

راهنمای طراحی ۷ مستر تمپلت اصلی Workido

راهنمای اجرایی برای گرافیک دیزاینر

هدف: ساخت یک سیستم ثابت، قابل استفاده مجدد و سریع؛ نه طراحی‌های پراکنده و یکبار مصرف

خانه فرصت، مسیر رشد

اصل پروژه: System > Individual Design | Consistency > Random Creativity | Reusable > One-off
| Clear > Decorative

مخاطب این سند	گرافیک دیزاینر Workido
خروجی مورد انتظار	۷ مستر تمپلت + واریانت‌های سایز + فایل کامپوننت و قابل ویرایش
زبان طراحی	ساده، حرفه‌ای، انسانی، مدرن، قابل اعتماد و مناسب افغانستان
مخاطبان Workido	کارجویان و کارفرمایان / Recruiter / HR

۱) قبل از شروع: منظور ما از «مستر تمپلت» چیست؟

ما نمی‌خواهیم برای هر پست یک طراحی جدید ساخته شود. می‌خواهیم چند ساختار اصلی بسازیم که بعداً با تغییر متن، عکس، لوگو، اسکرین‌شات و اطلاعات، ده‌ها و صدها خروجی متفاوت تولید شود.

Master Template	ساختار اصلی طراحی؛ جای عنوان، تصویر، اطلاعات، CTA و برندینگ مشخص است.
Layout Variant	همان مستر با تغییر چیدمان برای یک حالت خاص؛ مثلاً «فوری» یا «Featured».
Size Variant	همان طراحی در اندازه دیگری؛ مثلاً Story، Feed، یا Telegram.

قاعده مهم: اگر فقط اندازه یا چند جزئیات تغییر می‌کند، تمپلت جدید نساز. سیستم باید کوچک بماند.

۲) فایل‌ها و چیزهایی که طراح باید از Workido بگیرد

1	پک کامل لوگو: فارسی و انگلیسی، افقی و عمودی، نسخه رنگی و نسخه سفید/تک‌رنگ.
2	فایل فونت برند. اگر «Noora» فونت نهایی است، حداقل Regular/Medium/Bold/ExtraBold در اختیار طراح باشد.
3	رنگ‌های اصلی برند و نمونه لوگوی اصلی برای کنترل دقیق رنگ.
4	اسکرین‌شات‌های واقعی وب‌سایت و داشبورد برای تمپلت‌های Product/Feature.
5	نمونه پست‌ها و کمپین‌های مورد علاقه Workido فقط به‌عنوان مرجع؛ نه برای کپی کردن.
6	نمونه متن‌های واقعی: یک اعلان کاری کوتاه و بلند، یک پست آموزشی، یک اعلان شرکتی و یک Feature.
7	فایل Figma یا منبع Design فعلی سایت، اگر موجود است، برای هماهنگی Card، Icon، Radius و UI.

نکته: طراح نباید با سلیقه شخصی برای هر تمپلت یک Style تازه بسازد. همه خروجی‌ها باید یک خانواده باشند.

۳) سیستم بصری مشترک همه تمپلت‌ها

رنگ‌ها

سفید / روشن	خاکستری	قرمز Accent	آبی اصلی
FFFFFF#	A7A9AC#	C63231#	#15638D

آبی رنگ اصلی است. سفید و خاکستری فضای تنفس می‌سازند. قرمز فقط برای تاکید محدود، Deadline، هشدار یا نقطه مهم استفاده شود؛ نه به عنوان رنگ غالب هر پست.

تایپوگرافی

- تیتر اصلی: ExtraBold یا Bold؛ کوتاه و واضح.
- تیتر دوم: Bold یا SemiBold.
- متن: Regular یا Medium.
- Metadata مثل مکان، تاریخ و نوع کار: Medium و کوچک‌تر، اما همچنان خوانا روی موبایل.
- در یک پست بیشتر از ۳ وزن فونت استفاده نشود.
- متن درجی/پشتو باید راست‌چین باشد؛ نسخه انگلیسی چپ‌چین و با همان Hierarchy ساخته شود.

مهم: برای کارجو لحن معمولاً مستقیم و ساده است؛ برای کارفرما رسمی‌تر. اما شکل بصری هر دو باید واضحاً Workido باشد.

گريد پايه براي Social Feed

1350 × 1080 پيکسل (4:5)	Canvas اصلي
حداقل 72 پيکسل از چپ و راست؛ حدود 72 تا 80 پيکسل از بالا و پايين	حاشيه امن
12 ستون با Gutter حدود 24 پيکسل	Grid
بر پايه 8 پيکسل؛ فاصله‌هاي رايج 16، 24، 32 و 48	Spacing
RTL؛ شروع نگاه از سمت راست و بالا	چيدمان
قاعده گريد: هر عنصر بايد به Grid وصل باشد. متن، لوگو، تصوير و Card نبايد «چشمي» و بدون سيستم در صفحه پخش شوند.	

گريد Story / Vertical

1920 × 1080 پيکسل (9:16)	Canvas
حدود 220 تا 250 پيکسل خالي از اطلاعات مهم	Safe Zone بالا
حدود 220 تا 250 پيکسل خالي از CTA و متن مهم	Safe Zone پايين
طراحي Story بايد Reflow شود؛ فقط کشيده‌کردن نسخه Feed قابل قبول نيست.	اصل

شکل‌ها، کارت‌ها و آيکون‌ها

- گوشه‌هاي Rounded ملايم و ثابت؛ Radius‌هاي محدود و يکسان.
- Shadow بسيار نرم يا Border ظريف؛ از Glassmorphism سنگين و افکت‌هاي زياد دوري شود.
- آيکون‌ها يک خانواده باشند؛ ساده، Outline/Rounded و با ضخامت خط ثابت.

- یک زبان شکل ثابت داشته باشیم: مسیر، جهت، حرکت رو به جلو، نقطه مقصد و اتصال؛ به صورت محدود.
- فضای سفید بخش مهم طراحی است؛ صفحه را برای «پر بودن» با عناصر تزئینی پر نکنید.

عکس و Illustration

- عکس انسانی طبیعی و محترمانه؛ محیط و پوشش تا حد ممکن برای افغانستان قابل باور باشد.
- از عکس‌های استاک کلیشه‌ای مثل دست دادن، لبخندهای مصنوعی و دفترهای بسیار نامرتب دوری شود.
- اگر Illustration استفاده می‌شود، سبک آن در کل Series ثابت باشد.
- در تمپلت‌های Product، اسکرین‌شات واقعی محصول از Illustration مهم‌تر است.

سایزهای اصلی سیستم

1080 × 1350	Feed مشترک / IG / FB / LinkedIn
1080 × 1080	Telegram / Square
1080 × 1920	Story / Reel Cover
1200 × 628	Landscape Ad
1600 × 900	Website Feature
1600 × 600	Website Wide Banner
600px عرض نمایش؛ Image Asset بهتر است 1200px ساخته شود.	Email

مستر ۱ — اعلان یک فرصت کاری (Single Job)

هدف	اعلان روزمره یک بست مشخص. این پرتکرارترین تمپلت Workido است و باید بیشترین دقت روی آن شود.
مخاطب	کارجو
کانالها	Instagram, Facebook, LinkedIn, Telegram, Story
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

۱۲٪	Badge / دسته‌بندی + لوگوی کوچک Workido
۳۸٪	عنوان بست + نام شرکت + لوگوی شرکت
۳۰٪	اطلاعات اصلی: مکان، Deadline و حداکثر ۱ یا ۲ مورد اختیاری
۲۰٪	CTA + برندینگ / لینک یا راهنمای اقدام

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای ثابت	اجزای متغیر
• جای لوگوی Workido	• عنوان بست
• Style عنوان شغل	• نام و لوگوی شرکت
• Badge و Chip ها	• ولایت/شهر
• آیکون های مکان/Deadline/نوع کار	• آخرین مهلت
• محل CTA	• نوع کار در صورت نیاز
• Spacing و Margin، Grid، Radius	• معاش در صورت اعلام
	• حالت Standard / Featured / Urgent

حد متن، نمونه تست و سائزها

حد متن	عنوان بست حداکثر ۲ خط. نام شرکت یک خط. حداکثر ۴ داده کوتاه. هیچ پاراگرافی روی Visual قرار نگیرد.
نمونه تست	مدیر بازاریابی شرکت نمونه هرات تمام وقت آخرین مهلت: ۲۵ میزان CTA: دیدن جزئیات و فرستادن درخواست
واریانت های لازم	1080×1350 Feed 1080×1080 Telegram 1080×1920 Story

بکن	نکن
عنوان شغل بزرگ‌ترین عنصر متن باشد.	Skills و Description، Requirements را داخل Visual نیاور.
لوگوی شرکت کوچک و منظم باشد، نه قهرمان صفحه.	برای NGO، Government و Private طرح جدا نسا؛ فقط Badge عوض شود.
Deadline به‌صورت واضح ولی کنترل‌شده نمایش داده شود.	برای «فوری» کل صفحه را قرمز نکن.

مستر ۲ — چند فرصت کاری / Job Roundup

هدف	نمایش چند بست تازه در یک پست؛ مثل «فرصت‌های کاری امروز»، «۵ بست در هرات» یا چند بست یک شرکت.
مخاطب	کارجو
کانال‌ها	Instagram، Facebook، LinkedIn، Telegram، Story
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

۱۵٪	عنوان Roundup + تاریخ/مکان/دسته
۶۵٪	۳ تا ۴ Job Row یا Card با Hierarchy ثابت
۲۰٪	CTA + تعداد کل فرصت‌ها + برندینگ

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای ثابت	اجزای متغیر
• Header Roundup	• تعداد فرصت‌ها
• Job Row Component	• عنوان بست‌ها
• شماره/بولت یا Divider	• نام شرکت‌ها
• جای نام شرکت و عنوان بست	• مکان
• CTA و Footer	• موضوع Roundup: امروز/هرات/Marketing/یک شرکت

حد متن، نمونه تست و سایزها

حد متن	روی یک Visual بیشتر از ۴ بست را با جزئیات نشان نده. اگر تعداد بیشتر است، Cover بگوید «۱۰ فرصت تازه» و ادامه در Carousel یا Caption باشد.
نمونه تست	۵ فرصت کاری تازه در هرات ۱. حسابدار — شرکت الف ۲. مسئول فروش — شرکت ب ۳. گرافیک دیزاینر — شرکت ج CTA: همه فرصت‌ها را ببین
واریانت‌های لازم	1080×1350 Feed 1080×1080 Telegram 1080×1920 Story

بکن	نکن
Job Row ها هم اندازه و سریع خوان باشند.	۷ تا ۱۰ پست را با فونت ریز در یک پوستر جا نده.
نام Job از نام شرکت برجسته تر باشد.	برای هر Job یک رنگ مستقل نساز.
برای تعداد زیاد از Carousel استفاده شود.	لوگوهای زیاد شرکت ها نباید Visual را شلوغ کنند.

مستر ۳ — محتوای آموزشی و کاربردی

هدف	برای CV، Interview، Job Search، Career Growth، Skills، Salary، Workplace، Hiring، Recruitment، HR و آموزش قابلیت های ساده Workido.
مخاطب	کارجو + کارفرما/HR
کانال ها	Instagram، Facebook، LinkedIn، Telegram، Story، Reel Cover
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

۱۵٪	Label موضوع / Audience + برندینگ
۳۵٪	Headline / Hook اصلی
۳۵٪	فضای عکس، Illustration، Icon یا محتوای اصلی

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای ثابت	اجزای متغیر
• Style تیتر	• موضوع
• Category Label	• Audience Mode کارجو یا کارفرما
• Pagination	• عکس/ Illustration
• CTA zone	• تعداد Step یا Tip
• یک Signature Shape ثابت	• CTA
• Margin و Grid	

حد متن، نمونه تست و سایزها

حد متن	Cover: حدود ۸ تا ۱۲ واژه. Slide محتوایی: حدود ۳۵ تا ۵۵ واژه یا ۳ تا ۵ Bullet. هر Slide فقط یک مفهوم اصلی.
نمونه تست	۵ Cover: اشتباه که سیویات را ضعیف می‌کند Slide 2: اشتباه ۱ — یک سیوی برای همه شغل‌ها Final: سیویات را برای همان بستی که می‌خواهی، تنظیم کن.
واریانت‌های لازم	1080×1350 Feed/Carousel 1080×1080 Telegram 1080×1920 Story/Reel Cover

بکن	نکن
برای Value، Slide = Carousel: Slide 1 = Hook، Slide آخر = Action.	Masterهای Step-by-step و Checklist، Myth vs Fact، Quote جدا حساب نکن؛ Layout Variant باشند.
Employer mode کمی Structured و Data-oriented باشد؛ Job Seeker mode کمی انسانی‌تر.	در Slideها پاراگراف‌های سنگین نگذار.
Hierarchy و خوانایی از تزئین مهم‌تر است.	هر پست آموزشی را با Illustration Style متفاوت نساز.

مستر ۴ — اعلان رسمی / Corporate Announcement

هدف	برای Launch، Partnership، Milestone، Company News، Event، Press/PR و Hiring خود Workido.
مخاطب	عموم + کارفرمایان + شرکا
کانال‌ها	LinkedIn، Facebook، Instagram، Telegram، Story
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

۱۵٪	Announcement Label + لوگو
۴۵٪	Headline اصلی / پیام رسمی

Supporting line + Partner Logo / Date / Event Info	۲۵٪
Footer یا CTA	۱۵٪

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای متغیر	اجزای ثابت
• نوع اعلان • تیتر • لوگوی شریک • تاریخ • اطلاعات رویداد • CTA	• جای لوگوی Workido • Style Label رسمی • Headline zone • Partner logo rules • Footer/CTA

حد متن، نمونه تست و سایزها

حد متن	Headline ترجیحاً ۸ تا ۱۲ واژه. Supporting line حداکثر حدود ۲۰ واژه.
نمونه تست	Workido و شرکت نمونه همکاری خود را آغاز کردند برای ساده‌تر شدن دسترسی کارجویان به فرصت‌های کاری CTA: بیشتر بخوانید
واریانت‌های لازم	1080×1350 Feed 1080×1080 Telegram 1080×1920 Story

بکن	نکن
فضای خالی زیاد و حس رسمی/باعتقاد حفظ شود.	برای هر مناسبت Style کاملاً جدید نساز.
در Partnership دو لوگو با احترام بصری برابر و فاصله مناسب باشند.	Holiday Template جدا نساز؛ اگر لازم شد همین Master را Variant کن.
Milestone می‌تواند یک عدد بزرگ داشته باشد.	از افکت‌های جشن و تزئینات عمومی بیش از حد استفاده نکن.

مستر ۵ — معرفی قابلیت و محصول (Product / Feature)

هدف	معرفی Feature جدید، Product Update، آموزش استفاده، How it Works، Before/After و ATS.
مخاطب	کارجو + کارفرما
کانال‌ها	Social، Telegram، Website، Story
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

۱۵٪	Feature Label + Headline
۵۵٪	اسکرین‌شات واقعی محصول؛ عنصر اصلی صفحه

۱۵٪	Annotation / Benefit کوتاه
۱۵٪	CTA + برندینگ

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای ثابت	اجزای متغیر
- اسکرین‌شات Frame - Shadow و Radius - Annotation style - Feature label - CTA zone	- اسکرین‌شات - نام Feature - Benefit - Step number - Device frame در صورت نیاز

حد متن، نمونه تست و سایزها

حد متن	Headline حدود ۸ تا ۱۲ واژه. Supporting copy حداکثر ۲ تا ۳ نکته کوتاه. متن ریز داخل Screenshot نباید به‌تنهایی حامل پیام باشد.
نمونه تست	پروفایل را یک‌بار بساز، برای چند بست درخواست بفرست [اسکرین‌شات پروفایل/Apply] CTA: همین حالا پروفایل بساز
واریانت‌های لازم	1080×1350 Feed 1080×1080 Telegram 1080×1920 Story 1600×900 Website

بکن	نکن
در طراحی Feature، Screenshot باید ۵۰ تا ۶۵٪ فضای اصلی را بگیرد.	Screenshot را کوچک و تزئینی نکن.
Annotation فقط روی قسمت مهم UI باشد.	یک Screenshot کامل Desktop را بدون Crop داخل موبایل جا نده.
ATS از همین Master استفاده کند؛ Master مستقل لازم نیست.	UI ساختگی یا غیرواقعی نساز مگر برای Mockup تأییدشده.

مستر ۶ — کمپین و تبلیغات (Campaign / Paid Ads)

هدف	Employer Acquisition، Job Seeker Acquisition، Lead Generation، Feature Launch و Brand Awareness، Job Posting، ATS
مخاطب	بسته به کمپین: کارجو یا کارفرما
کانال‌ها	Meta Ads، LinkedIn Ads، Organic Social، Website Banner، Story/Reels
اولویت	P0 — ضروری

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

Brand/Category cue	۱۰٪
Hook + Value Proposition	۳۰٪
Hero Visual: انسان / محصول / مفهوم	۴۵٪

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای ثابت	اجزای متغیر
• Safe zone	• Hook
• Headline style	• Audience
• CTA treatment	• Screenshot یا Hero Image
• Logo lockup	• Offer/Benefit
• قواعد استفاده از رنگ و عکس	• CTA
	• Campaign message

حد متن، نمونه تست و سایزها

حد متن	Hook حدود ۶ تا ۱۰ واژه. Subhead حدود ۱۵ واژه. CTA حدود ۲ تا ۴ واژه.
نمونه تست	استخدام را ساده‌تر کنید اعلان کاری منتشر کنید و درخواست‌ها را یک‌جا ببینید CTA: ساخت حساب کارفرمایی
واریانت‌های لازم	1080×1350 1080×1080 1080×1920 1200×628 1600×600 Website Wide

بکن	نکن
حداقل سه Layout Mode داشته باشد: Human-led، Product-led و Benefit/Offer-led.	پست آموزشی Organic را فقط Resize و به عنوان Ad تحویل نده.
در Paid Ad پیام باید در ۲ تا ۳ ثانیه قابل فهم باشد.	در یک Ad چند پیام و چند CTA نگذار.
CTA از بقیه اجزای تزئینی واضح تر باشد.	تمام فضای Ad را با متن پر نکن.

مستر ۷ — سیستم ایمیل ماژولار Brevo

یک سیستم ایمیل برای Newsletter، Product Update، Feature Announcement، Job Seeker Marketing، Employer Marketing، Education، Promotion و Re-engagement.	هدف
کارجو + کارفرما	مخاطب
Brevo Email	کانالها
P0 — ضروری	اولویت

گريد و نقشه چیدمان پیشنهادی

لوگو + در صورت نیاز لینک ساده	Header
تصویر/اسکرین شات؛ فقط وقتی ارزش اضافه می کند	Hero اختیاری

HTML + CTA + متن + Headline	Body
Job Cards / Content Cards / Highlight / Image blocks	Modules
Unsubscribe + Contact + Social + Legal	Footer

این درصدها قانون خشک نیستند؛ هدف حفظ نسبت فضاها و Hierarchy است. در سایزهای دیگر همین منطق باید Reflow شود، نه اینکه فقط طرح کشیده یا کوچک شود.

اجزای ثابت و متغیر

اجزای متغیر	اجزای ثابت
• موضوع ایمیل • Headline • Body • تصاویر • تعداد Cardها • CTA • Audience	• Logo و Header • عرض محتوا • Style دکمه • Card system • Divider • Footer • Mobile behavior و Spacing

حد متن، نمونه تست و سایزها

ایمیل پوستر نیست. متن اصلی باید به صورت Text/HTML باشد. Hero image کوتاه و سبک. CTA یکی یا حداکثر دو مورد واضح.	حد متن
--	---------------

نمونه تست	عنوان: پروفایل هنوز نیمه‌کاره است متن کوتاه: با اضافه کردن مهارت و سابقه کاری، پروفایل کامل‌تر و برای درخواست‌ها آماده‌تر می‌شود. CTA: ادامه تکمیل پروفایل
واریانت‌های لازم	عرض نمایش Desktop حدود 600px؛ Image assets در 1200px ساخته شوند؛ Mobile = یک ستون Responsive

بکن / نکن

بکن	نکن
Designer فقط Graphic Asset ها را طراحی کند: Hero، Thumbnail، Screenshot treatment، Illustration، و Icon ها.	کل ایمیل را یک تصویر بلند طراحی نکن.
Headline، Body، Button و Footer داخل Brevo با HTML/Text ساخته شوند.	متن CTA را داخل عکس نگذار.
RTL در موبایل تست شود.	ساختار چندستونی پیچیده که در موبایل می‌شکند نساز.

۴) قوانین تحویل فایل توسط گرافیک دیزاینر

این پروژه زمانی تمام محسوب می‌شود که Template ها واقعاً قابل استفاده مجدد باشند؛ نه فقط چند JPG زیبا.

1	فایل اصلی باید Figma و کاملاً Editable باشد؛ هیچ تمپلت اصلی Flatten نشود.
2	رنگ‌ها به صورت Color Style / Variable تعریف شوند.
3	Typography به صورت Text Style تعریف شود: Display، H1، H2، Body، Metadata.

4	Card، Badge، CTA، Icon container، Pagination و Screenshot frame به صورت Component ساخته شوند.
5	برای هر Master، Variant ها در یک Component Set یا صفحه منظم قرار بگیرند.
6	نام گذاری فایل ها و Frame ها استاندارد باشد؛ مثال: WKD_M01_Job_45_Standard یا WKD_M09_Ad_916_Product.
7	برای هر Master حداقل یک نمونه دری واقعی ساخته شود؛ حداقل ۲ Master با پشتو و انگلیسی نیز تست شود.
8	حالت متن بلند تست شود؛ مثلاً عنوان شغل دو خط، نام شرکت بلند و ترجمه پشتو.
9	نسخه بدون عکس/لوگوی شرکت نیز تست شود تا Template در شرایط واقعی نشکند.
10	تمام Size Variant ها فقط Resize نباشند؛ در صورت نیاز Crop و Reflow مناسب انجام شود.

۵) موارد ثابت در همه ۷ مستر

- لوگو و Clear Space مشخص.
- Grid و Margin مشخص.
- رنگ های محدود و نقش مشخص هر رنگ.
- Hierarchy تایپوگرافی ثابت.
- Card Style و Radius ثابت.
- Icon Style ثابت.
- CTA Style ثابت.
- یک یا دو Signature Element ثابت برای حس حرکت، مسیر و رشد.
- RTL واقعی برای دری/پشتو و LTR واقعی برای انگلیسی.
- خوانایی روی موبایل مهم تر از جزئیات تزئینی.

۶) ترتیب پیشنهادی اجرای پروژه

1	اول: Mini Design System را نهایی کن؛ رنگ، فونت، Shape، Icon، Radius، Grid و CTA.
2	دوم: M01 اعلان یک فرصت کاری را در 1080×1350 طراحی و تأیید بگیر.
3	سوم: M02 Job Roundup.
4	چهارم: M03 Educational / Carousel.
5	پنجم: M08 Product / Feature.
6	ششم: M06 Corporate Announcement.
7	هفتم: M09 Campaign / Ads.
8	هشتم: M10 Brevo Email System.
9	بعد از تأیید ۷ مستر در سایز اصلی، همه Size Variant ها ساخته شوند.

چرا این ترتیب؟ اگر از اول برای همه سایزها طراحی شود و بعد Visual Language تغییر کند، دوباره کاری بسیار زیاد می شود. ابتدا زبان بصری را روی Master های اصلی قفل کنید، بعد Resize/Reflow کنید.

۷) چک لیست نهایی قبل از تأیید هر تمپلت

1	آیا در ۲ تا ۳ ثانیه پیام اصلی قابل فهم است؟
2	آیا تیتر مهم ترین عنصر متن است؟
3	آیا فونت در موبایل بدون Zoom خواناست؟

4	آیا طراحی بدون لوگو هم حس یک خانواده واحد با بقیه Workido دارد؟
5	آیا اطلاعات اضافی حذف شده‌اند؟
6	آیا نسخه دري از نظر راست‌چين و فاصله‌گذاري درست است؟
7	آیا تمپلت با متن کوتاه و بلند هر دو کار می‌کند؟
8	آیا تصویر یا Illustration طبیعی و مرتبط است؟
9	آیا Accent قرمز بیش از حد استفاده نشده؟
10	آیا این خروجی واقعاً Template قابل تکرار است یا فقط یک Design خاص؟

۸) خلاصه Scope برای توافق با طراح

کد	مستر	تحويل سايز
M01	اعلان یک فرصت کاری	۳ سايز
M02	چند فرصت کاری / Roundup	۳ سايز
M03	آموزشی / Carousel	۳ سايز
M06	اعلان رسمی / Corporate	۳ سايز
M08	Product / Feature	۴ سايز
M09	Campaign / Paid Ads	۵ سايز
M10	Brevo Email	۱ سیستم Responsive

جمع‌بندی: در مرحله اول Master ۷ ساخته می‌شود. هدف این نیست که هر حالت یک Template جدا شود. حالت‌هایی مثل Story، Checklist، Urgent، Featured و Telegram باید از همین Masterها به صورت Variant ساخته شوند.

خروجی موفق یعنی: وقتی ۲۰ پست متفاوت Workido کنار هم قرار می‌گیرند، بدون اینکه همه شبیه هم باشند، مخاطب حس کند همه متعلق به یک برند هستند.

۹) چیزی که همراه این فایل برای طراح بفرستید

- پک لوگوهای Workido.
- فونت‌های نهایی برند.
- فایل نمونه‌های کمپین و پست‌های مورد علاقه.
- چند Screenshot واقعی از workido.co و Dashboard.
- اگر موجود است: فایل UI/Figma سایت و Icon set.