

# پروپوزال طراحی و اجرای کمپین تبلیغاتی

تبلیغاتی از جنس آینده

طراحی و پیاده سازی کمپین تبلیغاتی

EXLIR.IR

# پروپوزال طراحی و اجرای کمپین تبلیغاتی

تبلیغاتی از جنس آینده

نسخه ویژه کارفرما			
عنوان	موضوع	نگارش	تهیه کننده:
طرح پیشنهادی	پروپوزال طراحی و اجرای کمپین تبلیغاتی	نسخه 1.0.0	شرکت رایان اکسیر
نام کارفرما			Exlir
تاریخ درخواست:			
تاریخ ارائه پروپوزال:	۱۴۰۰/۰۶/۲۹		
شماره سند:	۱۸۷۴		

درباره ما

ما در **شرکت رایان اکسیر** با تجربه و دانش منسجم توانسته‌ایم ظرف مدت فعالیت خود، رضایت حداکثری مشتریان را به دست بیاوریم، کیفیت در اجرا، هزینه مناسب و رعایت زمان‌بندی مهم‌ترین ویژگی‌های ما در ارائه خدمات مشتری محور است لیست برخی از مشتریان سابق به همراه اطلاعات تماس آن‌ها نیز در این طرح موجود است که می‌توانید جهت بررسی حسن انجام کار ما با آن‌ها تماس حاصل فرمایید. کارگروه طراحی، گرافیک، سناریونویسی تبلیغات، مهندسی اجتماعی و کارشناسان بازاریابی در کنار هم سبب تولید خلاقانه‌ترین آثار شده که بی‌تردید شما در همکاری با ما از کار حرفه‌ای همراه با استفاده از آخرین فناوری‌های روز دنیا، نهایت لذت را خواهید برد.

درباره این سند

این طرح با انسجام مطالب به همراه جزییات اطلاعات همکاران ارائه‌کنندگان پروپوزال، در کادر سمت راست تقدیم حضور شما می‌شود. پسندیده است که به جهت بررسی کلی، مطالب این طرح را به‌دقت مطالعه فرمایید این طرح یک نمونه جامع و کلی پیشنهادی از تمامی نیازهایی است که با توجه به شناخت بازار و بر پایه دانش، تجربه و مشاهدات پیرامونی، تدوین و تنظیم شده و بی‌شک طیف گسترده‌تری را پس از ارزیابی و مطالعه شما و طرح سایر نیازمندی‌ها می‌تواند پوشش دهد فلذا هدف از ارائه این طرح کمک به شما و آگاه‌سازی شما (**کارفرمای عزیز**) هست تا با اطمینان خاطر هرچه‌تمام‌تر اقدام فرمایید.

این پروپوزال یک سند فنی و رسمی با تشریح تمام جوانب و جزییات پروژه پیشنهادی است و حقوق آن متعلق به **شرکت رایان اکسیر** است لذا از نشر و یا توزیع آن به افراد سودجو خودداری فرمایید. این سند در دو نسخه تولید شده است: یک نسخه ویژه کارفرما و یک نسخه که در بایگانی شرکت آرشیو می‌شود.



علیرضا محمدپور:

کارشناس فناوری اطلاعات و از اعضای شرکت رایان اکسیر دارای ۴ سال سابقه تحصیل و کار در زمینه پیاده‌سازی سناریوهای تبلیغاتی بر پلتفرم‌های موبایل، وب و بستر اینترنت

فرزانه نظری نیا

گرافیکست و از اعضای شرکت رایان اکسیر دارای ۴ سال سابقه تحصیل و کار در زمینه تولید و طراحی کمپین‌ها بر پلتفرم‌های مجازی و فیزیکی چندگانه

محمدحسین محمدپور

کارشناس کامپیوتر و برنامه‌نویس و از اعضای شرکت رایان اکسیر دارای ۱۲ سال سابقه تحصیل و کار در زمینه تولید و طراحی اپلیکیشن و ماژول‌های تبلیغاتی



## شرح نیاز

### مقدمه طرح پیشنهادی:

کمپین تبلیغاتی امروزه به یک ساختار مهندسی شده در صنعت تبلیغات و بازاریابی گفته می‌شود که اخیراً نام آن را بسیار شنیده‌اید و آن قدر اهمیت دارد که عملاً برند سازی<sup>۱</sup> و ارائه خدمات و محصولات بدون عرضه آن‌ها در یک کمپین تبلیغاتی مؤثر، هزینه‌بر دشوار و بی‌نتیجه خواهد شد. کمپین تبلیغاتی<sup>۲</sup>: به برنامه جامع تبلیغات گفته می‌شود. کمپین بازاریابی یا همان کمپین تبلیغاتی، به مجموعه فعالیت‌های تبلیغاتی اطلاق می‌شود که به صورت موازی اجرایی می‌شوند تا یک هدف مشخص یا یک شعار مشخص را به مشتریان کسب‌وکارها ارائه کنند. در حقیقت کمپین تبلیغاتی، جمع کردن همه ابزارهای تبلیغی برای حاکم کردن یک شعار تبلیغاتی خاص در ذهن مردم است. به‌طور مرسوم مهم‌ترین چیزی که در توصیف کمپین‌های تبلیغاتی<sup>۳</sup> مورد استفاده قرار می‌گیرد، روش و هزینه کمپین است. بی‌شک شنیده‌اید که فلان شرکت، یک کمپین تبلیغاتی چندمیلیاردی اجرا کرده است؛ یا فلان برند دو روز آمده و شهرتش از همه بیشتر شده! یا شرکت دیگری، با وجود علاقه به اجرای کمپین‌های تبلیغاتی، بودجه کافی برای اجرای آن‌ها در اختیار ندارد. همه این‌ها نشانگر ماهیت چیزی بنام کمپین تبلیغاتی است که در نگاه نخست، یک سرمایه‌گذاری هنگفت است اما در پایان و در صورت طراحی حرفه‌ای، سود سرشاری را به سازمان یا کسب‌وکار شما سرازیر خواهد کرد، چیزی است که در اکثر مواقع شاخص‌های دقیق برای ارزیابی اثربخشی آن وجود ندارد یا کمتر به کار گرفته می‌شود. همچنین در صورتی که کمپین را حرفه‌ای طراحی نکنید علاوه بر اتلاف میلیون‌ها تومان وجه، نتیجه مؤثر را هم نخواهید گرفت بنابراین شرکت‌ها و سازمان‌هایی که به صورت دائمی برنامه‌های تبلیغاتی گسترده اجرا می‌کنند و یا به مجریان حرفه‌ای طراح کمپین تبلیغاتی این مهم را می‌سپارند معمولاً به مرور به اثربخشی نسبی رسانه‌ها و فن‌ها و ابزارهای مختلف پی می‌برند. اما شرکت‌ها و سازمان‌هایی که تجربه قبلی ندارند در معرض یک ریسک<sup>۴</sup> جبران‌ناپذیر جدی هستند. بنابراین مهم است سرمایه‌گذاری را کی، چگونه و توسط چه کسی به اجرا درمی‌آورید.

زمانی که می‌خواهید یک محصول یا خدمت را معرفی کنید، می‌بایست برای افزایش قابل توجه تأثیرگذاری پیامتان، از بیش از یک ابزار تبلیغاتی بهره ببرید. زیرا همگرایی رسانه‌ها، تأثیرات بسیار بیشتری را ایجاد می‌کنند. در این مورد معمولاً مدیران به دودسته تقسیم می‌شوند. یا به تبلیغات بسیار علاقه‌مند هستند و یا اینکه از تبلیغات و کمپین‌ها پرهیز می‌کنند. در اکثر مواقع این دو رویکرد به دلیل کسب تجربه از تبلیغات گذشته بوده است. که این تجربه‌ی مدیران عامل شرکت‌ها معمولاً ناشی از خلاقیت یکی از اطرافیان آن‌ها بوده است. فراموش نکنید تبلیغات تنها خلاقیت نیست بلکه ابزاری است به منظور فروش محصولات و بایستی دارای استانداردهایی در بخش‌های مختلف باشد.

<sup>۱</sup> Branding  
<sup>۲</sup> Advertising Campaign  
<sup>۳</sup> Advertising Campaigns  
<sup>۴</sup> Risk

## هدف از داشتن کمپین تبلیغاتی

تدوین و طراحی مجموعه از تبلیغات یا کمپین تبلیغاتی، موضوعی و رای هنر است. هدف تبلیغات تنها معرفی یک محصول یا خدمت نیست بلکه هدف، فروش و ارائه یک راه حل مدون و عملیاتی برای رسیدن به سود و برند سازی است. اگرچه مشتریان بهترین مبلغ برای محصولات شما هستند اما در هر صورت جامعه و دنیای انبوه داده ها و تبلیغات سایرین به سرعت گوی سبقت و رقابت را خواهند قاپید شما باید علاوه برداشتن یک کمپین قدرتمند و گیرا، به کیفیت محصول/خدمت هم بیندیشید و بدانید که بهترین تبلیغات توسط مشتری راضی و خشنود صورت می پذیرد و هر قدر وفاداری مشتریان افزایش یابد، پول کمتری نیز برای تبلیغات هزینه خواهید کرد.

## ویژگی های کمپین (تبلیغاتی)

همگام بودن با فناوری مهندسی اجتماعی  
 افزایش راه های ارتباطی با مشتریان  
 افزایش جامعه بازار هدف  
 افزایش اعتبار نام تجاری به واسطه گسترش محیط کاری  
 افزایش راه های معرفی سازمان، محصولات و خدمات  
 در دسترس بودن همیشگی  
 ایجاد تنوع در نحوه معرفی سازمان  
 افزایش توانایی در رقابت مؤثر با رقبای  
 هدفمند کردن سطوح دسترسی مشتریان به سازمان، خدمات و محصولات  
 ارائه سرویس به شیوه های متفاوت

## مزایای کمپین تبلیغاتی برای صاحبان کسب و کار:

۱. ایجاد تصویر ذهنی یک برند در مخاطب
۲. سرعت بخشیدن به رشد و افزایش سهم بیش تر از بازار
۳. تأثیرگذاری در تصمیم خریداران
۴. ایجاد یا افزایش ارزش برای مشتری / محصول یا برند
۵. پشتیبانی از فروش و سایر شیوه های ارتباط با مخاطب
۶. آگاهی بخشیدن به مصرف کنندگان
۷. یادآوری برند به مخاطبان
۸. جبران ضررهای مالی یا برندی گذشته
۹. قرار دادن محصول در مقابل چشمان عموم مخاطبین
۱۰. آگاه سازی مردم نسبت به محصول
۱۱. متقاعد کردن آن ها به خرید محصول
۱۲. فراهم سازی شرایطی که محصولات در دسترس مخاطبان هدف باشد.

## اجرای پروژه در یک نگاه

کلیات و چشم‌انداز تخمینی چه از نظر هزینه و چه از نظر زمان برای اجرای این پروژه به صورت تیتروار در کادر سمت راست درج شده که دیدی کلی از صفر تا صد پروژه را در اختیار شما کارفرمای عزیز قرار خواهد داد. لذا این آیتم‌ها صرفاً ارائه یک دید کلی است و بی‌تردید در هنگام عقد قرارداد و اجرای پروژه مقادیر دقیق از جمله زمان دقیق شروع، زمان واقعی اتمام، هزینه دقیق تمام‌شده و سایر ملزومات پس از ارزیابی‌های نهایی به حضور ارائه می‌گردد....

اما این چشم‌انداز همچنین می‌تواند سبب شود تا به‌خوبی همه‌چیز را چه از بعد زمانی و چه بعد هزینه‌ای و حقوقی بررسی نمایید تا علاوه بر آگاهی کافی، بهترین تصمیم را اخذ کنید.



## کلیات تخمینی پروژه

- پروژه: تولید، طراحی و اجرای کمپین تبلیغاتی
- کارفرما:
- مجری: رایان اکسیر
- روال شروع کار: عقد قرارداد، دریافت وجه قبل از هر کمپین
- پلت فرم اجرایی: موبایل و وب سایت
- میزان افزایش: افزایش حجم کار و تغییرات تا ۱۰۰%
- نحوه ارزیابی: از راه دور یک ساله
- مدت ارزیابی: سالانه
- پلان اجرایی: پلان پیشنهادی پایه

## مشخصات فنی پروژه

نمونه جدول زیر یک ارزیابی‌های اولیه از نیازهای مطرح شده کارفرمایان در ارتباط با چنین پروژه‌ای است این جزئیات فنی در حین اجرای پروژه، می‌تواند بیشتر یا کمتر از این موارد باشد فلذا با توجه به طرح درخواست، بررسی زیر جهت اطلاع با رعایت اولویت‌بندی<sup>۵</sup> انجام تنظیم شده است: چراکه بر اساس همین مشخصات فنی ساختار اولیه و استاندارد ارائه پروژه پایه‌ریزی می‌گردد که همین مشخصات فنی پروژه که به چارچوب پروژه نیز معروف است علاوه بر یکپارچگی در پیشرفت و توسعه کار، سبب کاهش هزینه‌های تولید در آینده نیز خواهد شد



### جزئیات فنی پروژه بر اساس نیازهای مطرح شده کارفرما

اولویت	عنوان	ردیف
01	شناسایی جامعه هدف مخاطب/مشتریان	۱
02	بانک اطلاعاتی مشتریان	۲
01	شناسایی شاخص‌ها اندازه‌گیری برای تشخیص اثربخشی	۳
01	شناسایی بهترین مدیا رسانه با توجه به بودجه	۴
01	طراحی شعار و یا سناریو اجرایی کمپین	۵
04	تولید محتوای مرتبط	۶
03	دسترس‌پذیری تبلیغات	۷
03	گزارشات شاخص‌های اندازه‌گیری؟	۸
03	اجرا و پیاده‌سازی عملیاتی	۹
04	داشتن ابزارهای گزارش ساز	۱۰
04	پشتیبانی و بهبود مستمر	۱۱

## فرآیند انجام کار

فرایند اجرای کار، یک چشم‌انداز مطلوب از مراحل و نحوه فعالیت حرفه‌ای ما در راستای پیاده‌سازی پروژه به شما ارائه خواهد نمود که ما بر اساس همین روال از لحظه تدوین سند RFP<sup>۷</sup> یا پروپوزال تا گام‌های بعد به‌دقت تنظیم و شرح داده می‌شود تا آسوده‌خاطر باشید که ما دارای یک تایم لاین<sup>۸</sup> از مرحله نخست تا آخر هستیم و در هر مرحله‌ای مستند و گزارش مرتبط را به سمع و نظرتان خواهیم رساند. بنابراین فرایند صفر تا صد اجرای کار توسط کارگروه ما به شرح زیر است:



### فرایند انجام کار

مرحله	عنوان	شرح
۱	طرح پروپوزال	RFP ارسالی (همین مستند)
۲	تنظیم قرارداد	پس از تأیید و تکمیل سایر نیازمندی‌ها قرارداد منعقد می‌شود.
۳	نگارش سناریو کمپین	بر اساس پلان برنامه‌ریزی تولید آغاز می‌شود.
۴	اجرا و پیاده‌سازی	انجام کلیه آزمون‌ها و آزمون‌های کارایی کمپین صورت می‌گیرد.

ما براساس یک سیستم مدیریت پروژه<sup>۹</sup> پیش می‌رویم، مدیریت پروژه، متناسب با نوع پروژه، یکی از مسائلی است که باید در این مرحله از پروژه مدنظر قرار گرفته و تدوین شود. هیچ‌گاه به ادعاها و تبلیغاتی که در مورد قابلیت‌های برنامه‌ریزی و کنترل پروژه و برآورده شدن نیازهای شما با استفاده از یک نرم‌افزار یا سیستم دستی از پیش طراحی شده، وجود دارد، بیش از حد اهمیت ندهید. مطمئن باشید رویه محتاطانه شما و صرف‌وقت در این مرحله از پروژه، نتیجه مطلوب خود را به‌هنگام برنامه‌ریزی و کنترل امور پروژه در مراحل بعدی، به‌دست خواهد داد.

سیستم مدیریت پروژه ما در کمپین تبلیغاتی خود گواهی این فرایند صحیح است که به‌طور کاملاً متناسب با پروژه شما طراحی شده است. هیچ‌گاه به دنبال طرح سیستم‌های بسیار پیچیده و یا بسیار ابتدایی نباشید. سیستم باید به‌گونه‌ای طراحی شود که به ساده‌ترین شکل و با بهره‌گیری از روشهای ابتکاری و هوشمندانه، نیازهای کاربران را پاسخگو باشد. مسلماً بهره‌گیری از چنین سیستم‌هایی، پیش از آغاز پروژه، مدیریت پروژه را آسان کرده و از وقوع بحرانهای جدی در حین اجرای پروژه جلوگیری می‌کند. و بر این باور هستیم که اجرای هر ایده‌ای بدون دریافت بازخورد، نتیجه و اثربخشی واقعی، بی‌معنی است بنابراین ما تا آخرین لحظه دریافت نتایج کنار شما هستیم.

## دیباگرام طراحی و اجرای کمپین تبلیغاتی

پس از تعیین نوع کمپین، اطلاع از فرایند کار و سایر مباحث ذکر شده فوق، نوبت تولید کمپین می‌رسد که فرایند مهندسی آن شامل ۵ مرحله زیر است:

۱. **Mission**: مأموریت و هدف از ارائه تبلیغ با شناسایی و اولویت‌بندی‌ها
  ۲. **Message**: پیامی انتقالی- پیغامی که در زمان ارائه تبلیغ باید منتقل شود.
  ۳. **Media**: رسانه‌ها- روش‌ها و درگاه‌هایی که باید جهت تبلیغات از آن‌ها استفاده کرد
  ۴. **Money**: بودجه/ هزینه موردنظر
  ۵. **Measurement**: اندازه‌گیری اثربخشی تبلیغات از ابعاد گوناگون مانند ماندگاری بایستی زمینه تبلیغات آینده باشد.
- این ۵ مرحله همواره در یک چرخه مستمر حیات کمپین تبلیغاتی قرار دارند تا حیات طراحی، اجرا و اندازه‌گیری اثربخشی آن طی یک برنامه مدون را تضمین کنند.





### ورودي ها و پيش‌نيازهاي اوليه

بی‌تردید بدون داشتن اطلاعات پایه و ریز جزییات سازمانی امکان اجرای یک پروژه ارزنده و شایسته مطابق با سلیقه و برند کارفرما کاری بس دشوار است لذا پسندیده است که آیتم‌های ورودی زیر جهت بررسی و درج در پیاده‌سازی پروژه ارائه گردد چنانچه بدلیلی نظیر کمبود نیرو، کمبود وقت موارد زیر را آماده ندارید نگران نباشید که این موارد نیز به شکل مجزا و به بهترین شکل توسط کارگروه پروژه تدوین و تولید می‌شود. لذا در صورتی‌که دارای مستندات هستید، لازم است آیتم‌های زیر را ارائه فرمایید.



ردیف	عنوان
۱	معرفی یک نماینده
۲	ارائه متون و مستندات متنی لازم
۳	ارائه تصاویر مرتبط در صورت لزوم
۴	ارائه خط مشی پالیسی ها و سیاست های داخلی

در طراحی کمپین تبلیغاتی عواملی نظیر: شیوایی، گیرایی، فراوانی و اثرگذاری نیز باید در نظر گرفته شود. یعنی باید ارزیابی شود که آیا پیام موردنظر مدیران پس از اجرای کمپین تبلیغات به مخاطبان انتقال یافته است یا خیر و دیگر اینکه ارزیابی شود که آیا تعداد مخاطبینی که قبل از اجرا مدنظر بوده اند، پس از اجرای کمپین تبلیغاتی، آگهی موردنظر را دیده اند یا خیر و چه قدر کمپین موفق بوده است. علاوه بر ارائه نیازمندی های جدول فوق در روند پیاده سازی و اجرای کمپین تبلیغاتی باید به موارد متعددی توجه گردد که از جمله مهم ترین های آن زمان اجرای کمپین و مکان اجرا هست. در نظر داشته باشید که همه انواع تبلیغاتی که در برنامه جامع تبلیغات یا همان کمپین تبلیغات آورده می شود، باید به صورت توأم و طبق برنامه مشخص شده، اجرا شوند. این هماهنگی حتی با مدیر برند شرکت باید باشد. در غیر این صورت نمی توان از نتایج آن به صورت کامل بهره برد. بهترین فرد در هر شرکتی جهت پیگیری و اجرای کمپین تبلیغاتی، مدیر بازاریابی شرکت هست. زیرا وی بهتر از هر شخص دیگری می داند که چه زمانی و چه رسانه هایی برای رسیدن به اهداف (معرفی، یادآوری و یا فروش) مناسب هستند.

گروه برنامه ریزی ما مهارت، دانش و تخصص کافی را در زمینه تولید محتوا<sup>۱۰</sup> نیز دارد و بیشتر پیش نیازهای اولیه جدول فوق که از جنس محتوا هستند را به بهترین شیوه ممکن با مهندسی محتوا تولید و ارائه خواهند نمود موضوع برند سازی<sup>۱۱</sup> و رنگ بندی برند نیز بسیار حائز اهمیت است چراکه سبب بهبود و گسترش کسب و کار سازمان شما نیز خواهد شد.

### خروجی نهایی و پردازش های اصلی

خروجی نهایی پروژه: عبارت است از گزارش عملی از بازخورد نهایی و آمار اندازه گیری اثربخشی سیستم<sup>۱۲</sup> و پایگاه های داده مربوط به نرخ افزایش مشتری، اندازه گیری محبوبیت برند، تأثیر و یادگیری و ماندگار نام در ذهن مردم بر اساس شاخص های آماری، سهم افزایش فروش و یا درآمد و مستندات<sup>۱۳</sup> و ملحقاتی که برای اجرا و بهره برداری از سیستم لازم است. کمپین طراحی شده به عنوان امانت نزد کارفرما قرار می گیرد و کلیه حقوق مادی و معنوی آن مربوط به مجری می باشد. ( و همچنین مستندات پروژه: که عبارت اند از مجموعه مدارک و مستنداتی که در طول پروژه ایجاد می شوند شامل کلیه مستنداتی که مجری و کارفرما و دستگاه نظارت رد و



بدل می نمایند. از قبیل: فرآورده های پروژه، صورتحساب ها، ابلاغیه ها، اختاریه ها، صورت جلسات ادواری و موردی و اظهارنظرها (در این قسمت سایر تعاریف، اصطلاحات و اختصاراتی که چه در پروژه به آن ها اشاره شده باشد و یا نباشد که لزوم وجود تعریف برای آن ها به منظور جلوگیری از هرگونه اختلاف ضروری نماید ارائه می گردد. ): مستندات هر فاز به صورت کامل توسط مجری در سه نسخه ارائه می گردد و فرم گزارش وضعیت پروژه در پایان هرماه توسط ناظر بایستی برای پروژه تکمیل می شود. در نهایت پس از جمع بندی نهایی و اجرای تمام و کمال، شما یک کمپین دارید که برای ایجاد یک کسب و کار، استفاده تجاری، معرفی محصول یا خدمات و یا برند سازی قرار است به کمکتان بیاید در نتیجه شما به موارد جدول زیر به عنوان خروجی نهایی باید برسید:

### خروجی‌های مورد انتظار

ردیف	عنوان
۱	گزارش نهایی از بازخورد کمپین بر اساس معیارها
۲	مستندات نهایی اجرای پروژه
۳	گزارش تحویل موقت ( گزارشات انجام هر مرحله)
۴	سایر مستندات در صورت وجود برخی نیازمندی‌های خاص و سفارشی

کارگروه ما به‌دقت، نمونه فرم گزارش تحویل موقت در هر فاز از اجرا، راهنمای طراحی و انتخاب رسانه مناسب کاملاً شفاف، آموزش کامل استفاده کاربری، ارائه انواع نسخ کمپین تبلیغاتی بر پایه پتلفرم رسانه موردنظر، درج محتوا و سایر سیستم‌های واکنشی اطلاعات نظیر وبسایت و... را در اختیار شما قرار خواهند داد اما به‌طور پیش‌فرض شما بر اساس نوع قرارداد و حجم کار و طرح نیازها، می‌توان بر دریافت مستندات بیشتر و یا تولیدات مرتبط اقدام کرد مثلاً یک کمپین معمولاً به یک وبسایت هم‌تراز هم نیازمند است!



### اجرای طرح

بسته به نوع رسانه‌ای که انتخاب می‌کنید شرکت ما علاوه بر ارائه طرح و نگارش انواع محتواها و سناریوهای محتمل، اجرای عملیاتی طرح را نیز بر عهده خواهد گرفت لذا با تمام آسوده‌خاطری قادرید تا صفر تا صد اجرا و دریافت نتیجه تبلیغات را به ما بسپارید بی‌شک ما علاوه بر پیاده‌سازی حرفه‌ای، امین اطلاعات محرمانه شما

خواهیم بود

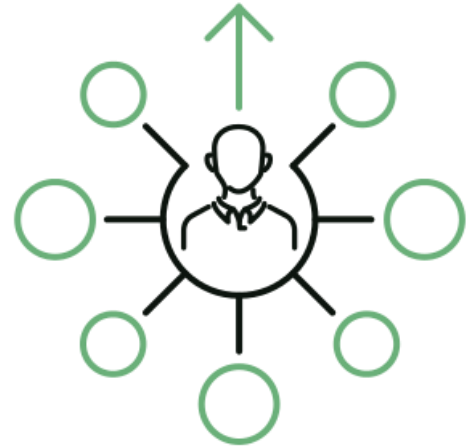
### آیتم‌های اجرا

ردیف	عنوان
۱	تهیه و تنظیم برنامه‌های زمان‌بندی اجرا مطابق با تایم لاین پروژه
۲	ارائه بهترین رسانه بر اساس جامعه هدف و نوع داده‌های شما
۳	حفظ و ذخیره‌سازی داده‌ها و داده‌کاوی نتایج در بازه‌های زمانی مختلف

- ما با استفاده از فناوری تمامی محیط‌های رسانه‌های مختلف را برای عرضه طرح تبلیغاتی شما شبیه‌سازی گرافیکی می‌کنیم تا به‌واقع درک درستی از کمپین داشته باشید مثلاً تیزرها ویدیویی در رسانه‌های جمعی اجتماعی، بنرهای خیابانی و...

## بازار هدف

بازار هدف همان جامعه مخاطبین شما در هر کمپین تبلیغاتی است بسته به نوع رسانه‌ای که برمی‌گزینید این بازار می‌تواند متفاوت باشد. به صورت پیش‌فرض بازار هدف در کمپین تبلیغاتی به وسعت کل مشتریان در کشور است و بستگی به نوع و جامعه مشتریان و جامعه مخاطب متغیر است در صورت استفاده از روش‌های تبلیغاتی مبتنی بر فناوری وب و کمپین، بازه جامعه مشتریان به وسعت کل دنیا خواهد بود.



### بازار هدف

ردیف	عنوان	شرح
۱	مخاطبین خاص کمپین	تعریف محدود مخاطبین
۲	تمامی مردم	سراسر دنیا

## پیش‌نیازها

برخی نیازمندی‌ها و پیش‌نیازها برای استفاده و زیر بار رفتن پروژه موردنیاز است که این نیازمندی‌ها در صورتی است که پروژه شما از نوع ارتباط در لحظه با مشتری باشد وگرنه نیازی به آیتم‌های جدول زیر نیست.



### نیازمندی‌ها

ردیف	عنوان
۱	ارائه شعار- خط مشی و هدف از تبلیغات
۲	ارائه کلیه اطلاعات تماس و ارتباط مشتری با شما
۳	ارائه آمار و گزارشات
۴	تهیه امکانات اطلاعاتی کمپین

## پرسشنامه اطلاعات تماس کارفرما

ریز مشخصات مسئول یا نماینده جهت ارائه طرح پیشنهادی کمپین تبلیغاتی و سایر اطلاعات عمومی شرکت کارفرما۔

اطلاعات عمومی شرکت کارفرما		
ردیف	شرح	نام شرکت
۱	شخص نماینده	
۲	سمت شخص نماینده	
۳	تلفن شرکت	
۴	تلفن شخص نماینده	
۵	ایمیل شخص نماینده	
۶	زمینه کاری شرکت	
۷	وبسایت شرکت	
۸	ایمیل شرکت	

با تکمیل اطلاعات فوق و پرسشنامه فنی ما را در راستای تمرکز و دقت بیشتر بر روی طراحی کمپین یاری دهید

## نیازمندی‌های پلتفرم موردنظر کمپین شرکت کارفرما

### جزئیات و امکانات قابل‌ارائه توسط ما برای تولید و طراحی کمپین تبلیغاتی

جزئیات و امکانات قابل‌ارائه توسط ما برای تولید و طراحی کمپین تبلیغاتی		
✓		روانشناسی تبلیغات تجاری
✓		برند سازی
✓		ایده پردازی، طراحی و اجرای استراتژی خلاق تبلیغاتی
✓		طراحی و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند
✓		طراحی و تدوین استراتژی پیام تبلیغاتی در تمامی کانال‌های ارتباطی بر بستر اینترنت
✓		ارائه مشاوره در حوزه تبلیغات ویدئومارکتینگ (شیوه حل خلاقانه مسائل بازاریابی و تبلیغات)
✓		ارائه خدمات در زمینه ارسال پیامک تبلیغاتی و طراحی تابلوهای تبلیغاتی
✓		عوامل موفقیت و شکست برنامه‌های تبلیغاتی
✓		هدف‌گذاری و مدیریت استراتژیک در پیام تبلیغاتی
✓		ارزیابی اثربخش استراتژی تبلیغات و کمپین تبلیغاتی
✓		بهینه‌سازی وبسایت برای موتورهای جستجو (سئو)
✓		بازاریابی ایمیلی و ویدئویی شبکه‌های اجتماعی
✓		تولید تیزرهای ویدئویی و موشن گرافیک

تبلیغات، بدون یک گروه قدرتمند دور ریختن دارایی‌ها به زیاله است، برند سازی، طراحی و تولید محتوا با گرافیک خلاقانه برگ برنده شما در انتخاب ماست.

### امکانات پیشرفته طراحی کمپین

کمپین تبلیغاتی نیز شبیه بازی کامپیوتری می‌تواند بر اساس نوع نیاز شامل هر موضوعی و در هر حوزه‌ای باشد. اما می‌توانید فقط شامل یک رسانه و یک فرم باشد و یا می‌تواند شبیه یک درگاه پیچیده حرفه‌ای باشد ...  
در هر صورت شما یا یک کمپین پایه می‌خواهید یا حرفه‌ای در هر صورت آیتم‌هایی جدول زیر یا آن‌هایی که خارج از این مباحث هستند را می‌توانید ملاحظه و انتخاب فرمایید.



نوع خدمات	شرح
	ارسال نوتیفیکیشن ( اعلان ) در تلفن و تبلت
	ارسال پاپ آپ ( تمام صفحه ) در تلفن و تبلت
	لایک پست های اینستاگرام
	کامنت در پست های اینستاگرام
	بازدید ویدئوهای اینستاگرام
	دنبال کننده ( فالور ) ارگانیک و واقعی در اینستاگرام
	دنبال کننده ( فالور ) فیک و غیرواقعی در اینستاگرام
	نصب اپلیکیشن
	طراحی و ساخت اپلیکیشن
	طراحی و ساخت اپلیکیشن آموزشی
	تولید و طراحی لوگو و تصویر و بنر
	تدوین تیزر تبلیغاتی
	مدیریت و رشید شبکه های اجتماعی
	خدمات سنو
	هر ارسال ۲۰ ریال
	هر ارسال ۷۰ ریال
	هر لایک ۱۲۰ ریال
	هر کامنت ۳۵۰ ریال
	هر بازدید ۶۰ ریال
	هر کاربر ۶۰۰۰ ریال
	هر کاربر ۲۰۰ ریال
	هر نصب ۶۵ ریال
	سفارشی
	سفارشی
	سفارشی
	سفارشی
	سفارشی
	سفارشی
	سفارشی

این جدول قیمت مربوط به کف بازار است و طبق تعرفه رایج کشور است. سایر خدمات خارج از این موارد توافقی قابل ارائه است. و برخی خدمات نیز در هر صورت با هر پلانی برای شما رایگان ارائه می‌شود؛ ایجاد دسترسی و اکانت ایمیل اختصاصی، درج در وب سایت‌های گروه مجری، معرفی به موتورهای جستجو، ارائه مستندات فنی کامل، آموزش استفاده، به روز رسانی محتوا و گرافیک ظاهری

### زمان‌بندی اجرای پروژه



هیچ پروژه‌ای بدون تعیین زمان‌بندی دقیق، هرگز به اتمام نمی‌رسد! در کارگروه اجرایی ما، برنامه‌ریزی تولید کمپین با بهترین وجه صورت می‌گیرد این زمان‌بندی ابتدا در مرحله مطالعه پروپوزال و بر اساس پلان پیشنهادی تخمینی بوده اما پس از تأیید و اجرایی شدن تبلیغات در انظار عموم مدیریت پروژه به صورت واقعی درج و مدیریت می‌شود همین موضوع کمک می‌کند تا علاوه بر رعایت زمان‌بندی اتمام عملیات پروژه از تاخیرات طرفین به طور شفاف مطلع شویم...

فازبندی و زمان‌بندی تخمینی		
فاز	عنوان	زمان تخمینی
گام 1	مطالعه طرح پروپوزال	۲ روز
	عقد قرارداد	۱ روز
	دریافت پیش‌پرداخت	۱ روز
	سناریونویسی و ارائه نمونه اولیه	۳۰ روز
	آزمودن و شبیه‌سازی	۱۰ روز
گام 3	اجرای نهایی	۱۰ روز
	نظارت	۵ روز
گام 4	دریافت و تجمیع آزمون اثربخشی نهایی	۱ روز
گام 5	پشتیبانی و بهبود مستمر	-

وجود برنامه زمان‌بندی با رویکردی سامانمند، مسیر اجرای پروژه را روشن می‌کند، شاخصی برای سنجش پیشبرد پروژه ارائه می‌دهد، منجر به شناسایی مشکلات و موانع احتمالی بر سر راه پروژه شده و ارائه سریع راه‌حل را ممکن می‌سازد. همچنین این موضوع مهم، مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی را در تمامی سطوح سازمان و پروژه افزایش می‌دهد. برنامه زمان‌بندی<sup>۱۴</sup> توالی زمانی فعالیت‌های پروژه را در طول اجرای آن فراهم می‌کند و به همه اعضای گروه پروژه در درک پیش‌نیازهای لازم جهت تحقق وقایع کلیدی پروژه<sup>۱۵</sup> کمک می‌کند. برنامه زمان‌بندی همچنین ابزاری است که به کمک آن می‌توان بودجه موردنیاز پروژه را برآورد نمود و خط‌مبنایی<sup>۱۶</sup> برای بودجه پروژه (بر مبنای زمان) ایجاد کرد.

برنامه زمان‌بندی برای سبک‌سنگین کردن پارامترهای اصلی پروژه از قبیل هزینه، محدوده و محتوای کار، کیفیت، زمان، ریسک‌ها و ... ضروری است. و به مدیر پروژه کمک می‌کند تا بین چگونگی و ترتیب انجام فعالیت‌های پروژه تصمیم‌گیری کند، میزان انعطاف‌پذیری زمان اجرای پروژه را بر مبنای منابعی که در دسترس دارد محاسبه و جهت کاهش ریسک‌های پروژه، نسبت به تخصیص زمان برای رویدادهایی که در آینده ممکن است اتفاق بیفتد، اقدام کند.

### بسته پیشنهادی

این بسته بر اساس الگوهای پیشنهادی ما برای یک پلتفرم- نوع رسانه (اینترنتی، مخابراتی و...) می‌باشد که رایج‌تر است به عبارتی اگر می‌خواهید با حداقل هزینه دارای یک کمپین برای خود یا کسب‌وکارتان باشید پیشنهاد هزینه‌ای زیر تقدیم می‌گردد



#### هزینه بسته پیشنهادی

ردیف	شرح امکانات	هزینه این بسته
۱	این بسته به صورت تستی برای آشنایی بیشتر مشتری عزیز با میزان اثرگذاری این نوع تبلیغات نوین در جامعه ارائه می‌شود. و بنا به درخواست نوع تبلیغات و تعداد و حجم تبلیغات مشتری، ارائه می‌شود	برابر با قیمت های ارائه شده



## برآورد هزینه دقیق پروژه:

هزینه دقیق کمپین تبلیغاتی همان طور که گفته شد بر اساس نیازمندی‌های تکمیل شده کارفرما در پرسش‌نامه و نوع رسانه، بازه زمانی و حجم کار محاسبه خواهد شد. بی‌شک اطلاع دارید که تبلیغات، صنعت پرهزینه‌ای است بنابراین برای انتخاب بهترین رسانه پس از مطالعه دقیق طرح با توجه به جزییات و امکانات آن‌ها مشخص می‌شود. با توجه به اینکه هدف از تولید یک بازاریابی منسجم و مهندسی شده در اکثر مواقع اتصال و جمع‌آوری اطلاعات مشتری به کسب‌وکار تمام هدف کمپین است حتی اگر خریدی هم در آن بازه زمانی صورت نگیرد بنابراین بر اساس جنس رسانه و محتوای لازم، ما به‌عنوان مجری با بهترین پیگیری و اجرا، شما را سریع‌تر به نتیجه دلخواه برسانیم.

کارشناسان ما همواره آماده ارائه مشاوره‌های لازم جهت تولید انواع طرح‌های رسانه‌ای و بازاریابی باکیفیت مناسب و همچنین ارائه راهکارهای تجربه کاربری در جهت ساده‌سازی و کاهش هزینه‌ها در بهبود مستمر شما هستند.

## آیتم های موثر در قیمت تمام شده پروژه

- افزایش تعداد رسانه‌ها: متغیر
- افزایش حجم کار: متغیر
- محل انجام: شرکت کارفرما تا ۱۰٪ افزایش
- مدت زمان انجام: افزایش به ازای هر روز مازاد
- نوع پشتیبانی: ریموت
- مدت ارزیابی و اثربخشی: ماهانه/سالانه

## شرایط پرداخت هزینه ها

شرایط پرداخت با هر نوع طرحی			
ردیف	شرح	درصد پرداخت	زمان (روز)
۱	مرحله اول	۰%	بعنوان ارزیابی خدمات شرکت رایان اکسیر بسته هایی به صورت تستی ارسال می شود که هزینه هر بسته بعد از ارسال دریافت می شود.
۲	مرحله دوم	۱۰۰%	پرداخت ۱۰۰ درصد مبلغ هر بسته پیش از ارسال همان بسته.
-			

## سوابق اجرایی مجری

سه نمونه از بهترین تجربیات موفق مجری در خصوص موضوع همین پروپوزال به شرح زیر ارائه می گردد که کارفرما بر اساس اطلاعات زیر می توانید استعلام خود را از نحوه اجرا و حسن انجام کار مجری با سایر مشتریان و کارفرمایان دیگر اخذ کند.

ردیف	عنوان پروژه	نام مشتری
۱	ارسال نوتیفیکیشن	خدمات ارزش افزوده لندینگ های همراه اول و ایرانسل
۲	ارسال نوتیفیکیشن	کلینیک های زیبایی پوست کرمانی
۳	ارسال پاپ آپ	دفتر شرکت بادران
۴	ارسال نوتیفیکیشن و پاپ آپ	اپلیکیشن های کافه بازار ( دیجی کالا و ... )

