

UFO

Offer

UFO Brand

یوفو برند یک فرصت عالی برای کسب و کار شما



یوفو برند اینجا چه کار می کند؟

سلام ما از یوفو مزاحم شما شدیم



ما برای شما پیشنهاد **تحولی مطمئن و هیجان انگیز** در کسب و کارتان را داریم. اعضای یوفو با بررسی دقیق شرایط و موقعیت کسب و کارهای گوناگون توانسته اند دلایل شکست، عدم سود دهی و یا توقف رشد، بسیاری از کسب و کارها را پیدا و از آن برای رشد کسب و کارهای دیگر استفاده کنند. برخی از مهم ترین دلایل این توقفات اجباری را برای شما لیست کردیم.

۱. عدم وجود برندینگ و برند سازی
۲. تمرکز بیش از اندازه بر فروش و غافل شدن از استراتژی مناسب برای مارکتینگ
۳. عدم وجود استراتژی مناسب تبلیغاتی و اجرای هیجانی تبلیغات
۴. نداشتن استراتژی توسعه و خدمات
۵. نبود خدمات مناسب برای مشتریان یا ضعف در **Customer service**

ولی نگران هیچ چیز نباشید ما از یوفو برای شما راهکاری داریم که در چهار فصل ادامه برای شما بازگو کرده ایم.



تحول را آغاز کنید

01

استراتژی و هویت برند

تدوین استراتژی و خلق
هویت برند

02

بازاریابی و خدمات

تدوین برنامه بازاریابی و
فروش بر اساس استراتژی و
هویت برند

03

استراتژی کمپین ها

انتخاب رسانه و پیام مناسب با
توجه به بودجه و اهداف

04

مهندسی فروش

پژوهش و تحقیق، اقدام و
کنترل و استراتژی بازاریابی و
شناسایی مخاطب هدف

WHOA!

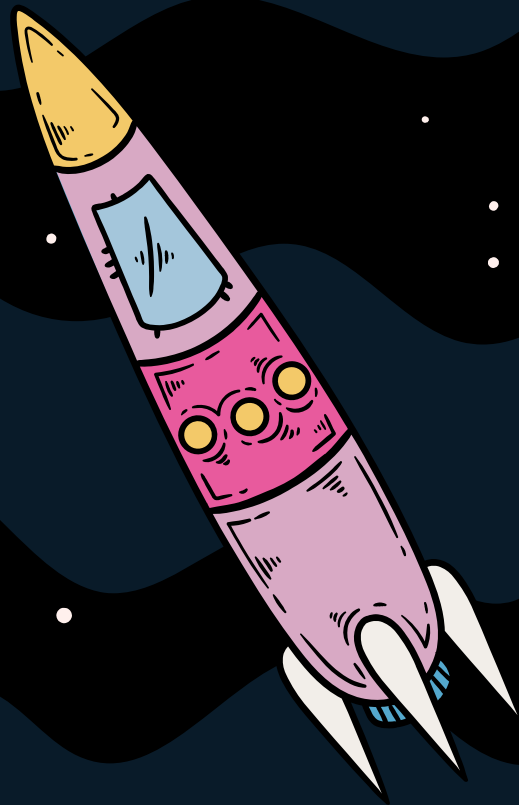
شما تا اینجا پیش آمدید پس منتظر یک تحول بزرگ باشید.



01

استراتژی و هویت برند

برای ساخت یک برند معتبر این اولین قدم است



“بدون داشتن یک برند، نمی توانید برای کاری که انجام می دهید شهرت بسازید.”

—هنری فورد بنیانگذار شرکت فورد

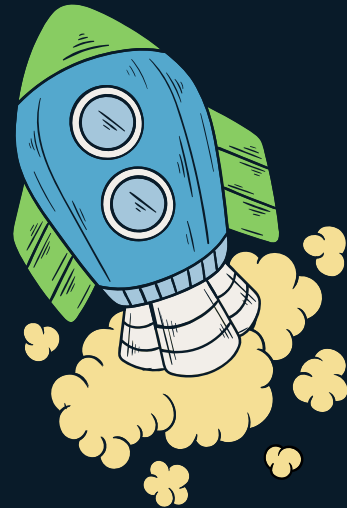
The 22 best branding quotes to inspire you

منبع: <https://99designs.com/blog/author/antonia-zimmerlich99designs-com/#posts>



مقدمه ای بر هویت برند

ساخت یک برند معتبر نیازمند طراحی و باز سازی هویت مشهود و نامشهود یک برند است؛ شما نمی توانید با طراحی یک لوگو بگویید که یک برند ساخته اید! برندینگ در واقع از طراحی محصول تا لحن شما برای ارتباط برقرار کردن با مخاطب را شامل میشود.



یوفو چگونه به شما کمک می کند؟

الف: یوفو، هویت نامشهود کسب و کار شما را طراحی می کند.



- تدوین هویت استراتژیک برند شما: ۱- معماری برند ۲- سبد محصول شما
- تدوین هویت مفهومی شما: ۱- جوهره برند ۲- خمیره برند ۳- پوسته برند



ب: یوفو، هویت مشهود کسب و کار شما را طراحی می کند.

- ✓ تدوین و اجرا هویت بصری
- ✓ تدوین هویت حسی
- ✓ تدوین هویت کلامی



با یوفو برند هویتی کامل بساز



هویت مشهود

تمام آنچه که از شما دیده می شود را هویت مشهود می نامند. انسانی را در نظر بگیرید او چه می پوشد؟ چگونه صحبت می کند؟ چه بوی می دهد؟

برند خوش تیپ با یوفو برند



هویت نامشهود

از کوزه همان طراود که در اوست! تمام آن چیزی که شخصیت، فرهنگ، گذشته و تمام درونیات یک برند را شکل می دهد هویت نامشهود می نامند.

برند دوست داشتنی با یوفوبرند

ما هویت برند شما را در مراحل اسلاید بعدی می سازیم.

مراحل ساخت هویت با یوفو



رصد و تحلیل

جلسات تحلیل و رصد کسب و کار شما، فهم و طراحی معماری و پورتفولیو برند شما نقطه شروع است.



ساخت پلن

نگارش استراتژی های اولیه و تبیین هسته، خمیر مایه و پوسته برند



شروع طراحی

طراحی های اولیه و جلسات هم اندیشی برای شروع هویت مشهود.



برند بوک

در نهایت برند بوک برند شما آماده می شود و شروع مراحل بعدی کلید می خورد.



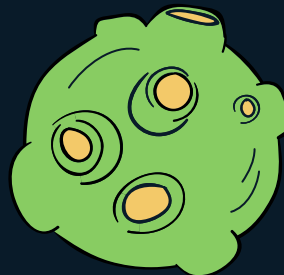
دیوید بریر

"اگر هدف شما از ارائه ی برندتان به بازار، صحبت کردن در مورد آن نیست؛
افرادی که در بازار هستند داستان برند شما را برای شما تعریف می کنند!"

دیوید بریر یک متخصص برندسازی و شناسایی هویت برند، طراح، گوینده، وبلاگ نویس و نویسنده "مداخله برند" است.

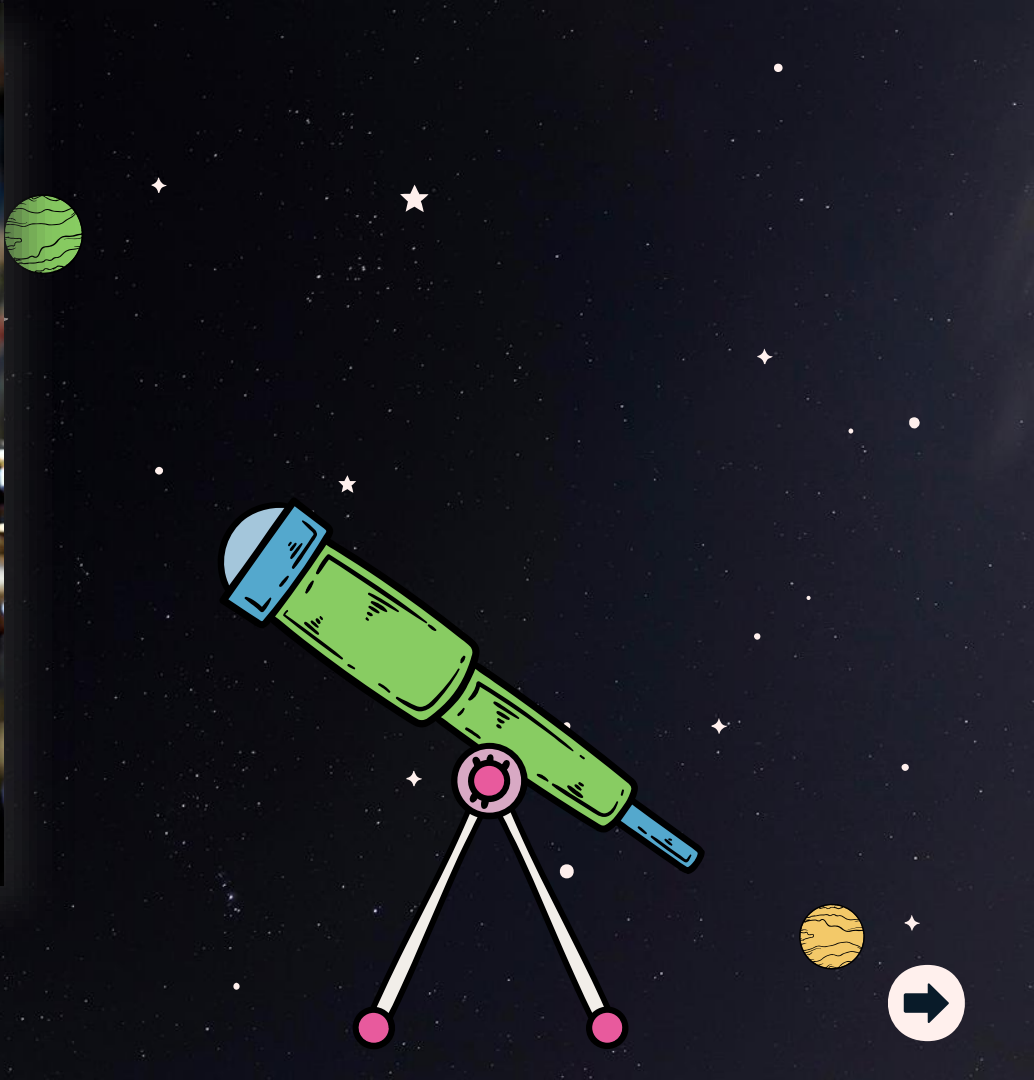
[The 22 best branding quotes to inspire you](#)

منبع: <https://99designs.com/blog/author/antonia-zimmerlich99designs-com/#posts>





با یوفو:
در شلوغی ها متمایز باش



چند پروژه از ما را ببینید

مطمئن هستیم که شما می دانید هر برندی شرایط خاص و مشکلات خود را دارد پس خود را با هیچ کس مقایسه نکنید شما خاص هستید.

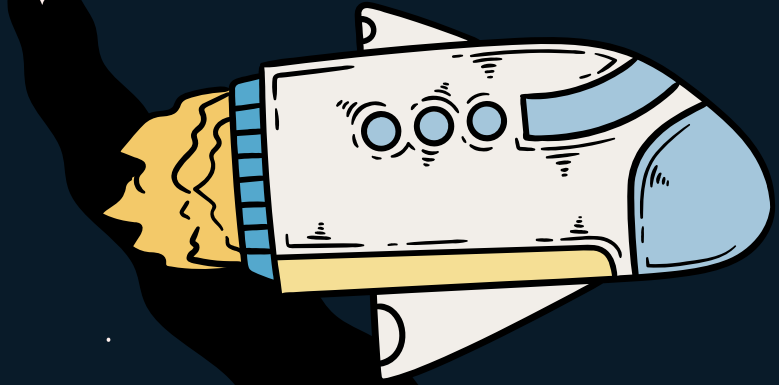
- مدرسه کوچینگ و لیدرشیب الهام بخش ILCgroup
- مجموعه ورزشی و سلامت فیت یار
- شرکت بزرگ پاکمن با همکاری گروه ۱۰۰ استودیو
- تولید کننده و فروشگاه لباس الماس پوش
- شرکت ساختمانی تندیس سازه رباط
- صنایع غذای مزرعه موجان با همکاری آژانس برندینگ ایده



02

بازاریابی و خدمات

شما در بازاریابی تنها نیستید ما در کنار شما هستیم



مراحل بازاریابی و خدمات در سفر با یوفو



تحقیق و موقعیت سنجی بازار

شما در کجای بازار هستید؟
رقبای شما چه کسانی هستند؟
قیمت های متفاوت را ببینیم.



مخاطب هدف شما

مخاطب شما کجاست؟ چه
کسانی به خدمات یا
محصولات شما نیاز دارند؟



برای فروش آماده باشید

استراتژی بازاریابی بر اساس
آمیخته بازاریابی و آمیخته
ترویج



UFO IN THE MILKY WAY

یوفو برند این مسیر را در کمترین زمان و هزینه برای شما طی می کند.

۱- کمینه محصول یا MVP



ما کمینه محصول شما را بررسی می کنیم تا متوجه شویم مخاطب حداقلی چه نیاز هایی دارد و چگونه می توان آن را بر طرف کرد.
مشت علامت خرابار است.

۲- تحقیق بازار



نظر سنجی و درک عادات خرید مشتری و شناسایی مخاطب بالقوه و مهم ترین اصل تحقیق رقبا و شناخت فعالیت آن ها.

۳- استراتژی بازاریابی



فهم رفتار مخاطب باعث می شود بتوانیم برای جذب او برنامه ریزی کنیم. این مهم باعث می شود تا از انواع بازاریابی بهترین راه ها را پیدا کنیم و از هزینه بیجا خودداری کنید.

۴- آمیخته بازار

۴P یا آمیخته بازار یک روش تحلیل برای درک بهتر از بازار و فروش مطمئن تر است.

۵- آمیخته ترویج

ایجاد اعتبار برای خرید از طریق همه شبکه ها برای جذب مخاطب.

۶- فروش

فروش به مخاطب فعال با درک هر چه بیشتر نیاز های او ایجاد سیستم CRM ایجاد خدمات مناسب پس از فروش، ایجاد درک متقابل میان فروشنده و مخاطب.



انواع مخاطب از منظر بازاریابی

یوفو به شما کمک می کند تا بیشترین سهم از بازار را داشته باشید.



تحلیل گرایان



آن ها بد و خوب را تحلیل می کنند تا بهترین خرید را داشته باشند.



بی برنامه ها

برنامه خاصی برای محصول خاصی ندارند آن ها نیاز به خرید دارند ولی هر چه باشد خوب است.



بدون تصمیم



در بین شلوغی نمی دانند باید به کدام اعتماد کنند.



برندگرایان

فقط از برند های معروف خرید می کنند کارایی برایشان اهمیت ندارد ولی نام برند مهم است.

وفاداران



آن ها به شما وفا دارند ولی حساس هستند و نتیجه وفاداری خود را می خواهند.

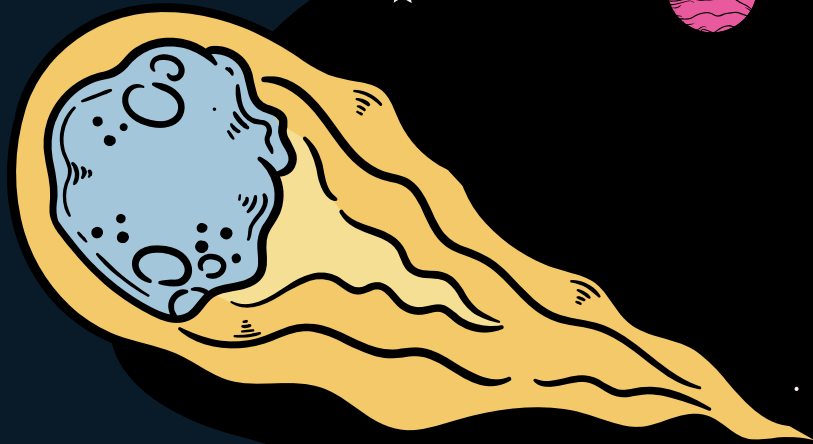


قیمت گرایان

فقط به پایین بودن قیمت توجه می کنند و کارایی و خدمات برایشان الویت بعدی است.



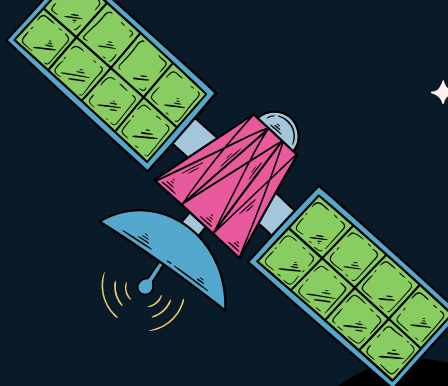
پرواز به سوی جهان آرزو ها



"این گامی کوچک برای یک انسان و جهشی بزرگ برای بشریت است."
(نیل آلسترانگ)



چندی از مشتریان یوفو را بشناسید



01

داروخانه دامپزشکی تهران
بازاریابی دیجیتال و آغاز فروش آنلاین

02

تندیس پلاس
آغاز فروش ملکی و متری ملک در ایران
با کمک یوفو برند

03

مشاور تراپیست
آغاز فروش خدمات روانشناسی در بستر
اینترنت و آموزش های آنلاین.

04

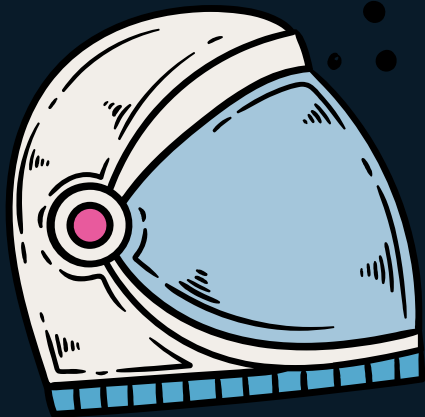
تندیس آکادمی
آغاز فروش آموزش های حوزه معماری
و ساختمانی

05

PLUTO

Pluto is considered a
dwarf planet





03

استراتژی کمپین ها

بررسی اهداف و رسیدن به آن ها را به یوفو بسپارید!



مسیر ایجاد یک کمپین موفق با یوفو

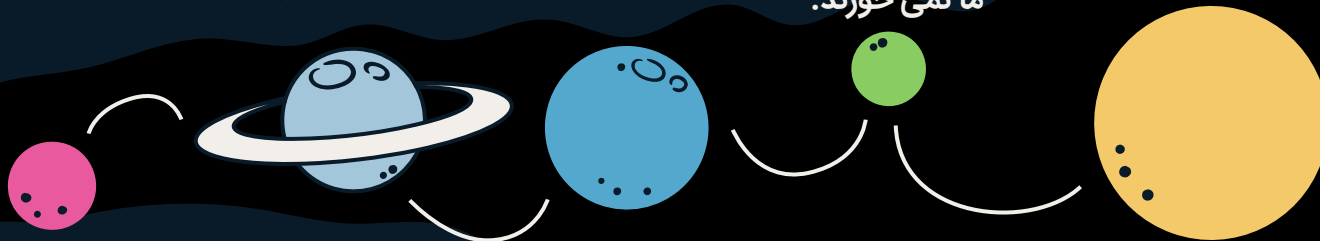
کمپین به رفتار گروهی و مشترک است مابین ارائه دهنده و گیرنده.

کدام مخاطب؟

هدف شما همه انسان ها را در بر نمی گیرد باید دقیق بدانیم با چه کسی می خواهیم حرف بزنیم.

کدام رسانه؟

هزینه در تمام رسانه ها فقط مصرف سرمایه را زیاد می کند و باید بدانیم که همه آن ها به درد ما نمی خورند.



تایین هدف کلی

اینکه بدانیم چه چیزی می خواهیم و کجا می رویم مقدمه هر سفری است.

هزینه ها را برآورد کنیم

محاسبه دقیق هزینه ها باعث از بین رفتن سرمایه شما می شود و انتخاب روش کمپین را دقیق تر می کند.

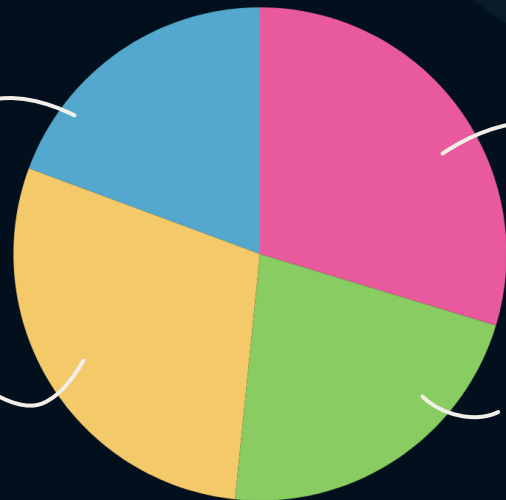
مدت زمان کمپین

زمانبندی یک کمپین بسیار مهم است وگرنه همه چیز از دست خارج می شود.



بودجه بندی کمپین ها

با یوفو برند فقط مدیریت کنید و همه چیز را به ما بسپارید.



سطح شهر

بیلبرد ها و استند ها و تمام تبلیغات شهری

30%

فیزیکی و حضوری

از تراکت ها تا برنامه ریزی رویداد ها و ایونت ها

22%

بستر اینترنت

تمام آن چیزی که می توان در بستر سرچ قرار داد.

19%

شبکه های مجازی

از اینفلوئنسر مارکتینگ تا محتوا روزانه

29%

جدول بودجه بندی هر کمپین به ما کمک می کند تا مسیری مشخص برای رسیدن به اهداف داشته باشیم.



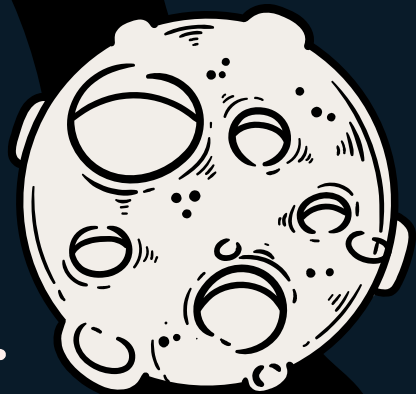
برنامه محتوای دقیق

ما یک برنامه دقیق برای شما ایجاد می کنیم تا شما از همه چیز و در هر لحظه بتوانید روند را مشاهده و نظارت کنید.

M T W T F S S

		01	02	03	04	05	02	محتوا ۱
06	07	08	09	10	11	12	11	محتوا ۲
13	14	15	16	17	18	19		
20	21	22	23	24	25	26	21	محتوا ۳
27	28	29	30				30	محتوا ۴





04 مهندسی فروش

آن چیزی که مخاطب شما را به خرید مطمئن و امن سوق می دهد



در مهندسی فروش چه می شود؟

تمام این مسیر ها با یوفو به سادگی یک لبخند است.



۱- تبلیغات هدفمند می شوند.

میدانیم مخاطب ما کیست و برایش چه چیزی مهم است.



۴- کنترل کیفیت شکل گرفته است.

همیشه باید مواظب کیفیت ارائه خود بود این تیم دیگر می داند مخاطب چه می خواهد و چه حساسیت هایی دارد.



۲- فروش منظم می شود.

تیم فروش در هر ماه فروشی منظم و رو به رشد خواهد داشت



۵- بستر های ارائه شکل گرفته می شود.

بسترهای دیجیتال و فیزیکی با شمایل مشترک و طراحی مناسب شکل گرفته است و مخاطب می داند کجا شما را پیدا کند.



۳- برند شما شناخته شده است

مخاطب جدید با نام شما جذب می شود.



۶- تیم های تحقیق و توسعه شکل گرفته اند.

تیم های توسعه و تحقیقات در حال بررسی مسیر رشد بیشتر هستند تا سود دهی برند را افزایش دهند.



فعالیت های موثر در یوفو

برخی از فعالیت های که ما برای شما در این مسیر انجام می دهیم

طراحی سایت

بستر اینترنتی خود را
به یوفو بسپارید

تولید محتوا

محتوا شبکه ها و
سایت خود را به
ما بسپارید

طراحی های داخلی

از طراحی دکور تا
ست اداری یوفو
در کنار شما

seo

با یوفو از صدر جدول
سرچ فاصله نگیر

پشتیبانی و آموزش

نیرو های شما نیاز
به آموزش دارند؟
نگران نباشید یوفو
در مسیر آن ها را
آماده می کند.



UFO HISTORY

1400



بعد از کرونا یک اجتماع از فریلنسر ها شکل گرفت.

1401



همه پروژه های قبلی را جمع کردیم و با کمک هم تحویل دادیم و یوفو برند را ساختیم.

1402



پروژه های بزرگتری گرفتیم و یک شکل سازمانی به خودمون دادیم.

1403



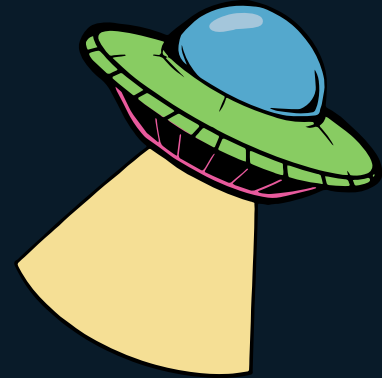
امسال می خواهیم گروه رو بزرگتر کنیم و تجربه های بیشتری کسب کنیم.



سرپرستان تیم یوفوبرند

رکسانا نوذری

مدیریت یوفوبرند، فارق التحصیل رشته طراحی صنعتی با گرایش طراحی محصول از دانشگاه فلورانس ایتالیا.



سروش کودری

طراح برند و دیجیتال مارکتر، دانشجو دکتری فلسفه هنر از دانشگاه آزاد اسلامی.



THANKS



با ما در تماس باشد و مشاوره رایگان بگیرید

ufobrandir@gmail.com

info@ufobrand.ir

+۹۸ ۹۲۱۷۴۶۱۲۰۶

ufobrand.ir

