

MRSOOL BRAND STYLE GUIDELINE



BRAND MARK

الفهرس

CONTENTS

BRAND MARK

About Brand Mark	4
Our Logo	5
Primary Logo	6
Horizontal Logo	8
Emblem	10
Clear Space	11
Logo Usage	13
Logo Positioning	14
Emblem Usage	16
Logo Sizes	17
Logo on Imagery	19
Emblem on Imagery	21
Co-Branding	22

BRAND COLOR

Color Palette	24
Secondary Color	29
Color Balance	30

TYPOGRAPHY

Typography	32
Font Color	33
Usage of Fonts	34
Font Tracking and Alignment	35
Type Setting Rules	36
Headings & Color Hierarchy	37

VISUAL SYSTEM

Grid & Layout Introduction	40
Grid & Layout Formats	41
Twitter Post	44
Instagram Post & Story	45
Pattern	46
Iconography	47
OOH	48

APPLICATION

Business Card	52
Letter Head	53
DL Envelope	54
A4 Envelope	55
A4 Folder	56
ID Card	57

DIGITAL

Email Signature	59
Social Media	60
Email Direct Marketing	61
PPT Template	62
Word Template	63

01

**BRAND
MARK**



حول العلامة

About Brand Mark

التوصيل مهمة وحنا له في حينا لطلبيتك وللطريق..

ومرسول

نص مختصر عن مرسول

نوصل معاكم كل شي ومن أي شي.

Delivery is our job through our love for the street and your order.

And Mrsool,

Short text about Mrsool

We deliver anything from anything

BRAND MARK

علامتنا

Our Logo

علامتنا هي أهم عنصر في الهوية وهي الأساس لجميع التطبيقات. التكوين الأساسي لعلامتنا هو الرمز والاسم. جميعهم وضعوا لسرد قصتنا بأسلوب حيوي وخفيف خاصة في الاستخدام الرقمي.

فقط يتم استخدامه في التصميم الرئيسية المقدمة من قبل فريق العلامة وفريق التسويق داخل مرسول. لاتقم أبداً بإعادة رسم أو تصميم الشعار ويجب استخدام الشعار بالطريق الصحيحة.

جميع الأعمال المنفذة والمستخدم بها العلامة يتم إرسالها لفريق العلامة وفريق التسويق في مرسول لمراجعتها على البريد التالي:

Our logo is our most precious asset. It's our primary form of sign-off and must be present in all applications. Our logo is made up of our logo icon and our word-mark. Both elements have been carefully crafted to tell our story. A simple, Friendly perfect for our digital environment.

Only use the official master artwork, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The logo must always be applied correctly and consistently as per these brand guidelines.

All artwork where there is the usage of the Mrsool brandmark is to be submitted to the Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co for approval.

Primary Version



Secondary Version



BRAND MARK

الشعار الرئيسي

Primary Logo

شعارنا الرئيسي هو عمودي بكامل ألوانه ويجب استخدامه في جميع وسائل التواصل. يمكن استخدامه في الخلفيات الداكنة أو درجات الألوان المتوفرة في هذا الدليل. أنظر إلى صفحة 13 من الدليل لمعرفة وضع الشعار مع الصور.

فقط استخدم القوالب والتصاميم المقدمة من فريق مرسول ولا تقم أبداً برسم أو تصميم الشعار. يجب تطبيق الشعار بالطريقة الصحيحة والتأكد من ظهوره بالشكل الصحيح. يمكنك استخدام الشعار بالألوان الحادية (الأسود والأبيض) في حال كانت الألوان غير ألوان مرسول. حين استخدامها يجب التواصل مع فريق مرسول.

Our Primary logo is the vertical full-color logo and should be used in all first points of contact like ads, brochure covers, and the website header. It can be used on white, our dark background colors, and tints and can be placed on light and bright images, as seen throughout this style guide. See page 13 for guidelines when placing the logo on imagery.

Only use the official master artwork, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The logo must always be applied correctly and consistently as per these brand guidelines. The reversed mono logo variation is to only be used when background colors are out of our control. such as the design of a bank-branded card. Their use is restricted. When using the reversed mono logo you must seek approval from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co.



BRAND MARK

الشعار الرئيسي

Primary Logo

شعارنا الرئيسي هو عمودي بكامل ألوانه ويجب استخدامه في جميع وسائل التواصل. يمكن استخدامه في الخلفيات الداكنة أو درجات الألوان المتوفرة في هذا الدليل. أنظر إلى صفحة 13 من الدليل لمعرفة وضع الشعار مع الصور.

فقط استخدم القوالب والتصاميم المقدمة من فريق مرسول ولا تقم أبداً برسم أو تصميم الشعار. يجب تطبيق الشعار بالطريقة الصحيحة والتأكد من ظهوره بالشكل الصحيح. يمكنك استخدام الشعار بالألوان الحيادية (الأسود والأبيض) في حال كانت الألوان غير ألوان مرسول. حين استخدامها يجب التواصل مع فريق مرسول.

Our Primary logo is the vertical full-color logo and should be used in all first points of contact like ads, brochure covers, and the website header. It can be used on white, our dark background colors, and tints and can be placed on light and bright images, as seen throughout this style guide. See page 13 for guidelines when placing the logo on imagery.

Only use the official master artwork, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The logo must always be applied correctly and consistently as per these brand guidelines. The reversed mono logo variation is to only be used when background colors are out of our control. such as the design of a bank-branded card. Their use is restricted. When using the reversed mono logo you must seek approval from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co.



BRAND MARK

الشعار الأفقي

Horizontal Logo

يتم استخدام شعارنا العمودي بكامل ألوانه في حال كان هنالك حدود في المساحة. يمكن استخدامه في الخلفيات الداكنة أو درجات الألوان المتوفرة في هذا الدليل.

فقط استخدم القوالب والتصاميم المقدمة من فريق مرسول ولا تقم أبداً برسم أو تصميم الشعار. يجب تطبيق الشعار بالطريقة الصحيحة والتأكد من ظهوره بالشكل الصحيح. يمكنك استخدام الشعار بالألوان الحيادية (الأسود والأبيض) في حال كانت الألوان غير ألوان مرسول. حين استخدامها يجب التواصل مع فريق مرسول.

Our Horizontal logo is useful when vertical space is limited. It can be used on white, our dark background colors, and tints, and can be placed on light and bright images as seen throughout this style guide.

Only use the official master artwork, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The logo must always be applied correctly and consistently as per these brand guidelines. The reversed mono logo variation is to only be used when background colors are out of our control. such as the design of a bank-branded card. Their use is restricted. When using the reversed mono logo you must seek approval from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co.



BRAND MARK

الشعار الأفقي

Horizontal Logo

يتم استخدام شعارنا العمودي بكامل ألوانه في حال كان هنالك حدود في المساحة. يمكن استخدامه في الخلفيات الداكنة أو درجات الألوان المتوفرة في هذا الدليل.

فقط استخدم القوالب والتصاميم المقدمة من فريق مرسول ولا تقم أبداً برسم أو تصميم الشعار. يجب تطبيق الشعار بالطريقة الصحيحة والتأكد من ظهوره بالشكل الصحيح. يمكنك استخدام الشعار بالألوان الحيادية (الأسود والأبيض) في حال كانت الألوان غير ألوان مرسول. حين استخدامها يجب التواصل مع فريق مرسول.

Our Horizontal logo is useful when vertical space is limited. It can be used on white, our dark background colors, and tints, and can be placed on light and bright images as seen throughout this style guide.

Only use the official master artwork, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The logo must always be applied correctly and consistently as per these brand guidelines. The reversed mono logo variation is to only be used when background colors are out of our control. such as the design of a bank-branded card. Their use is restricted. When using the reversed mono logo you must seek approval from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co.



BRAND MARK

رمز الشعار

Emblem

يمكن أن يظهر رمز الشعار لوحده وأيضاً كجزء من الشعار. استخدامك له منفصل يخلق قوة وتميز عن باقي الشعارات. يتم استخدام الرمز بكامل ألوانه في حال كان هنالك حدود في المساحة. يمكن استخدامه في الخلفيات الداكنة أو درجات الألوان المتوفرة في هذا الدليل.

Our Brand Emblem is a standalone brand element, as well as part of the logo. By doing so, it creates a strong and distinctive brand symbol. Our Brand Emblem should be used as the reduced form of our logo in tight spaces. It can be used on white, our dark background colors, and tints, and can be placed on light and bright images as seen throughout this style guide.



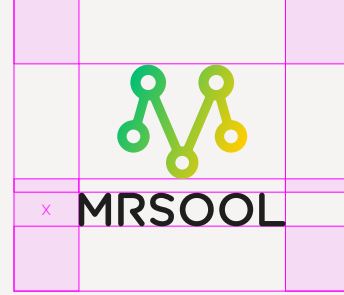
BRAND MARK

المساحات حول Clear Space

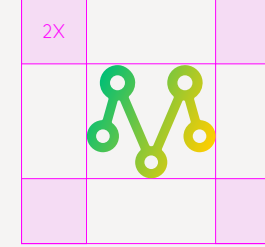
وضعت المساحات لحماية الشعار من العناصر البصرية في التطبيقات. يجب وضع على الأقل ارتفاع 2X من الشعار (انظر الرسم) وهذا يشمل الشعارات المشتركة أو المتعاونة.

When correctly observed, clear space protects the logo from being crowded by other elements such as text or images. Please allow a minimum clear space all around the logo equal to the height 2X of the Mrsool wordmark (see illustration). This includes co-branding situations.

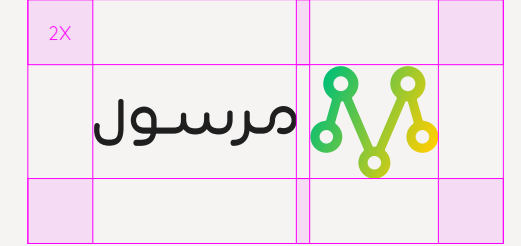
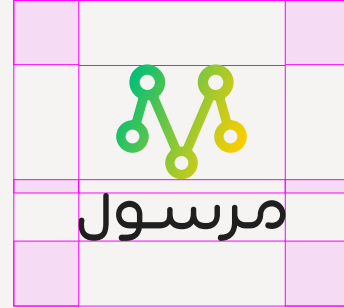
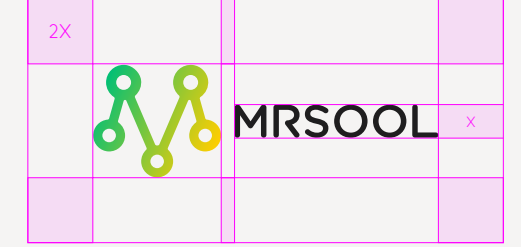
Primary Logo



Emblem



Secondary Logo



BRAND MARK

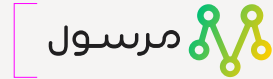
الشعار والأحجام Minimum Size

شعارنا بسيط وواضح ومميز ولنضمن ظهوره بشكل صحيح تم وضع الظهور بالحد الأدنى لتناسبها مع التطبيقات التي تحتاج حد أدنى. قد تستخدم أحد الأنواع من الظهور للشعار. يجب عدم ظهور الشعار بأقل من ارتفاع 8 مم في الطباعة و 23 بكسل في الشاشات الرقمية (انظر الرسم)

Our logo is a simple and recognizable mark. To ensure its legibility the logo has different compositions at different minimum sizes and works on a sliding scale as you decrease size. Depending on your application, you will need to use a different composition of the logo. Overall, the logo should never be reproduced to a size smaller than 8mm Height in print and 23px wide on the screen (see illustration).

Arabic

Print
8 mm in Height



Primary Logo

Digital
23 Pixels in Height



Print
8 mm in Height



Emblem

Digital
23 Pixels in Height



Print
12 mm in Height



Secondary Logo

Digital
33 Pixels in Height



English

Print
8 mm in Height



Primary Logo

Digital
23 Pixels in Height



Print
8 mm in Height



Emblem

Digital
23 Pixels in Height



Print
12 mm in Height



Secondary Logo

Digital
33 Pixels in Height



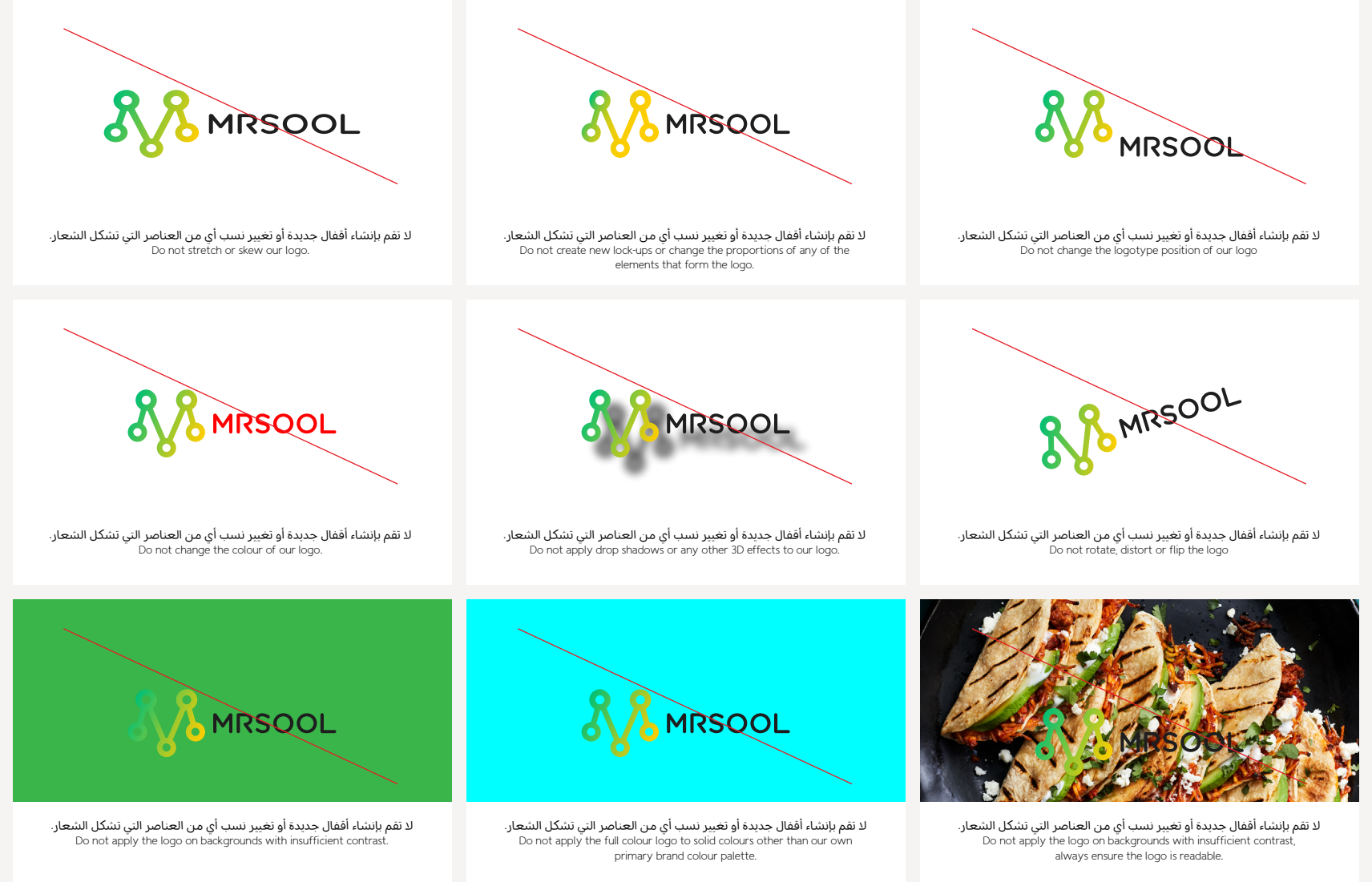
BRAND MARK

استخدامات الشعار

Logo Usage

فقط استخدم ملفات الشعار المقدمة من فريق مرسل ولا تقم أبداً برسم أو تصميم الشعار. يجب تطبيق الشعار بالطريقة الصحيحة والتأكد من ظهوره بالشكل الصحيح حيث له طرق صحيحة تم تعريفها في هذا الدليل ولا يمكن تجاوزها.

Only use the official master logo files, which can be obtained from the Mrsool Brand and Marketing team at marketing@mrsool.co. Never alter, re-draw or re-create the logo in any way. The Mrsool logo must always be applied correctly and consistently. The logo must appear only in the specified configurations and in the correct brand colors, as defined in these guidelines.

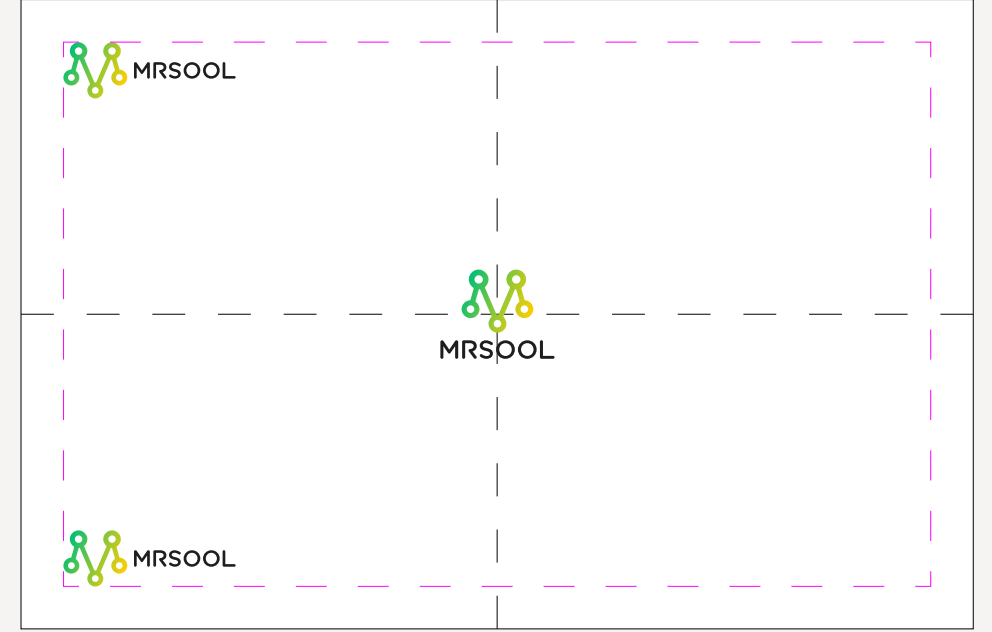
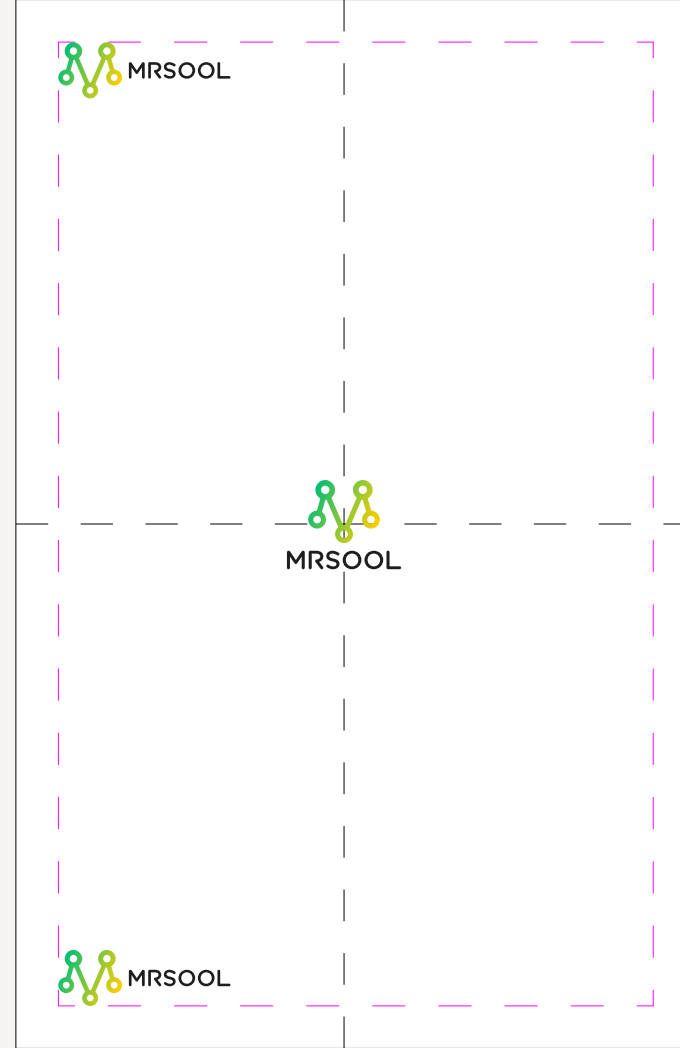


BRAND MARK

أماكن وضع الشعار Logo Positioning

شعارنا هو أهم عنصر من عناصر الهوية. لضمان الظهور الصحيح يجب أن تكون لديه مواضع صحيحة في التنسيق الخاص بالتصميم. يجب وضع الشعار في الأماكن المخصصة له (في الرسم). يجب الأخذ بعين الاعتبار الممارسات والاستخدامات للشعار في حال وجود خلفيات ملونة أو صور ولتفاصيل أكثر انظر صفحة 10.

Our logo is our most precious asset. To guarantee its visibility and legibility it has to be placed in a prominent position in the layout. Always place the logo in one of the positions shown. Pick the location for the sign-off that's most prominent and visible, depending on the requirements of your medium and creative execution. Be mindful of background color when selecting a position for the logo, taking into account rules in page 10.

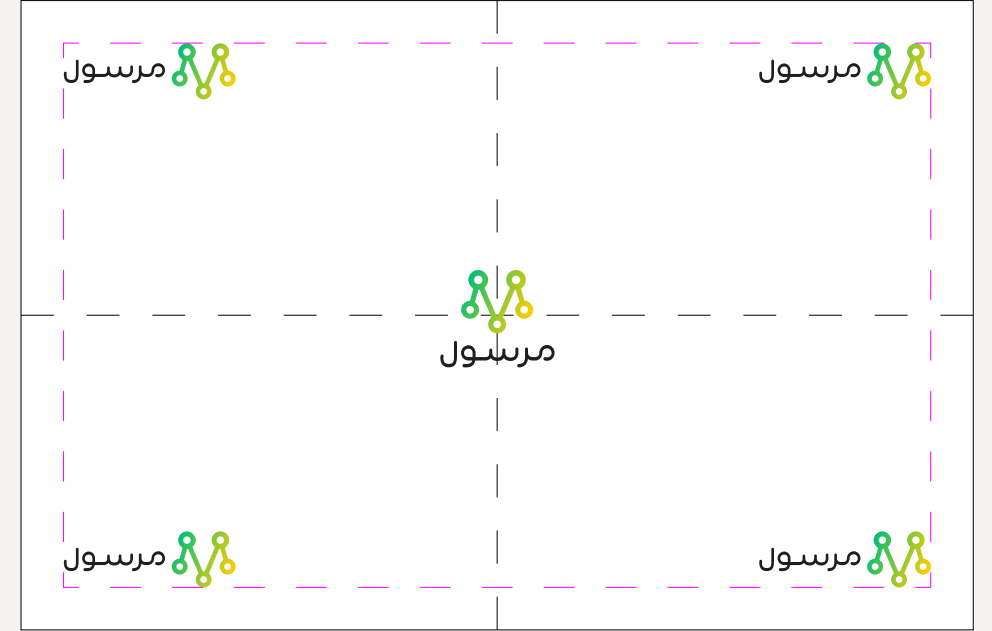
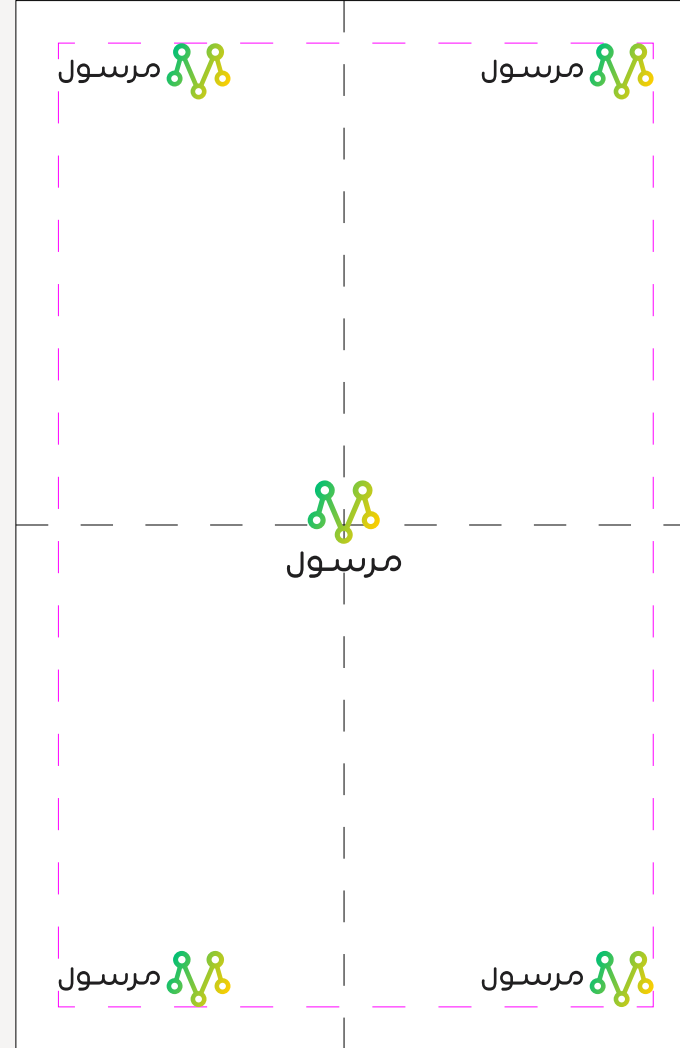


BRAND MARK

أماكن وضع الشعار Logo Positioning

شعارنا هو أهم عنصر من عناصر الهوية. لضمان الظهور الصحيح يجب أن تكون لديه مواضع صحيحة في التنسيق الخاص بالتصميم. يجب وضع الشعار في الأماكن المخصصة له (في الرسم). يجب الأخذ بعين الاعتبار الممارسات والاستخدامات للشعار في حال وجود خلفيات ملونة أو صور ولتفاصيل أكثر انظر صفحة 10.

Our logo is our most precious asset. To guarantee its visibility and legibility it has to be placed in a prominent position in the layout. Always place the logo in one of the positions shown. Pick the location for the sign-off that's most prominent and visible, depending on the requirements of your medium and creative execution. Be mindful of background color when selecting a position for the logo, taking into account rules in page 10.

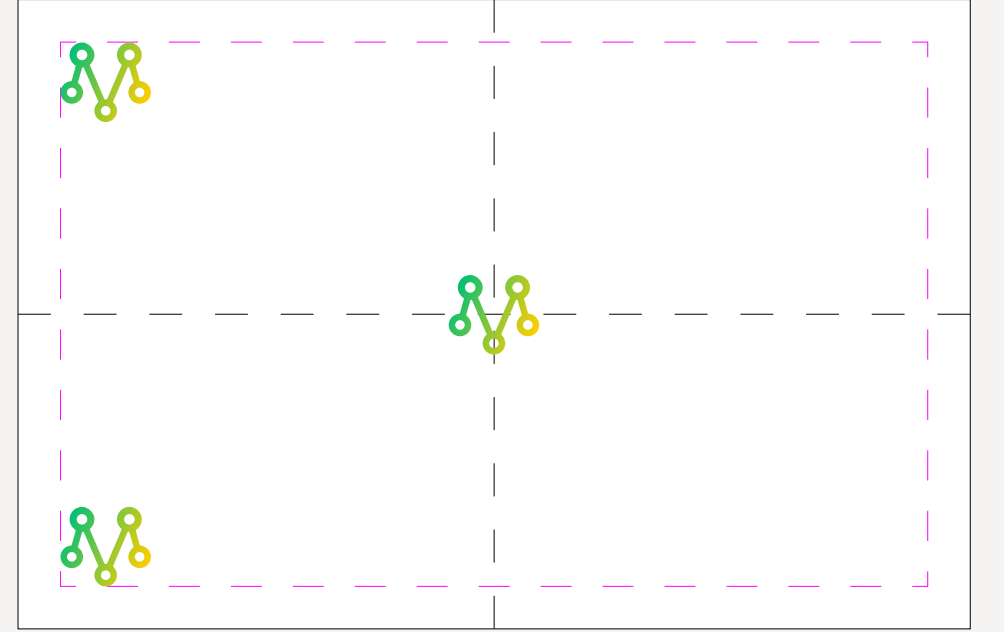
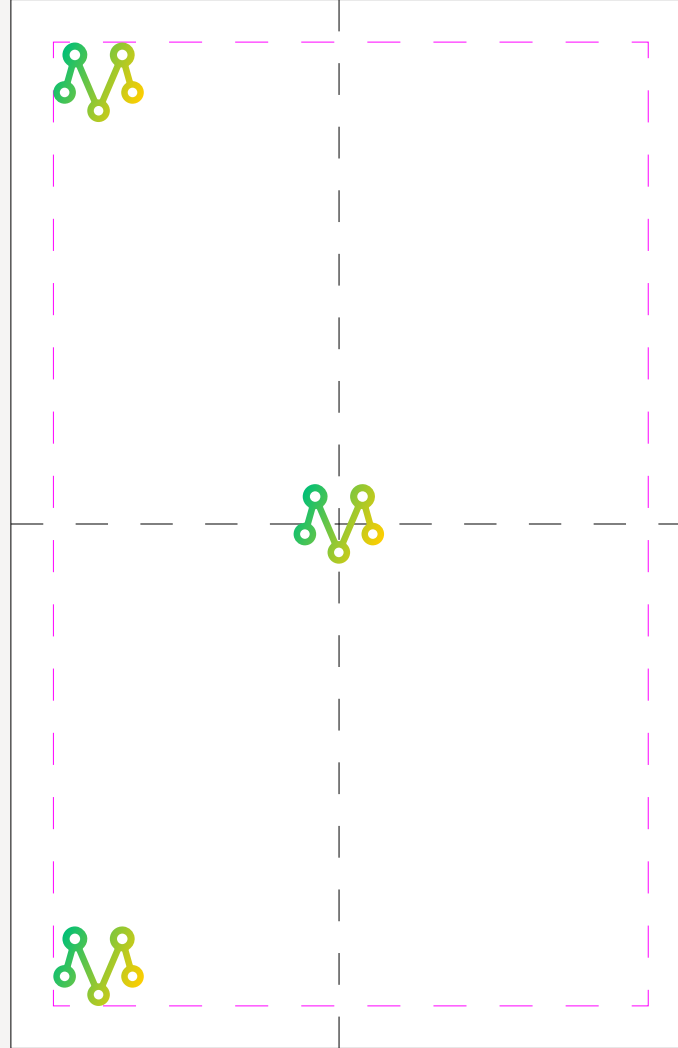


BRAND MARK

أماكن وضع الرمز Emblem Usage

رمز الشعار هو من أهم عناصر الهوية. لضمان الظهور الصحيح يجب أن تكون لديه مواضع صحيحة في التنسيق الخاص بالتصميم. يجب وضع الشعار في الأماكن المخصصة له (في الرسم). يجب الأخذ بعين الاعتبار الممارسات والاستخدامات للشعار في حال وجود خلفيات ملونة أو صور ولتفاصيل أكثر انظر صفحة 10.

Our logo Emblem is our most precious asset. To guarantee its visibility and legibility it has to be placed in a prominent position in the layout. Always place the logo in one of the positions shown. Pick the location for the sign-off that's most prominent and visible, depending on the requirements of your medium and creative execution. Be mindful of background color when selecting a position for the logo, taking into account rules in page 10.



BRAND MARK

مقاسات الشعار

Logo Sizes

وضعت المساحات لحماية الشعار من العناصر البصرية في التطبيقات. يجب وضع على الأقل ارتفاع 2X من الشعار (انظر الرسم).

الحد الأدنى للحجم:

شعارنا بسيط وواضح ومميز ولنضمن ظهوره بشكل صحيح تم وضع الظهور بالحد الأدنى لتناسبها مع التطبيقات التي تحتاج حد أدنى. قد تستخدم أحد الأنواع من الظهور للشعار.

When correctly observed, clear space protects the logo from being crowded by other elements such as text or images. Please allow a minimum clear space all around the logo equal to the height 2X of the Mrsool wordmark (see illustration).

Minimum size

Our logo is a simple and recognizable mark. To ensure its legibility the logo has different compositions at different minimum sizes and works on a sliding scale as you decrease size. Depending on your application, you will need to use a different composition of the logo.

A0

Logo Hight 80mm
Outer Margin of 50% of logo



A1

Logo Hight 60mm
Outer Margin of 50% of logo



A2

Logo Hight 40mm
Outer Margin of 50% of logo



A3

Logo Hight 30mm
Outer Margin of 50% of logo



A4

Logo Hight 20mm
Outer Margin of 50% of logo



A5

Logo Hight 15mm
Outer Margin of 50% of logo



A6

Logo Hight 10mm
Outer Margin of 50% of logo



BRAND MARK

وضعت المساحات لحماية الشعار من العناصر البصرية في التطبيقات. يجب وضع على الأقل ارتفاع 2X من الشعار (انظر الرسم).

الحد الأدنى للحجم:

شعارنا بسيط وواضح ومميز ولنضمن ظهوره بشكل صحيح تم وضع الظهور بالحد الأدنى لتناسبها مع التطبيقات التي تحتاج حد أدنى. قد تستخدم أحد الأنواع من الظهور للشعار.

When correctly observed, clear space protects the logo from being crowded by other elements such as text or images. Please allow a minimum clear space all around the logo equal to the height 2X of the Mrsool wordmark (see illustration).

Minimum size

Our logo is a simple and recognizable mark. To ensure its legibility the logo has different compositions at different minimum sizes and works on a sliding scale as you decrease size. Depending on your application, you will need to use a different composition of the logo.

A0

Logo Height 80mm
Outer Margin of 50% of logo



A1

Logo Height 60mm
Outer Margin of 50% of logo



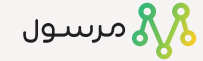
A2

Logo Height 40mm
Outer Margin of 50% of logo



A3

Logo Height 30mm
Outer Margin of 50% of logo



A4

Logo Height 20mm
Outer Margin of 50% of logo



A5

Logo Height 15mm
Outer Margin of 50% of logo



A6

Logo Height 10mm
Outer Margin of 50% of logo



BRAND MARK

استخدام الشعار على الصور Logo on Imagery

يستخدم الشعار بألوانه الرئيسية بناءً على كمية السطوع في الصورة وعليه يمكن استخدامه أو استخدام الألوان الأحادية. يفضل دائماً استخدام الشعار بألوانه الرئيسية. تأكد من تموضع الشعار ومكانه الصحيح في الصور.

الألوان الأحادية

في بعض الحالات النادرة ، قد يلزم النظر في الشعار الأحادي المعكوس. قد يكون هذا عندما تحتوي الصورة على لون مشابه جداً للون الشعار، أو عندما تحتوي الصورة على لون يتعارض مع لون الشعار. استخدم التقدير النسبي لضمان أقصى قدر من الوضوح. يرجى ملاحظة: استخدام تباين الشعار الأحادي المعكوس مقيد. عند استخدامه ، يجب أن الحصول على الموافقة من قبل فريق مرسول.

Full-color logo Depending on the brightness of your image, either the full color positive or reversed logo can be used, noting that preference should always be to use the full-color logo. Always ensure that the logo is positioned on an image in a legible way, making sure that the hero's Brand color is not obstructed.



BRAND MARK

استخدام الشعار على الصور Logo on Imagery

يستخدم الشعار بألوانه الرئيسية بناءً على كمية السطوع في الصورة وعليه يمكن استخدامه أو استخدام الألوان الأحادية. يفضل دائماً استخدام الشعار بألوانه الرئيسية. تأكد من تموضع الشعار ومكانه الصحيح في الصور.

الألوان الأحادية

في بعض الحالات النادرة، قد يلزم النظر في الشعار الأحادي المعكوس. قد يكون هذا عندما تحتوي الصورة على لون مشابه جداً للون الشعار، أو عندما تحتوي الصورة على لون يتعارض مع لون الشعار. استخدم التقدير النسبي لضمان أقصى قدر من الوضوح. يرجى ملاحظة: استخدام تباين الشعار الأحادي المعكوس مقيد. عند استخدامه، يجب أن الحصول على الموافقة من قبل فريق مرسول.

Full-color logo Depending on the brightness of your image, either the full color positive or reversed logo can be used, noting that preference should always be to use the full-color logo. Always ensure that the logo is positioned on an image in a legible way, making sure that the hero's Brand color is not obstructed.

Reversed mono logo

In some rare instances, the reversed mono logo may need to be considered. This may be when the image contains a color too similar to the brand color, or when the image contains a color that will clash with the brand color. Use your discretion to ensure maximum legibility as well as brand recognition. Any branded content should always feel distinctly Mrsool.



BRAND MARK

استخدام الرمز على الصور Emblem on Imagery

يستخدم الرمز بألوانه الرئيسية بناءً على كمية السطوع في الصورة وعليه يمكن استخدامه أو استخدام الألوان الأحادية. يفضل دائماً استخدام الرمز بألوانه الرئيسية. تأكد من تموضع الرمز ومكانه الصحيح في الصور.

الألوان الأحادية

في بعض الحالات النادرة، قد يلزم النظر في الرمز الأحادي المعكوس. قد يكون هذا عندما تحتوي الصورة على لون مشابه جداً للون الشعاع، أو عندما تحتوي الصورة على لون يتعارض مع لون الرمز. استخدم التقدير النسبي لضمان أقصى قدر من الوضوح. يرجى ملاحظة: استخدام تباين الرمز الأحادي المعكوس مقيد. عند استخدامه، يجب أن الحصول على الموافقة من قبل فريق مرسول.

Full-color logo Depending on the brightness of your image, either the full color positive or reversed logo can be used, noting that preference should always be to use the full-color logo. Always ensure that the logo is positioned on an image in a legible way, making sure that the hero's Brand color is not obstructed.

Reversed mono logo

In some rare instances, the reversed mono logo may need to be considered. This may be when the image contains a color too similar to the brand color, or when the image contains a color that will clash with the brand color. Use your discretion to ensure maximum legibility as well as brand recognition. Any branded content should always feel distinctly Mrsool.



BRAND MARK

العلامة التجارية المشتركة Co-Branding

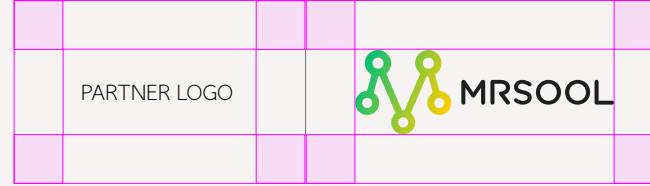
عندما يلزم عرض شعار مرسول جنبًا إلى جنب مع الشعارات الأخرى في المواقف المشتركة ، يجب تطبيق الإرشادات التالية. تأكد دائمًا من الحفاظ على التوازن الأمثل بين جميع الشعارات وأن شعار مرسول لا تحل محلها علامات تجارية أخرى أو تهيمن عليها. عندما تهيمن الشعارات الأخرى أو تساوي في الحجم مع شعار مرسول ، يجب أن يتسع شعار مرسول بشكل مناسب داخل التسلسل الهرمي لتوفير توازن بصري.

يجب أن يكون عرض شعار مرسول مساويًا على الأقل لعرض شعارات الشبكة الأخرى. إفراغ مساحة في العلامة التجارية المشتركة عند ملاحظتها بشكل صحيح ، فإن المساحة الخالية تحمي الشعار من الازدحام بعناصر أخرى مثل النص أو الصور. يجب أن يلبى شعار مرسول أيضًا المساحة الخالية ومتطلبات الحجم الأدنى.

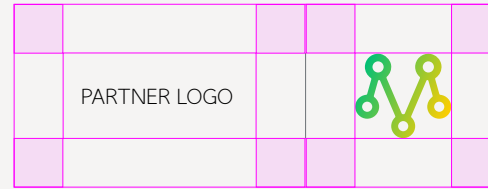
When the Mrsool brandmark needs to be displayed alongside other brands in co-branding situations, the following guidelines must be applied. Always ensure an optimal balance between all logos is maintained and that the Mrsool brandmark is not superseded or dominated by other brand marks. Where other brands dominate or are equal in scale to the Mrsool logo, the Mrsool logo should scale appropriately within the hierarchy to provide optical balance.

The width of the Mrsool logo should always be at least equal to the width of other network logos. Clear space in co-branding When correctly observed, clear space protects the logo from being crowded by other elements such as text or images. The Mrsool logo must also meet the clear space and minimum size requirements.

Logo with Partner



Emblem with Partner



Emblem with Partner

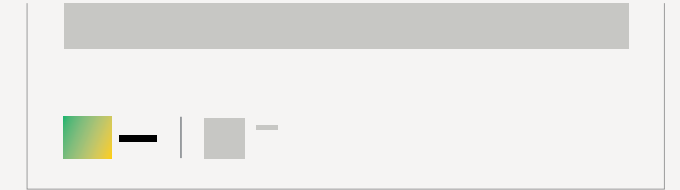
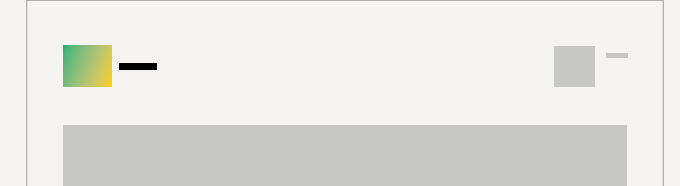


تصميم الشعار:

يجب فصل الشعارات بخط رفيع مرجح باللون الرمادي. يجب ألا يتجاوز وزن الخط 0.5 نقطة. يجب أن تكون المسافة من الشعار إلى الخط متساوية على كلا الجانبين. يجب أن تكون الشعارات متناسبة مع بعضها البعض في الارتفاع. شركاء

Logo Styling:

Logos are to be separated by a thin weighted line in Grey Color. The line weight should not exceed 0.5pt. The distance from the logo to the line should be equal on both sides. Logos should be proportionate to each other in height Partners.

العلامة التجارية مع رأس الشريك
Brand Mark with partner headerعلامة تجارية مع تذييل متعدد للشركاء
Brand Mark with multiple partner footerعلامة تجارية برأس شريك دولي
Brand Mark with international partner header

02

BRAND
COLOR



BRAND COLOR

الألوان

Color Palette

تضفي الألوان المختارة إحساسًا متطورًا ووديًا وحديثًا. يلعب استخدام المساحة البيضاء دورًا أساسيًا في لغة العلامة ويجب استخدامه للسماح للعناصر بالتنفس في تطبيقها من أجل الوضوح.

عند تطبيق الألوان ، يرجى استخدام النطاق المقدم في قسم استخدام الألوان كدليل لتغطية كل لون.

The colors chosen give a sophisticated, Friendly, and Modern feel. The use of white space plays an integral role in the brand language and should be employed to allow elements to breathe in their application for clarity.

When applying the colors, please use the spectrum provided in the color usage section as a guide to the coverage of each color.

COURIERS

اللون الأخضر
JUNGEL GREEN

اللون الرمادي
SOFT PEACH

اللون الأسود
THUNDER

CUSTOMERS

اللون الأصفر
RONCHI

اللون الأحمر
SALMON PEARL

BRAND COLOR

الأخضر

JUNGEL GREEN

مطبوعة

Print

PANTONE

7480C

CMYK

78. 0. 80. 0

رقمي

Digital

RGB

0. 191. 111

HEX/HTML

00BF6F

BRAND COLOR

الأصفر

RONCHI

مطبوعة

Print

PANTONE

116C

CMYK

0. 10. 98. 0

رقمي

Digital

RGB

255. 205. 0

HEX/HTML

FFCD00

BRAND COLOR

الأسود

THUNDER

مطبوعة

Print

PANTONE

Black

CMYK

0. 0. 0. 100

رقمي

Digital

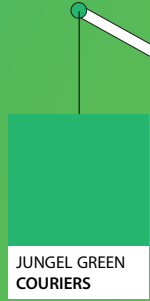
RGB

0. 0. 0

HEX/HTML

000000

BRAND COLOR



التدرجات مستوحاة من شعارنا بالألوان الكاملة. إنها تساعد في إنشاء تمييز قوي للعلامة يعكس عناصر الشعار. يساعد استخدام التدرجات أيضًا في إنشاء إحساس رقمي حديث.

يمكن إنشاء التدرجات بألوان العلامة التجارية الأساسية كما هو موضح هنا. قم دائمًا بتطبيق التدرجات بزاوية قطرية.

Gradients are inspired by our full-colour logo. They help create strong brand recognition mirroring elements of the logo. The use of gradients also helps create a modern, digital feel.

Gradients can be created with primary brand colours as seen here. Always apply gradients on a diagonal angle.



BRAND COLOR

الألوان الثانوية

Secondary Color

لدينا أيضًا الألوان الثانوية متاحة للاستخدام في وظائف محددة ، قم بتمييز العروض الرئيسية أو لغرض معين، مثل UX، والتواصل والتفارير، والعروض التقديمية، وفي التوضيح. تم تصميم لوحة الألوان الثانوية لتكمل لوحة الألوان الأساسية وتستخدم فقط عندما لا توفر اللوحة الأساسية تنوعًا كافيًا. هناك أربعة ألوان أساسية وصبغات داعمة ، بالإضافة إلى استخدام مجاني وكامل للوحة التدرج الرمادي في أي صبغة. عند استخدام لوحة الألوان الوظيفية، افعل ذلك باعتدال، وحاول ألا تجمع بين الكثير من الألوان في عنصر واحد.

We also have a secondary palette of colors available to use for functionality in specific Highlight a key offers or call to action purpose, such as UX, internal communications and reports, presentations, and in illustration. The Secondary colour palette is designed to compliment the primary colour palette and is only to be used when the primary palette does not offer enough diversity. There are four primary colours and supporting tints, as well as free and complete use of the greyscale palette at any tint. When using the functional colour palette, do so sparingly, and try not to combine too many colours in a singular element.

SALMON PEARL

PANTONE	RGB
2347C	255. 6. 0
CMYK	HEX/HTML
0. 94. 100. 0	E10600

SOFT PEACH

PANTONE	RGB
COOL GREY 1C	217. 217. 214
CMYK	HEX/HTML
0. 0. 0. 15	D9D9D6

BRAND COLOR

نسب توزيع الألوان Color Balance

60%

10%

10%

10%

5%

5%

03

TYPOG- RAPHY



TYPOGRAPHY

الخط

Typography

خط Mrsool Y عصري، ودود، واثق، وأنيق. إنه ودود، مما يساعدنا على الحفاظ على نغمة المحادثة مع العملاء، إنه متاح للاستخدام في أربعة أوزان - الثقيل، ومتوسط، وعادي، وخفيف. يجب استخدامها مع العنوان الرئيسي والعناوين الفرعية والنص الأساسي.

يؤدي استخدام الخط باستمرار إلى تقوية تواصلنا من خلال منحها أسلوبًا مرئيًا مميزًا يسهل التعرف عليه. يجب وضع اتجاه اللغة الإنجليزية لليسار واللغة العربية لليمين. المسافة بين السطور المثلى لنسخ الجسم هي حجم الكتابة +9 نقطة.

ملاحظة: خط Mrsool Y ملكية خاصة ولا يمكن استخدامها لأي عميل بخلاف مرسول.

Mrsool Y is modern, Friendly, confident, and stylish. It is approachable, helping us maintain a conversational tone with Customers. It is available to use in five weights - Black, Bold, Medium, Regular, and Light. It should be used for Headline, Subtitles and body text.

Using our typeface consistently strengthens our communications by giving them a distinctive, easily recognizable visual style. Type should be left Aligen for English and right Aligen for Arabic. Optimal leading for body copy is the type size +9 pt.

Note: Mrsool Y is proprietary and cannot be used for any client other than Mrsool.

HI, I AM A HEADLINE IN MRSOOL Y BOLD

Brand Headline Typeface

Mr1sool Y Bold

أبجد هوز حطي كلمن سعفص قرشت ثخذ ضظغ
؟<>+)(*&^/%\$#@! ١٢٣٤٥٦٧٨٩٠

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY
DOG. 1234567890 !@ \$%^&*()_+<>?:{}

Content Typeface

Mrsool Y Regular

أبجد هوز حطي كلمن سعفص قرشت ثخذ ضظغ ١٢٣٤٥٦٧٨٩٠
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890 !@ \$%^&*()_+<>?:{}

Mrsool Y Sami Bold

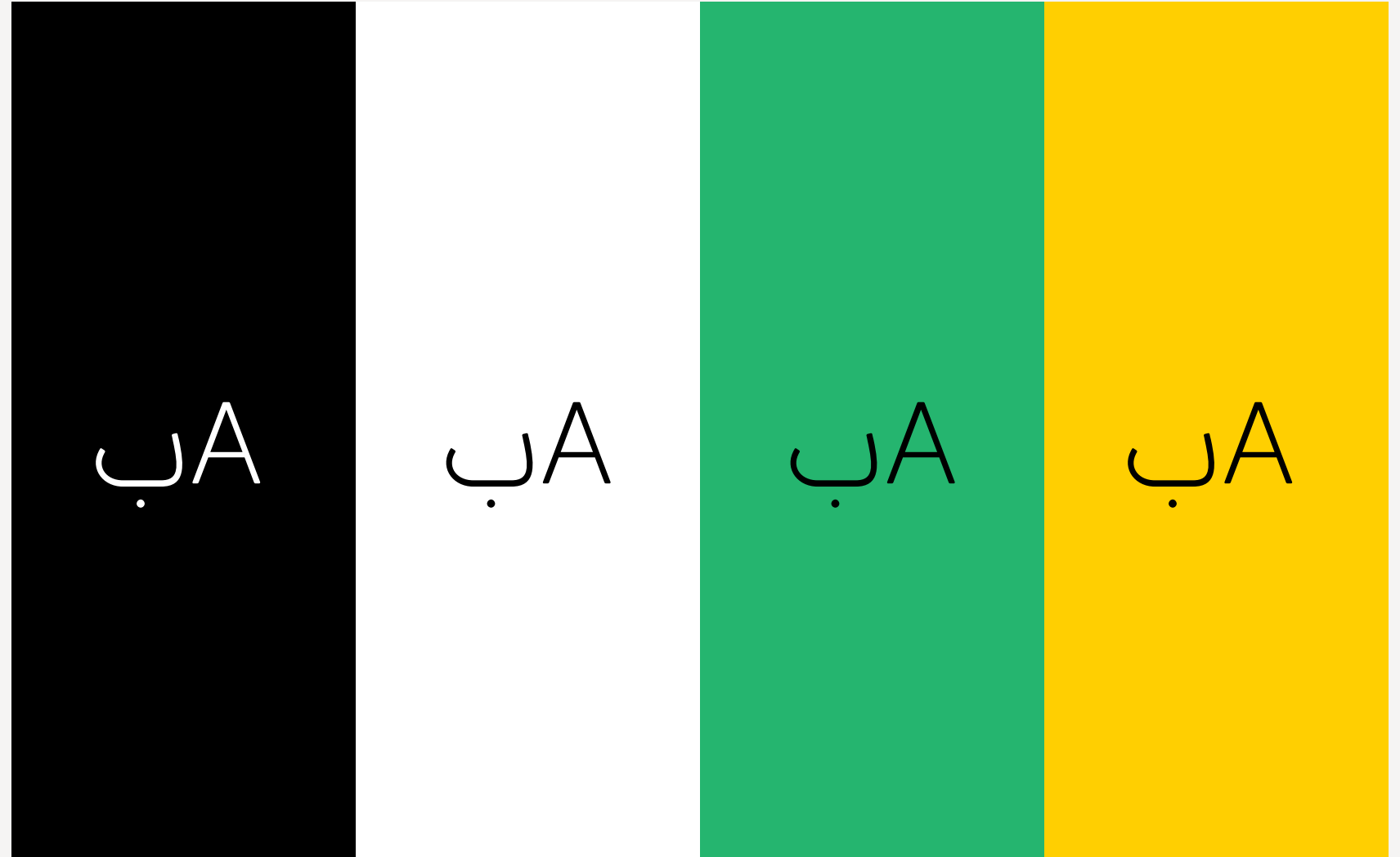
أبجد هوز حطي كلمن سعفص قرشت ثخذ ضظغ ١٢٣٤٥٦٧٨٩٠
THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG. 1234567890 !@ \$%^&*()_+<>?:{}

TYPOGRAPHY

ألوان الخط Font Color

استخدام ألوان متعددة يؤدي إلى التشبث، لذلك التسلسل هنا يوضح كيفية استخدام الخط والألوان.

Using many colours can be distracting. The hierarchies shown to the visual aid when deciding what colours to use for literature.



TYPOGRAPHY

استخدامات الخط

Usage of Fonts

لعملية تطبيق مثالية لأحجام وأوزان الخط، تم وضع أساسيات لها لتساعد على التوظيف الصحيح للعناوين والعناوين الثانوية والنصوص.

في حال تم استخدام حجم خط أقل من 10pt فا يجب استخدام وزن Regular. وزن Bold يستخدم في الاسماء المميزة والمصادر والاقباسات.

In order to present a coherent image, we have established clear definitions for when to use which of our font weights. Headlines, sub headlines and copy must utilize our Light font.

However, if the text size falls below 10 Pt, it should be written in Regular. Bold fonts are to be used for selected proper names, source references and quotes.

Headline 1
Bold
72pt, Leading 56pt

Headline 1 Two Lines

Headline 2
Medium
45pt, Leading 36pt

Headline 2 Two Lines

Headline 3
Regular
36pt, Leading 28pt

Headline 3 Two Lines

Copy
Light
10.5pt, Leading 12pt

Quotes etc.
Bold

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and type-setting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and **scrambled it to make a type** specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was

العنوان ١ خطين

العنوان ٢ خطين

العنوان ٣ خطين

هناك حقيقة مثبتة منذ زمن طويل وهي أن المحتوى المقروء لصفحة ما سيلهي القارئ عن التركيز على الشكل الخارجي للنص أو شكل توضع الفقرات في الصفحة التي يقرأها. ولذلك يتم استخدام طريقة لوريم إيبسوم لأنها تعطي توزيعاً طبيعياً إلى حد ما للأحرف عوضاً عن استخدام "هنا يوجد محتوى نصي، هنا يوجد محتوى نصي" فتجعلها تبدو (أي الأحرف) وكأنها نص مقروء. العديد من برامج النشر

TYPOGRAPHY

تتابع وتناسق الخط

Font Tracking and Alignment

يجب استخدام تناسق وتتابع النصوص الأساسي حيث اللغة الإنجليزية "من اليسار لليمين" واللغة العربية "من اليمين إلى اليسار".

في حال إضافة فقرة جديدة يجب وضع فاصل سطرين بينها وبين الفقرة السابقة.

All texts should be left-aligned with default tracking. for arabic all texts should be right-aligned with default tracking.

In order to add a new paragraph, please use two default line breaks.

Left Alignment ←

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was



Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was

Tracking 0

→ Right Alignment

هناك حقيقة مثبتة منذ زمن طويل وهي أن المحتوى المقروء لصفحة ما سيلهي القارئ عن التركيز على الشكل الخارجي للنص أو شكل توضع الفقرات في الصفحة التي يقرأها. ولذلك يتم استخدام طريقة لوريم إيبسوم لأنها تعطي توزيعاً طبيعياً إلى حد ما- للأحرف عوضاً عن استخدام "هنا يوجد محتوى نصي، هنا يوجد محتوى نصي" فتجعلها تبدو (أي الأحرف) وكأنها نص مقروء. العديد من برامج النشر



هناك حقيقة مثبتة منذ زمن طويل وهي أن المحتوى المقروء لصفحة ما سيلهي القارئ عن التركيز على الشكل الخارجي للنص أو شكل توضع الفقرات في الصفحة التي يقرأها. ولذلك يتم استخدام طريقة لوريم إيبسوم لأنها تعطي توزيعاً طبيعياً إلى حد ما- للأحرف عوضاً عن استخدام "هنا يوجد محتوى نصي، هنا يوجد محتوى نصي" فتجعلها تبدو (أي الأحرف) وكأنها نص مقروء. العديد من برامج النشر

Tracking 0

TYPOGRAPHY

قواعد الكتابة

Type Setting Rules

في السياقات غير العلمية، نستخدم الرمز (|) بدلاً من الشرطة المائلة (/) للتعبير عن بديل.

تتم كتابة عناوين URL دائمًا بدون www (ما لم يكن الرابط لن يعمل بدونها من الناحية الفنية).

تتم كتابة أرقام الهواتف بدون نقاط أو خطوط أو خطوط مائلة. الرجاء استخدام مسافات بيضاء لتقسيم الأرقام.

اعتمادًا على اللغة، نستخدم علامات الاقتباس المناسبة.

In non-scientific contexts we use a pipe (|) instead of a slash (/) to express an alternative.

URLs are always written without www (unless the link would technically not work without it).

Telephone numbers are written without dots, pipes or slashes. Please use blanc spaces to divide the numbers.

Depending on the language, we use the appropriate quotation marks.

We Use
American
English.

Pipe | Not Slash

Visit Us:
marsool.co

Phone:
+966 551 308

We Do Not Use
Ligatures. ~~start~~
now.

“Hello, We Are
the English
Quotation
Marks.”

TYPOGRAPHY

العناوين وتوزيع الألوان Headings & Color Hierarchy

استخدام الألوان للتمييز بين العناوين والنصوص. العناوين والنصوص توضح متى يتم استخدام الألوان.

Using many colours can be distracting. The hierarchies shown to the visual aid when deciding what colours to use for literature.



TYPOGRAPHY

العناوين وتوزيع الألوان Headings & Color Hierarchy

استخدام الألوان للتمييز بين العناوين والنصوص. العناوين والنصوص توضح متى يتم استخدام الألوان.

Using many colours can be distracting. The hierarchies shown to the visual aid when deciding what colours to use for literature.

**DON'T
STARVE**
JUST ORDER

typesetting industry.
Lorem Ipsum has been the industry's
standard dummy text ever since

What is Lorem Ipsum
printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has
been the industry's standard dummy text ever since
the 1500s, when an unknown



**DON'T
STARVE**
JUST ORDER

What is Lorem Ipsum
printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's
standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown



04

VISUAL SYSTEM



Visual System

الشبكة والتخطيط الأساسي Grid & Layout Introduction

تتكون الشبكة من هوامش خارجية وأعمدة ومزاريب ومراكز مركزية.

أحجام الشعار

من أجل الاتساق ، تم تعيين شعار AXA

الهوامش الخارجية

يكون الهامش الخارجي دائمًا 50٪ من الشعار. لذلك، على سبيل المثال ، عندما يكون التنسيق هو A4 ، حجم الشعار 20 مم والهامش الخارجي هو 10 ملم.

الأعمدة والمسافات

تشكل المسافات دائمًا 25٪ من الشعار. دائمًا استخدم ما يصل إلى ستة أعمدة حسب العرض من التنسيق. سوف يختلف عرض العمود.

The grid is made of outer margins, columns, gutters and centre points.

Logo sizes

For consistency, the AXA logo has set

Outer margins

The outer margin is always 50% of the logo. So, for example, when the format is A4, the logo size is 20mm and the outer margin is 10mm.

Columns and gutters

Gutters are always 25% of the logo. Always use up to six columns depending on the width of the format. The column width will vary.



Visual System

تنسيقات الشبكة والتخطيط

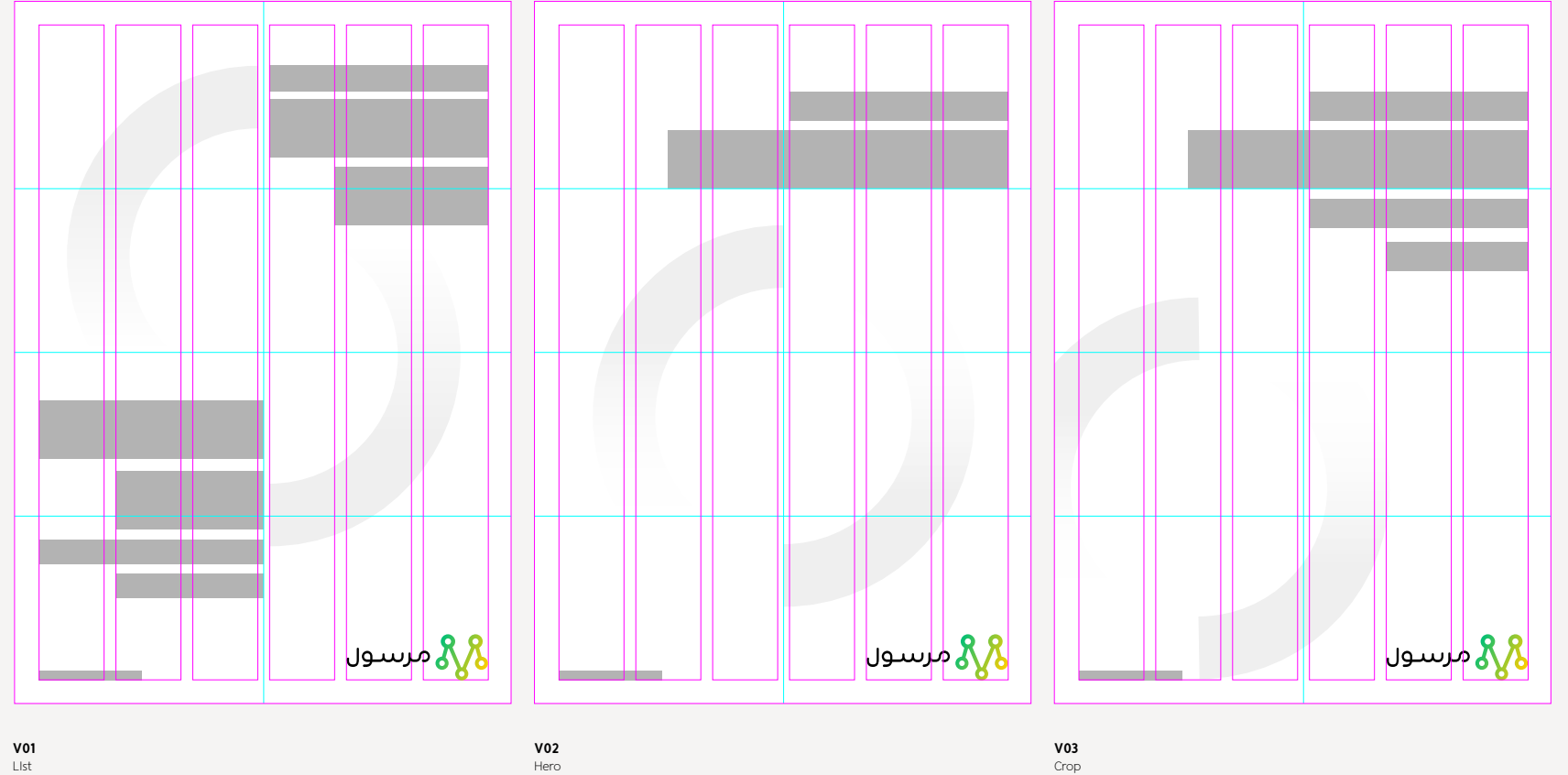
Grid & Layout Formats

فيما يلي بعض التنسيقات المختلفة لتوضيح مدى مرونة الشبكة وتوافقها مع مبدأ الدائرة.

ضمان تطبيق الفكرة بنفس التوازن المرئي مثل التنسيقات الرأسية مع إمكانية التوظيف بسهولة أكبر اعتمادًا على نوع الصور المستخدمة والمحتوى. في جميع التنسيقات الأخرى ، تتمثل القاعدة في اختيار الحجم الأقرب بصريًا للتنسيقات الرأسية والأفقية. يمكن بعد ذلك تعديله لمحاذاة الهوامش أو الأدلة. تم تعيين هوامش التنسيقات الأخرى أو المتطرفة على 25٪ من الشعار. الأعمدة والمسافات.

Here are a few different formats to demonstrate how the grid is flexible and compatible with the Circle Switch.

This is to ensure the Switch retains the same visual balance as the portrait formats and can adapt more easily depending on the type of imagery used, and content. On all other formats, the rule is to choose the size that is closest visually to the portrait and landscape formats. It can then be slightly adjusted to align to margins or guides. Margins for other or extreme formats are set at 25% of the logo. Columns and gutters.



Visual System

إذا دخلت المربعانية

اطلب من مرسول

فروة وبطانية

كود مربعانية

خصم 50 ريال على كل 5 طلبات
10 ريال لكل طلب

مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

عرض مميز

طلب من يمي ووك



مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

وفر نص سعر البرجر مع مرسول

استخدم كود

خمسين

الخصم لأول طلب
من المطعم على
وجبات البرجر



مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

Visual System

إذا دخلت المربعانية

اطلب من مرسول

فروة
وبطانية

كود **مربعانية**

خصم 50 ريال على كل 5 طلبات
10 ريال لكل طلب

مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

عرض مميز

طلب من يمي ووك



مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

وفر نص سعر البرجر مع مرسول

استخدم كود

خمسين

الخصم لأول طلب
من المطعم على
وجبات البرجر



مرسول

*تطبق الشروط والأحكام

Visual System

تطبيقات منصة تويتر

Twitter Post

فيما يلي بعض التنسيقات المختلفة لتوضيح مدى مرونة الشبكة وتوافقها مع مبدأ الدائرة.

يتم استخدام مبدأ الدائرة بثلاثة أحجام فقط عبر جميع التنسيقات المختلفة - 50٪ و 55٪ و 65٪ من ارتفاع التنسيقات. وضع المحول والأحجام بالنسبة إلى التنسيقات الرأسية. فإن القاعدة هي أن المفاتيح الرئيسية يوضع في المنتصف ويبلغ ارتفاعه 50٪ من ارتفاع التنسيق.

بالنسبة إلى التنسيقات الضيقة، يجب أن يتكيف مبدأ الدائرة مع الهوامش الخارجية. بالنسبة إلى التنسيقات الأفقية، هناك حمان من الأفضل استخدامهم عند - 55٪ أو 65٪ من ارتفاع التنسيق. هذا لضمان احتفاظ المبدأ بنفس التوازن المرئي مثل التنسيقات الرأسية ويمكنه التكيف بسهولة أكبر اعتماداً على نوع الصور المستخدمة والمحتوى.

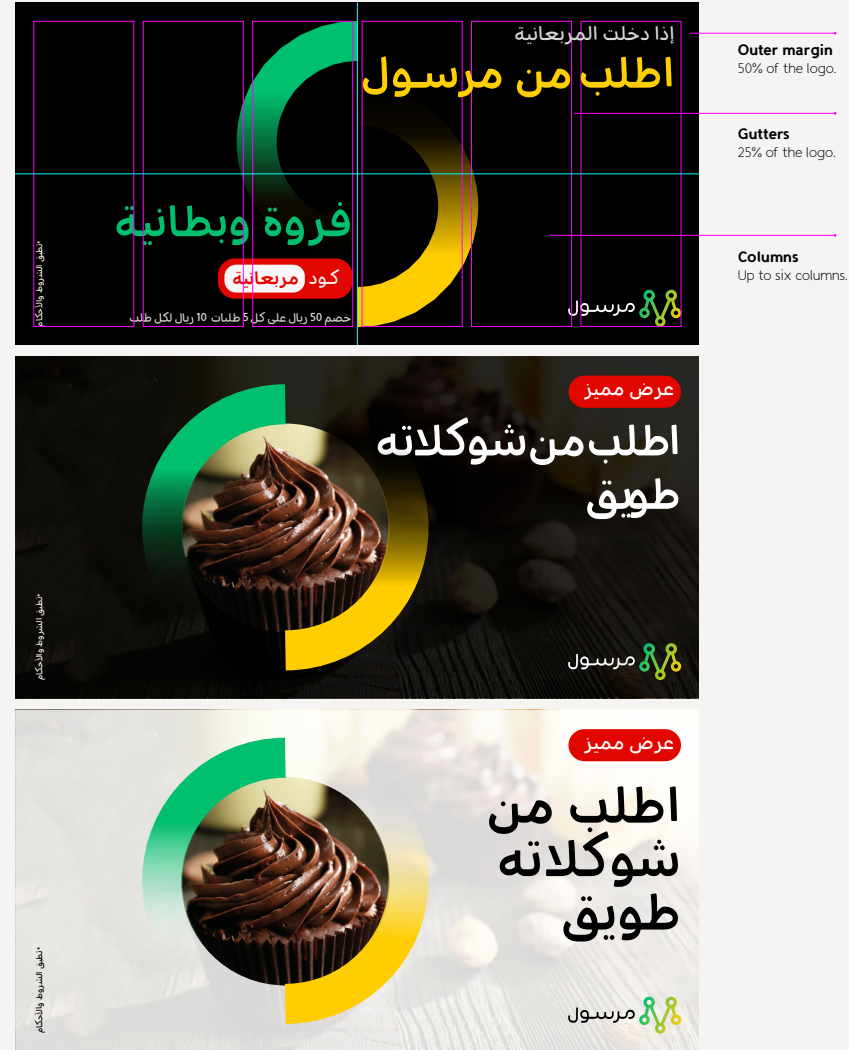
في جميع التنسيقات الأخرى، تتمثل القاعدة في اختيار الحجم الأقرب بصرياً للتنسيقات الرأسية والأفقية. يمكن بعد ذلك تعديله قليلاً لمحاذاة الهوامش أو الأدلة. تم تعيين هوامش التنسيقات الأخرى أو المتطرفة على 25٪ من الشعار. الأعمدة والمزاريب.

Here are a few different formats to demonstrate how the grid is flexible and compatible with the Circle Switch.

he Circle Switch is only used at three sizes across all different formats - 50%, 55% and 65% of the height of the formats. Placing the Switch & sizes For portrait formats, the rule is that the hero Switch is placed in the middle and is 50% of the format height.

For narrow formats, the hero Switch should adjust to the outer margins. For landscape formats, there are two sizes the hero Switch is best used at - 55% or 65% of the format height. This is to ensure the Switch retains the same visual balance as the portrait formats and can adapt more easily depending on the type of imagery used, and content.

On all other formats, the rule is to choose the size that is closest visually to the portrait and landscape formats. It can then be slightly adjusted to align to margins or guides. Margins for other or extreme formats are set at 25% of the logo. Columns and gutters.



Visual System

تطبيقات منصة انستقرام

Instagram Post & Story

فيما يلي بعض التنسيقات المختلفة لتوضيح مدى مرونة الشبكة وتوافقها مع مبدأ الدائرة.

يتم استخدام مبدأ الدائرة بثلاثة أحجام فقط عبر جميع التنسيقات المختلفة - 50٪ و 55٪ و 65٪ من ارتفاع التنسيقات. وضع المحول والأحجام بالنسبة إلى التنسيقات الرأسية. فإن القاعدة هي أن المفراج الرئيسي يوضع في المنتصف ويبلغ ارتفاعه 50٪ من ارتفاع التنسيق.

بالنسبة إلى التنسيقات الضيقة، يجب أن يتكيف مبدأ الدائرة مع الهوامش الخارجية. بالنسبة إلى التنسيقات الأفقية، هناك حمان من الأفضل استخدامهم عند - 55٪ أو 65٪ من ارتفاع التنسيق. هذا لضمان احتفاظ المبدأ بنفس التوازن المرئي مثل التنسيقات الرأسية ويمكنه التكيف بسهولة أكبر اعتمادًا على نوع الصور المستخدمة والمحتوى.

في جميع التنسيقات الأخرى، تتمثل القاعدة في اختيار الحجم الأقرب بصريًا للتنسيقات الرأسية والأفقية. يمكن بعد ذلك تعديله قليلاً لمحاذاة الهوامش أو الأدلة. تم تعيين هوامش التنسيقات الأخرى أو المتطرفة على 25٪ من الشعار. الأعمدة والمزاريب.

Here are a few different formats to demonstrate how the grid is flexible and compatible with the Circle Switch.

he Circle Switch is only used at three sizes across all different formats - 50%, 55% and 65% of the height of the formats. Placing the Switch & sizes For portrait formats, the rule is that the hero Switch is placed in the middle and is 50% of the format height.

For narrow formats, the hero Switch should adjust to the outer margins. For landscape formats, there are two sizes the hero Switch is best used at - 55% or 65% of the format height. This is to ensure the Switch retains the same visual balance as the portrait formats and can adapt more easily depending on the type of imagery used, and content.

On all other formats, the rule is to choose the size that is closest visually to the portrait and landscape formats. It can then be slightly adjusted to align to margins or guides. Margins for other or extreme formats are set at 25% of the logo. Columns and gutters.



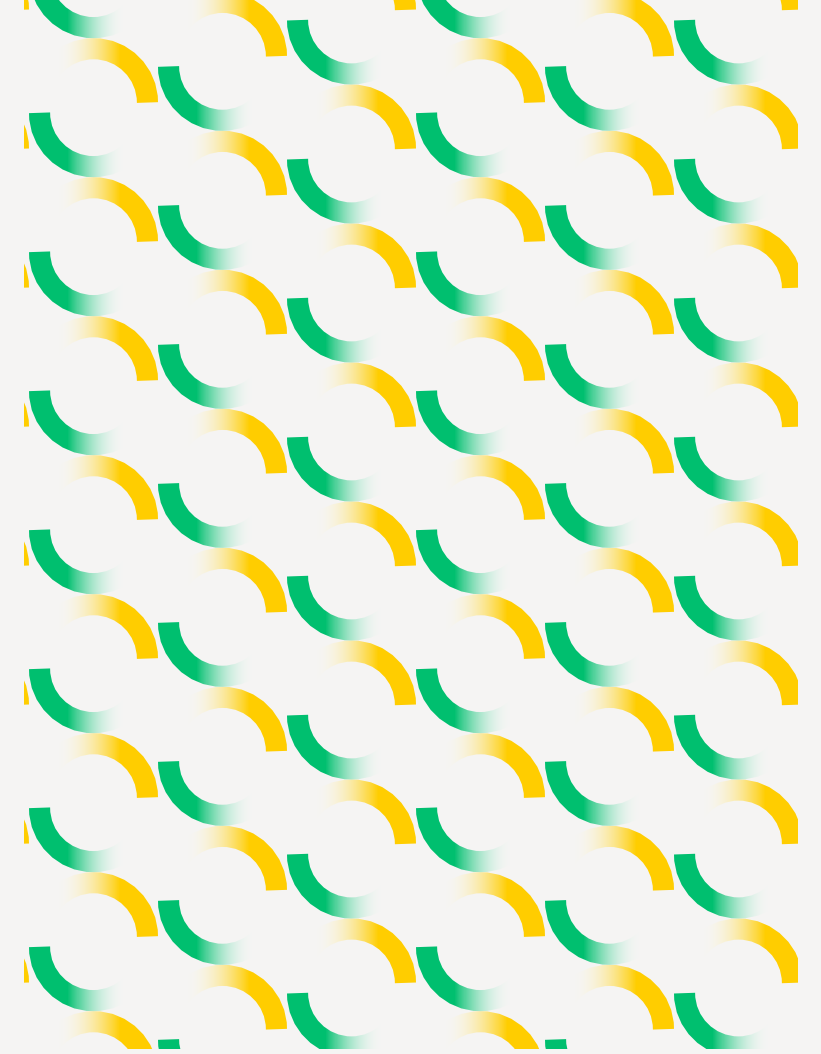
Visual System

النمط

Pattern

من مبدأ الدائرة ينطلق نمط هويتنا ليعزز من التواجد والاستخدام الحيوي والمرن في التطبيقات المطبوعة والرقمية وأيضاً استخدام النصوص.

From our concept of circle, our pattern proceeds to enhance the presence and vital and flexible use in printed and digital applications as well as the use of copy.



Visual System

الرموز

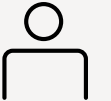
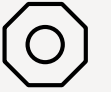
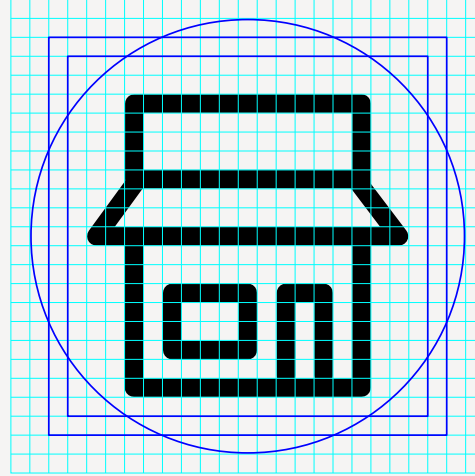
Iconography

الرموز تلعب دورا حيويا في الهوية المرئية لمرسول.

يجب اتباع بدقة ألوان وأسلوب الرموز المعروضة هنا أثناء إنشاء الرموز.

Iconography performs a vital role in the visual identity of Mrsool.

Strictly follow the colors and style of the iconography showcased here while creating icons.



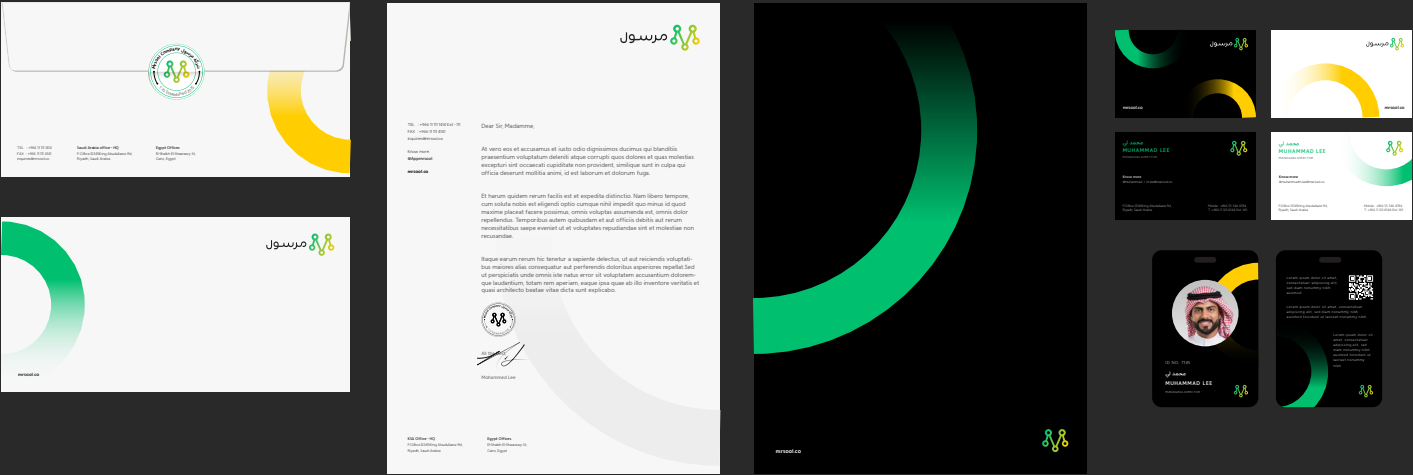
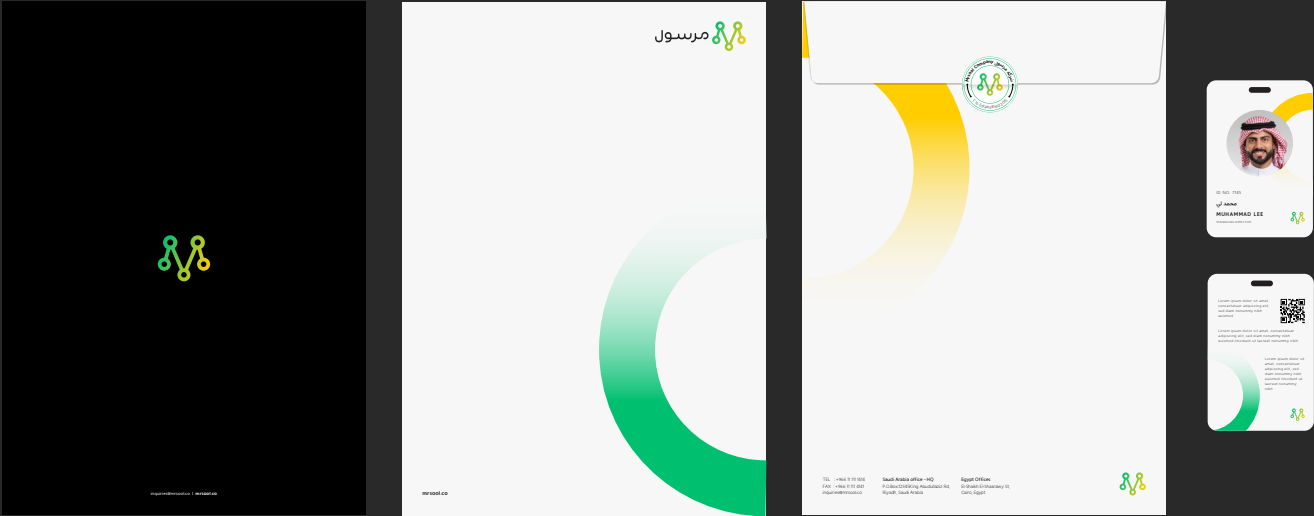
مرسول  إذا دخلت المربعانية
اطلب من مرسل  فروة وبطانية
كود مربعانية 
خصم 50 ريال على كل 5 طلبات
10 ريال لكل طلب

خطي المرسول والأرقام

05

**APPLI-
CATION**







Application

كرت العمل

Business Card

التطبيق التالي هو قالب بطاقة العمل

الخصائص:

حجم القطع 90 × 55 ملم

The application is the template for Business Card

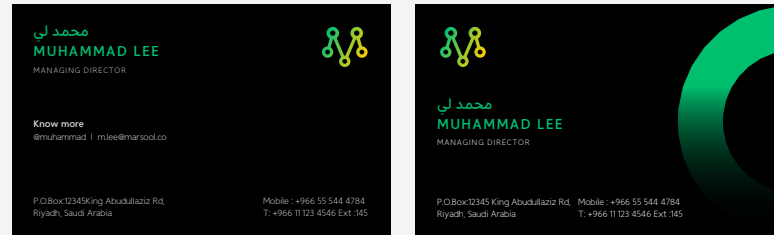
Specification

Trim Size 90x55mm

Front



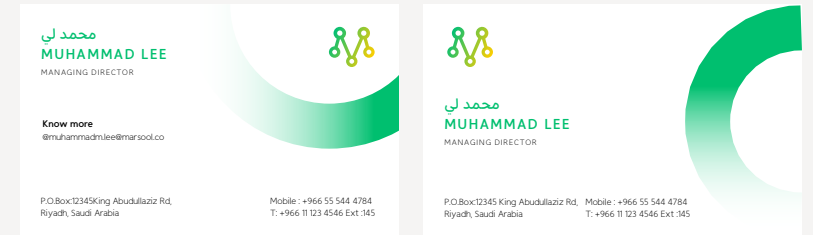
Back



Front



Back



Application

ورق العمل Letter Head

التطبيق التالي هو قالب ورق العمل

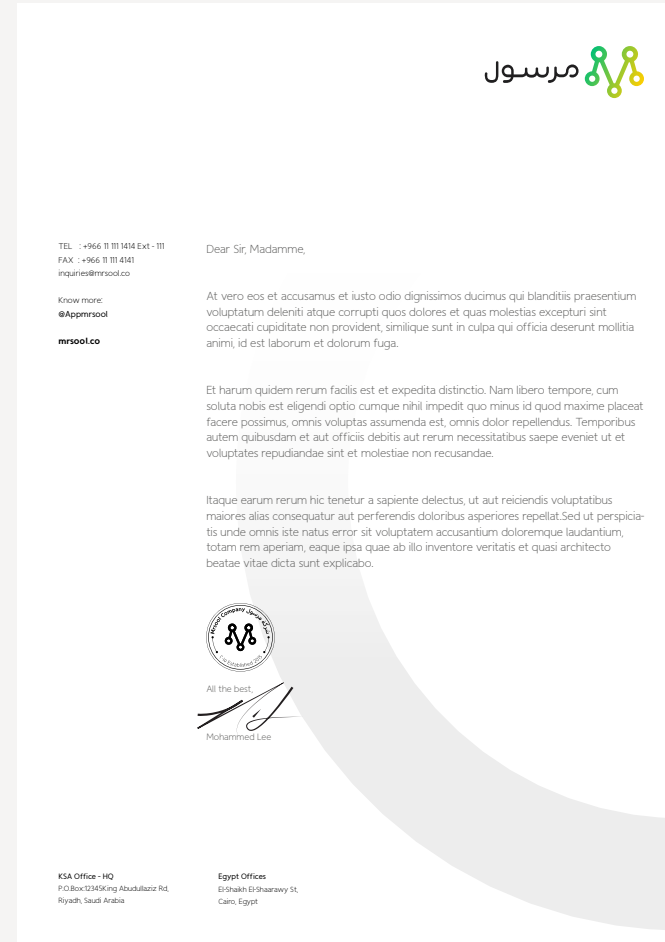
الخصائص:
حجم القطع 297x 210 ملم

The application is the template for Letter Head

Specification

Trim Size 210x297mm

Front



Back



Continuation Sheet

Application

ظرف DL DL Envelope

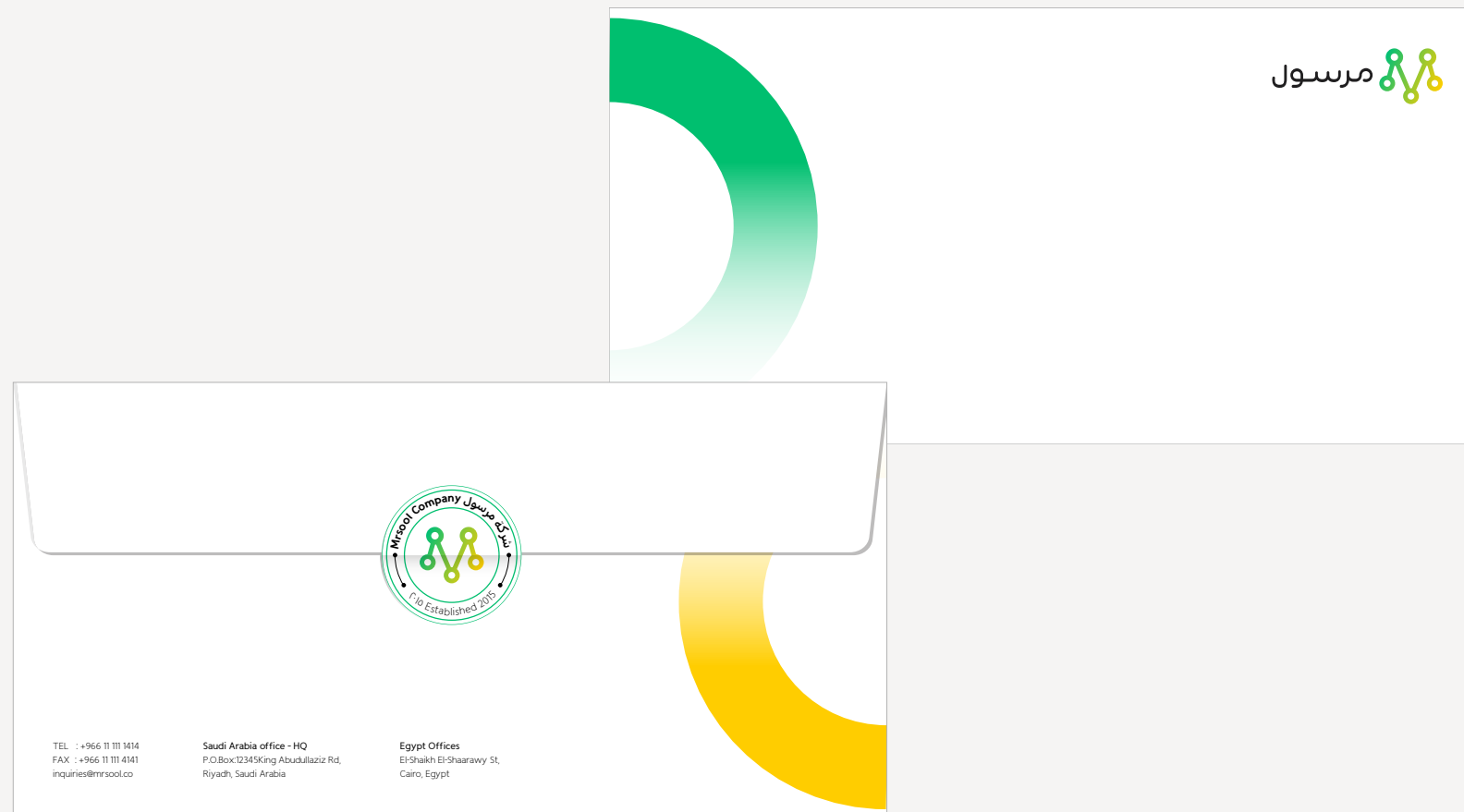
التطبيق التالي هو قالب ظرف DL

الخصائص:
حجم القطع 220 x 110 ملم

The application is the template for DL Envelope

Specification

Trim Size 110 x 220mm



Application

ظرف A4 A4 Envelope

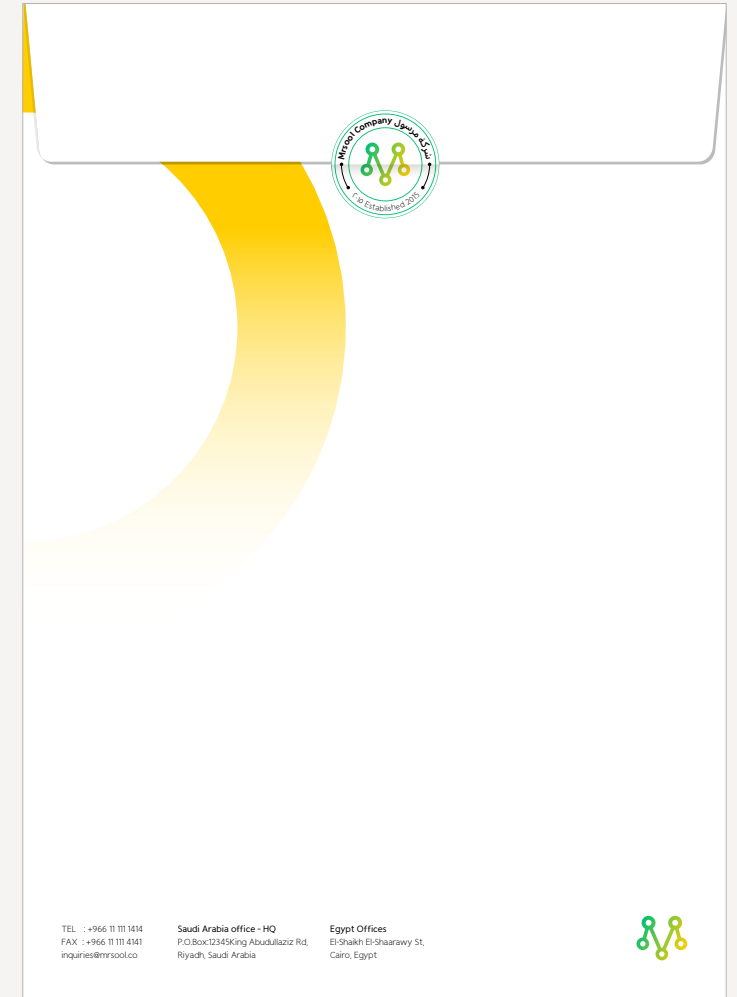
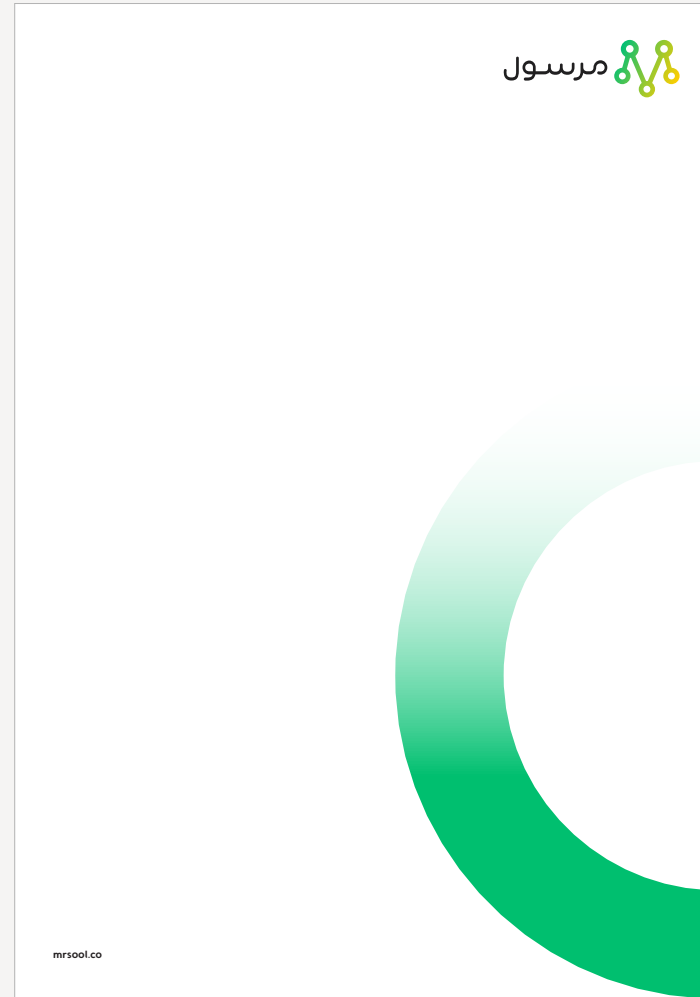
التطبيق التالي هو قالب ظرف A4

الخصائص:
حجم القطع 324 x 229 ملم

The application is the template for A4 Envelope

Specification

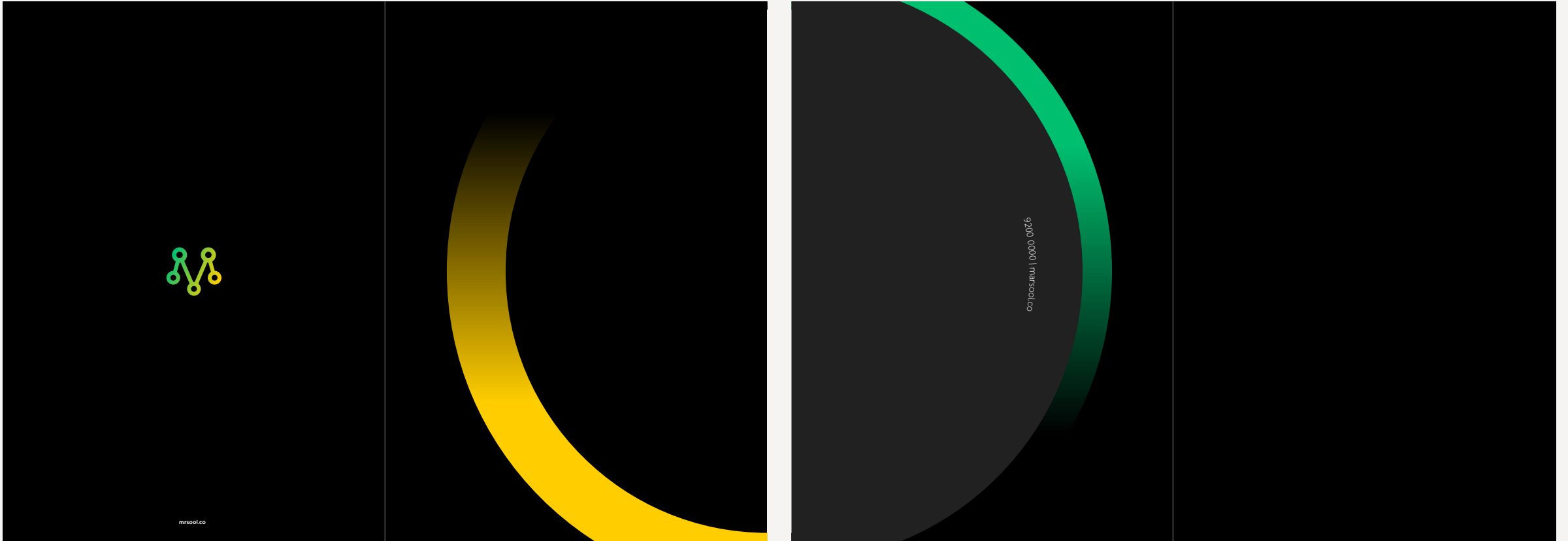
Trim Size 229 x 324mm



Application

A4 مجلد

A4 Folder



Application

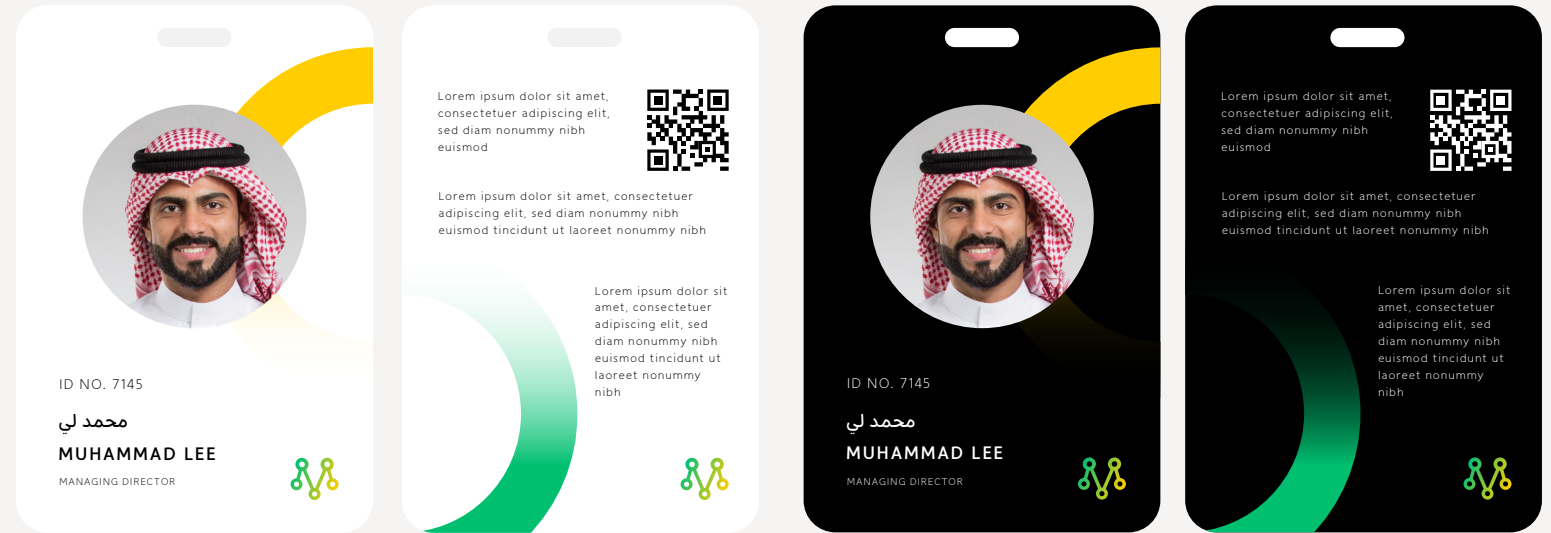
بطاقة العمل ID Card

التطبيق التالي هو قالب بطاقة العمل
الخصائص:
حجم القطع 54 x86 ملم

The application is the template for ID Card

Specification

Trim Size 54x86mm



06

DIGITAL



Digital

توقيع البريد الإلكتروني

Email Signature

مثال على تصميم توقيع بريد إلكتروني من حيث مكان الشعار وحجم النص واللون.

- يرجى الملاحظة:
- لا تحاول إعادة إنشاء توقيع جديد.
 - استخدم النموذج.

An example of designing an email signature in terms of logo placement, text size, and color.

Please note:

- Do not attempt to recreate new signature.
- Use the template.

New message



To

Subject

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue dui dolore te.


MUHAMMAD LEE

Managing Director

Mobile : +966 55 544 4784 T : +966 11 114 2545 Ext : 1452
 Riyadh, Saudi Arabia F : +966 11 114 2545
 mrsool.co



Send

Save

Cancel

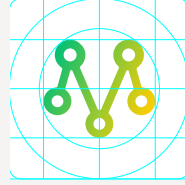
Digital

حسابات منصات التواصل Social Media

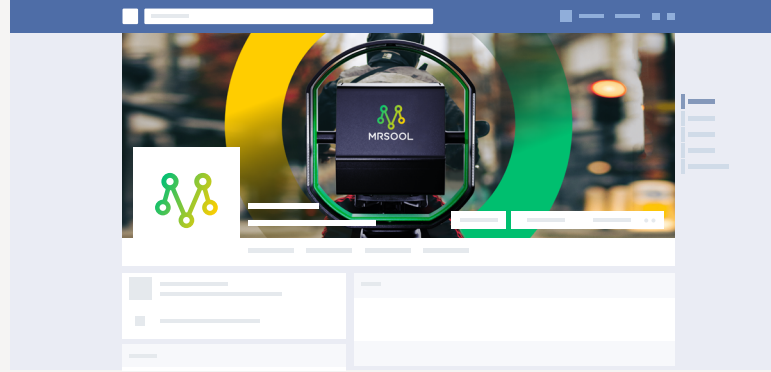
يمكنك تخصيص الظهور الصحيح لحساب تطبيق مرسول عن طريق التطبيق الصحيح لصورة الحساب وإضافة الاسم والنبذة التعريفية والموقع وتطبيق الهوية.

You can customize the correct appearance of Mrsool app account by applying the correct avatar, adding name, bio, location and identity application.

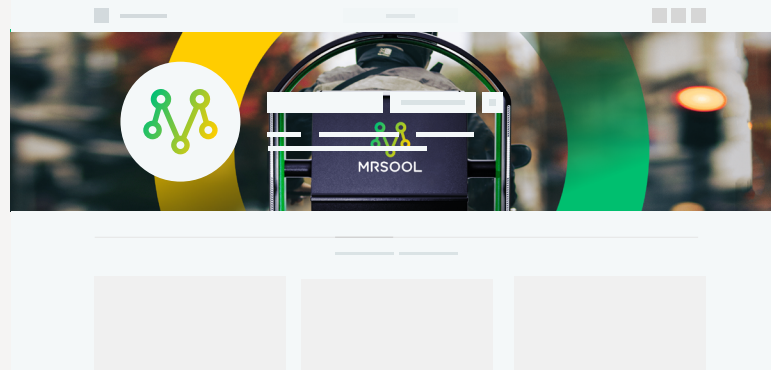
Avatar



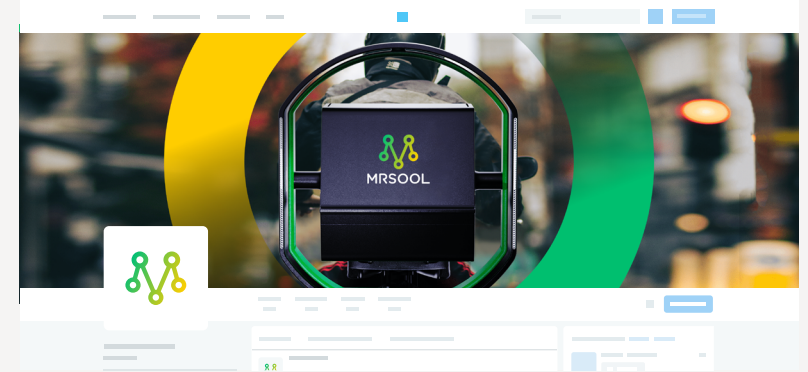
Facebook



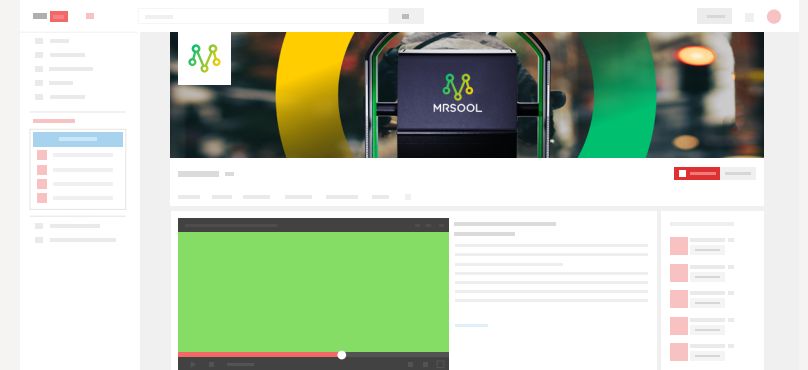
Instagram



Twitter



Youtube



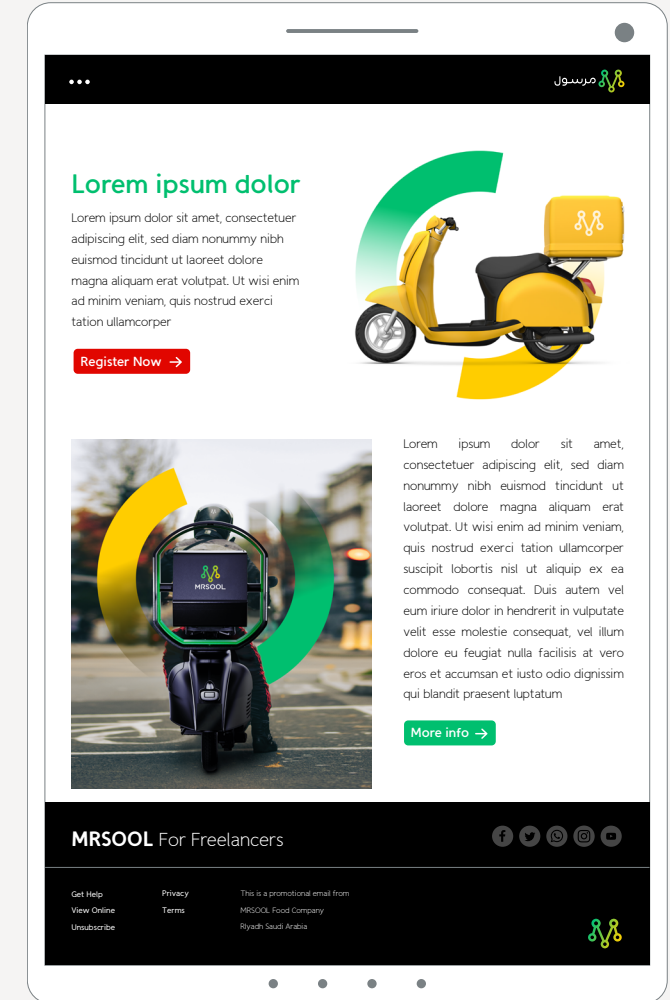
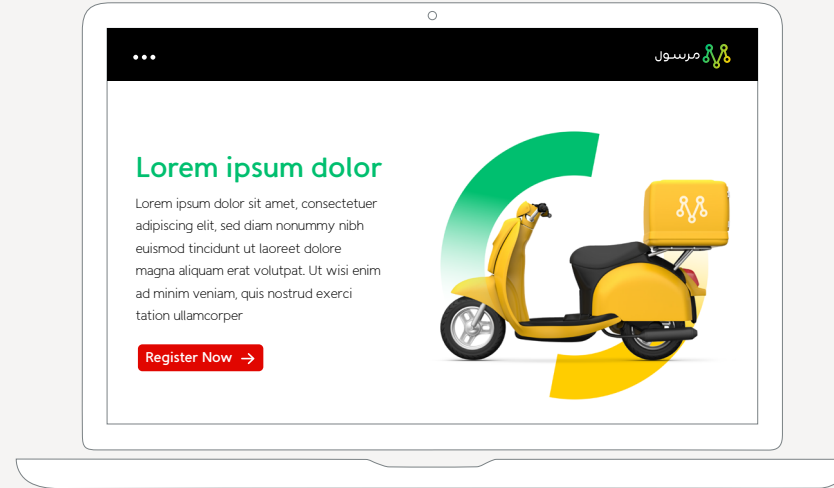
Digital

رسائل التسويق للبريد الإلكتروني

Email Direct Marketing

مثال على تصميم بريد إلكتروني من حيث موقع الشعار والحجم والموقع المرئي وحجم النص واللون وتذييل التصميم من خلال وضع أيقونات الوسائط الاجتماعية وشعارات الشركاء.

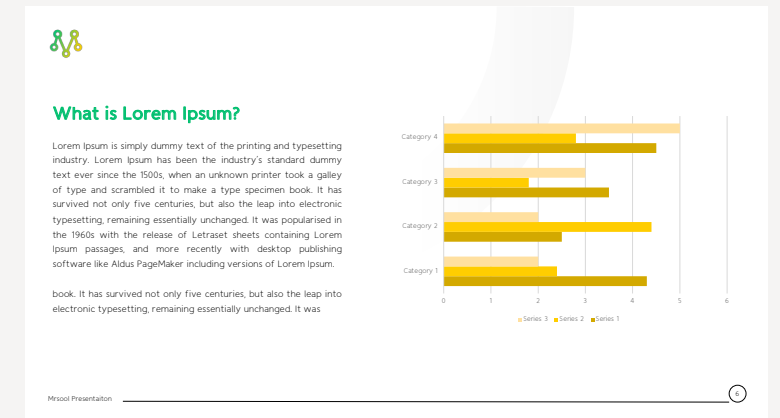
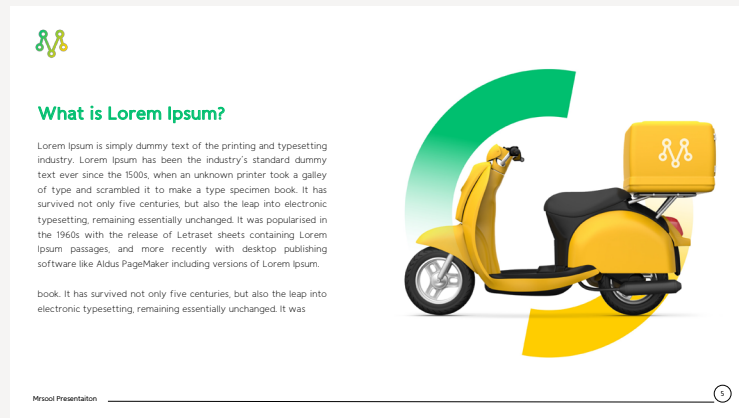
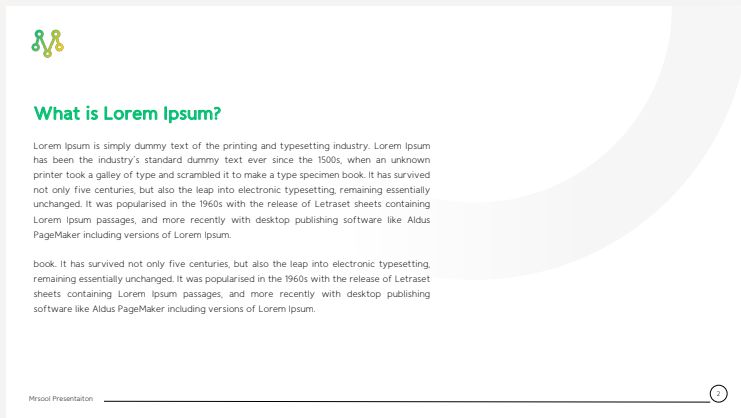
An example of designing an email in terms of logo location, size, visual location, text size, color, and design footer by placing social media icons and partner logos.



Digital

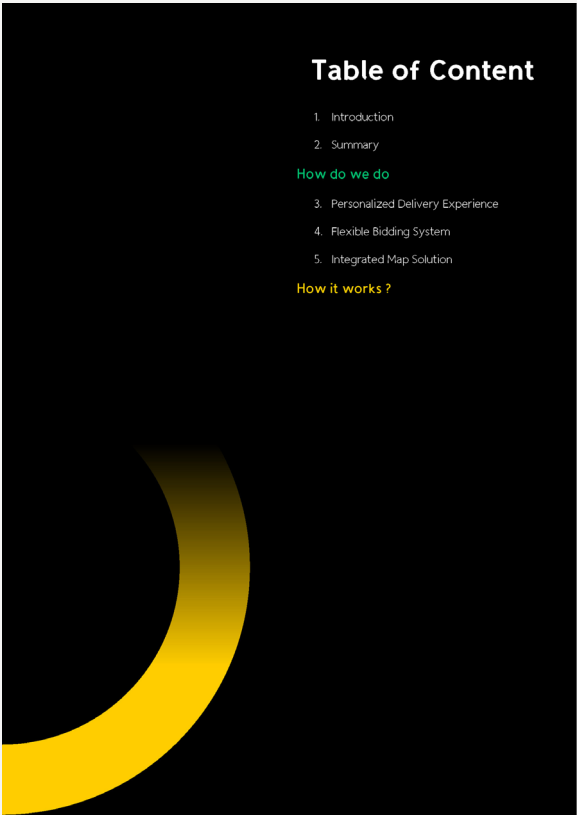
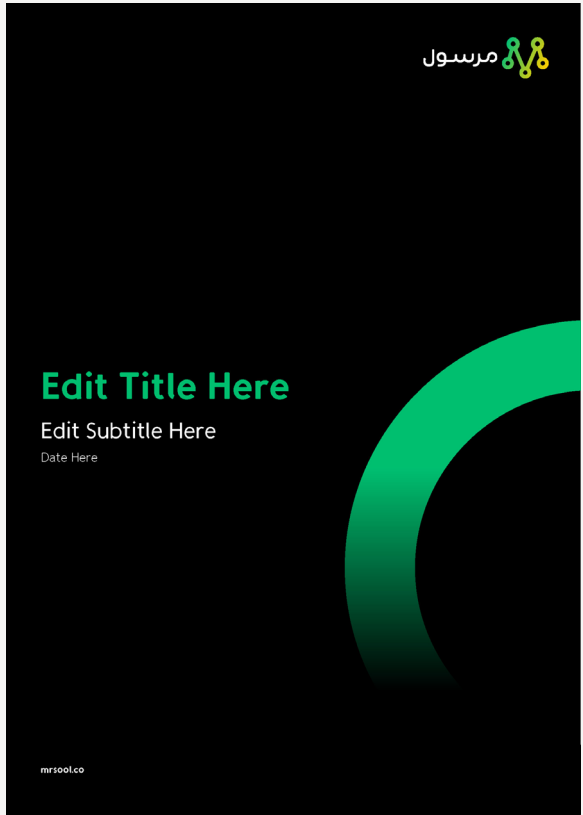
قالب PPT

PPT Template



Word قالب

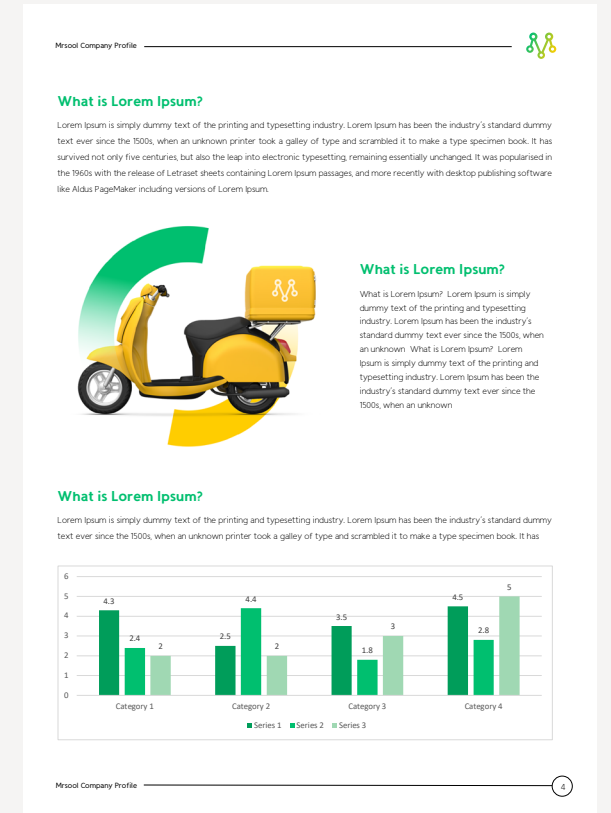
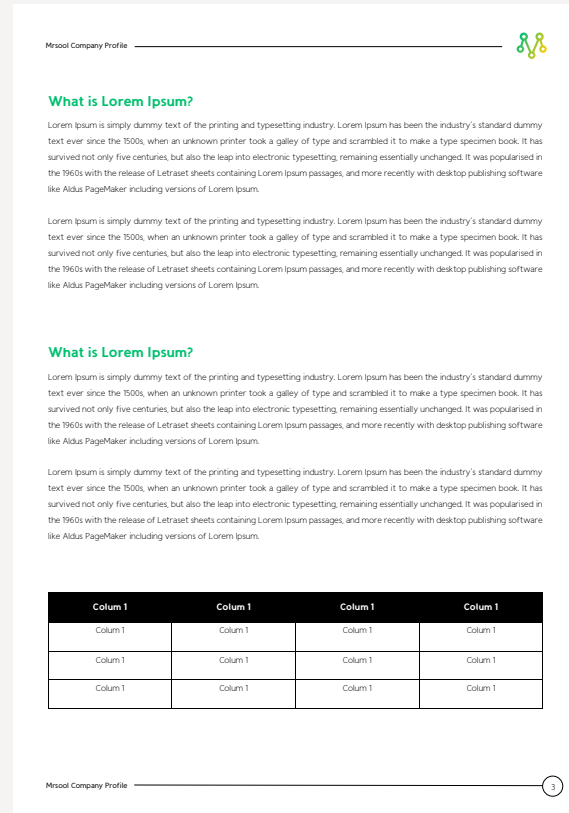
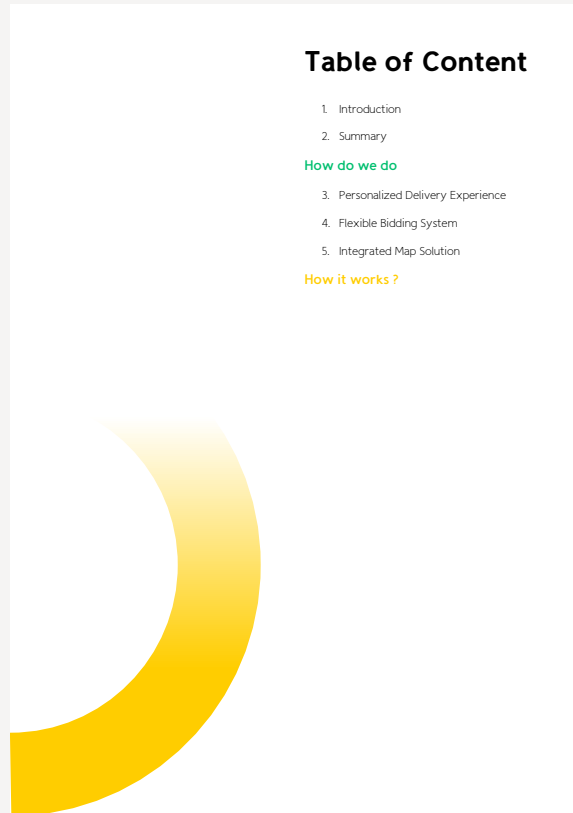
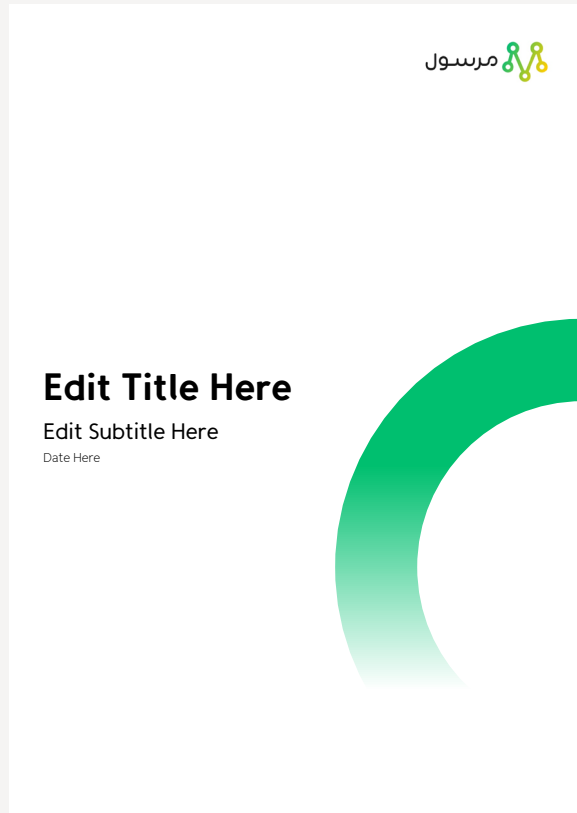
Word Template



Digital

قالب Word

Word Template



Thank You

