



دارای مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

کاتالوگ دیجیتالی تبليغات و روابط عمومی

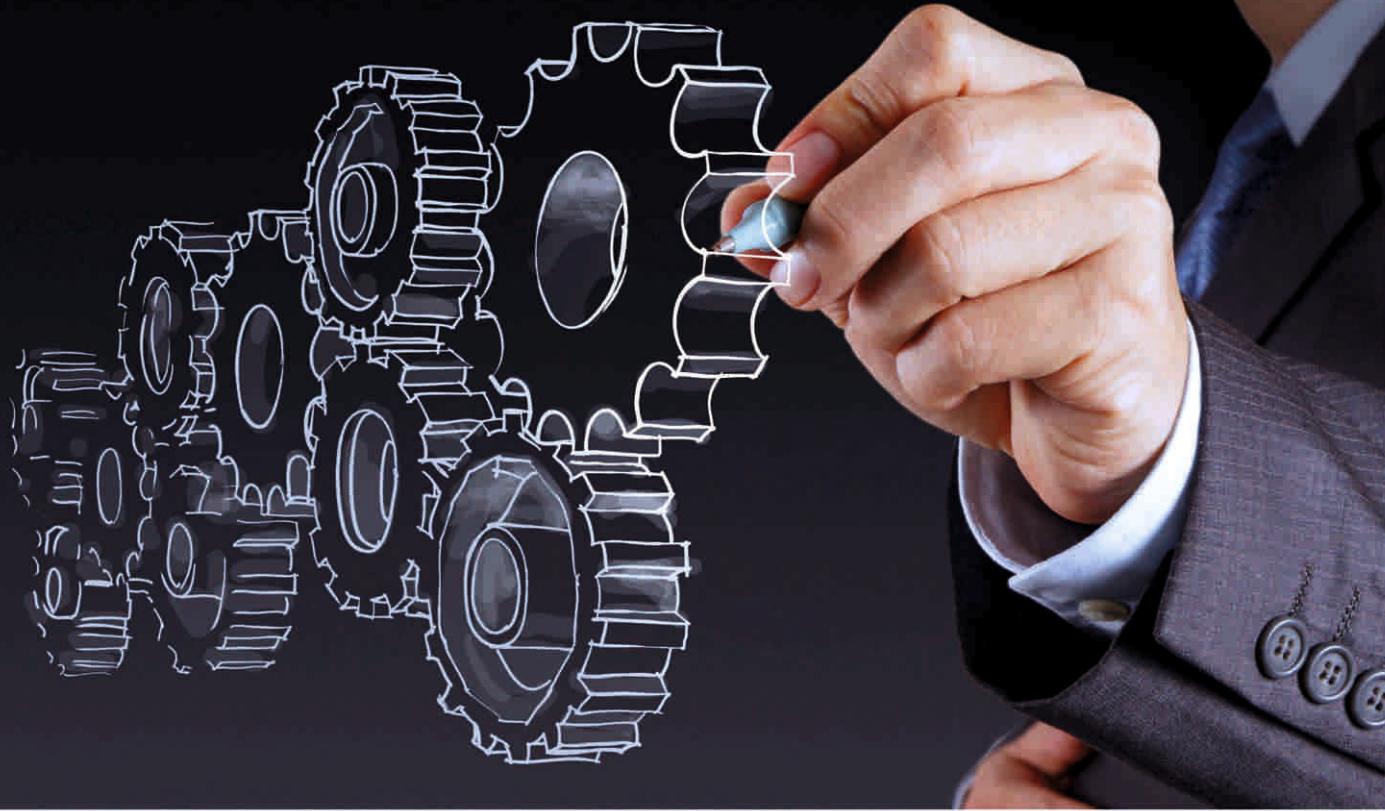
سایر فعالیت های کانون برسام:
خدمات نمایشگاهی
همایش و سمینار
تامین تجهیزات

تبییغات و روابط عمومی

Advertisement & Public Relations

مشاوره و تدوین استراتژی
مطالعه بازار و جمع آوری داده های آماری
استقرار یا بهینه سازی واحد های بازاریابی و فروش
مدیریت برنده
کمپین تبلیغاتی
فضای مجازی
تصویربرداری و مستندسازی
طراحی، چاپ و نشر
تندیس و لوح تقدیر
هدایای تبلیغاتی





مشاوره و تدوین استراتژی

نخستین گام نیل به اهداف متعالی انتخاب صحیح مسیر و تهییه نقشه راه است. بی تردید سازمان ها از منابع محدودی برخوردار هستند که می باشند برای برنامه ریزی درستی در استفاده از این منابع جهت معرفی کالا و خدمات خویش به جامعه هدف داشته باشند. چراکه در غیر اینصورت دستیابی به اهداف غیر ممکن شده و یا با صرف هزینه های بسیار میسر خواهد شد.

کانون برسام ارائه مشاوره به مشتریان محترم را مقدمه ای برای آغاز ارتباط تجاری با ایشان دانسته و از موضوع را رسالت های اصلی خویش قلمداد می کند. این کانون آمادگی دارد تجارتی که طی سالیان متتمادی فعالیت در عرصه های مختلف بدست آورده و هم اینک به شکل دانش سازمانی در آمده اند را با مشتریان خود به اشتراک گذارد.



CONSULTING



مطالعه بازار و جمع آوری داده های آماری

در عصر حاضر بهره مندی از اطلاعات به روز و سودمند موضوعی است که ارزش افزوده بسیاری برای سازمان ها در بر دارد. اشراف به محیط اطراف و تغییرات آن موجب می گردد تا افراد تصمیم گیرنده مسیر صحیحی را در روند رشد و تکامل سازمان انتخاب کنند.

بی تردید محیط هایی مانند همایش های تخصصی و نمایشگاه ها که کلیه فعالان و دست اندرکاران یک حوزه را همزمان در یک محل گردهم می آورد، مناسبترین فرصت برای مذاکره با جامعه هدف و کسب نظر آنها می باشد.

کانون برسام آمادگی دارد ضمن ارائه مشاوره در طراحی فرم ها و پرسشنامه های مربوطه، نسبت به تدارک و آموزش تیم اجرائی لازم اقدام نماید.





CUSTOMER ANALYSIS ADVERTISING MARKET SALES PROMOTION PRICE INTERNET TARGET

استقرار یا بهینه سازی واحدهای بازاریابی و فروش

با افزایش انتظارات مشتریان، رقابت بین سازمان‌ها نیز افزایش یافته است. برای پیروزی در این عرصه رقابتی، استفاده از نیروهای حرفه‌ای در بخش بازاریابی و خط مقدم فروش توصیه می‌گردد. امروزه کیفیت ارتباط اعضاً تیم فروش با مشتریان، یکی از عوامل تعیین‌کننده بقای کسب و کارها محسوب می‌شود. نیروهای فروش توانا و زده، مهره‌های اصلی ستون فقرات سازمان هستند و برای مشتری ارزش و برای سازمان ثروت تولید می‌کنند. تیم مشاوره برسام با پشتیبانی کارشناسان خبره و تجارب بدست آمده در انجام پژوهه‌های متعدد، از نظام و قاعده‌ای علمی و عملی استفاده می‌کند که این فرآیند واحدهای بازاریابی و فروش بهینه و اثربخش را برای سازمان‌ها به ارمغان می‌آورد.

کارشناسان ما با در اختیار داشتن اطلاعات لازم درباره نوع محصول یا خدمات، مشتریان، ساختار سازمان، حجم فروش، برنامه‌های آتی، رقبا، استراتژی سازمان و ... به پردازش نیاز سازمان و طراحی یک ساختار مناسب برای تیم بازاریابی و فروش می‌پردازد.

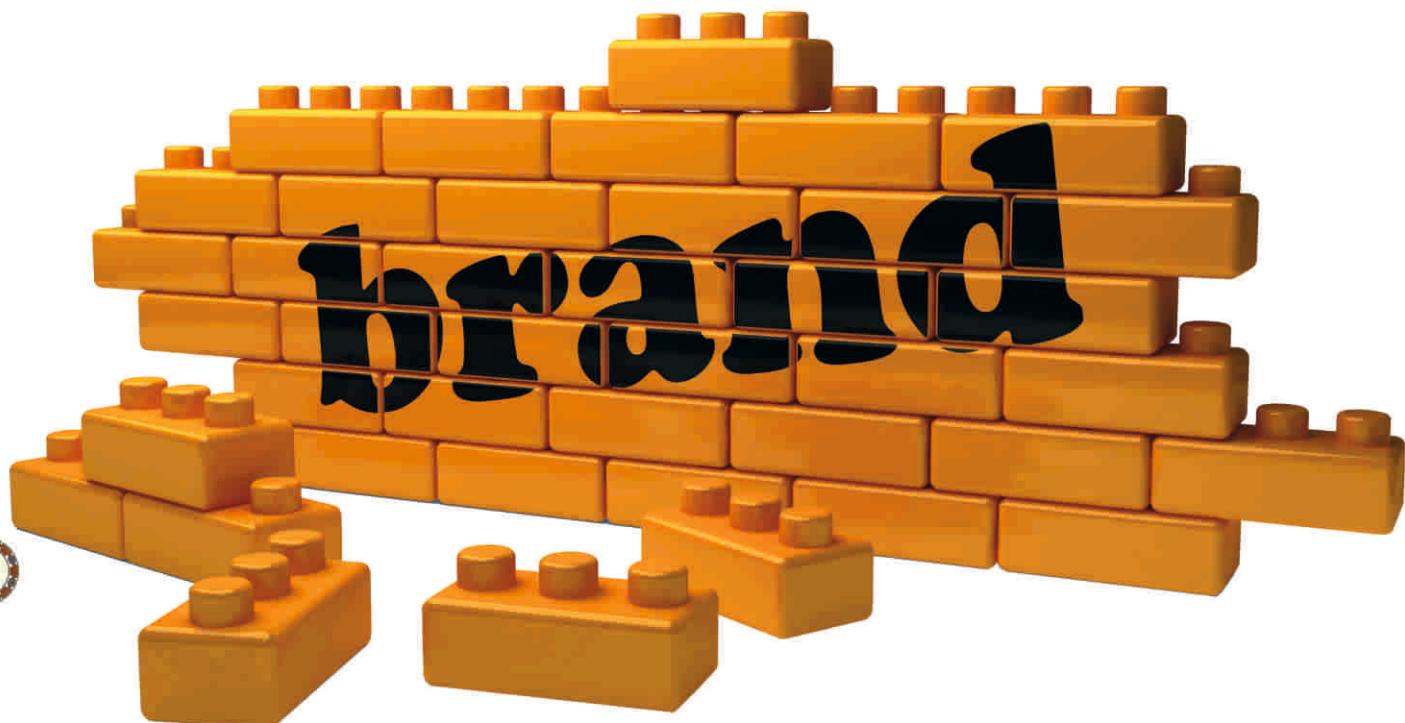
مدیریت برنده (نام تجاری)

تعالی برند یا نام تجاری بخش مهمی از یک فرایند نظام مند بازاریابی یکپارچه است. برند می تواند با افزایش تمرکز و آگاهی مصرف کننده نسبت به یک محصول یا خدمت موجب رشد سهم بازار شود و با ایجاد و احساس تعلق و نزدیکی در مصرف کنندگان زمینه ساز تکرار خرید آن ها گردد. اگرچه برند می تواند تمامی این نقش ها را ایفا کند اما استراتژی نام تجاری فراتر و گستردگی تر از صرف بحث بازاریابی است و اگر منطبق با استراتژی کلی سازمان نیز نباشد احتمال شکست آن بسیار زیاد خواهد بود. هر نام تجاری دارای دو بعد مشهود و نامشهود است و مدیریت آن شامل سه حوزه اصلی می باشد که عبارتند از:

۱- ساخت برند: نام های تجاری مختلف در دوران حیات خود با چالش های متفاوتی مواجه می شوند. زمانی که یک برند جدید به بازار وارد می شود به اتخاذ رویکردهای کاملاً متفاوتی از برندهای جا افتاده و کهنه کار در بازار نیاز دارد. تمامی این برندها که در مرحله معرفی خود به بازار قرار دارند از یک ویژگی مشترک برخوردارند و آن قرار گرفتن همه آنها در معرض شکست است. البته صاحبان این برندها هیچ کدام به شکست نمی اندیشند و تجربه خود را متمایز از دیگران می دانند، اما بیشتر تحقیقات نشان دهنده این نکته است که نرخ شکست برای برندهای جدید بیش از ۵۰٪ است. از این رو توجه به یک رویکرد مناسب برای ساخت برند از اهمیت به سزاویی برخوردار است.

۲- توسعه برند: بعد از آن که یک برند توانست جایگاهی مناسب در بازار پیدا کند، نباید به حال خود رها شود و باید ویژگی ها، ارزش ها و تفاوت هایش با توجه به شرایط بازار تعیین شود، ورود برندها به بازارهای جدید، تقویت برند در بازارهای فعلی، ارائه محصولات و خدمات جدید زیر برند و بسیاری از استراتژی های دیگر همه از اقداماتی است که در مراحل رشد و بلوغ یک برند و برای حفظ سوددهی و اثربخش بودن آن باید مورد توجه قرار گیرد.

۳- ممیزی برند: امروزه رشد سریع تکنولوژی، روش های نوین در فرآیند تولید عملیات، افزایش روزافزون رقابت در بازارها، استفاده از انرژی های نو و بحث مسئولیت اجتماعی و زیست محیطی باعث شده است که رفتار مصرف کنندگان و تصمیم گیری خرید بیش از پیش پیچیده شود و عوامل موثر بر تبیین جایگاه برند در ذهن مشتریان به سرعت تغییر پیدا کند. بنابراین ممیزی و مانیتورینگ برند در بازار از مهمترین وظایف یک سازمان می باشد تا بتواند جایگاه برند را در ذهن مشتریان هرچه بیشتر ثبت کند و توانایی واکنش در مقابل تغییرات فضای کسب و کار را داشته باشد.



کمپین تبلیغاتی

Adv
er
tis
ing
com
muni
cations

در بسیاری از مواقع عملکرد نادرست در حوزه تبلیغات موجب می گردد که قسمت عمدات از سود ناشی از کسب و کار، در رقابت های رسانه ای غیر حرفه ای هزینه شود. کسب و کارهای متعددی را می توان یافت که فعالیتشان، بیش از آنکه به انتفاع موسسه یا کسب رضایت مشتریان منجر شود، شبکه ای تامین رسانه در کشور را ثروتمند کرده است.

برای درک بهتر کمپین تبلیغاتی، باید به خاطر داشته باشیم که مفهوم تبلیغات خود پایه های مشخصی دارد که در قالب های مختلف مورد بحث قرار گرفته است. شاید یکی از مدل های ساده که تصویر خوبی از تبلیغات ارائه می دهد مدل 5M باشد. به این پنج واژه توجه کنید:

Mission	ماموریت
Money	پول (بودجه)
Message	پیام
Media	رسانه مورد استفاده
Measurement	ارزیابی اثربخشی تبلیغات

کمپین تبلیغاتی مجموعه ای از فعالیت های تبلیغاتی چند جانبه است که قبل از هر چیز پیام هدف کمپین مشخص شده، مخاطب تعیین شده و با برنامه ریزی دقیق، بکوشد پیام مناسب در دوره زمانی مناسب با بودجه مناسب برای مخاطب مناسب ارسال شده و تعداد بیشتری از مخاطبان را برای نزدیک تر کردن ارتباط با مالک کمپین، تغییر نماید. برای موفقیت در تبلیغات، ابزار مناسب و تخصص لازم جهت استفاده صحیح از آنها مورد نیاز است. برخی از شیوه های موثر در اطلاع رسانی عبارتند از:

- ارسال دعوت نامه مستقیم (نامه، نما بر، کارت دعوت و ...)
- آگهی و درج خبر در سایت ها، نشریات تخصصی و جراید کثیر الانتشار
- تولید و پخش تیزر تلویزیونی و رادیویی
- نصب استند و پوستر در اماكن پر تردد
- ارسال پیام کوتاه به اقشار متخصص
- ایجاد جریان خبری و هماهنگی با رسانه ها و خبرگزاری ها
- تبلیغات محیطی از قبیل بیل بورد و تابلوهای پرتابل
- تکثیر و توزیع کاتالوگ و بولتن همایش





فضای مجازی

با توسعه علوم و ابزارهای ارتباطی، فضای مجازی نیز اهمیت و جایگاه ویژه‌ای در معرفی سازمان‌ها به خود اختصاص داده است. تحولات اخیر در شیوه رفتار و زندگی اجتماعی، بشر را به استفاده از راه حل‌های آسان‌تر و سریع‌تر متنمایل ساخته و به همین تناسب محیط کسب و کار نیز از زندگی روزمره تاثیر می‌پذیرد. تاجیکی که امروزه اغلب بنگاه‌های اقتصادی بمنظور تامین بسیاری از نیازهای ارتباطی خویش (به ویژه در بخش‌های فروش، پشتیبانی و خدمات پس از فروش) از تعداد منابع انسانی خود کاسته و به بهره برداری از فضای مجازی روی آورده‌اند. برخی از خدمات قابل ارائه در این حوزه عبارتند از:

- طراحی و اجرای سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM)
- طراحی و اجرای فروشگاه اینترنتی
- طراحی و اجرای سیستم جامع خدمات پس از فروش
- طراحی و بارگذاری پرتال اینترنتی و صفحات وب
- استقرار سیستم ارسال پیامک انبوه (SMS)
- تبلیغ در سایر شبکه‌های اجتماعی رایج



فیلمبرداری و مستندسازی

تکرار آنچه که پشت سر گذاشته ایم هرگز امکان پذیر نخواهد بود. تنها با مستندسازی است که می توان بخشی از رویدادهای زندگی را ثبت و در آینده از آنها بهره برداری کرد.

از سوی دیگر تهیه این تصاویر شما را در جمع بندی و شناسایی نقاط ضعف و قوت یاری می رساند.

در جریان برگزاری مراسم ها و رویدادها هرگز از تهیه فیلم و عکس برداری جزئیات آنچه که در حین اجراء می گذرد غافل نشوید.

فراموش نکنید که در اختیار داشتن چنین آرشیوی به لحاظ تبلیغاتی دارای کاربردهای متعددی است.





تصویربرداری هوایی

هليکوپترهای کنترلی و پرنده های بدون سرنشین قادر به تصویربرداری از نماهای غیر قابل دسترس برای دوربین های معمولی هستند.

با توجه به نصب دوربین های حرفه ای و انجام محاسبه فنی، لرزش دوربین نصب شده بر روی پرنده تا حد امکان گرفته شده است. در نتیجه تصاویر حاصل دارای کیفیت بسیار بالایی است.

خروجی تصاویر بدست آمده فوق العاده زیبا و در عین حال شگفت انگیز خواهد بود. معمولا تصاویر هوایی جهت مصارف تبلیغاتی، تولیدات سینمایی و تلویزیونی، ساخت تیزر و غیره استفاده می شوند.

واحد سیار تلویزیونی

واحد سیار مجموعه ای از امکانات تصویربرداری و ضبط سر صحنه است که گاهی این مجموعه در یک خودرو ویژه جمع شده و برای ضبط رویدادهای مختلف مورد استفاده قرار می گیرند. مزیت عمده واحد سیار در این است که همزمان امکان استفاده از چندین دوربین برای ضبط برنامه وجود دارد.

خروجی دوربین ها در واحد سیار به میز تدوین منتقل شده و همزمان در آنجا توسط کارگردان تلویزیونی تصاویر مناسب با یکدیگر ترکیب می شوند. سپس در صورت استفاده از نمایشگر، امکان انتقال تصویر بر روی آن وجود دارد. همچنین در صورت استفاده از واحد سیار، خروجی دوربین ها بلافصله پس از پایان عملیات تصویربرداری بصورت تدوین شده آماده است و دیگر نیازی به صرف زمان طولانی در این زمینه نخواهد بود.

13

14

15

16



13

14

15

16

طراحی، چاپ و نشر

بیش از آنکه فرصت آشنایی و ملاقات مستقیم با سایرین دست دهد، اوراق چاپی بیانگر شخصیت، رویکرد ذهنی و همچنین نوع فعالیت شما هستند. بدون شک طراحی زیبا توام با چاپ با کیفیت، میمین میزان اهمیت کار شما خواهد بود. برخی از پر مصرف ترین اقلام چاپی عبارتند از:



- فرم های ثبت نام و جمع آوری اطلاعات
- طراحی و تکثیر لوح فشرده (DVD و CD)
- اوراق اداری (سربرگ، پاکت، کارت ویزیت و ...)
- کارت های شناسایی و دعوت

- طراحی نشان تجاری (لوگو)
- کاتالوگ و فولدر
- استند و بنر
- مجله، خبرنامه و کتابچه



تندیس و لوح تقدیر



AWARD



تقدیر از چهره های برتر جز لاینفک همایش ها و نقطه عطف یک رویداد نمایشگاهی است. دریافت کنندگان این تقدیرنامه ها و لوح ها، سال ها آنها را در ویترین افتخارات خود نگهداری کرده و به سایرین نشان خواهند داد. چراکه این تنها یادگار بجا مانده از یک روز

خوب و خاطره انگیز در زندگی آنان می باشد.

به همین دلیل ساخت زیبا و شکیل تقدیرنامه، تندیس و لوح بسیار مهم و معرف کیفیت برگزاری رویداد مربوطه به اشخاصی که در آینده آنها را می بینند، خواهد بود.

ضمناً قراردادن بج سازمانی بر روی لباس فرم تیم برگزاری در تقویت روحیه گروهی و افزایش تعلق سازمانی بی نهایت موثر است.



هدایای تبلیغاتی



هدایای تبلیغاتی در همایش‌ها، نمایشگاه‌ها و به مناسبت‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرند.

کانون برسام در تلاش است با توجه به نیازهای جامعه هدف بجای استفاده از هدایای تبلیغاتی معمول که فاقد اثربخشی کافی هستند، اقدام به تولید سفارشی اینگونه اقلام نماید.

از آنجایی که طلا و نقره بعنوان گرانبهاترین فلزات همواره ارزش خود را حفظ خواهند کرد و بهره برداری از آنها بعنوان هدیه تبلیغاتی تاثیری ماندگار در ذهن مخاطبین شما بجا خواهد گذاشت.

این محصولات با **طرح و نقش سفارشی**، **قابلیت حکاکی نام مخاطب**، در تعداد مورد نیاز و حتی با بودجه **مورد نظر مشتری** به بصورت‌های مختلف از قبیل تابلو، تندیس، لوح، شمش، سکه و غیره قابل تهییه هستند. به همراه هر یک از محصولات به تفکیک شناسنامه معتبر با ذکر وزن و عیار طلای بکار رفته در آن ارائه می‌گردد.



گاهی برای کاهش قیمت تمام شده محصولات، می‌توان تنها از روکش طلا استفاده کرد:



BARSAM HOLDING

Licensed by the Ministry of Culture and Islamic Guidance

Digital Catalog of Advertisement & Public Relations

**Our Other Activities:
Exhibition Services
Event Management
Procurement**



8th Floor, No. 69, W. Dr. Ghandi (Palizi) St.,
N. Sohrevardi Ave.

TEHRAN-IRAN

Tel.: +98 (21) 88 52 84 21 - 4

Fax: +98 (21) 88 73 48 20

SMS: +98 (21) 88 52 14 89

Mob. : +98 (912) 323 52 93

تهران، سهروردی شمالی، خیابان دکتر قندی غربی
(پالیزی)، بین سبزواری و عربعلی، پلاک ۶۹
برج اداری ۱۲۵ طبقه هشتم، واحد ۳۱

تلفن: ۰۲۱-۸۴۲۸۲۰۵

نمبر: ۰۲۰-۸۷۳۴۸۲۰

پیام کوتاه: ۰۹۱۲-۳۲۳۵۲۹۳

همراه: ۰۹۱۲-۳۲۳۵۲۹۳

www.barsam.org
info@barsam.org