

الهوية البصرية لماركات الأزياء العالمية وأثرها فى بناء الصورة الذهنية للمستهلك
Visual Identity of Global Fashion Brands and its Impact in Building the
Mental Image of Consumer

م.د/ نهال عفيفى محمد

مدرس بقسم الملابس الجاهزه - المعهد العالى للفنون التطبيقية-التجمع الخامس

Dr. Nehal Afify Mohamed

**Lecturer at Apparel Department - Higher Institute of Applied Arts – the 5th Settlement-
New Cairo**

Nihalafify@yahoo.com

ملخص البحث :

الهوية البصرية هى أحد أهم العناصر المكونة للهوية العامة لماركات الأزياء العالمية "brands" ، وهى مفتاح الإنطباع الأول عن نشاطها التجارى ، والتي يتم من خلالها الوصول إلى المستهلك وتعريفه بالمنتجات والخدمات التى تقدمها وإبراز خصائصها ومميزاتها وتسويقها بإستخدام أساليب وتقنيات معينة تهدف بعكس رؤيتها وأهدافها ، والخروج بصورة ذهنية وإنطباع إيجابى يؤثر على أفكار وقرارات المستهلك ويساعده فى إشباع حاجاته ورغباته ، مما يؤدي إلى تعزيز مكانة هذه الماركات وبناء صورة ذهنية قوية لدى المستهلك يصحبها ولاء لها .

الكلمات المفتاحية : (الهوية – الهوية البصرية – الماركة - الصورة الذهنية - المستهلك) .