



THE LUNO · BRAND HOUSE

THE BRAND OPERATING SYSTEM.

Positioning. Identity. Digital. Content. Client experience.
Governance.

Built to be read as a book, used as a system, and handed
over as a standard.



THE LUNO · بيت العلامة

نظام تشغيل العلامة.

التموضع. الهوية. الرقمي. المحتوى. تجربة العميل.
الحوكمة.

كتاب يُقرأ، ونظام يُستخدم، ومعياري يمكن تسليمه.

THE SYSTEM, OPENED.

Each chapter is a decision rule, not decoration.

01 · The Brand Idea

03 · Positioning

05 · Promise

07 · Personality

09 · Messaging Architecture

11 · Color System

13 · Layout & Grid

15 · Motion

17 · Website System

19 · Client Experience

21 · Offer Architecture

23 · Governance

25 · The Client Mirror

02 · The Market Tension

04 · Audience Psychology

06 · Brand Pillars

08 · Voice & Tone

10 · Logo System

12 · Typography

14 · Photography

16 · Social System

18 · Content Engine

20 · Research Method

22 · Production Standard

24 · Founder

26 · The Standard

النظام أمامك.

كل فصل قاعدة قرار، لا زينة.

٠ ٢ · توتر السوق

٠ ١ · فكرة العلامة

٠ ٤ · نفسية الجمهور

٠ ٣ · التموضع

٠ ٦ · ركائز العلامة

٠ ٥ · الوعد

٠ ٨ · الصوت والنبذة

٠ ٧ · الشخصية

٠ ١٠ · نظام الشعار

٠ ٩ · هندسة الرسائل

٠ ١٢ · الخطوط

٠ ١١ · نظام الألوان

٠ ١٤ · التصوير

٠ ١٣ · التخطيط والشبكة

٠ ١٦ · نظام السوشيال

٠ ١٥ · الحركة

٠ ١٨ · محرك المحتوى

٠ ١٧ · نظام الموقع

٠ ٢٠ · منهج البحث

٠ ١٩ · تجربة العميل

٠ ٢٢ · معيار الإنتاج

٠ ٢١ · هندسة العروض

٠ ٢٤ · المؤسس

٠ ٢٣ · الحوكمة

٠ ٢٦ · المعيار

٠ ٢٥ · مرآة العميل

The Brand Idea

LESS NOISE. MORE GRAVITY.

THE LUNO was built around a simple belief: strong businesses do not always need more noise; they need a clearer signal. The name borrows from the moon - a presence that does not compete by shouting, yet remains recognizable, directional and constant. That is the behavior we want the brand to carry: calm confidence, deliberate light and a system people can recognize before they finish reading.

- Make value easier to see.
- Make the brand easier to recognize.
- Make every touchpoint feel related.

فكرة العلامة

ضجيج أقل. حضور أثقل.

ملاحظة
تصميم /
الذهبي
نقطة
ضوء، لا
خلفية
مستمرة.

بُنيت THE LUNO على قناعة بسيطة: الأعمال القوية لا تحتاج دائماً إلى مزيد من الضجيج، بل إلى إشارة أوضح. يستعير الاسم منطقته من القمر؛ حضور لا ينافس بالصراخ، ومع ذلك يبقى واضحاً وموجَّهاً وثابتاً. هذا هو السلوك الذي نريد للعلامة أن تحمله: ثقة هادئة، ضوء مقصود، ونظام يمكن التعرف إليه قبل إكمال القراءة.

- اجعل القيمة أسهل في الرؤية.
- اجعل العلامة أسهل في التعرف.
- اجعل كل نقطة تماس تبدو جزءاً من النظام نفسه.

The Market Tension

THE BUSINESS GREW. THE BRAND DID NOT.

Our most important customer is not starting from zero. They often already have customers, an offer, a team or operating proof. The frustration is subtler: the market meets a weaker version of the business than the founder knows is real. That gap shows up in pricing conversations, trust, conversion, hiring, proposals and the constant need to explain what should have been obvious at first glance.

- Perception gap
- Trust friction
- Inconsistent touchpoints
- Founder becomes the brand manual

توتر السوق

كبر العمل. وبقيت العلامة خلفه.

مرآة
العميل /
يجب
أن يرى
القارئ
نفسه
قبل أن
نعرض
الخدمات.

عميلنا الأهم لا يبدأ من الصفر. غالباً لديه عملاء وعرض وفريق ودليل تشغيلي. الإحباط أهدأ من ذلك: السوق يلتقي نسخة أضعف من العمل الذي يعرف المؤسس حقيقته. تظهر هذه الفجوة في نقاشات السعر والثقة والتحويل والتوظيف والعروض، وفي الحاجة المستمرة إلى شرح ما كان يجب أن يكون واضحاً من النظرة الأولى.

- فجوة الإدراك
- احتكاك الثقة
- نقاط تماس غير متسقة
- المؤسس يتحول إلى دليل العلامة

Positioning

A PREMIUM BRAND HOUSE FOR FOUNDERS WHO HAVE OUTGROWN THEIR PRESENTATION.

THE LUNO sits between a creative studio, a strategic brand partner and a commercial operating system. We are not positioned as a vendor of isolated assets. We are most valuable when strategy, identity, digital, content and launch need to behave like one signal. The work begins with what the business must mean - not with what color the homepage should be.

- Commercial thinking before aesthetics
- One system across touchpoints
- Proof and process before hype

RULE /
If the
project
is truly
isolated,
do not
pretend
it
needs
the
whole
house.

التموضع

بيت علامة راقٍ للمؤسسين الذين تجاوزت أعمالهم شكل حضورهم.

قاعدة /
إذا
كانت
الحاجة
منفردة
فعلًا، لا
نتظاهر
بأنها
تحتاج
البيت
كاملاً.

تقف THE LUNO بين الاستوديو الإبداعي وشريك العلامة الاستراتيجي والنظام التشغيلي التجاري. لا يتموضع كموردٍ لقطع منفصلة. تظهر قيمتنا حين تحتاج الاستراتيجية والهوية والرقمي والمحتوى والإطلاق إلى التصرف كإشارة واحدة. يبدأ العمل بما الذي يجب أن يعنيه النشاط، لا بلون الصفحة الرئيسية.

• تفكير تجاري قبل الجماليات

• نظام واحد عبر نقاط التماس

• إثبات وعملية قبل الضجيج

Audience Psychology

THEY DO NOT WANT A PRETTIER BRAND. THEY WANT A STRONGER VERSION OF THEMSELVES.

The founder-led buyer carries two emotions at once: pride in what they built and irritation at how poorly it is being translated to the market. Their hidden fear is not simply “bad design.” It is being judged as smaller, cheaper, less established or less trustworthy than they really are. Their desired identity is clear: premium without pretending, recognized without begging for attention, and organized enough to scale without the founder controlling every pixel.

- Pain: under-signaling value
- Fear: expensive disappointment
- Desire: clarity + control + prestige
- Objection: “Will this become another vague agency project?”

نفسية الجمهور

هم لا يريدون علامة أجمل فقط. يريدون نسخة أقوى من أنفسهم.

ملاحظة
كتابة /
خاطب
الهوية
والنتيجة
أولاً، ثم
أشرح
الخدمة.

يحمل المشتري الذي يقود عمله بنفسه شعورين في الوقت ذاته: فخراً بما بناه، وضيقةً من الطريقة التي يُترجم بها هذا الإنجاز إلى السوق. خوفه الخفي ليس «تصميماً سيئاً» فقط؛ بل أن يُحكم عليه بأنه أصغر أو أرخص أو أقل رسوخاً أو ثقة مما هو عليه فعلاً. هويته المنشودة واضحة: رقي بلا تصنّع، حضور بلا استجداء للانتباه، ونظام قادر على التوسع من دون أن يراقب المؤسس كل بكسل.

• الألم: قيمة لا تظهر كما يجب

• الخوف: خيبة مكلفة

• الرغبة: وضوح + سيطرة + مكانة

• الاعتراض: «هل سيصبح هذا مشروع وكالة غامضاً آخر؟»

Promise

WE CLOSE THE GAP BETWEEN THE BUSINESS YOU BUILT AND THE BRAND THE MARKET EXPERIENCES.

The promise is intentionally controllable. We do not promise virality, guaranteed revenue or a magical overnight transformation. We promise a disciplined process, a sharper market signal, a coherent system and work that can be inspected. The outcome we pursue is easier trust, clearer choice and a brand that can carry more of the business without constant explanation.

- What we control: strategy, clarity, craft, consistency, process.
- What we measure: agreed journey outcomes.
- What we never fabricate: proof.

الوعد

نخلق الفجوة بين العمل الذي بنيته وبين العلامة التي
يختبرها السوق.

الوعد هنا مقصود وقابل للسيطرة. لا تُعد بانتشار مضمون أو إيراد مضمون
أو تحول سحري بين ليلة وضحاها. تُعد بعملية منضبطة، وإشارة سوقية
أوضح، ونظام مترابط، وعمل يمكن فحصه. النتيجة التي نطاردها هي ثقة
أسهل، واختيار أوضح، وعلامة تحمل جزءاً أكبر من قيمة العمل من دون
شرح مستمر.

• ما نسيطر عليه: الاستراتيجية والوضوح والحرفة والاتساق والعملية.

• ما نقيسه: نتائج الرحلة المتفق عليها.

• ما لا نختلقه أبداً: الإثبات.

Brand Pillars

THE STANDARD BEFORE THE STYLE.

Five pillars govern decisions across the house. Cinematic, not generic: the work must hold up as a portfolio piece. Proof before promises: show what exists and explain what does not. One system, many outputs: every asset should feel related. Transparent by default: scope, approvals and next steps are visible. Calm confidence: the brand should never need inflated language to feel valuable.

- Cinematic, not generic
- Proof before promises
- One system, many outputs
- Transparent by default
- Calm confidence

GOVERNANCE
A pillar
only
matters
if it
changes
a
decision.

ركائز العلامة

المعيار قبل الأسلوب.

حوكمة /
لا قيمة
للكيزة
إن لم
تغير
قراراً.

تحكم خمسة أعمدة قرارات البيت. سينمائي لا عام: يجب أن يصمد العمل كقطعة بورتفوليو. إثبات قبل الوعود: نعرض الموجود ونشرح غير الموجود. نظام واحد ومخرجات متعددة: يجب أن تبدو الأصول ذات قرابة واضحة. شفافية افتراضية: النطاق والموافقات والخطوات التالية مرئية. ثقة هادئة: لا تحتاج العلامة إلى لغة متضخمة كي تبدو ذات قيمة.

• سينمائي لا عام

• إثبات قبل الوعود

• نظام واحد ومخرجات متعددة

• شفافية افتراضية

• ثقة هادئة

Personality

PREMIUM WITHOUT PERFORMANCE. WARM WITHOUT SOFTNESS.

THE LUNO should feel composed, observant, exact and commercially literate. It is not cold luxury and it is not loud “marketing energy.” It should feel like walking into a room where someone has already understood the business, organized the chaos and lowered the emotional temperature. The premium signal comes from restraint, detail, sequence and confidence - not decoration alone.

- Confident / not arrogant
- Precise / not clinical
- Warm / not casual
- Editorial / not trendy
- Direct / not pushy

الشخصية

راقية بلا استعراض. دافئة بلا رخاوة.

إحساس /
يجب
أن
يشعر
الزائر
بأنه
محتوى،
لا
مُطارد.

يجب أن تُشعرَ THE LUNO متماسكة وملاحظة ودقيقة وواعية تجارياً. ليست فخامة باردة، وليست طاقة تسويقية صاخبة. ينبغي أن تشبه دخول غرفة فهم فيها أحدهم العمل مسبقاً ورثب الفوضى وحقص التوتر. تأتي إشارة الرقي من الانضباط والتفاصيل والتسلسل والثقة، لا من الزينة وحدها.

- واثقة / لا متعالية
- دقيقة / لا باردة
- دافئة / لا عفوية أكثر من اللازم
- تحريرية / لا تركض خلف الترنند
- مباشرة / لا ضاغطة

Voice & Tone

SHORT HOOKS. DEEP EXPLANATIONS. NO EMPTY ADJECTIVES.

English uses short, decisive hooks followed by commercially intelligent explanation. Arabic uses high-register modern language that feels written in Arabic, not translated into it. Across both languages, the voice respects the founder's intelligence. We do not use hidden pressure, fake scarcity or invented urgency. Persuasion comes from recognition, contrast, specificity, risk reduction and a clear next step.

- Say what changes.
- Show why it matters.
- Name the fear without dramatizing it.
- End with an action the reader can understand.

الصوت والنبيرة

خطافات قصيرة. شرح عميق. بلا صفات فارغة.

الخط
العربي /
GE SS
Two
هو
الاتجاه
التحيري
العربي
الأساسي.

تستخدم الإنجليزية خطافات قصيرة حاسمة ثم شرحاً ذكياً تجارياً. وتستخدم العربية فصلى حديثة عالية المستوى تبدو مكتوبة بالعربية لا مترجمة إليها. في اللغتين، يحترم الصوت عقل المؤسس. لا نستخدم ضغطاً خفياً أو ندرة زائفة أو استعجالاً مصطنعاً. يأتي الإقناع من الاعتراف بالمشكلة والمقارنة والتحديد وتقليل المخاطر والخطوة التالية الواضحة.

• قل ما الذي سيتغير.

• اشرح لماذا يهم.

• سمّ الخوف من دون تهويل.

• اختتم بخطوة مفهومة.

Messaging Architecture

ONE MESSAGE SYSTEM. MANY DEPTHS.

The message system works like a ladder. At the top: a hook that exposes the tension. Next: a clear reframing of the real problem. Then: the system that solves it. After that: proof, process, objections and a specific action. This hierarchy lets a homepage, proposal, reel, sales deck and founder conversation sound like the same company without repeating the same sentence.

- Hook → tension
- Reframe → true problem
- System → how it changes
- Proof → why believe
- Objection → reduce risk
- CTA → next step

هندسة الرسائل

نظام رسائل واحد. أعماق متعددة.

نظام
كتابة /
الشعار
اللفظي
ليس
استراتيجية
الرسائل
كلها.

يعمل نظام الرسائل كسُلّم. في الأعلى خطاب يكشف التوتر. بعده إعادة تأطير للمشكلة الحقيقية. ثم النظام الذي يحلها. وبعد ذلك الإثبات والعملية والاعتراضات والخطوة المحددة. يسمح هذا التسلسل للموقع والعرض والريلز وملف المبيعات ومحادثة المؤسس أن تبدو صادرة عن الشركة نفسها من دون تكرار الجملة نفسها.

• خطاب ← التوتر

• إعادة تأطير ← المشكلة الحقيقية

• النظام ← كيف يتغيّر الأمر

• الإثبات ← لماذا نصدّق

• الاعتراض ← تقليل المخاطر

• الدعوة ← الخطوة التالية

Logo System

RECOGNITION BEFORE DECORATION.

The mark must remain recognizable at the smallest useful size and must never rely on effects to create value. Primary, reversed and icon variants should be treated as controlled tools. Clear space protects the mark from visual competition. Never stretch, bevel, shadow, recolor outside the palette or place the mark over uncontrolled photography without a safe zone.

- Use approved lockups only
- Preserve clear space
- Protect contrast
- Do not decorate the mark

ASSET /
RULE /
Approved
logos
live in
the
portal,
not in
random
chat
threads.

نظام الشعار

التعرّف قبل الزينة.

قاعدة
أصول /
الشعارات
المعتمدة
تعيش
في
البوابة،
لا في
محادثات
متناثرة.

يجب أن تبقى العلامة قابلة للتعرف عند أصغر حجم مفيد، وألا تعتمد على المؤثرات لصناعة القيمة. تُعامل النسخ الأساسية والمعكوسة والأيقونية كأدوات مضبوطة. تحمي المساحة الآمنة العلامة من التنافس البصري. لا تمدد الشعار ولا تضيف بروزاً أو ظلًا ولا تغيّر ألوانه خارج اللوحة ولا تضعه فوق صورة غير مضبوطة من دون منطقة آمنة.

• استخدم التركيبات المعتمدة فقط

• احفظ المساحة الآمنة

• احصِ التباين

• لا تزيّن العلامة

Color System

BLACK CARRIES THE WEIGHT. GOLD MARKS THE MOMENT.

The palette is intentionally restrained. Luno Black is the primary field. Ivory carries readable light. Gold marks hierarchy, attention and prestige. Supporting neutrals create depth without competing with the accent. A premium system needs negative space and contrast more than it needs more colors.

- Luno Black #0B0B0C
- Luno Ivory #F7F5F0
- Eclipse Gold #B99A56
- Moonlight Silver #C7CBD1
- Midnight #14141F

RATIO /
Base
60-70%.
Secondary
25-35%.
Gold
usually
under
5%.

نظام الألوان

الأسود يحمل الثقل. والذهبي يحدد اللحظة.

لوحة الألوان مقصودة ومقيدة. أسود Luno هو الحقل الأساسي. العاجي يحمل القراءة المضيئة. الذهبي يحدد الهرمية والانتباه والمكانة. وتمنح المحاييدات المساندة عمقاً من دون منافسة للمسة الأساسية. النظام الراقبي يحتاج مساحات وتبايناً أكثر مما يحتاج ألواناً إضافية.

Luno Black #٠B٠B٠C •

Luno Ivory #F٧F٥F٠ •

Eclipse Gold #B٩٩A٥٦ •

Moonlight Silver #CVCBD١ •

Midnight #١٤١٤١F •

النسبة /
الأساس
٦٠-٧٠%
الثانوي
٢٥-٣٥%
الذهبي
غالباً
أقل
من
٥%

Typography

ONE HIERARCHY. TWO SCRIPTS.

English typography combines an editorial display voice with a disciplined sans-serif system for body copy, UI and data. Arabic follows the same role logic rather than mechanically matching letterforms. GE SS Two is the primary Arabic direction for strong, elegant editorial communication. Spacing, line length and right-to-left flow are designed natively for Arabic.

- Display: high contrast, decisive scale
- Body/UI: clean and controlled
- Arabic: GE SS Two family
- Never force English spacing onto Arabic

الخطوط

هرمية واحدة. خطّان لغويان.

تجمع الإنجليزية بين صوت عرض تحريري ونظام Sans منضبط للنصوص والواجهات والبيانات. وتتبع العربية منطق الأدوار نفسه بدل مطابقة أشكال الحروف آلياً. GE SS Two هو الاتجاه العربي الأساسي للتواصل التحريري القوي والراقي. وتُصمم المسافات وطول السطر واتجاه القراءة من اليمين إلى اليسار للعربية من الأصل.

• العناوين: تباين عالٍ وحجم حاسم

• النص/الواجهة: نظيف ومنضبط

• العربية: عائلة GE SS Two

• لا تفرض مسافات الإنجليزية على العربية

Layout & Grid

70-80% VISUAL. 20-30% CONTENT. EVERY PAGE EARNs ITS SPACE.

The layout system uses asymmetry, negative space, one strong focal point and controlled editorial rhythm. The page should never feel like a crowded template. Content is grouped into clear zones: hook, support, proof and action. Side notes carry rules or “why this exists” without interrupting the main narrative.

- One focal point
- Strong negative space
- Editorial rhythm
- Side-note rail
- No collage unless concept demands it



التخطيط والشبكة

٧٠-٨٠% بصري. ٢٠-٣٠% محتوى. كل صفحة تستحق مساحتها.

الكتاب
التفاعلي /
شريط
الملاحظات
الخارجي
يصنع
إيقاعاً
عبر
الصفحات.

يستخدم نظام التخطيط عدم التماثل والمساحات السلبية ونقطة تركيز قوية وإيقاعاً تحريريًا مضبوطاً. لا يجب أن تبدو الصفحة كقالب مزدحم. يُقسم المحتوى إلى مناطق واضحة: خطاف، دعم، إثبات، وفعل. وتحمل الملاحظات الجانبية القواعد أو «لماذا يوجد هذا» من دون قطع السرد الأساسي.

• نقطة تركيز واحدة

• مساحة سلبية قوية

• إيقاع تحريري

• شريط ملاحظات جانبي

• لا كولاغ إلا إذا خدم الفكرة



Photography

TEXTURE MAKES VALUE FEEL PHYSICAL.

Photography should make the viewer feel material, appetite, precision, care or status depending on the category. Skin keeps real texture. Food should feel warm, close and tactile. Jewellery needs micro-detail and controlled reflections. Architecture needs scale and light. Product work needs shadow, material depth and deliberate surfaces. Avoid plastic perfection and generic stock gestures.

- Real texture
- Directional light
- Cinematic depth
- Category-specific emotion
- No generic stock language

NO
ENCE

OX,
ated

ce.



THE LUNO

التصوير

الملمس يجعل القيمة محسوسة.

دراسة
تطبيق /
عرض
داخلي
للبيت،
لا ادعاء
عميل.

يجب أن يجعل التصوير المشاهد يشعر بالمادة أو الشهية أو الدقة أو العناية أو المكانة بحسب الفئة. تحتفظ البشرة بملمسها الحقيقي. والطعام يجب أن يبدو دافئاً وقريباً وملموساً. والمجوهرات تحتاج تفاصيل دقيقة وانعكاسات مضبوطة. والعمارة تحتاج مقياساً وضوءاً. وتصوير المنتج يحتاج ظلاً وعمق مادة وأسطح مقصودة. نتجنب الكمال البلاستيكي وحركات الصور الجاهزة.

• ملمس حقيقي

• ضوء موجه

• عمق سينمائي

• عاطفة خاصة بالفئة

• لا لغة صور جاهزة عامة



Motion

MOVE LIKE A PREMIUM OBJECT, NOT A SLOT MACHINE.

Motion should reinforce hierarchy and tactility. Page turns, reveals, scroll transitions and micro-interactions can create a sense of material and precision. Avoid constant movement. The interface should rest. Important moments move; everything else gives them room. The flipbook effect belongs to the Brand Book because turning pages is conceptually meaningful, not because every page needs a gimmick.

- Slow enough to feel intentional
- Fast enough to stay usable
- Use motion to reveal hierarchy
- Respect reduced-motion settings

الحركة

تحرك كقطعة راقية، لا كآلة ضوضاء.

يجب أن تعزز الحركة الهرمية والإحساس المادي. تقليب الصفحات والكشف وانتقالات التمرير والتفاعلات الدقيقة يمكن أن تصنع إحساساً بالمادة والدقة. نتجنب الحركة المستمرة. الواجهة يجب أن ترتاح. تتحرك اللحظات المهمة، ويمنحها الباقي المساحة. ينتمي تأثير تقليب الصفحات إلى كتاب العلامة لأن الحركة ذات معنى مفاهيمي، لا لأن كل صفحة تحتاج حيلة.

- بطيئة بما يكفي لتبدو مقصودة
- سريعة بما يكفي لتبقى عملية
- استخدم الحركة لكشف الهرمية
- احترم إعدادات تقليل الحركة

Social System

THE FEED IS NOT A MOODBOARD. IT IS A COMMERCIAL SYSTEM.

Social content is organized by role: attention, authority, proof, education, product/service desire, culture and conversion. A strong system can change visual formats without losing identity because typography, composition, tone and recurring series keep the memory intact. Reels, stories, carousels and covers should feel related without looking duplicated.

- Content pillars
- Recurring series
- Hook system
- Cover system
- Caption/description system
- Reporting loop

APPLICATI
STUDY /
70-80%
visual,
20-30%
text.



THE LUNO

نظام السوشيال

دراسة
تطبيق /
٧٠-٨٠%
بصري،
٢٠-٣٠%
نص.

الخلاصة ليست Moodboard. إنها نظام تجاري.

يُنظم محتوى السوشيال حسب الوظيفة: الانتباه والسلطة والإثبات والتعليم والرغبة في المنتج/الخدمة والثقافة والتحويل. يستطيع النظام القوي تغيير الصيغ البصرية من دون فقد الهوية لأن الخطوط والتكوين والنبرة والسلاسل المتكررة تحفظ الذاكرة. يجب أن تبدو الريلز والقصص والكاروسيل والأغلفة مترابطة من دون أن تكون نسخًا مكررة.

- أعمدة المحتوى
- سلاسل متكررة
- نظام خطافات
- نظام أغلفة
- نظام وصف/كابتشن
- حلقة تقارير

Website System

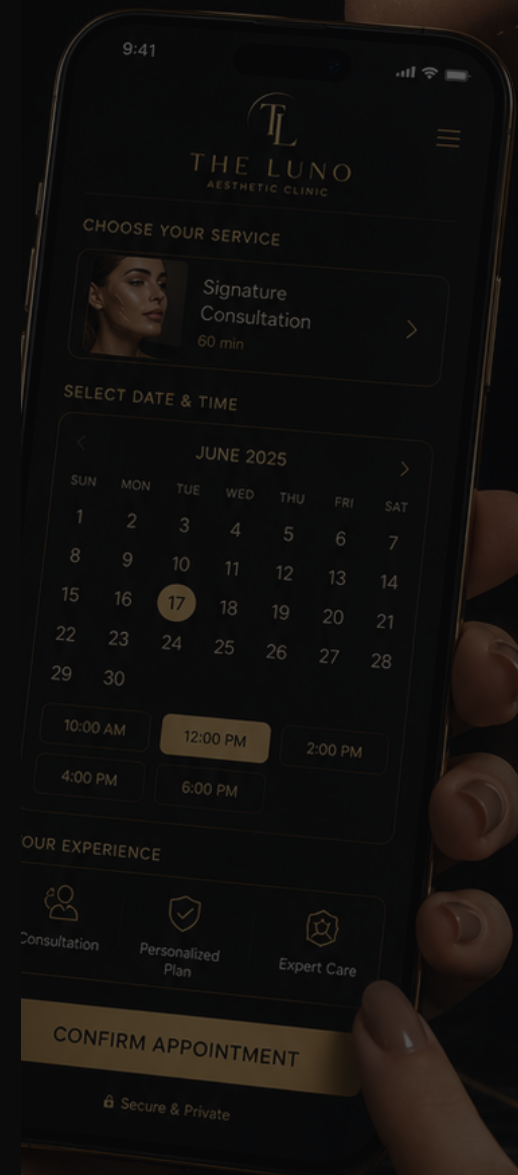
A WEBSITE IS THE PRIMARY SALES SURFACE,
NOT A DIGITAL BROCHURE.

Every page gets a commercial job. The homepage mirrors the founder's pain, names the hidden cost, reframes the problem, explains the system, proves the standard, handles objections and offers one clear next step. Service pages go deeper into outcomes, process and scope. The Brand Book becomes an authority and desire asset. The portal turns delivery into visible trust.

- Mirror → Cost → Reframe → System → Proof → Objections → CTA
- EN + AR only
- Arabic true RTL
- Fast, mobile-first, measurable

NO
LENCE

TY,
KED
LESSLY



THE LUNO

نظام الموقع

تحويل /
كل
صفحة
تحتاج
وظيفة
أساسية
واحدة.

الموقع سطح بيع أساسي، لا بروشور رقمي.

لكل صفحة وظيفة تجارية. تعكس الصفحة الرئيسية ألم المؤسس، وتسمي الكلفة الخفية، وتعيد تأطير المشكلة، وتشرح النظام، وتثبت المعيار، وتعالج الاعتراضات، وتقدم خطوة تالية واضحة. تتعمق صفحات الخدمات في النتائج والعملية والنطاق. ويصبح كتاب العلامة أصلًا للسلطة والرغبة. وتحول البوابة التسليم إلى ثقة مرئية.

• مرآة → كلفة → إعادة تأطير → نظام → إثبات →

اعتراضات → دعوة

• الإنجليزية + العربية فقط

• العربية RTL حقيقي

• سريع ومصمم للموبايل وقابل للقياس



Content Engine

IDEA TO HOOK. HOOK TO SCRIPT. SCRIPT TO SHOT. SHOT TO EDIT. EDIT TO LEARNING.

The content engine is intentionally operational. Strategy defines channel roles and pillars. Writing creates hooks, scripts, descriptions and voiceover. Production converts each line into a shot list. Editing builds pace, sound, captions, motion and color. Publishing attaches metadata, covers and timing. Reporting closes the loop by turning viewer behavior into the next set of decisions.

- Strategy
- Hooks
- Scripts
- Descriptions
- Voiceover
- Shot list
- Production
- Edit
- Cover
- Publish
- Report



THE LUNO

محرك المحتوى

من الفكرة إلى الخطاف. ومن الخطاف إلى السكربت. ثم التصوير والمونتاج والتعلم.

نظام /
يجب
أن
يتراكم
المحتوى،
لا أن
يبدأ
من
الصفر
كل
أسبوع.

محرك المحتوى تشغيلي مقصود. تحدد الاستراتيجية أدوار المنصات والأعمدة. وتنتج الكتابة الخطافات والسكريبتات والوصف والتعليق الصوتي. ويحوّل الإنتاج كل سطر إلى قائمة لقطات، ويبنى المونتاج الإيقاع والصوت والكابتشن والحركة واللون. ويربط النشر البيانات والغلاف والوقت. وتخلق التقارير الحلقة بتحويل سلوك المشاهد إلى قرارات الدفعة التالية.

• استراتيجية

• خطافات

• سكربتات

• وصف

• تعليق صوتي

• قائمة لقطات

• إنتاج

• مونتاج

• غلاف

• نشر

• تقرير

PRECISION
BUILDS TRU

Luxury aesthetics, clearly presented.

Client Experience

VISIBILITY IS PART OF THE PRODUCT.

The client should always know what is happening, what is waiting on them and what has been approved. The portal therefore exposes the project by phase, visible tasks, owners, dates, evidence, deliverables and approvals. Internal review stays internal. Client decisions are version-specific and timestamped. Progress is calculated from actual tasks, never typed in as a decorative percentage.

- Needs your attention
- Visible task checklist
- Evidence attached
- Versioned approvals
- Files + Brand Book
- Activity timeline

TRUST /
"I can
see it"
reduces
anxiety
better
than
"trust
us."

تجربة العميل

الشفافية جزء من المنتج.

ثقة /
«أستطيع
رؤيته»
تقلل
القلق
أكثر
من «ثق
بنا».

يجب أن يعرف العميل دائماً ما الذي يحدث، وما الذي ينتظر إجراءه، وما الذي تم اعتماده. لذلك تعرض البوابة المشروع حسب المرحلة والمهام المرئية والمالكين والتواريخ والأدلة والمخرجات والموافقات. تبقى المراجعة الداخلية داخلية. قرارات العميل مرتبطة بنسخ محددة ومؤرخة. ويُحسب التقدم من المهام الحقيقية، لا من نسبة تجميلية مكتوبة يدوياً.

- ما يحتاج انتباهك
- قائمة مهام مرئية
- أدلة مرفقة
- موافقات مرتبطة بالنسخ
- ملفات + كتاب العلامة
- سجل نشاط

Research Method

WE DO NOT DESIGN BEFORE WE KNOW WHAT THE MARKET IS REWARDING - AND WHAT IT IS TIRED OF.

Every serious build begins with three research lenses. Market research maps category behavior, demand signals and conventions. Competitor research studies the strongest direct and indirect players - positioning, offers, pricing, UX, content, ads, reviews, strengths and weaknesses. Customer research maps pains, desires, jobs-to-be-done, objections, trust triggers, decision criteria and the exact language people use when describing the problem.

- Market landscape
- Competitor matrix
- Customer pain/desire map
- Voice of customer
- Whitespace opportunities
- Do-not-copy list

منهج البحث

لا نصمم قبل أن نعرف ما الذي يكافئه السوق وما الذي سئم منه.

يبدأ كل بناء جاد بثلاث عدسات بحث. يرسم بحث السوق سلوك الفئة وإشارات الطلب وأعرافها. ويدرس بحث المنافسين أقوى اللاعبين المباشرين وغير المباشرين: التموضع والعروض والتسعير وتجربة الاستخدام والمحتوى والإعلانات والمراجعات ونقاط القوة والضعف. ويرسم بحث العميل الألام والرغبات والوظائف المطلوب إنجازها والاعتراضات ومحفزات الثقة ومعايير القرار واللغة التي يستخدمها الناس لوصف المشكلة.

- صورة السوق
- مصفوفة المنافسين
- خريطة ألم/رغبة العميل
- صوت العميل
- فراغات الفرص
- قائمة ما لا يجب نسخه

Offer Architecture

SELL THE STAGE THEY NEED. NOT A RANDOM PILE OF DELIVERABLES.

Offers are structured around the customer's stage and job. ELEVATE repairs the gap for an established business. LAUNCH builds a new brand as one system. SCALE strengthens conversion and infrastructure for a working brand. CONTENT ENGINE creates a repeatable social production system. THE HOUSE combines the disciplines when the business needs one accountable partner. Every offer shows who it is for, what changes, exact phases, deliverables, responsibilities, exclusions and approval points.

- ELEVATE
- LAUNCH
- SCALE
- CONTENT ENGINE
- THE HOUSE



SALES /
Detail
can
reduce
risk
when it
answers
the
question
"what
exactly
happens
after I
say
yes?"

هندسة العروض

بع المرحلة التي يحتاجها العميل، لا كومة عشوائية من المخرجات.

مبيعات /
التفاصيل
تقلل
المخاطر
حين
تجيب:
«ما
الذي
سيحدث
بالضبط
بعد أن
أوافق؟»

تنظم العروض حول مرحلة العميل والوظيفة المطلوبة. ELEVATE يصلح الفجوة في عمل قائم. LAUNCH يبني علامة جديدة كنظام واحد. SCALE يقوي التحويل والبنية لعلامة تعمل بالفعل. CONTENT ENGINE يصنع نظام إنتاج اجتماعي قابلاً للتكرار. THE HOUSE يجمع التخصصات عندما يحتاج العمل شريكاً واحداً مسؤولاً. يوضح كل عرض لمن هو، وما الذي يتغيّر، والمراحل والمخرجات والمسؤوليات والاستثناءات ونقاط الاعتماد.

ELEVATE •

LAUNCH •

SCALE •

CONTENT ENGINE •

THE HOUSE •

E THAN
MEMBERSHIP

the care, curated
theless rewards.



CURATED
REWARDS
THE LUNO



VI
E>

Production Standard

HUMAN WHEN HUMANITY SELLS TRUST. AI
WHEN IT IMPROVES THE SYSTEM.

For founder-led brands, a real person is usually the strongest trust asset when the owner is willing and the category rewards human authority. The alternative is not “fake human.” We can use team members, professional talent, product-led formats or clearly managed AI-assisted production where budget, frequency or language coverage justify it. AI avatar use must not impersonate or misrepresent a real person.

- Founder / owner
- Team member
- Professional talent
- Product-led
- AI-assisted / avatar where appropriate

TRUST /
Technolog
should
reduce
production
friction,
not
create
identity
confusion.



MEDICAL
SAFETY



THE LUNO
VISIBLE
RENEWAL



LA
CON

معيار الإنتاج

إنسان حين تباع الإنسانية الثقة. وذكاء
اصطناعي حين يحسن النظام.

ثقة /
التقنية
تقلل
احتكاك
الإنتاج،
لا أن
تصنع
التباساً
في
الهوية.

في العلامات التي يقودها المؤسس، يكون الشخص
الحقيقي غالباً أقوى أصل للثقة حين يكون المالك
مستعداً وتكافئ الفئة السلطة البشرية. والبديل ليس
«إنساناً مزيغاً». يمكن استخدام الفريق أو موهبة محترفة
أو صيغ يقودها المنتج أو إنتاج مدعوم بالذكاء
الاصطناعي حين تبرر الكلفة أو الوتيرة أو تغطية اللغات
ذلك. ولا يجوز أن ينتحل الأفاتار هوية شخص حقيقي أو
يضل بشأنها.

• المؤسس / المالك

• عضو الفريق

• موهبة محترفة

• المنتج يقود المحتوى

• إنتاج مدعوم بالذكاء الاصطناعي عند الملاءمة



MEDICAL
SAFETY



VISIBLE
RENEWAL



LA
CONI

THE LUNO

Governance

A BRAND SYSTEM IS ONLY REAL IF IT SURVIVES HANDOFF.

Governance covers versioning, ownership, access, approvals, file naming, asset libraries, templates, usage rights and training. The downloadable PDF is a preserved version. The portal is the living source of truth. Approved assets are easy to find. Older versions remain traceable. New collaborators should be able to understand what is current without asking the founder for a folder link.

- Version labels
- Approved assets
- Permissions
- Usage rules
- Training
- Change log

الحوكمة

مصدر
الحقيقة /
PDF
للحفظ.
البوابة
للاستخدام
الحي.

لا يصبح نظام العلامة حقيقياً إلا إذا صمد بعد التسليم.

تشمل الحوكمة إدارة النسخ والملكية والصلاحيات والموافقات وتسمية الملفات ومكتبة الأصول والقوالب وحقوق الاستخدام والتدريب. الـ PDF القابل للتحميل نسخة محفوظة. والبوابة هي مصدر الحقيقة الحي. الأصول المعتمدة سهلة الوصول. والنسخ السابقة قابلة للتتبع. يجب أن يعرف المتعاون الجديد ما هو الحالي من دون طلب رابط مجلد من المؤسس.

• أرقام الإصدارات

• أصول معتمدة

• صلاحيات

• قواعد استخدام

• تدريب

• سجل تغييرات

Founder

FOUNDER-LED. SYSTEM-BUILT.

THE LUNO is led by Luai AlZkaria. His professional operating perspective spans ecommerce, digital marketing, brand building, digital systems and education. That mix shapes the house: commercial thinking before decoration, clarity before volume, and a strong preference for systems that can actually be used after handover. The founder remains close to the strategic logic so the idea does not disappear between sales, design and delivery.

- Ecommerce
- Digital marketing
- Brand building
- Digital systems
- Education / training

FOUNDER /
ROLE /
Close
enough
to
protect
the
idea;
structured
enough
that
the
company
is not
one
person.

المؤسس

يقوده المؤسس، ويبنيه النظام.

يقود THE LUNO لؤي الزكريا. تمتد رؤيته المهنية التشغيلية عبر التجارة الإلكترونية والتسويق الرقمي وبناء العلامات والأنظمة الرقمية والتعليم. هذا المزيج يشكل البيت؛ تفكير تجاري قبل الزينة، ووضوح قبل كثرة المخرجات، وتفضيل واضح للأنظمة التي يمكن استخدامها فعلياً بعد التسليم. يبقى المؤسس قريباً من المنطق الاستراتيجي كي لا تضيع الفكرة بين البيع والتصميم والتسليم.

• التجارة الإلكترونية

• التسويق الرقمي

• بناء العلامات

• الأنظمة الرقمية

• التعليم / التدريب

دور
المؤسس /
قريب
بما
يكفي
لحماية
الفكرة،
ومنظم
بما
يكفي
كي لا
تكون
الشركة
شخصاً
واحدًا.

The Client Mirror

THIS BOOK IS NOT ONLY ABOUT US. IT IS A PREVIEW OF WHAT YOUR BUSINESS CAN OWN.

For eligible brand builds, the client receives a custom Brand Book built around their own market, audience, offer, positioning, message, identity, digital system and content behavior. The goal is not to copy THE LUNO aesthetic. The goal is to give the client the same level of logic, documentation and operating clarity - expressed through their own category and personality.

- Your research
- Your message
- Your visual system
- Your content rules
- Your website behavior
- Your governance



THE LUNO

مرآة العميل

رغبة /
اعرض
الأصل
قبل
بيع
الخدمة.

هذا الكتاب ليس عنا فقط. إنه معاينة لما
يمكن لعملك أن يمتلكه.

في مشاريع العلامة المؤهلة، يحصل العميل على كتاب
علامة مخصص مبني حول سوقه وجمهوره وعرضه
وتموضعه ورسائله وهويته ونظامه الرقمي وسلوك
محتواه. الهدف ليس نسخ جمالية THE LUNO. الهدف أن
يمتلك العميل المستوى نفسه من المنطق والتوثيق
والوضوح التشغيلي، ولكن بلغته البصرية وفئته
وشخصيته.

• بحثك

• رسائلك

• نظامك البصري

• قواعد محتواك

• سلوك موقعك

• حوكماتك

The Standard

ONE BUSINESS. ONE SIGNAL. ONE SYSTEM.

The final standard is simple: the brand should make the business easier to understand, easier to trust, easier to remember and easier to operate. Every page, post, proposal, video, package, dashboard task and client handoff should feel like a decision made by the same company. That is the point of the system. Not perfection. Coherence that survives growth.

- Recognizable
- Trustworthy
- Transferable
- Measurable
- Scalable

CLOSING /
We do
not
make
you
louder.
We
make
you
harder
to
ignore.

المعيار

عمل واحد. إشارة واحدة. نظام واحد.

الخاتمة /
لا
نجعلك
أعلى
صوتًا.
نجعلك
أصعب
تجاهلًا.

المعيار الختامي بسيط: يجب أن تجعل العلامة العمل أسهل في الفهم، وأسهل في الثقة، وأسهل في التذكر، وأسهل في التشغيل. كل صفحة ومنشور وعرض وفيديو وحزمة ومهمة في اللوحة وتسليم للعميل يجب أن تبدو كقرار صادر عن الشركة نفسها. هذه هي غاية النظام: لا الكمال، بل اتساق يصمد أمام النمو.

• قابل للتعرف

• موثوق

• قابل للتسليم

• قابل للقياس

• قابل للتوسع

BUILT WITH A POINT OF VIEW. CHECKED AGAINST HOW MODERN BRAND SYSTEMS WORK.

Research anchors used in the expanded website and delivery architecture.

- Frontify — Brand Guidelines & Brand Portals: living guidelines connected to assets and governance.
- HubSpot — Client onboarding: asset assessment, goals, ownership, kickoff, check-ins and visible process.
- Qualtrics — Market and brand research: customer pains, needs, competitor context and perception gaps.
- McKinsey — Brand, trust, authenticity and consistency across journeys as long-term growth priorities.
- Lovable Docs + Supabase: database, auth, storage, real-time data and edge functions for the portal layer.
- Mozilla PDF.js + react-pageflip: browser PDF rendering and tactile flipbook interaction for the public book.

وجهة نظر واضحة، ومراجعة مستمرة لكيف تعمل أنظمة العلامات الحديثة.

مرتكزات البحث المستخدمة في توسيع الموقع وبنية التسليم.

مرجعية
البحث /
البحث
الخارجي
يوجه
البنية
التشغيلية،
أما
قرارات
العلامة
فتبقى
خاصة
بـ
THE
LUNO

• Frontify — إرشادات العلامة وبواباتها: قواعد حيّة مرتبطة بالأصول والحوكمة.

• HubSpot — بدء علاقة العميل: مراجعة الأصول والأهداف والملكية والاجتماع الافتتاحي والمتابعة ووضوح العملية.

• Qualtrics — بحث السوق والعلامة: آلام العملاء واحتياجاتهم وسياق المنافسين وفجوات الإدراك.

• McKinsey — العلامة والثقة والأصالة والاتساق عبر الرحلات كأولويات للنمو طويل الأجل.

• Lovable + Supabase — قاعدة بيانات ومصادقة وتخزين وبيانات لحظية ووظائف خلفية لطبقة البوابة.

• Mozilla PDF.js + react-pageflip — عرض PDF في المتصفح وتجربة تقليب ملموسة للكتاب العام.