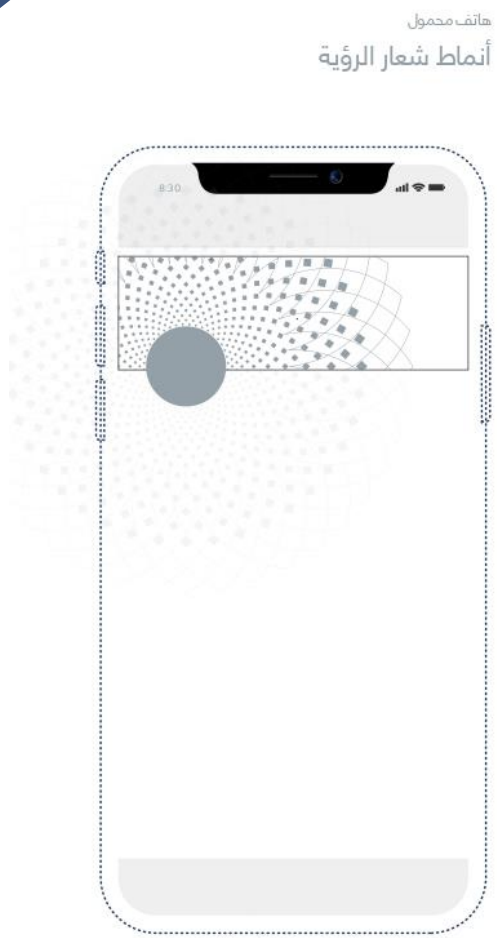
٢,٣ استثناءات

٠١ الظهور المتحرك

مقاطع الفيديو والرسومات المتحركة

يجب إظهار شعار الجهة قبل ظهور شعار رؤية السعودية ٢٠٣٠. وينطبق هذا على جميع مقاطع الفيديو وإعلانات التلفزيون والرسومات المتحركة والأفلام الوثائقية ومقاطع الفيديو في جميع الأحوال.





٢,٥ استثناءات

٢,٥. ٤ تعاون أصحاب المصلحة

٢,٣ استثناءات

٠٤ تعاون أصحاب المصلحة

مقاطع الفيديو والرسومات المتحركة

فيما يتعلق بالتعاون بين أصحاب المصلحة، هناك نموذجان لاستخدام الظهور المشترك كما يلي:

تعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها يشمل ذلك المبادرات والبرامج والخدمات والمناسبات والمنتديات الخاصة بأصحاب المصلحة والتي تحمل اسماً وشعاراً خاصاً تعاون مشترك دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرهاً في حال عدم وجود اسم أو شعار معين للمبادرات والبرامج والخدمات والمناسبات والمنتديات الخاصة بأصحاب المصلحة.

٢,٣ استثناءات

٠٤ تعاون أصحاب المصلحة

الاعتبارات الرئيسية

- بما أن شعار الرؤية هو المساهم الرئيسي في التعاون، يجب وضعه بعناية، إما في الوسط بين شعارات أصحاب المصلحة في حال وجود شعار يعبر عن التعاون، أو قبلها في حال لم يحمل التعاون وسما ً أو شعاراً أو اسماً مميزاً خاصاً - يجب أن يكون شعار الرؤية أكبر حجما من شعارات المساهمين أو الرعاة الآخرين بنسبة .%٣٠-١٥ويشمل ذلك الإعلانات الخارجية، ولكن يجب العودة إلى "مكتب الإدارة الاستراتيجية"

لأخذ الموافقة على شكل الظهور، عبر البريد الإلكتروني الموضح في قسم (تواصل معنا).

- ليس هناك ضرورة لوضع فواصل بين الشعارات، ومع ذلك يجب أن تكون في نفس مستوى الرؤية وأن تكون تعاوناً مشتركا دون علامة تسويقية خاصة: متساوية عند المشاهدة من أجل التعرف عليها وملاحظتها.

العربية

مثال للمواد المرئية

رغم أنه يجب استخدام هذه القاعدة وتطبيقها بصرامة، إلا أنه يجب استخدامها بشكل انتقائي وحصري في التواصل والمواد التسويقية التي تعرض المنتجات والخدمات والإنجازات التي يقدمها التعاون.

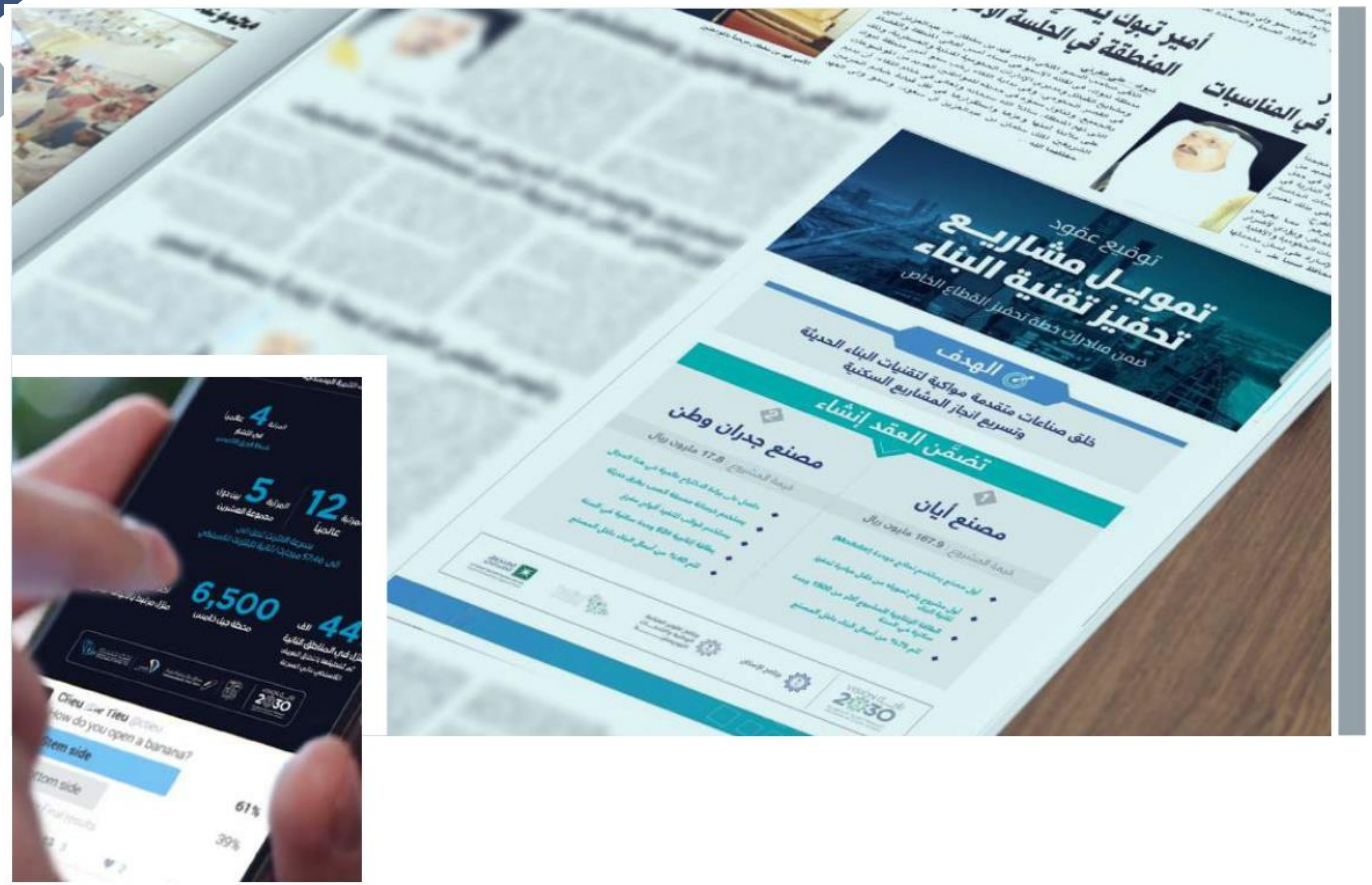
هذا يعني أنه ليس بالضرورة تطبيق ربط الشعارات على التواصل الداخلي.

مثال لتعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

٠٤ تعاون أصحاب المصلحة

تعاون مشترك بوجود هوية للحدث أو مناسبة أو غ

نشاهد هنا مبادرة مستقبل الاستثمار كمثال لتوضيح الطريقة الأمثل لاستخدام الظهور المشترك في حال كان التعاون كذلك. يمكن أن نرى بوضوح شعار المبادرة بينما شعار الرؤية يظهر بشكل واضح بين الجهات المساهمة



مثال لتعاون مشترك دون وجود هوية للحدث أو مناسبة أو غيرها

١,٠ مظهر الربط

٣,١ قاعدة تناسب الانتباه

٣,٢ كيفية تطبيق القاعدة

٣,١ قاعدة تناسب الانتباه

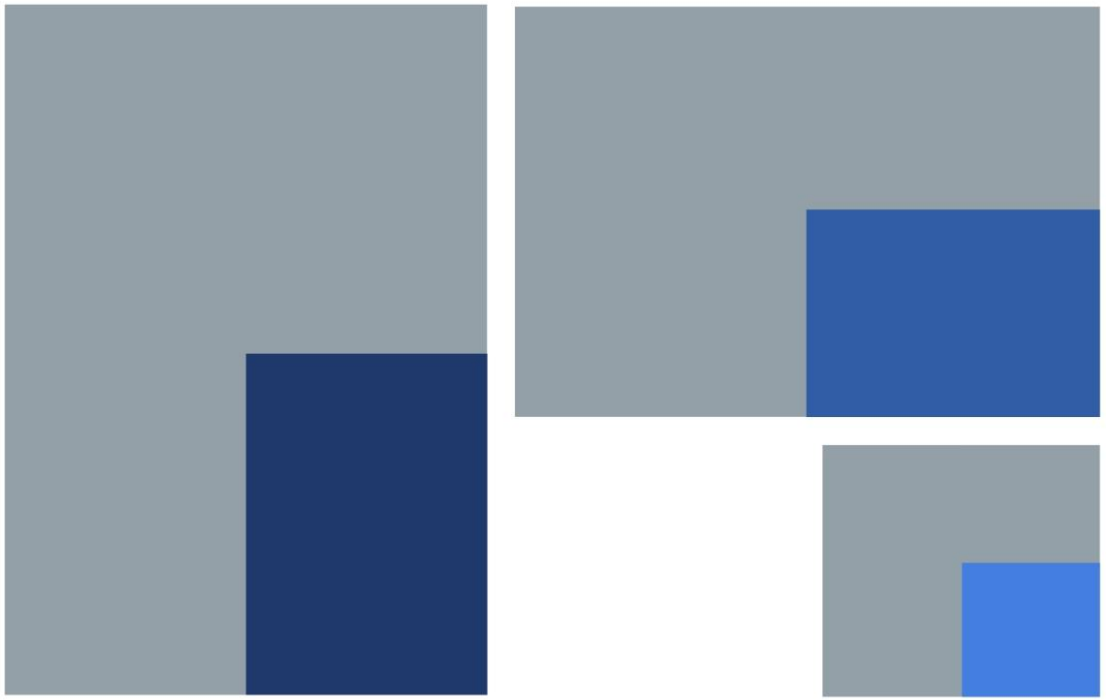
٠٢ عند الظهور باللغة الإنجليزية

التحكم في الانتباه

لتحقيق أقصى قدر من الانتباه، يجب الاحتفاظ بمساحة كافية لربط شعار الرؤية حتى يظهر بشكل واضح، مع ضمان ظهور الرؤية كجزء لا يتجزأ من القصة التي يتم سردها.

قاعدة تناسب الانتباه

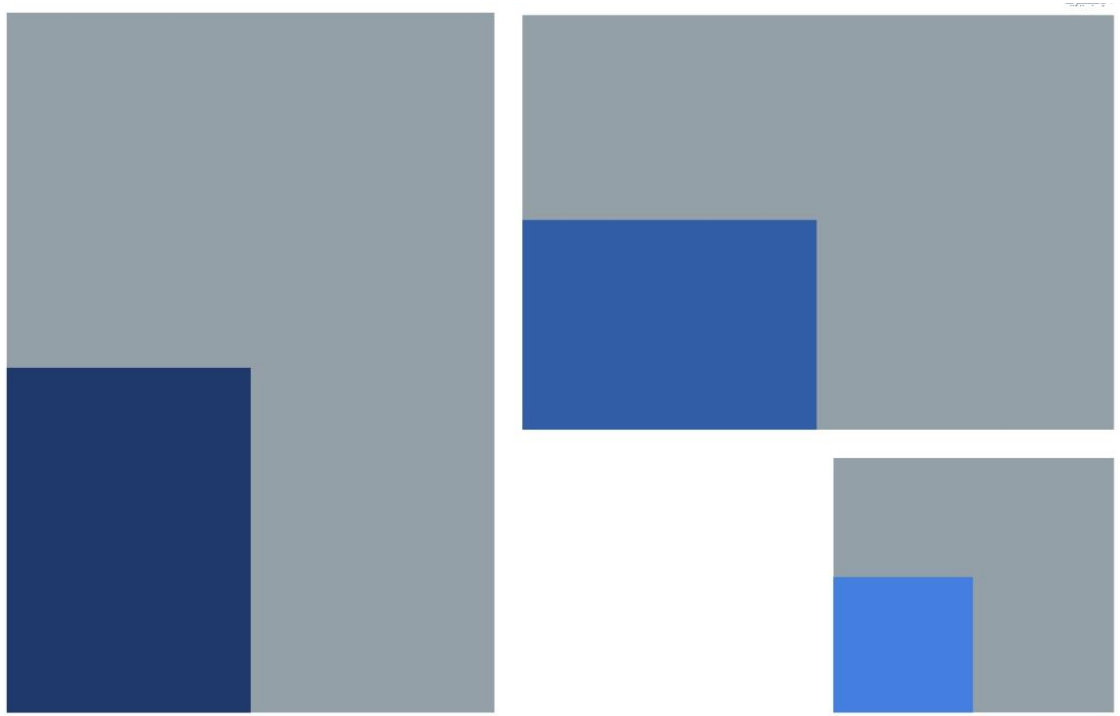
تخصيص ٢٥%من مساحة التواصل لوضع ربط الشعارات داخلها، وبهذه الطريقة يتم لفت الانتباه مباشرة إلى الظهور المشترك وتظهر الرؤية كعامل مساعد للنجاح، بينما يظهر شعار الجهة بوضوح على أنها محقق الرؤية.



الإنجليزية

٣,١ قاعدة تناسب الانتباه

٠٢ عند الظهور باللغة الإنجليزية



الإنجليزية

التحكم في الانتباه

لتحقيق أقصى قدر من الانتباه، يجب الاحتفاظ بمساحة كافية لربط شعار الرؤية حتى يظهر بشكل واضح، مع ضمان ظهور الرؤية كجزء لا يتجزأ من القصة التي يتم سردها.

قاعدة تناسب الانتباه

تخصيص ٢٥%من مساحة التواصل لوضع ربط الشعارات داخلها، وبهذه الطريقة يتم لفت الانتباه مباشرة إلى الظهور المشترك وتظهر الرؤية كعامل مساعد للنجاح، بينما يظهر شعار الجهة بوضوح على أنها محقق الرؤية.

٠٢ عند الظهور باللغة الإنجليزية

استخدام ربط الشعارات

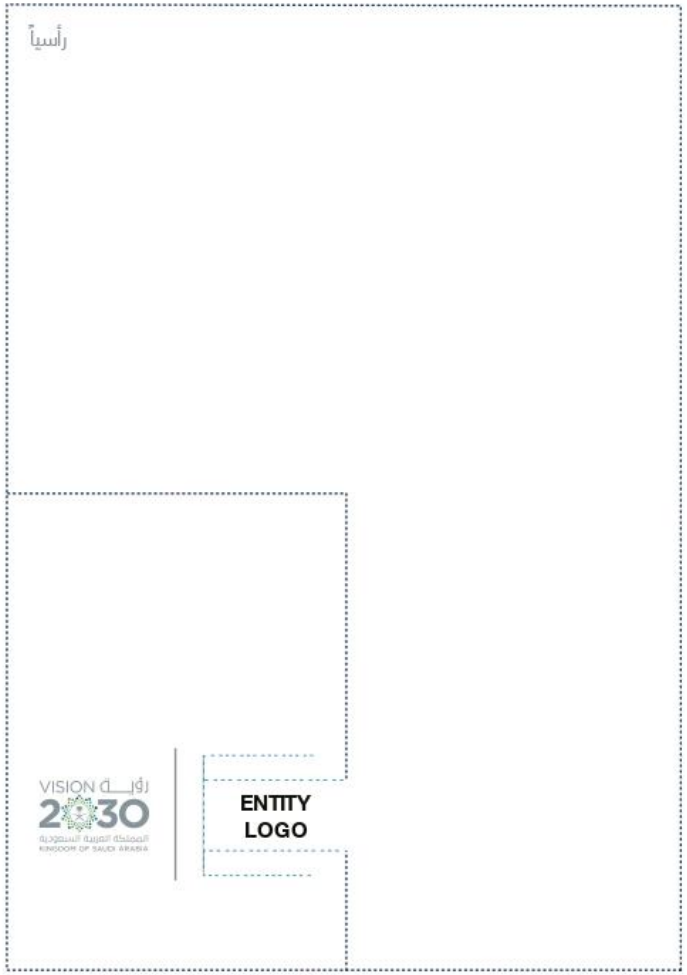
يجب أن يحظى ربط شعار الرؤية بالانتباه الكافي في جميع المواد التسويقية والتواصلية، المطبوع منها والرقمي.

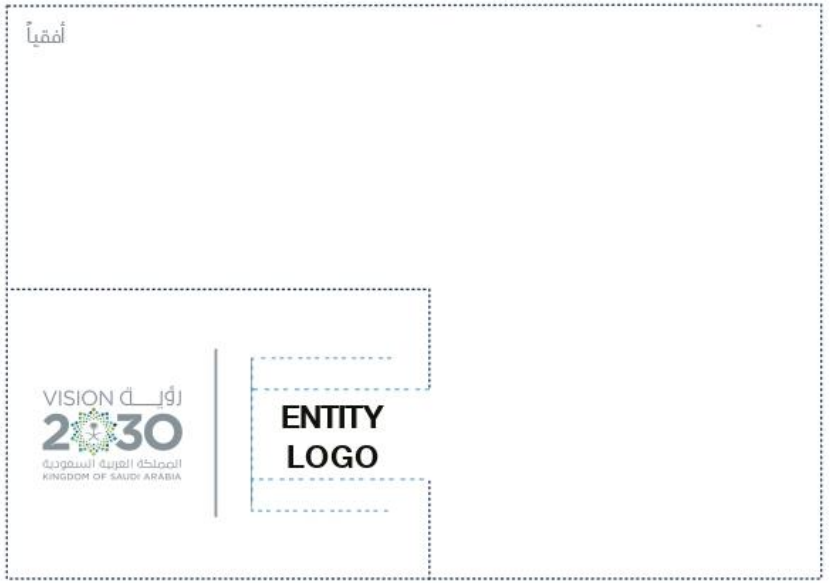
٣,١ قاعدة تناسب الانتباه

٠٢ عند الظهور باللغة الإنجليزية

استخدام ربط الشعارات

يجب أن يحظى ربط شعار الرؤية بالانتباه الكافي في جميع المواد التسويقية والتواصلية، المطبوع منها والرقمي.





النهاية