

# سانس

استودیو طراحی گرافیک  
GRAPHIC DESIGN STUDIO

[www.sandesign.ir](http://www.sandesign.ir) | [info@sandesign.ir](mailto:info@sandesign.ir)

دورنگار: ۲۲۹۰۵۲۲۴

خط ویژه: ۲۲۹۰۵۲۲۵



#### چهارشنبه 10 مهر 1392

برای موفقیت در تبلیغات اصول زیادی وجود دارد که باید رعایت شود. اصولی که نادیده گرفتن هر يك از آنها ممکن است، در روند فروش تاثیر منفی داشته باشد.

تبلیغات شامل تمام موارد زیر می‌شود:

نام تجاری، بسته‌بندی، احساسی که کالا به مشتری می‌دهد، ویژگی خاص آن کالا، نحوه رفتار با مشتری، نحوه رفتار با کارکنان، شهرت، گزینه تبلیغاتی، مطالبی که در تبلیغات می‌گویید، کارهایی که باید انجام دهید و موارد بسیاری دیگر. رعایت تمامی این اصول بر پایه تجربه و علم باعث موفقیت "کانون طراحی سان" به "مدیریت آقای علیچاه شهربانویی" شده است. آقای شهربانویی در گفت‌وگویی درباره روند موفقیت «کانون تبلیغاتی سان» برای ما می‌گوید.



### -درمورد کانون طراحی سان برایمان بگوید؟

دز سال 1381 شروع به فعالیت درحوزه تبلیغات به شکل شرکت تبلیغاتی با یکی از دوستان کردیم. بعدها به دلایلی شرکت به طور مستقل تر فعالیت خود را ادامه داد. در سالهای ابتدایی بیشتر در زمینه تولید در تبلیغات فعالیت می کردیم. از 5 سال گذشته رویکرد ما با شرکاء جدید تغییر کرد. همین تغییر رویکرد باعث برجسته تر شدن نام کانون طراحی سان درعرصه تبلیغات کشور شد. از آن دوران حوزه فعالیت و مشتریها، بیشتر به سمت نامهای بزرگ تجاری سوق پیدا کرد که بانکها و شرکت های بیمه هم جزوی از آن بود در این میان کانون تبلیغاتی سان در ادامه راه با قدرت بیشتری مشاوره تبلیغات را ادامه داد و طراحی گرافیک بیشتر در خدمت این بخش درآمد. در حال حاضر رویکرد جدید ما طراحی کمپین به طور تخصصی است. درکانون تبلیغاتی سان براساس اصول علمی و تجربه گروه مجرب خود نتایج درخشانی از خود در عرصه تبلیغات به جا گذاشته است. کانون طراحی سان از طریق مشاوره و ارائه راهکار، ایده پردازی و اجرا، ارائه پشتیبانی با مشتریان خود رابطه تعاملی دارد.

### شیوه های همکاری شما با مشتریان خود چگونه است؟

در ابتدا شروع به مذاکره با مشتری می کنیم. انتخاب مشتری برای کانون طراحی سان حائز اهمیت است. اینکه کانون طراحی سان امکان کمک به مشتری را دارد یا ندارد نکته مهمی برای ما است. در نتیجه مشتریها از فیلتر خاصی عبور می کنند. در صورت توافق با مشتری، ما شروع به برنامه ریزی و زمان بندی برای آن برند و شرکت می کنیم. در این زمینه پروپزالی به مشتری ارائه می شود. بعد از این مرحله شروع به تحقیقات در زمینه حوزه کاری مشتری و بازار مربوط که شامل رقبای داخلی و خارجی شده می کنیم. این موضوع برای ما اهمیت خاصی داشته و هر مشتری تحقیقات مخصوص خود را دارد.

آنچه برای کانون طراحی سان اهمیت ویژه ای داشته اثربخشی تبلیغات بر روی ذهن مخاطب است. در نتیجه در تمام مراحل اجرای کمپین این اثربخشی سنجیده می شود. جای مناسب رسانه و انجام تحقیقات میدانی در تمامی مراحل برای ما اهمیت خاصی دارد. درکانون طراحی سان از شکل گیری ایده، جمع آوری اطلاعات، طراحی گرافیک و انواع تبلیغات محیطی و دریافت بازخورد و اثربخشی مخاطبان توسط متخصصین انجام می شود. در واقع در کانون طراحی سان کمپین تبلیغاتی، به معنای خاص و اصلی آن انجام می شود. بازخوردهای دریافتی از طرف مخاطبان در بهبود عملکرد ما تاثیرگذار است.

در حال حاضر توانایی انجام تمام مراحل خدمات تبلیغاتی را داریم. این مراحل شامل ارائه راهکار (راهکارهای ارائه شده برنامه ای است کاملاً کاربردی و با جزئیات اجرایی که مواردی از قبیل اهداف تبلیغاتی، بودجه تبلیغات و فصل بندی های مربوطه، رسانه های مورد نیاز برای تبلیغ،

پیام‌های مرتبط با آن و برنامه‌های مربوط به ارزیابی اثربخشی تبلیغات به تفصیل مشخص گردیده است) مشاوره (آنچه کانون تبلیغاتی سان در قالب « مشاوره » به مشتریان خود ارائه می‌دهد با بررسی مدل‌های کسب و کار آن سازمان راهکارهایی را که به پیشبرد فروش یا عرضه خدمت می‌گردد پیشنهاد می‌نماید) پژوهش کاربردی (پژوهش کاربردی، مجموعه تحقیقات سازمان یافته‌ای است که تمام پیشنهادهای مطرح شده در جلسات مشاوره و نتیجه‌ی اجرای هر کدام از آنها را مورد بررسی قرار می‌دهد) نیازسنجی (نیازسنجی، یعنی محصول یا راهکاری که به جلسات مشاوره و پژوهش کاربردی صورت عینی و عملی می‌بخشد)

### **بعد از این مراحل در عرضه خدمات تولید و ارائه، عملکرد کانون تبلیغاتی سان چگونه است؟**

خدماتی که کانون در این راستا ارائه می‌دهد شامل، بخش اول: **پژوهش کاربردی در تبلیغات**: پیشنهادات مطرح شده در جلسات مشاوره‌ی تبلیغاتی تا زمانی که مورد پژوهش کاربردی قرار نگیرد بیشتر از یک فرضیه عمل نخواهند کرد. در واقع پژوهش کاربردی مجموعه‌ای از تحقیقات منسجم است که در آن تمام نتایج جلسات مشاوره و تحقیقات و نتایج آن مورد بررسی قرار می‌گیرد.

**تعیین استراتژی در تبلیغات**: به‌طور کلی استراتژی این توانایی را دارد که می‌تواند در شناساندن نام یک برند تجاری به مشتریان تاثیر عمده‌ای بگذارد. استراتژی‌های کلان بازاریابی مهمی در تعیین هزینه‌های یک شرکت ایفا می‌کنند. برای مثال، اینکه محصول در چه مرحله‌ای از منحنی عمر کالا قرار دارد در تعیین میزان بودجه تبلیغاتی موثر است. استراتژی به‌طور کلی برای هر سازمانی در سه مرحله‌ی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت طراحی می‌شود. در این مرحله کانون آگهی و تبلیغات سان به صورت جزء تمام فعالیت‌هایی که برای دوره‌ی شناسایی محصول یا برند، یادآوری محصول یا برند و گسترش بازار محصول یا برند می‌بایست انجام پذیرد را به مدیر سازمان ارائه خواهد داد.

**ارائه راهکار**: در بحث ارائه راهکار مدیران شرکت تبلیغاتی به بیان راهی که باید یک کمپانی برای جذب مشتری انجام دهند می‌پردازند این حق مسلم یک کمپانی است که بداند در راهی که برای تبلیغات پیش رو دارد چه مسیری می‌تواند کمک بیشتری به او بکند در مرحله ارائه راهکار مشتری درباره سئوالاتی چون: موثرترین روش‌های تبلیغاتی روز که می‌تواند به شرکت کمک کند؟ موثرترین روش برای تبلیغ کالاهای تازه وارد به بازار کدام است؟ مدیاهای مختلف باید چه ویژگی داشته باشند تا بتوانند در معرفی یک برند موثر واقع شوند؟ از چه راهی می‌توان به افزایش فروش دست یافت؟ چگونه می‌توان اعتماد مخاطب را جذب کرد؟ چگونه یک شرکت می‌تواند در کنار رقبای بزرگ خود به جایگاه مناسبی دست یابد توجیه می‌شود.

**تولیدات رسانه‌ای**: تولیدات رسانه‌ای می‌تواند در تکرار نام یک برند تجاری بر روی مخاطب نقش تعیین کننده‌ای داشته باشد. حالا دیگر رسانه‌ها معطوف به پوسترها نیست. مدیاهای مختلفی هستند که می‌توانند به عنوان رسانه عمل کنند. کانون تبلیغات سان با بهره مندی از تخصص صاحبان ایده در حوزه رسانه‌های تصویری، محیطی و مطبوعاتی توانایی ارائه خدمات صفر تا صد تولید و پخش رسانه‌های یاد شده را در قالب تیزرهای تبلیغاتی، آگهی‌های مطبوعاتی و بیلبردهای تبلیغاتی و ... را دارد. در یک نگاه مجموعه این خدمات شامل تیزرهای تبلیغاتی، فیلم‌های مستند و آموزشی، تنظیم جدول‌های پخش تیزر تبلیغاتی، ارائه آگهی در روزنامه‌ها و ساخت برنامه‌های مشارکتی برای صدا و سیما و چاپ بتر و ... است.

**طراحی گرافیک**: امروزه گرافیک به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل تبلیغ است. طراحی گرافیک در اعلان‌های تبلیغاتی و تجاری تلویزیون، سینما، بسته‌بندی کالاها و ... نقش عمده ای دارد. کانون تبلیغاتی سان نیز در بخش گرافیکی از عواملی چون طراحی و اجرای هویت بصری سازمانی، طراحی نشانه، آرم، نشانه آرم، کاراکتر و مجموعه اوراق اداری، طراحی بروشور، کاتالوگ، طراحی بسته‌بندی و پوشش‌های بصری محصولات، طراحی آگهی‌های مطبوعاتی، طراحی پوستر، تبلیغات محیطی، طراحی آگهی مجلات و روزنامه، طراحی و صفحه آرایی کتاب و نشریات و طراحی صفحات وب بهره می‌گیرد.

**چاپ**: چاپ نقش مهمی در امر تبلیغات ایفا می‌کند. دیگر زمان چاپ‌های ساده و بازاری گذشته است. درست است که طراحی و گرافیک نقش بسیار مهمی را در این زمینه ایفا می‌کند اما باید خاطر نشان کرد، طراحی خوب و منحصر به فرد تنها در صورتی دیده می‌شود که از چاپ خوبی برخوردار باشد. استفاده از ماشین آلات به‌روز و کارآمد و همکاری متخصصین با تجربه، شرکت کانون آگهی و تبلیغات سان توانسته است در طول سال‌ها فعالیت نسبت به انجام سفارشات چاپی با شرایط متنوع و کاربری‌های گوناگون اقدام نماید. خدمات ارائه شده توسط شرکت سان شامل ارائه خدمات چاپ و پس از چاپ افست و دیجیتال، چاپ فضای داخلی (indoor) و چاپ فضای خارجی (outdoor) می‌شود.

**عکاسی**: بدون شک یکی از راه‌های موثر در تبلیغات عکاسی است که می‌تواند در آشنا کردن ذهن مخاطب با نام یک برند تاثیرگذار باشد. به عنوان مثال بروشوری موثرتر است که در آن عکس‌های حرفه‌ای‌تر و خلاقانه‌تر به‌نظر برسد. کانون تبلیغاتی سان در زمینه عکاسی نیز دارای تیمی مجرب است که مفهوم عکاسی صنعتی را به خوبی می‌دانند و برای کمک به شهرت یک کمپانی از مدرن‌ترین تجهیزات عکاسی استفاده می‌کنند.

**فیلم‌سازی**: ساخت تیزرها و فیلم‌های تبلیغاتی نقشی موثر در بازاریابی دارد. یک فیلم موثر تبلیغاتی می‌تواند به راحتی بازار یک کمپانی را جابه‌جا کند و آن را در سطح بالایی نگه دارد. کانون تبلیغاتی سان با کادری مجرب و متخصص، فعال در زمینه تبلیغات و فیلم‌سازی، آماده همکاری و مشارکت در پروژه‌های مختلف فیلم‌سازی (تبلیغاتی، صنعتی، مستند، رپرتاژ آگهی، انیمیشن و ...) است. از خدمات سان در این زمینه می‌توان به ساخت تیزر (فیلم‌های تبلیغاتی) به صورت رئال و گرافیکی، ساخت فیلم‌های صنعتی ویژه کارخانجات، هتل‌ها، رستوران‌ها، مراکز خرید، پاساژها و ... ساخت فیلم‌های آموزشی ویژه سازمان‌ها و ادارات دولتی و غیر دولتی اشاره کرد.



### برتری کانون طراحی سان نسبت به دیگر رقبا هم صنف خود چیست؟

کانون طراحی سان متشکل از افراد جوان، خلاق و خوش فکر است. به نظر من حضور افراد جوان مزیت رقابتی برای ما محسوب می‌شود. کسی که تبلیغ می‌کند می‌تواند رأساً وسیله و حامل پیام را تهیه کند و از طریق تبلیغات در مדיاهای مختلف به مقصود خود برسد یا آنکه تبلیغ کننده می‌تواند از وسایل ارتباط جمعی بازرگانی از قبیل روزنامه‌ها و مجلات و ... استفاده کند. در شرایط کنونی بازارهای داخلی و جهانی که در آن روز به روز شرکت‌های جدیدی با قدرتهای متفاوتی پا به عرصه ظهور می‌گذارند، رقابت سخت‌تر و فشرده‌تر می‌شود و شرکت‌ها همواره ناگزیر به تجزیه و تحلیل وضعیت رقبا و شناسایی مزایای رقابتی خود در مقایسه با آنها هستند تا با اعلام این مزایا، جایگاه متمایز و برتری نزد مشتریان پیدا کرده و ادامه بقا دهند .

شرکت‌های موفق برای ایجاد برتری رقابتی پایدار هزینه‌های بیشتری می‌کنند چرا که این کار می‌تواند عملی قابل اعتماد تلقی شود. استراتژی رقابتی کانون تبلیغاتی سان شامل اقداماتی برای جذب مشتری و حفظ بازار است. اما برای رسیدن به این هدف چه باید کرد؟ سان در ابتدای راه راهکارهایی را در قالب مشاوره به مشتریان خود ارائه می‌دهد و ابزارهای دقیق تبلیغاتی را برای محصول مورد نظر به مشتری ارائه می‌کند. به عنوان مثال ممکن است مشاوران شرکت تشخیص دهند که برای معرفی یک کالای به خصوص در برخی از مדיاهای گران قیمت هیچ نتیجه مطلوبی نداشته باشد و جزء هزینه‌های اضافه محسوب شود و یا بالعکس! ممکن است یک محصول برای شناخته شدن منحل هزینه‌های گزافی شود و شما برای رساندن خود به سطحی قابل قبول در بازار باید هزینه‌های بیشتری را صرف کنید.

سان در مشاوره اولیه تمام این اطلاعات را در اختیار مشتری خود قرار می‌دهد. سان در تمام مراحل تولید یک مדיای تبلیغاتی بر روی نحوه اجرا، کیفیت کار و قیمت‌ها نظارت دارد و در ابتدای کار نیز با ارائه یک قیمت نسبی مشتری را در جریان هزینه‌هایی که باید در این راه پردازد قرار می‌دهد. بعد از اجرای تبلیغات نیز با توجه به شرایط قید بک تبلیغات را می‌زند و اثر بخشی آن‌ها را بررسی کرده و به فراخور جاهایی که ضعف دارد با تغییر مسیر یا بودجه بندی اصلاح کرده و نقاط قوت را حفظ می‌کنیم.



۰۰۸۸۷۰۱۸۴۰-۴۱  
www.paya-design.com

طرح پدیا  
طراح و مجری دکوراسیون داخلی



بیمه ما  
ma insurance

با بیمه عمر و سرمایه گذاری  
آینده را از امروز طراحی کنیم.

www.bimehma.ir

سامانه پیام کوتاه: ۱۰۰۰۸۶۹۰

مرکز ارتباط: ۸۶۹۰

## درمورد مشتریان خود برایمان بگویید؟

باتوجه به رویکرد جدید کانون طراحی سان مشتریان نیز محدودتر شده است. در واقع ما هر پروژه‌ای را در دستور کار خود قرار نمی‌دهیم. در حال حاضر در زمینه پروژه "بیمه ما" فعالیت می‌کنیم. طراحی بیلبردهای "بیمه ما" قبلا توسط شرکت تبلیغاتی دیگر انجام شده که طرح‌های جدیدی از کانون طراحی سان جایگزین بیلبردهای قبلی شده است. این طرح‌ها هم اکنون بر روی حدود 45 استرابتد در سطح شهر تهران قابل مشاهده است. المان طراحی شده در این طرح قلکی شبیه به ساعت شنی است که سکه‌ها به مرور در داخل آن پسانداز می‌شوند. گروه ما مجموعه جوانی بوده و به دلیل عملکرد مطلوب، ایده و طرح‌های خلاقانه مورد توجه این بانک قرار گرفته و پروژه‌های خوبی نیز در دست کار است. در آینده نزدیک طرح‌های جدیدی از یکی از بانک‌های مطرح کشور بر روی بیلبردها به نمایش درخواهد آمد.

مشتری دیگر، می‌توان به مهیا پروتئین اشاره کرد. شروع فعالیت مجموعه با این شرکت از اوایل امسال است. مهیا پروتئین در زمینه طراحی بسته‌بندی و هویت سازمانی رویکرد خود را تغییر و تبلیغات گسترده‌ای را در قالب کمپین شروع کرده است. در این زمینه کانون طراحی سان با این شرکت در حال همکاری است.

تبلیغات محیطی شرکت طرح پرداز پایا که از شرکتهای مطرح و به نام در زمینه دکوراسیون داخلی است را که تاچند وقت دیگر اکران می‌شود، توسط کانون طراحی سان انجام شده است. در واقع هدف جذب مشتری در تمامی حوزه‌های کسب و کار است. این عملکرد نشان از قدرت مجموعه داشته است. این عملکرد مانع از کلیشه‌ای شدن روند کاری ما نیز دارد.

کانون تبلیغاتی سان درانتخاب مشتریان خود بسیار حساس است و کیفیت را فدای کمیت نمی‌کند. اسامی برخی دیگر از مشتریان به قرار ذیل است: بیمه ما، بانک ملت، کمیته ملی ریوکاپ، شرکت نفت ایرانول، شرکت آذران پلاستیک، شرکت بازرگانی دولتی ایران، پژوهشکده آمار ایران، شرکت مبین، صنایع شیمیایی کاوه، کمیته امداد امام خمینی (ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، شرکت استیل پارسیان، خبرگزاری ایستکانیوز و...  
<http://sandesign.ir>: اطلاعات بیشتر در وبسایت ما موجود است

## و سخن آخر؟

درکانون طراحی سان تبلیغات به معنای واقعی آن اجرا می‌شود. با توجه به این نکته که تبلیغات صرفا وسیله‌ای برای افزایش فروش نبوده و آگاهی بخشی و اطلاع رسانی در مورد برند و موارد تخصصی دیگر درحوزه تبلیغات اهمیت دارد مرکز تمرکز کانون طراحی سان بوده است. برای ما کسب سود بیشتر باعث عدم توجه به این موارد تخصصی درحوزه تبلیغات نشده است.

درآخر می‌خواهم از تمامی همکارانی که برای رسیدن به هدف یار و همراه ما بودند سپاس‌گذاری کنم. خانم شبنم رحیمی فیاض، خانم سمانه صادقی، آقای رضا ملکی، خانم شهرزاد همتی، آقای علیرضا دوستدار، خانم مریم ایجادی، آقای مجید عاشقی، آقای کیانوش هاتفی، آقای سهند معارفی همکاران من در کانون تبلیغاتی سان هستند.

شاید اینجا باید از دو نفر تشکر ویژه به عمل آورم. از دو نفر که بدون آنها شاید برداشتن گام‌های بزرگ برایم میسر نبود. دو همراهی که با وجود خارج بودن از مجموعه از دور یار و یاور کانون تبلیغاتی سان بودند. تشکر ویژه از سرکار خانم گلرخ بحرالعلومی (مدیریت شرکت طرح پرداز پایا) و جناب آقای مهندس مروی (مدیریت شرکت سیما آرا) ازجمله همیاران ما دراین موفقیت بوده‌اند.

لینک <http://www.mbanews.ir/news2/index.php?newsid=13088>