



BRAND IDENTITY SYSTEM - VERSION 1.0

نظام الهوية البصرية - الإصدار الأول

01. Brand Idea

فكرة العلامة

ALQAYSI is a knowledge-driven personal brand built around strategy, growth systems, commercial clarity, and intelligent decision-making. The identity must feel calm, credible, modern, and capable of scaling from a personal website into products, consulting, learning, and digital tools.

تمثل علامة شخصية قائمة على المعرفة، وتركز على الاستراتيجية، وأنظمة النمو، والوضوح التجاري، واتخاذ القرار الذكي. يجب أن تبدو الهوية هادئة وموثوقة وحديثة وقابلة للتوسع من موقع شخصي إلى منتجات واستشارات ومحتوى تعليمي وأدوات رقمية.



02. Logo Concept - Growth Arc

مفهوم الشعار - قوس النمو

The symbol combines three ideas: an upward A as a sign of ambition and authority; a forward-moving arc that expresses momentum and measurable progress; and an open center that communicates clarity, room for thinking, and systems that simplify complexity.



يجمع الرمز بين ثلاثة معان: حرف صاعد يعبر عن الطموح والقيادة، وقوس متحرك إلى الأمام يرمز إلى التقدم والنتائج القابلة للقياس، ومساحة مفتوحة في الوسط تعبر عن الوضوح والتفكير وبناء الأنظمة التي تبسط التعقيد.

03. Primary Logo Lockup

التكوين الأساسي للشعار



Use this horizontal lockup as the default brand signature across the website, presentations, documents, and formal communication.

04. Approved Logo Variants

نسخ الشعار المعتمدة



Primary



Monochrome



Dark Background



Sage Background

05. Clear Space & Protection Area



Maintain clear space equal to the height of the arc stroke around all sides. No text, border, icon, or image may enter this area.

يجب ترك مساحة آمنة حول الشعار تعادل ارتفاع ضربة القوس. لا يسمح بدخول أي نص أو إطار أو أيقونة أو صورة داخل هذه المساحة.

06. Minimum Sizes

الحد الأدنى للحجم



Print: 35 mm



Web: 180 px



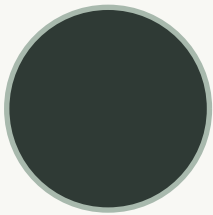
Icon: 32 px

Below the approved minimum size, use the standalone symbol or the favicon. Never compress the full wordmark until the letters become unclear.

عند الأحجام الأصغر من الحد المعتمد، يستخدم الرمز المنفصل أو أيقونة الموقع. لا يتم تصغير الشعار الكامل إلى درجة تفقد الحروف وضوحها.

07. Core Color Palette

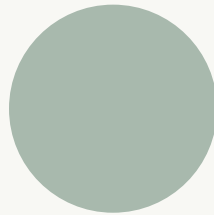
لوحة الألوان الأساسية



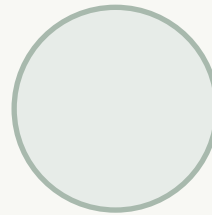
Graphite
#2F3A35



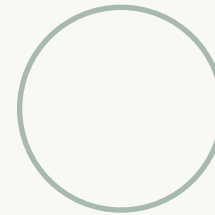
Sage
#6F8E7A



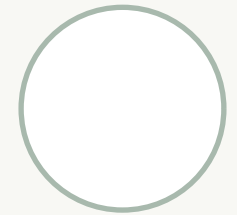
Light Sage
#A8B9AD



Mist
#E7ECE8



Ivory
#F8F8F4



White
#FFFFFF

Graphite creates authority and structure. Sage adds calm confidence and human warmth. Ivory keeps the experience open, premium, and highly readable.

يمنح اللون الغرافيتي إحساسا بالثقة والبنية، ويضيف الأخضر الهادئ طابعا إنسانيا متزنا، بينما تحافظ الخلفية العاجية على الوضوح والفخامة وسهولة القراءة.

08. Color Usage Ratio

نسب استخدام الألوان



55% Ivory / White

25% Graphite

15% Sage

5% Accent

The brand should never feel overly green or overly dark. Use sage as a strategic accent for action, data, navigation, and progress indicators.

لا ينبغي أن تبدو الهوية خضراء بشكل مبالغ أو داكنة بشكل ثقيل. يستخدم الأخضر كعنصر استراتيجي للأزرار والبيانات والتنقل ومؤشرات التقدم.

Inter

Strategy becomes valuable when it becomes clear.

English: Inter. Use Regular for body text, Medium for labels and navigation, SemiBold/Bold for headings and strong calls to action.

نوتو سانس عربي

تتحول الاستراتيجية إلى قيمة عندما تصبح واضحة.

العربية: . يستخدم الوزن العادي للنصوص، والمتوسط للتصنيفات والتنقل، والعريض للعناوين والدعوات الرئيسية.

10. Digital Type Scale

سلم أحجام الخط

Display	Clear systems create growth.	48px / 58px - Bold
H1	Clear systems create growth.	40px / 50px - Bold
H2	Clear systems create growth.	32px / 42px - Bold
H3	Clear systems create growth.	24px / 34px - Medium
Body Large	Clear systems create growth.	18px / 29px - Regular
Body	Clear systems create growth.	16px / 26px - Regular
Small	Clear systems create growth.	14px / 22px - Regular
Caption	Clear systems create growth.	12px / 18px - Medium

11. Arabic & English Layout Rules

قواعد التخطيط بالعربية والإنجليزية

English pages use left-to-right structure. Arabic pages use full right-to-left structure, including navigation order, breadcrumbs, filters, cards, arrows, and form alignment. Do not mirror the logo symbol itself.

تستخدم الصفحات الإنجليزية اتجاه اليسار إلى اليمين، بينما تعتمد الصفحات العربية اتجاهها كاملاً من اليمين إلى اليسار، بما يشمل القوائم ومسارات التنقل والفلاتر والبطاقات والأسهم والنماذج. لا يتم عكس رمز الشعار نفسه.

Turning complexity into clarity.

Strategy • Growth • Systems

نحول التعقيد إلى وضوح.

الاستراتيجية النمو الأنظمة

12. Iconography & Visual Language

الأيقونات واللغة البصرية



Frameworks



Knowledge



Vault



Insights



Pricing

Icons should be outline-based, geometric, and visually quiet. Use a consistent 2 px stroke at standard UI sizes. Avoid decorative illustrations inside functional controls.

تكون الأيقونات خطية وهندسية وهادئة بصريا، مع سماكة موحدة تعادل 2 بكسل في الواجهات. يمنع استخدام الرسومات الزخرفية داخل العناصر الوظيفية.

13. Core UI Components

المكونات الأساسية للواجهة

Explore Frameworks

View Expertise

Read Insight

FRAMEWORK 01

Growth Bottleneck Map

A structured way to locate the constraint before increasing spend or activity.

Component rules: clickable elements may animate; information blocks remain static. Focus states must be visible. Radius, border, spacing, and shadow must remain consistent across the system.



Motion exists only to confirm interaction, reveal state, or guide attention. Recommended duration: 160-240 ms for controls and 280-420 ms for page transitions. Respect reduced-motion settings.

تستخدم الحركة لتأكيد التفاعل أو إظهار حالة أو توجيه الانتباه فقط. المدة المقترحة من 160 إلى 240 مللي ثانية للعناصر، ومن 280 إلى 420 مللي ثانية للانتقال بين الصفحات، مع احترام إعدادات تقليل الحركة.

15. Accessibility Standard

معيـار سهـولة الوصول

- WCAG 2.2 AA contrast
- Visible focus states
- 44 px touch targets
- Arabic RTL and English LTR
- Keyboard navigation
- Screen-reader labels
- Reduced-motion support
- Clear form errors

Accessibility is a design requirement, not a post-launch enhancement. Every published page and downloadable asset should be reviewed against these standards.



App Icon / Favicon



Splash Direction

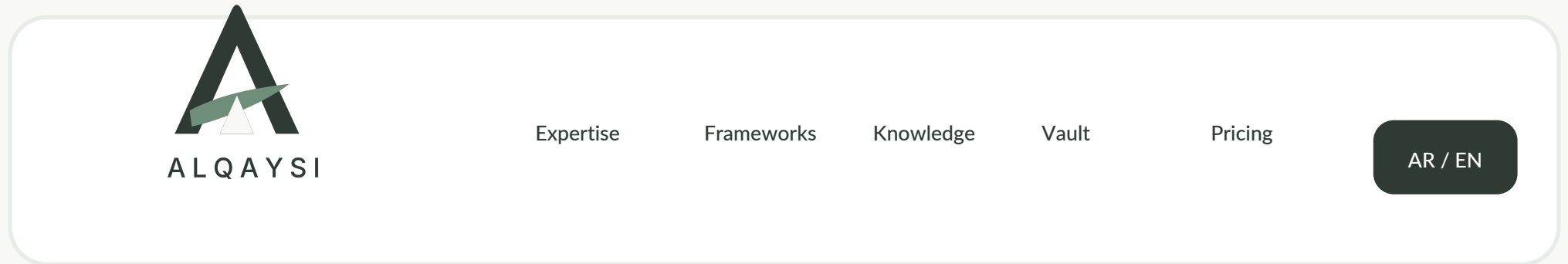


Building clarity...

Loading Direction

17. Website Header & Language Switcher

رأس الموقع وتبديل اللغة

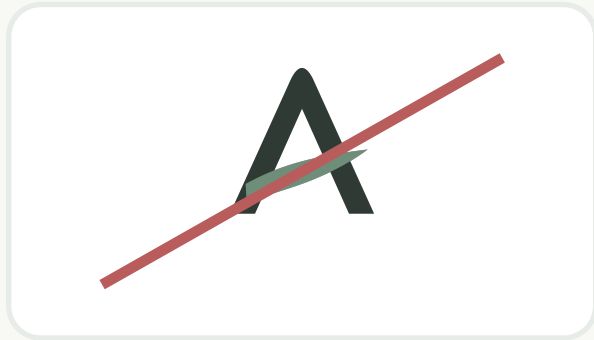


The language switcher must remain visible on desktop and inside the primary mobile menu. It changes language, direction, metadata, navigation, labels, and localized URLs.

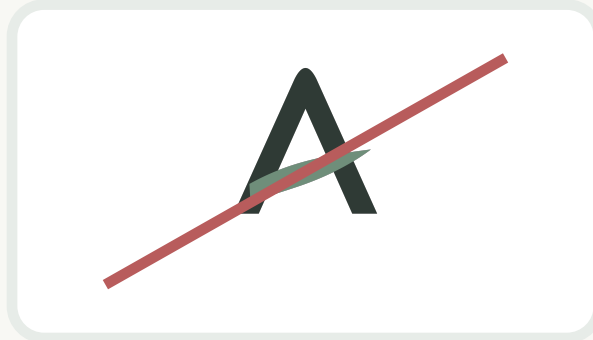
يجب أن يبقى زر تغيير اللغة ظاهراً على الحاسوب وموجوداً داخل القائمة الرئيسية على الهاتف. يغير اللغة والاتجاه والبيانات الوصفية والقوائم والعناوين والروابط المحلية.

18. Incorrect Uses

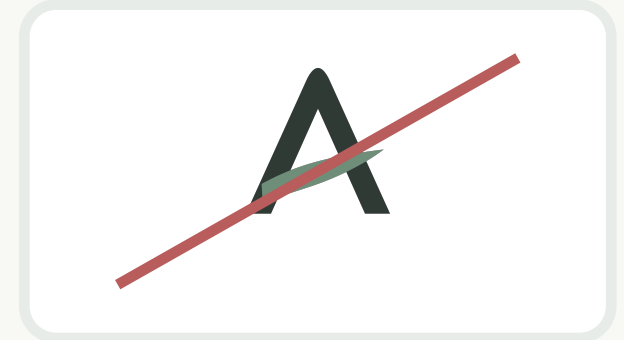
الاستخدامات غير الصحيحة



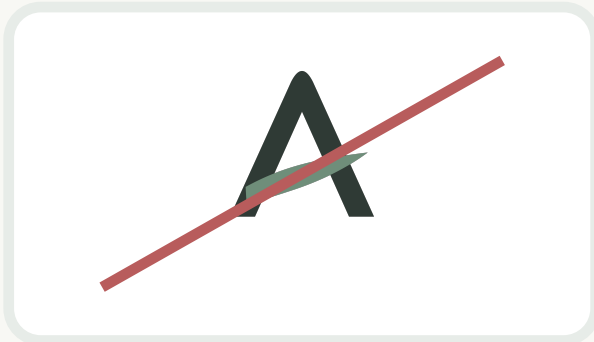
Do not stretch



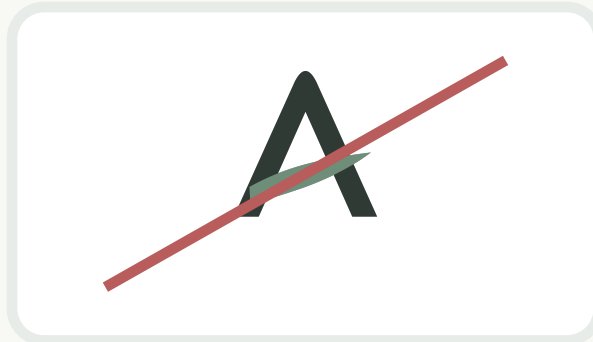
Do not rotate



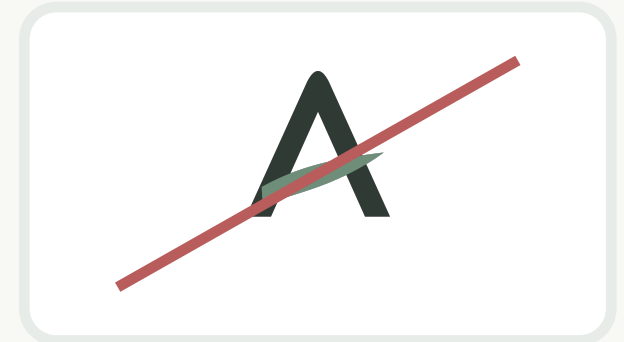
Do not recolor randomly



Do not add effects



Do not alter spacing



Do not place on noise



A clear identity for clear growth.

هوية واضحة لنمو أكثر وضوحاً.

Deliverables: Brand Book PDF • PNG • SVG • App Icons • Favicon • Splash • Loading • Social Assets