

تحديد هوية العلامة التجارية بحيث يحدد الشعار الذي سيتم اختياره شخصية العلامة التجارية وتوضيح نوع المنتج الذي تدور حوله العلامة التجارية ، والتفكير في العملاء أو الفئة المستهدفة التي تصف العلامة التجارية ، ثم تعرف على المنافسين في نفس المجال يفهمون أفضل مكان لاستعارة الأفكار للتحقق من ما يفعلونه وما الذي يعمل بشكل جيد مع الجمهور ، وبالتالي فإن الشعار جاهز ويبدأ هنا عملية تصميم الشعار ودمج المكونات.