



حیات بہ نسیان

بسم الله الرحمن الرحيم



برند حیات سبز سبحان

شرکت حیات سبز سبحان، تأسیس شده در سال ۱۳۹۰، در حوزه تولید و عرضه نهاده‌های کشاورزی فعالیت می‌کند. این شرکت با تمرکز بر تولید کودهای شیمیایی، آلی و زیستی، از جمله کودهای کامل NPK، نیترات پتاسیم و کودهای کلاته و مایع، به ارتقاء کیفیت و پایداری کشاورزی کشور کمک می‌کند.

علاوه بر تولید محصولات، حیات سبز سبحان با راه‌اندازی آزمایشگاه‌های تجزیه آب، خاک، گیاه و کود، و کلینیک گیاه‌پزشکی، خدمات تخصصی مشاوره‌ای به کشاورزان ارائه می‌دهد. این خدمات به منظور بهبود عملکرد محصولات کشاورزی و دستیابی به کشاورزی پایدار طراحی شده‌اند.

شخصیت برند BRAND PERSONALITY



رمز بی رمزرویش

حیات سبز با شعار «رمز بی رمزرویش»، تلاش می‌کند که با اتکا به دانش روز و فناوری‌های نوین، به تولید و عرضه‌ی محصولات کشاورزی مؤثر، ایمن و باکیفیت بپردازد.

هنگامی که این شعار را خارج از یک متن به کار می‌بریم (مثلاً روی یک بنر، کارت یا جعبه)، نیازی به گذاشتن نقطه در انتهای آن یا قرار دادن داخل گیومه نیست. اما در داخل متن، لازم است که شعار همیشه داخل گیومه قرار گیرد تا هویت و تمایز آن حفظ شود.

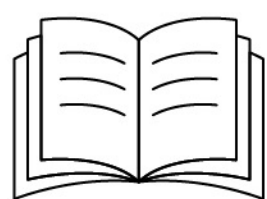
در فعالیت‌ها، تأکید بر حمایت مؤثر از کشاورز، ارائه خدمات کاربردی، مسئولیت‌پذیری نسبت به زمین و محصول، و انتقال دانش علمی کاملاً مشهود است. این رویکرد باعث شده صرفاً یک تأمین‌کننده نباشیم، بلکه به عنوان شریکی قابل اعتماد و همراه در مسیر تولید پایدار و اصولی شناخته شویم.

اهداف اصلی:

ارتقاء کیفیت و بهره‌وری در کشاورزی ایران
بهبود عملکرد محصولات زراعی و باغی
ترویج کشاورزی علمی و پایدار
ارائه راه‌حل‌های تخصصی و مقرون‌به‌صرفه

استراتژی‌های برند:

تمرکز بر تولید کودهای مؤثر
ارائه خدمات آزمایشگاهی و مشاوره‌ای
توسعه شبکه توزیع در مناطق مختلف کشور
ایجاد ارتباط ماندگار و اعتمادساز با مشتری



تمرکز بر آموزش و ارتقاء علمی جامعه کشاورزی

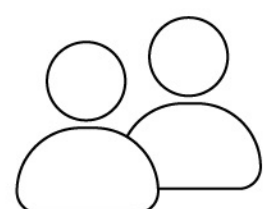
ما باور داریم کشاورزی مدرن بدون آموزش امکان پذیر نیست. انتقال دانش و ارائه محتوای کاربردی بخشی جدانشدنی از مسئولیت ماست.



وجدان حرفه‌ای و پاسخ‌گویی آگاهانه

نسبت به دانشی که منتقل می‌کنیم، و محصولی که تولید می‌کنیم، مسئولیم. ما اثر می‌گذاریم، پس مسئولانه و آگاهانه عمل می‌کنیم.

ارزش‌های برند بازتاب‌دهنده شخصیت، باورها و تعهدات این برند هستند. این ارزش‌ها مسیر ارتباط با مخاطبان را روشن می‌کنند و با ایجاد اعتماد و وفاداری، جایگاهی متمایز و معنادار در ذهن آن‌ها شکل می‌دهند.



تعامل مستمر و شفاف با جامعه کشاورزی

ما به گفت‌وگوی دوطرفه باور داریم. شنیدن دغدغه‌های کشاورز، پاسخ‌گویی صادقانه و ارتباط مستمر، اساس اعتماد و رشد مشترک ماست.



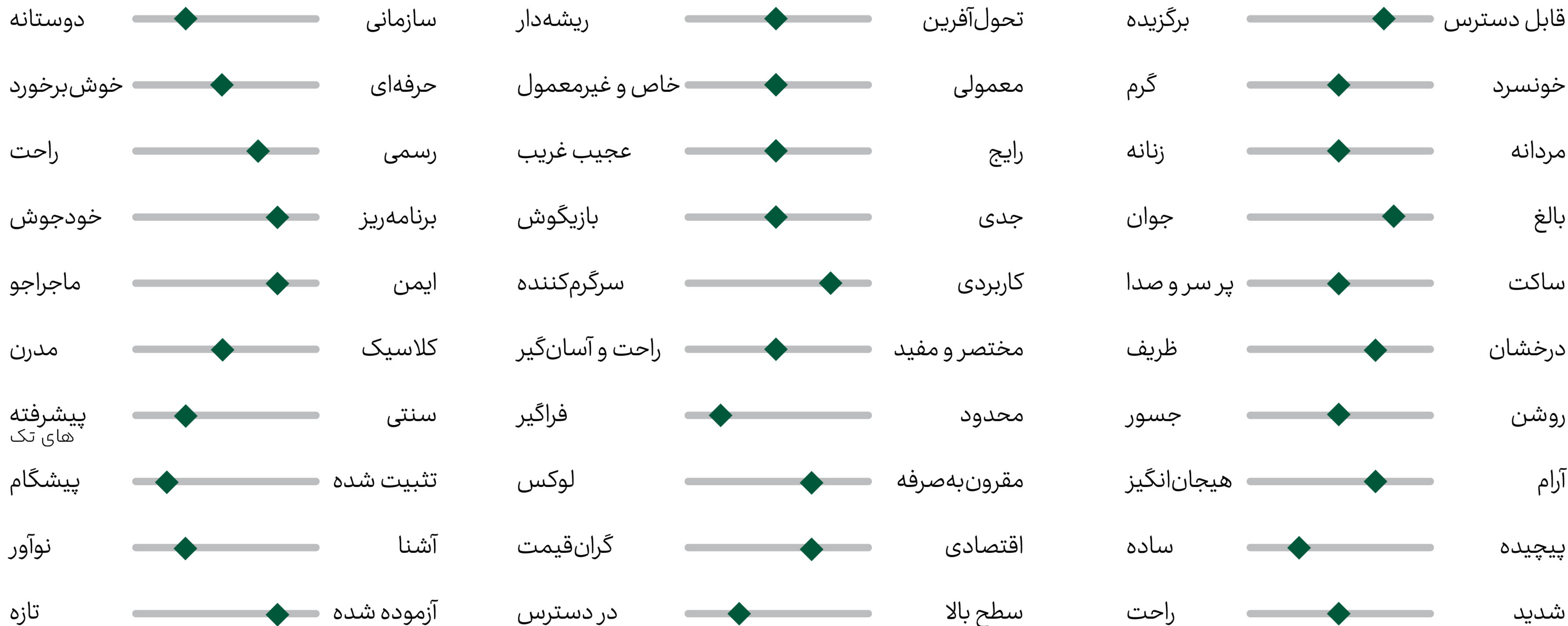
تلاش برای ایجاد تغییرات مثبت و پایدار

تمام فعالیت‌های ما با نگاهی به آینده طراحی می‌شوند؛ آینده‌ای که در آن کشاورزی ایران سبزتر، زمین زنده‌تر و عملکرد مزرعه‌ها بهتر باشد.

روحیه حمایت‌گری و تعهد به موفقیت مشتریان

ما در کنار کشاورز فقط یک تأمین‌کننده نیستیم؛ همراه، مشاور و پشتیبانی هستیم که تا رسیدن به نتیجه، پای کار می‌ماند.

- متعهد و مسئولیت‌پذیر است
- با نگاهی آینده‌نگر و دغدغه‌مند، همواره در کنار مخاطبان خود می‌ماند.
- همراهی قابل‌اعتماد و قابل‌اتکا که با وفاداری، صداقت و اخلاق‌مداری، ارتباطی انسانی، بی‌آلایش و معنادار می‌سازد
- در ارتباط، صبور و پاسخگو عمل می‌کند؛ با لحنی صمیمی، متعادل و صادقانه به آموزش و مشاوره می‌پردازد و شنیدن را به خوبی می‌داند.
- ارتباط با مخاطب در این برند، مبتنی بر همراهی و شفافیت است.
- در حرفه خود، برندی متخصص، علمی و عمل‌گراست و برندی پیشگام است
- نیاز مشتری را درک می‌کند و پاسخی ارائه می‌دهد ساده، بدون پیچیدگی و بدون استفاده از کلمات قلمبه و سلمبه بیان می‌کند.
- قابل‌دسترس، ایمن و کاربردی است و با محصولاتی که آزموده‌شده بی‌ادعا همراهی مؤثر واقع می‌شود.
- نه خیلی رسمی است نه راحت اما با تخصص خود همراه و دلسوز مشتریان‌ش هست.



حامی

caregiver

حامی شخصیتی است که با دلسوزی، مسئولیت‌پذیری و تعهد عمیق به دیگران، نقش پشتیبان و مراقب را ایفا می‌کند.

او دغدغه‌ی کمک به دیگران، رفع نیازهایشان و ایجاد امنیت و آرامش برای آنها را دارد.

برندهای حامی معمولاً مهربان، فداکار، صادق و عملگرا هستند و مأموریت خود را حمایت واقعی از مشتریان می‌دانند، نه صرفاً فروش محصول.



حامی
caregiver



رهبر
Ruller



دلچک
Jester



شهروند
Everyman



یاغی
Rebel



قهرمان
Hero



حکیم
Sage



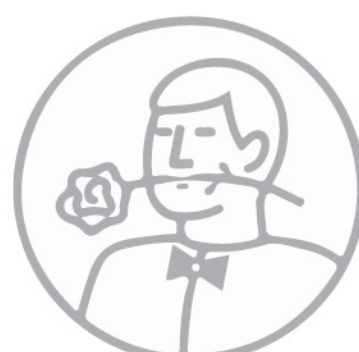
جستجوگر
Explrer



بی‌گناه
Innocent



خلاق
Crative



عاشق
lover



جادوگر
Magician



هویت بصری برند BRAND VISUAL IDENTITY





لوگوی تصویری حیات سبز سبحان تلفیقی است از فرم طبیعی برگ و حرکت روبه رشد جوانه، که نماد حیات، پویایی و کشاورزی پایدار است. فرم ساده و مینیمال آن، علاوه بر ماندگاری بصری، قابلیت استفاده در مقیاس‌های مختلف را فراهم می‌کند. این نشان تصویری، بیانگر تعهد برند به حفظ سلامت زمین، نوآوری در محصولات و همراهی با کشاورزان در مسیر رشد و ثمردهی است.

لوگو تایپ برند حیات سبز سبحان با الهام از دو عنصر بنیادین آب و خاک در کشاورزی و در نظر گرفتن فرم موج آب و خاک شخم خورده، به زبان طراحی ترجمه شده تا پیوندی میان طبیعت و هویت برند برقرار کند.

حیات سبز سبحان

لوگو حیات سبز سبحان تشکیل شده از نشان تصویری و نشان نوشتاری است که در خور جایگاه استفاده، طراح می‌تواند از دو طرح استفاده کند. اولویت استفاده با طرح شماره ۱ است و طرح شماره ۲ برای قرارگیری در لی‌اوت‌های وسط چین و یا قرارگیری در وسط صفحه است (مثل کارت شناسایی کارمندان)



در طراحی نشان نوشتاری از گزید ۱ به ۳ استفاده شده به این صورت که ضخامت حروف سه برابر فواصل بین حروف است.







برای حفظ انسجام لوگو و یکپارچگی
برند، در استفاده صحیح لوگو دقت
کنید.

در هم نشینی لوگو و تایپ، کادر دور
لوگو باید همیشه تو پر باشد و کادر
تایپ هم رنگ با رنگ زمینه باشد.



طراحی نشانه به نحوی است که در هر سایز و موقعیتی عملکرد مناسب داشته باشد. هنگام تغییر سایز مهم است که نشانه و نشان نوشته به طور متناسب تغییر مقیاس دهند. کوچکترین سایز نشانه به همراه نشان نوشته برای صفحه‌های نمایشی ۹۰PX و برای چاپ ۳CM است و کوچکترین سایز نشان نوشته به تنهایی برای صفحه‌های نمایشی ۴۰PX و برای چاپ ۱.۵CM است

حیات بزرگچکان

حیات بزرگچکان

حیات بزرگچکان 40 px 1.5 cm



90 px 3 cm

از نشانه تصویری برای آیکون شبکه های اجتماعی و فضاهای کوچک استفاده شود.
استفاده جداگانه از نشانه و نشان تصویری بلامانع است.
از هرگونه تغییر در رنگ و زوایا و نسبت های نشانه پرهیز شود.
از افکت های تصویری مثل سایه پرهیز شود.





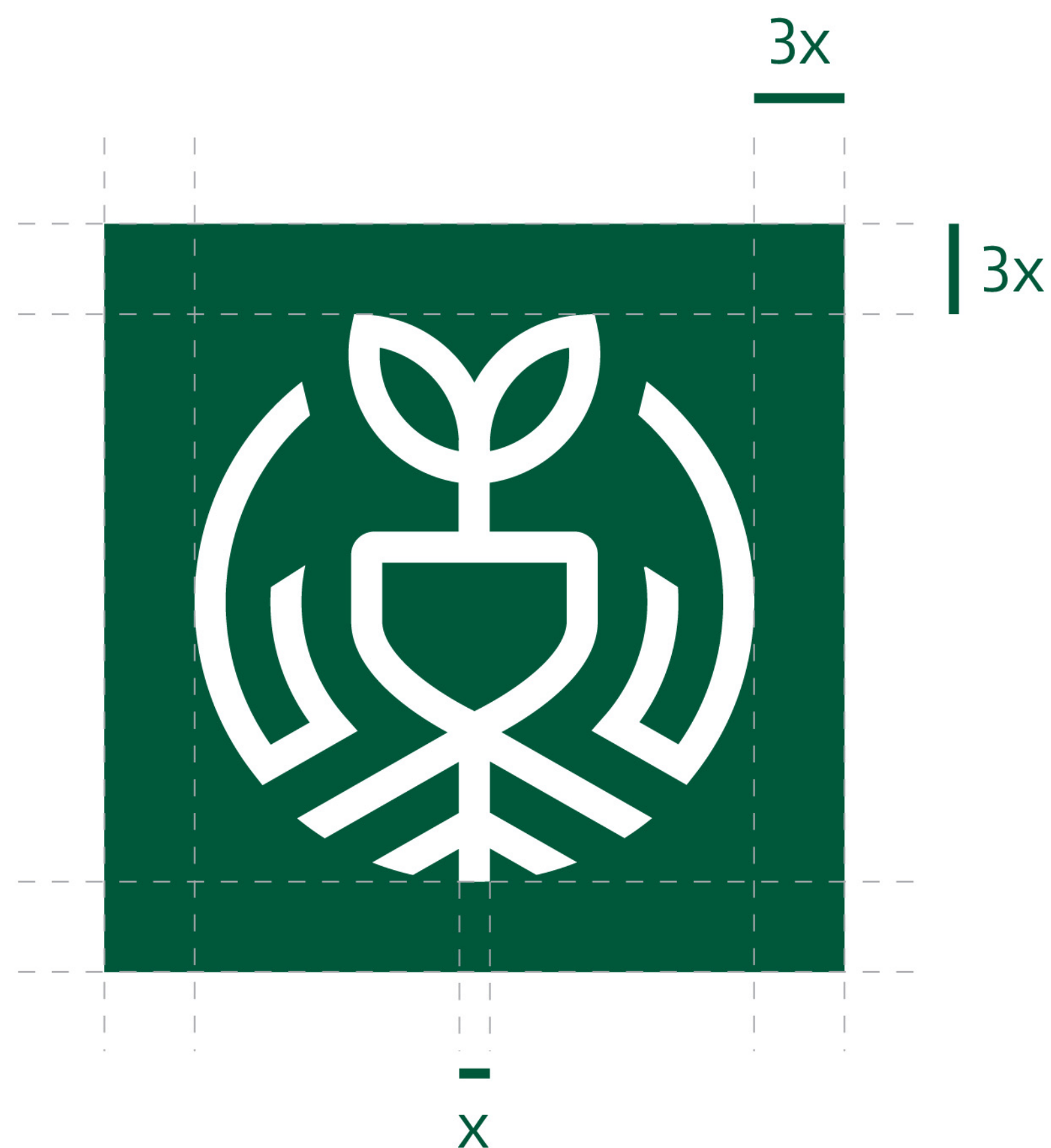
حیات سبز



در موارد برندسازی مشترک، لوگوی حیات سبز سبحان و شریک باید طوری کنار هم قرار بگیرند که فاصله‌ی بین شان دو برابر ارتفاع نشان نوشته باشد. ارتفاع خط جدا کننده‌ی لوگوها نیز به اندازه‌ی دو برابر ارتفاع نشان نوشته است و هر سه المان دقیقا از مرکز در امتداد هم قرار می‌گیرند.

هنگام ترکیب بندی، لوگو با کادر باید در گوشه‌ی راست-پایین قرار بگیرد. در صورتی که بر اساس محتوا و نیازهای ترکیب بندی نیاز به استفاده لوگو در وسط صفحه بود از تایپ به تنهایی استفاده شود. استفاده از لوگو و تایپ به صورت مجزا در صورتی مورد تایید است که ارتباط و همبستگی حفظ شود.





برای آیکون رسانه‌ها پیشنهاد می‌شود از لوگو بدون نوشتار استفاده شود. این آیکون‌ها مشمول قوانین کلی حاشیه‌ی ایمن نمی‌شوند؛ هنگام استفاده از نشانه برای پروفایل‌ها، بین کادر و لوگو از هر طرف به اندازه‌ی سه برابر ضخامت خطوط لوگو فاصله بگذارید.

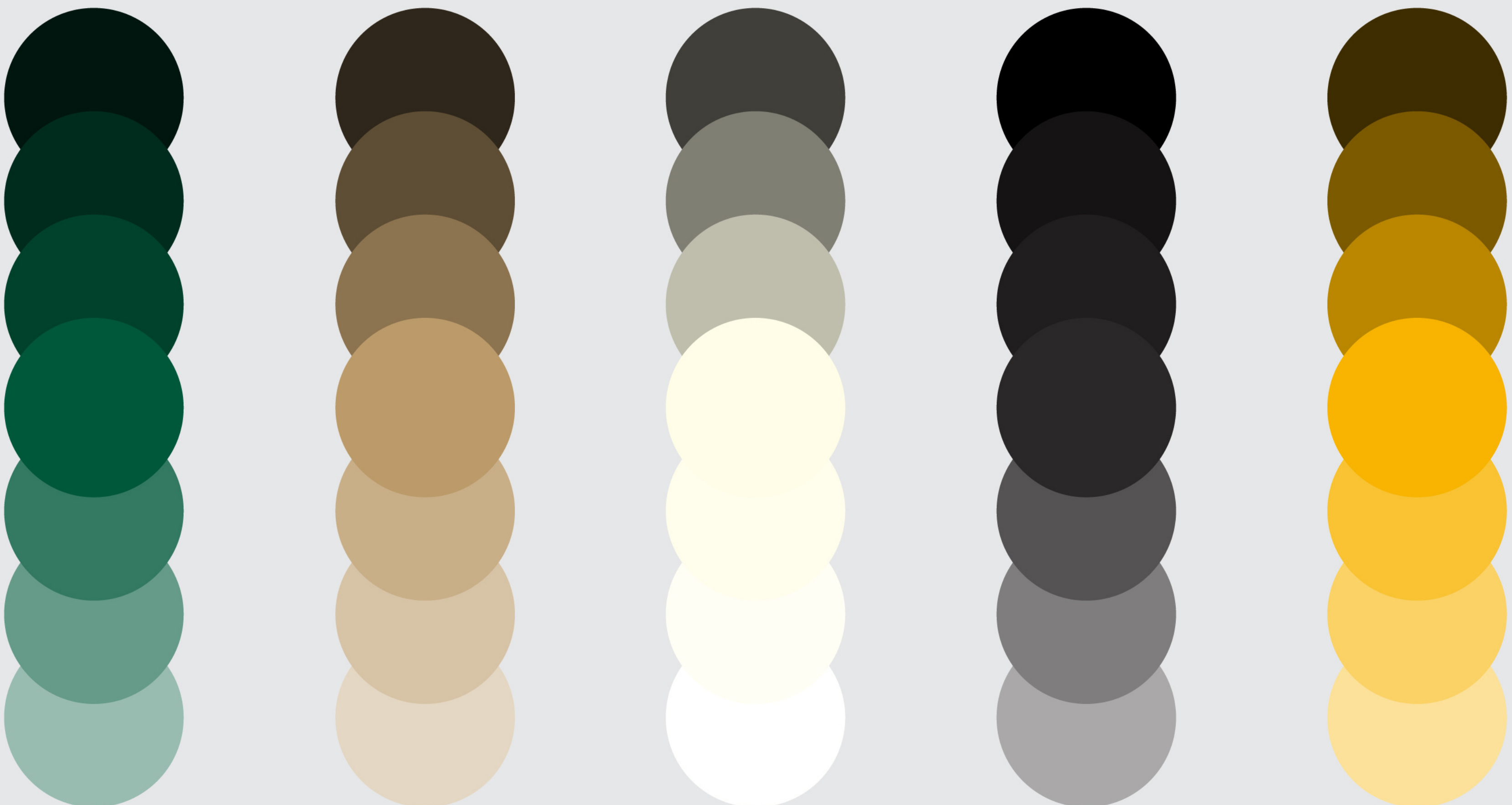


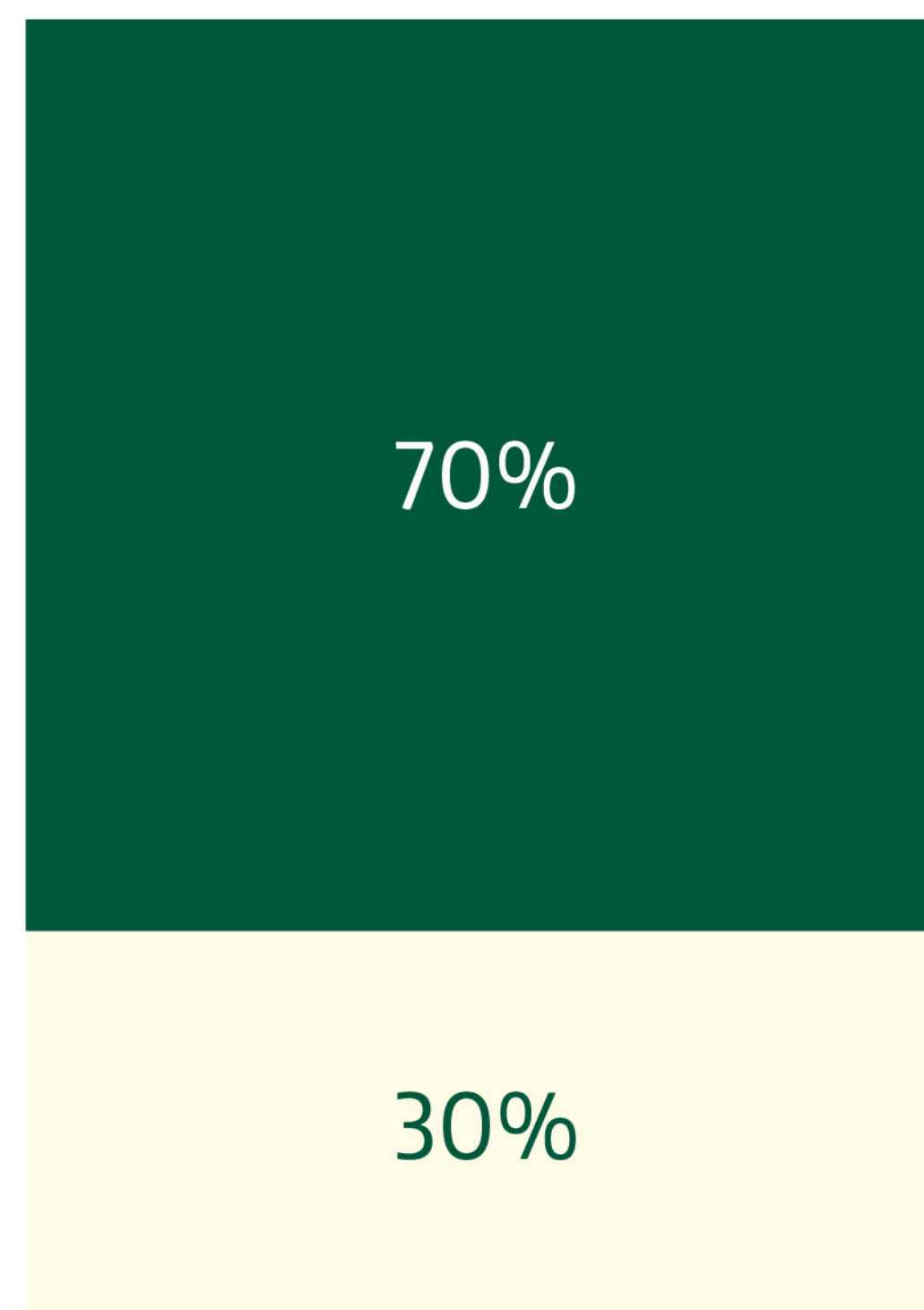
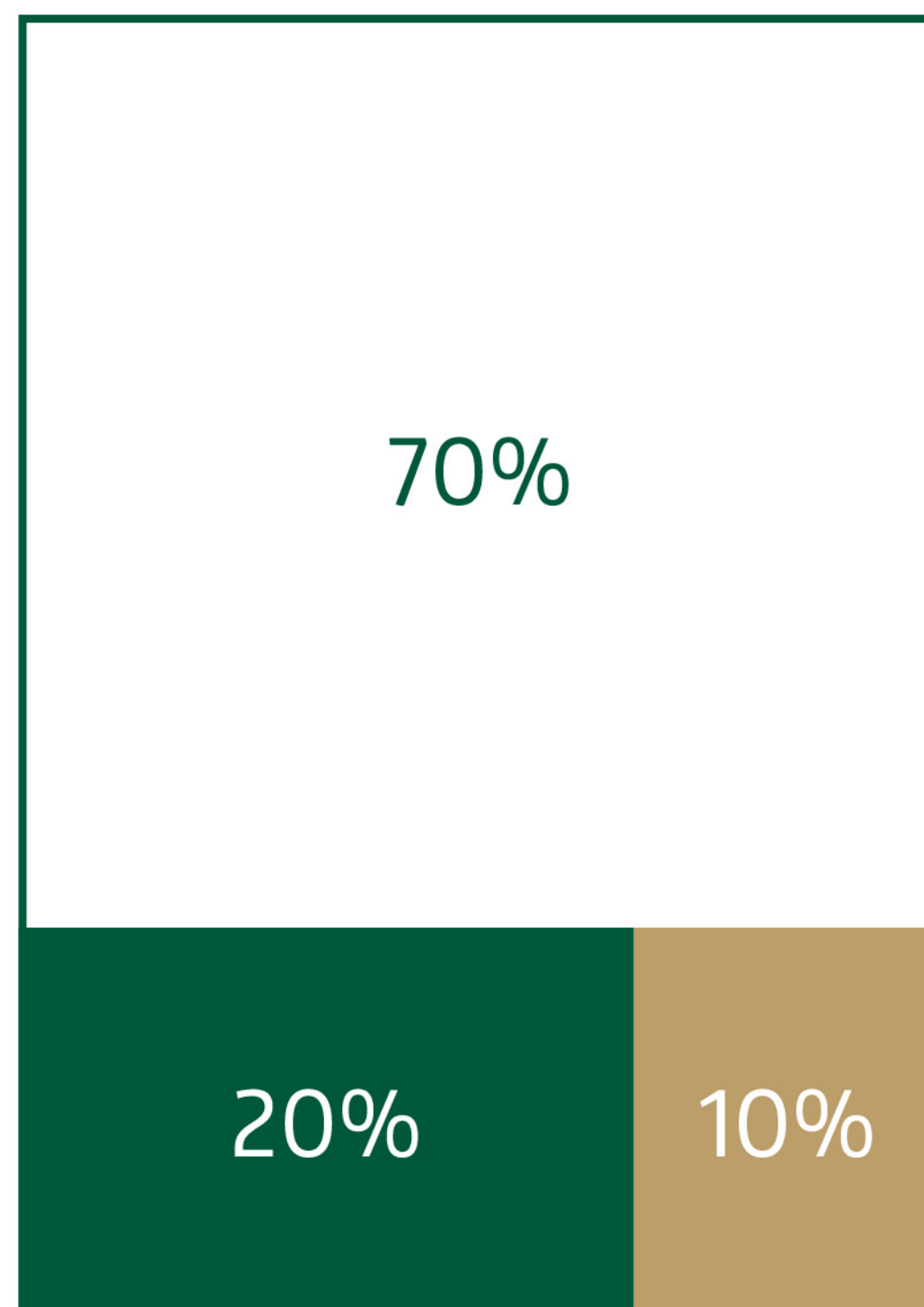




با الهام از رنگ‌های موجود در فضای کشاورزی (خاک و سرسبزی)، رنگ اصلی برند حیات سبز سبحان، سبز در نظر گرفته شده است.

رنگ خاکی کیفیاتی از شخصیت برند مانند همدلی و گرما را در کنار رنگ سبز که نماد طراوت و شادابی است را تکمیل می‌کند.





برای سادگی و راحتی استفاده از محصول و عناصر ارتباطات برند، از این نسبت استفاده از رنگ‌ها پیروی کنید. باید رنگ سفید غالب باشد و رنگ سبز در لحظات و عناصر کلیدی برند نقش داشته باشد، نباید در استفاده‌ی آن زیاده روی شود.

در فضاهایی مجاز است از یک گراند سبز استفاده شود که ضربه‌ای به انتقال مفهوم به مخاطب وارد نکند و در جاهایی که صرفاً نمایش هویت بصری است از رنگ سبز غالب استفاده شود.

English Title Typeface

Nian Bold

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

English Text Typeface

Nian Regular

Aa - Bb - Cc - Dd - Ee - Ff - Gg - Hh - Ii
Jj - Kk - Ll - Mm - Nn - Oo - Pp - Qq - Rr
Ss - Tt - Uu - Vv - Ww - Xx - Yy - Zz

Persian Title Typeface

Nian Bold

آ - ب - پ - ت - ث - ج - چ - ح - خ - د - ذ - ر
ز - ژ - س - ش - ص - ض - ط - ظ - ع - غ - ف
ق - ک - گ - ل - م - ن - و - ه - ی

Persian Text Typeface

Nian Regular

آ - ب - پ - ت - ث - ج - چ - ح - خ - د - ذ - ر
ز - ژ - س - ش - ص - ض - ط - ظ - ع - غ - ف
ق - ک - گ - ل - م - ن - و - ه - ی



اقتلام ادارى برند BRAND OFFICE ITEMS





حیات سبز

شماره ثبت: ۶۰۳۵۸

پیوست:.....

تاریخ:.....



حیات سبز

دفتر مرکزی:

اصفهان، بزرگراه شهید خرازی، بعد از خیابان اشرفی اصفهانی، نبش کوچه ۵۸، ساختمان میلاد، طبقه ۲

کارخانه: اصفهان، شهرک صنعتی مورچه خورت، خیابان دکتر حسینی پنجم

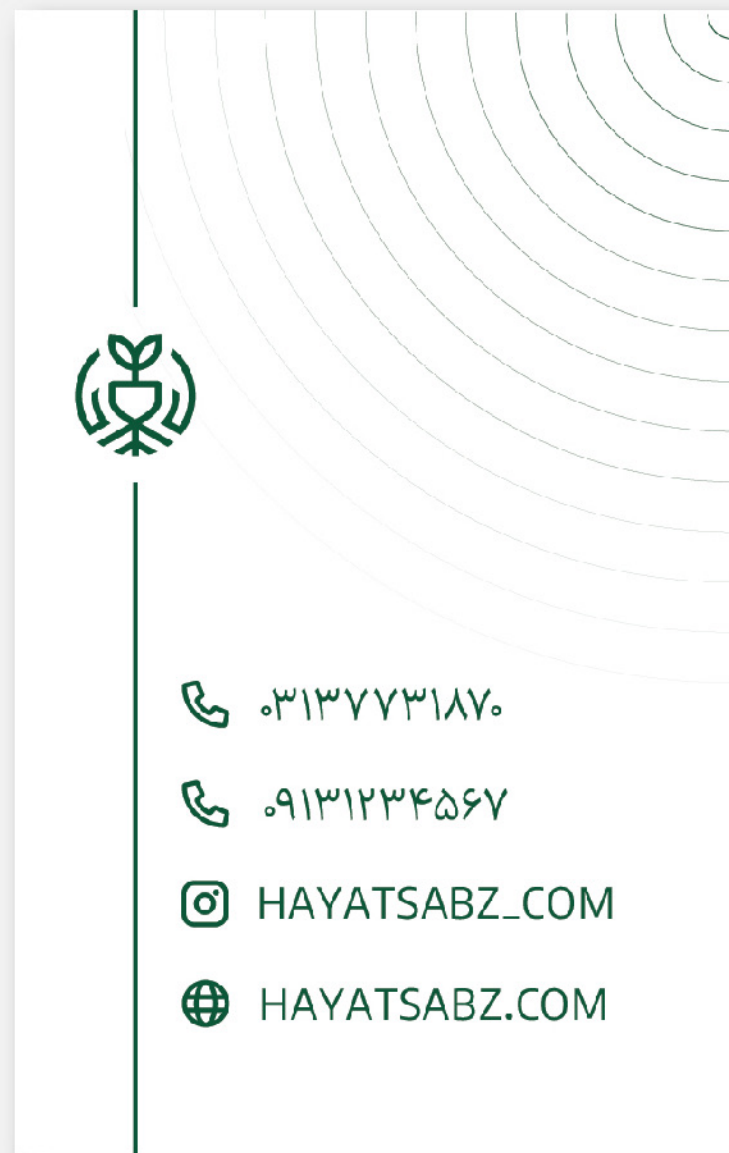
کد پستی: ۸۱۸۶۶۷۶۱۸۴

🌐 HAYATSABZ.COM

✉ INFO@HAYATSABZ.COM

📷 HAYATSABZ.COM

☎ ۰۳۱۳۷۷۰۷۸۷۰



کارت ویزیت شخصی کارکنان، با وجود پایبندی به هویت بصری یکپارچه برند حیات سبز سبحان، طراحی متمایزی نسبت به کارت ویزیت شرکتی دارد. کارت ویزیت شرکتی بر معرفی برند به عنوان یک نهاد متمرکز است، کارت های ویزیت شخصی تمرکز بیشتری بر نقش، تخصص و ارتباط مستقیم فرد دارند. این دوگانگی هدفمند، هم انسجام هویت بصری برند را حفظ می کند، و هم امکان برقراری ارتباط مؤثرتر، حرفه ای تر و اعتمادسازتر با ذی نفعان را فراهم می سازد.

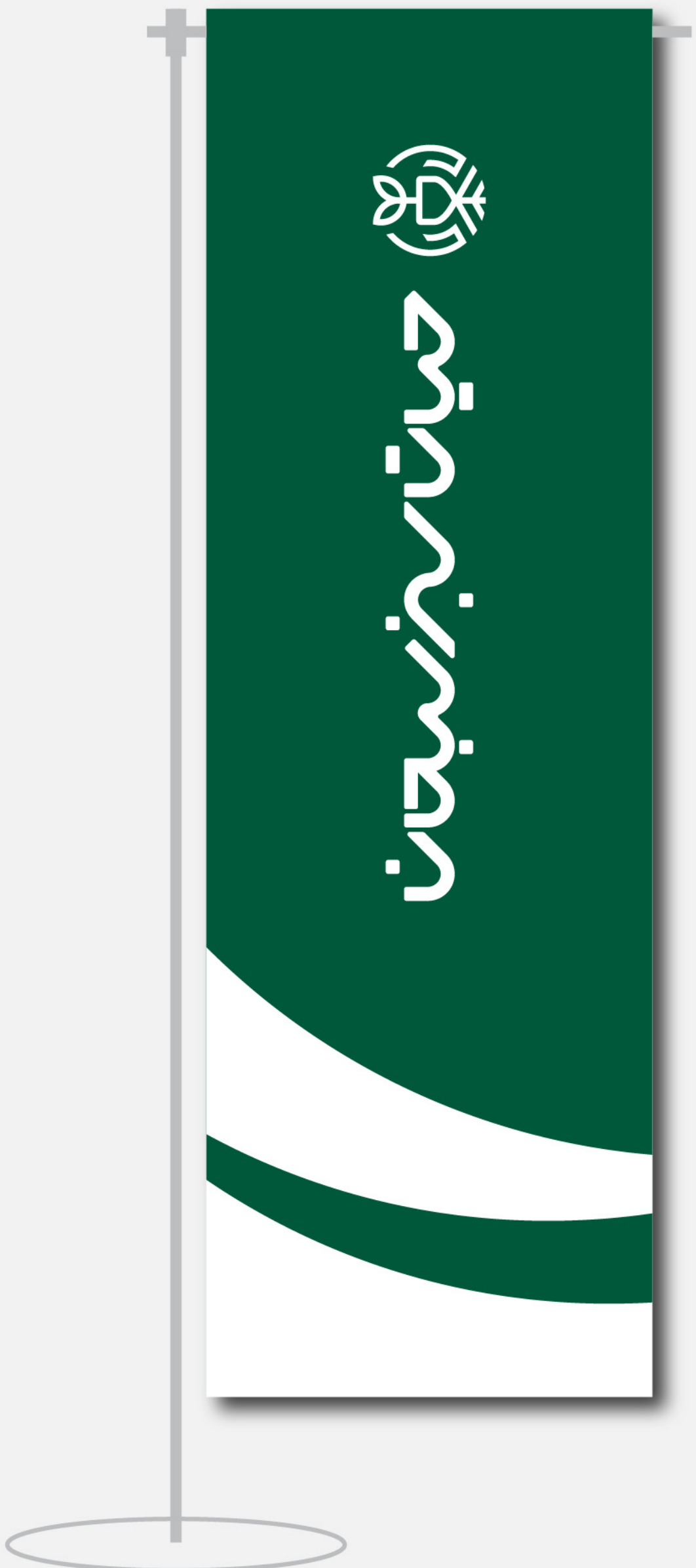
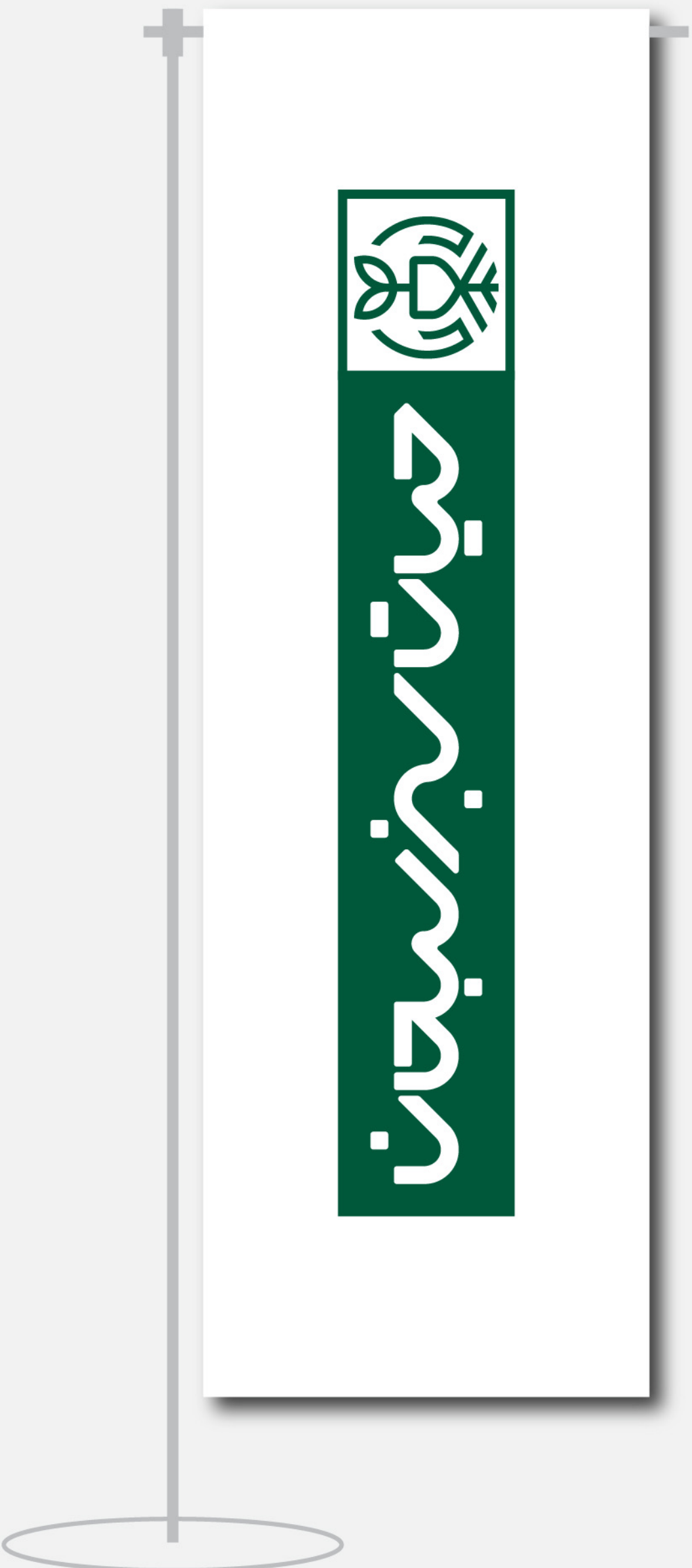








در کارت‌های شناسایی، کارت
هیئت مدیره با پس زمینه
سفید رنگ در اطراف عکس
شخص باید باشد و سایر
اعضاء برعکس.





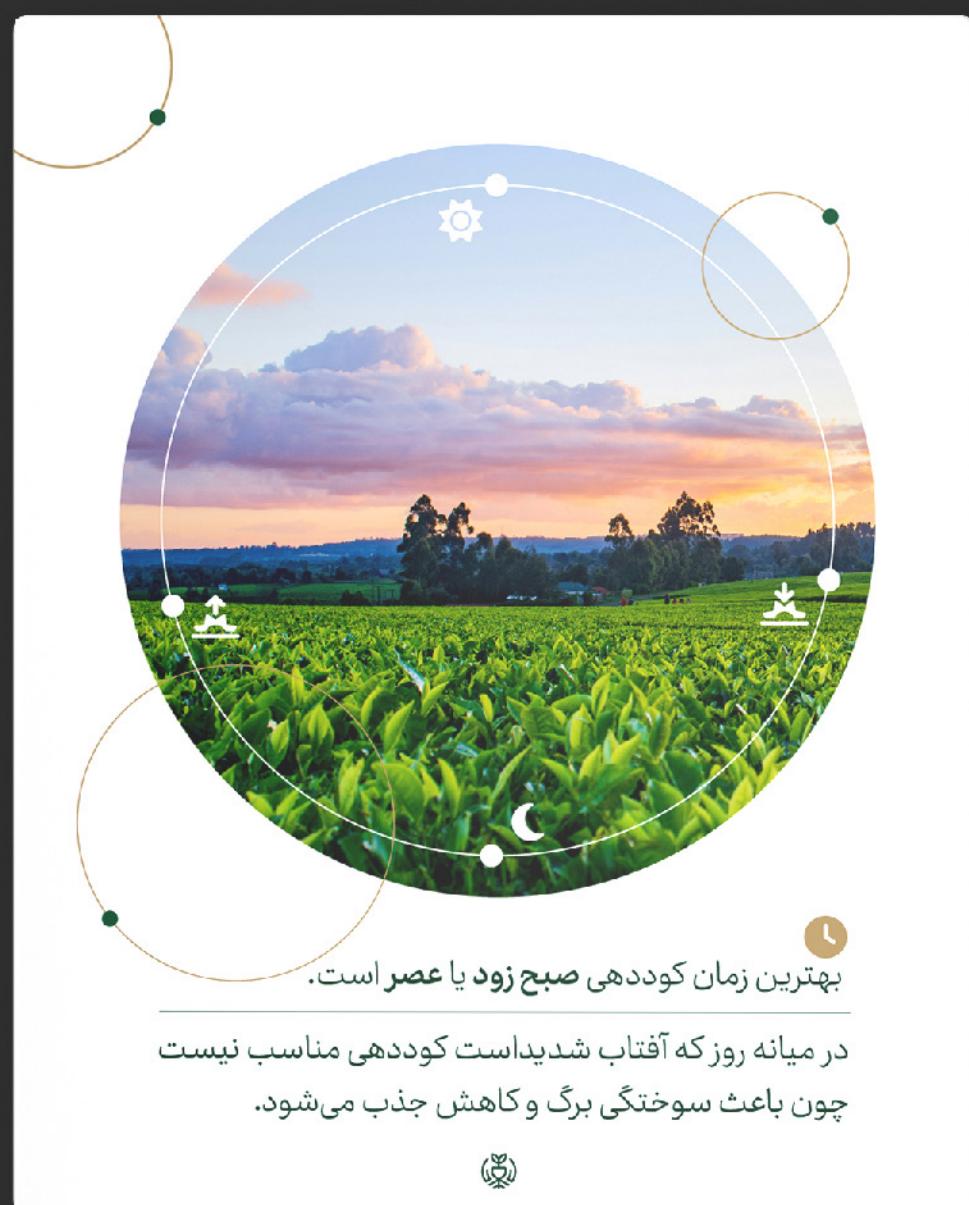
حیات سبزستان



فضای مجازی
برند
BRAND
SOCIAL MEDIA







میزان مناسب کوددهی



0.1-1.2 gr

همیشه مقدار توصیه شده روی بسته را رعایت کنید.
مصرف زیادتر باعث رشد ضعیف گیاه و آسیب به آن می شود
نه محصول بیشتر!

6:57 Posts



قبل از کوددهی، خاک باید مرطوب باشد.
کوددهی روی خاک خشک باعث هدررفت و شوری خاک می شود.

روش مصرف

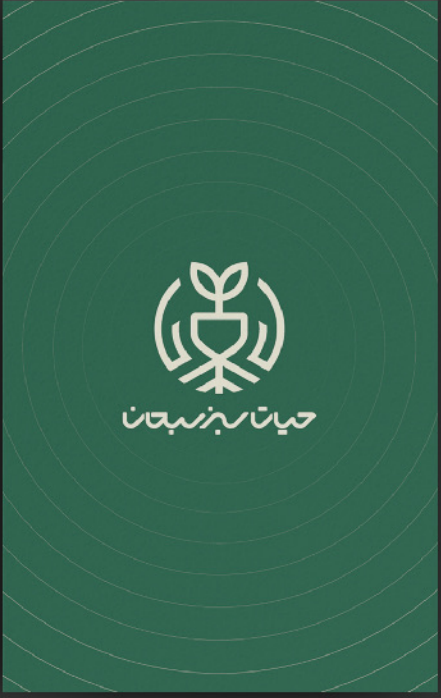
- محلول پاشی: جذب سریع از طریق برگ ها
- کود آبیاری: توزیع یکنواخت در خاک
- ترکیبی: برای دوره های حساس مثل گل دهی و میوه دهی



هویت بصری در کاربرد BRAND IDENTITY IN USE







دفتر مرکزی:
اصفهان، بزرگراه شهید خرازی، بعد از خیابان اشرفی اصفهانی، نبش کوچه ۵۸، ساختمان میلاد، طبقه ۲
کارخانه: اصفهان، شهرک صنعتی مورچه خورت، خیابان دکتر حسینی پنجم
کد پستی: ۸۱۸۶۶۷۶۱۸۴
HAYATSABZ.COM INFO@HAYATSABZ.COM HAYATSABZ.COM ۰۳۱۳۷۷۰۷۸۷۰









حيات بن سبتن



 03137731870

 HAYATSABZ.COM

 INFO@HAYATSABZ.COM