

« فرم بریف مارکتینگ شرکت تبلیغاتی عالیان تصویر »

Business Objective	اهداف برند / شرکت
<p>اهداف اصلی بازاریابی (Marketing Objective) :</p> <p>رسوخ در بازار- افزایش فروش در بازار داخلی توسعه بازار- افزایش سهم بازار در بازارهای بین المللی دست یابی به اهداف فروش فوری، میان مدت و بلند مدت ایجاد باور در مشتریان و جلب اعتماد به خدمات که ارائه می دهیم</p> <p>اهداف مالی / فروش (Sales Objectives):</p> <p>یک میلیارد ریال سود عملیاتی سال اول دو میلیارد ریال سود عملیاتی سال دوم چهار میلیارد ریال سود سود عملیاتی سال سوم</p>	<p>پیشینه برند / شرکت (Business Background) :</p> <p>مد ایرانی یکی از زیر مجموعه های شرکت تخشا پیشرو سایه پارس است که از تولید کنندگان مد و لباس حمایت می کند. سابقه کاری مد ایرانی کمتر از دو سال است ولی برند تخشا پیشرو بعنوان یک شرکت طراحی سایت و مشاوره فروش معتبر و شناخته شده است. مد ایرانی بعنوان یک برند در حال شناخته شدن هست.</p>
Product Attributes	ویژگیهای محصول
<p>نوع محصول (Product Category) :</p> <p>معرفی و ثبت نام تولید کننده، طراح لباس، عکاس، تبلیغات و دوره های طراحی مد و لباس</p>	<p>نام محصول / برند (Product/ Brand Name) :</p> <p>تبلیغات و برند سازی تولیدکنندگان و طراحان مد و لباس مد ایرانی- ModIrani</p>
<p>مزایای محصول / برند (Product/Brand Benefits) :</p> <p>سئو قوی امنیت بالا سیستم سازی و اهرم سازی انجام عملیات بصورت اتوماتیک و رباتیک مزیت رقابتی (CA) : اسم برند که در صفحه اول گوگل هست</p>	<p>محصولات زیر گروه (SKU's) :</p> <p>فروش اطلاعات و شماره تماس برای تبلیغات ارسال خبر و تبلیغات برگزاری مسابقات</p>
<p>مشکلات و عوارض محصول (key issue/Problem) :</p> <p>این سایت هیچ گونه مشکل امنیتی و سیستمی ندارد و یک سال کاملا تست و تریس شده و هر بار هم بروز می شود.</p>	<p>وعده ها و ادعاهای محصول (Claim & Promise) :</p> <p>ماژولار بودن سیستم و اطلاع رسانی قوی در شرایط اضطراری</p>
<p>پشتیبانی، خدمات پس از فروش و... (Warranty& Support):</p> <p>ارایه توصیه های نصب و راه اندازی مهندسی سامانه و پشتیبانی ۲۴ ساعته سایت از هر نقطه جهان و در خلال سایت چنانچه نظر و ایده مشتری در طراحی تغییر یابد.</p>	<p>دلایل اصلی انتخاب محصول توسط مشتری (Reason Why) :</p> <p>قابلیت اجرای طرح مد ایرانی و سیستم سازی. اقتصادی بودن و درآمد زا بودن سایت.</p>

Market	بازار
<p>رقبای فرعی (Other Competitors):</p>	<p>رقبای اصلی (Main Competitors): (نام رقبا و ویژگیها و ادعاها)</p> <p>ویژگی های رقبا: سابقه حضور در بازار، قیمت گذاری متغییر، برند شناخته تر</p>
<p>بازار هدف مشتریان (Target Customer): خدمات آنلاین سریع، وضعیت بازار، طبقه اقتصادی، شغل، تحصیلات سن، (و غیره) مطابق با مدل کسب و کار پیوست .</p>	
<p>مصرف کنندگان (Customers): طراحان و تولیدکنندگان مد و لباس، عکاسان و فروشندگان های لباس، دانشجویان</p>	
<p>تصمیم گیرندگان (Decision Makers): بسته به نوع مشتری متفاوت است. سازمانهای دولتی و نیمه دولتی از یک ساختار پیچیده تبعیت می کنند و مشتریان غیر دولتی بصورت شخصی و بعضا با مشورت با مشاور، مهندس طراح و یا خانواده تصمیم می گیرند.</p>	
<p>توصیه کنندگان و تایید کنندگان (Recommenders): سازمانها و تشکل های نظام مهندس رایانه، طراحان و مهندسان مد و لباس</p>	

Communication Objective & Strategies	اهداف و استراتژی های ارتباطی
<p>شخصیت و هویت برند (Brand Personality): شخصیت برند: مد ایرانی سیستماتیک و اقتصادی هویت برند: مد ایرانی نمادی از تمایز و لاکچری بودن</p>	<p>اهداف ارتباطی (Communication Objective): انتقال پیام طراحی منحصر بفرد و اقتصادی بودن محصولات و تسهیل در امر انجام فرآیند فروش و خدمات حین و بعد از فروش</p>
<p>تصویر ذهنی فعلی برند (Brand Image): تصویری از تولید ایرانی در قالب تن پوش نگاری است.</p>	

<p>لحن پیشنهادی برای پیام های ارتباطی (Key Message/ Tone of Message): تهیجی و متمایز کننده</p>	
<p>ابزارها و رسانه های استفاده شده تا کنون (History Media): وب سایت، شبکه های اجتماعی، شرکت در نمایشگاه ها و برگزاری مسابقات</p>	<p>رسانه های پیشنهادی (Recommendation Media): چند رسانه ای (دیداری، شنیداری و مکتوب) و شبکه های اجتماعی</p>
<p>بازخورد مشتریان، همکاران، رقبا و رسانه ها (Feedbacks): از نظر مشتریان زیبایی، امکانات حرفه ای - از نظر تولیدکنندگان: ارتباط سریع با طراحان و عکاسان بدون واسطه</p>	
<p>منابع مرجع (Reference Sources): (تبلیغات قبلی، بروشور، راش آرشیوی، وب سایت، رسانه های اجتماعی، تحقیقات بازار و غیره) سایت مد ایرانی www.ModIrani.com و شبکه های اجتماعی ModehIrani</p>	

فرایندهای اجرایی	Execution
<p>آنچه از مشاور می خواهید (Deliverables): تدوین استراتژی و برنامه کمپین تبلیغاتی</p>	<p>محدودیت زمانی (Deadline & Timing): فعلا محدودیتی متصور نیست فقط اسلامی ایرانی باید در ایران کار کرد</p>
<p>بودجه (Budget): براساس پروپوزال پیشنهادی تصمیم گیری خواهد شد.</p>	<p>پیوست ها (Attachment): لیست مشتریان و مدل کسب و کار مد ایرانی</p>
<p>محدودیتها، الزامات و موارد اجباری و غیر قابل تغییر (Mandatories): (درمورد نام برند، لوگو، رنگ و غیره) نام مد ایرانی، لوگو و رنگهای انتخاب شده بصورت ثبت شده است و غیر قابل تغییر می باشد.</p>	
<p>نظرات پیشنهادی و ایده های مورد نظر (Comments & Hints): برگزاری مسابقه طراحی و عکاسی با استفاده از سامانه مد ایرانی در سطح تمامی دانشکده های عکاسی و طراحی مد و لباس.</p>	

با تجدید احترام

مدیرعامل شرکت تبلیغاتی عالیان تصویر

سعید شیرازی