

کانون تبلیغاتی

وستا نگار

رنگین کمان خلاقیت



آغاز یک تغییر

روزانه هزاران برند و نام تجاری متولد می شوند در فضای تبلیغاتی این دوره تنها برندی موفق خواهد بود که علاوه بر کیفیت، معرفی درست از محصول (خدمت) خود به مشتریان ارائه دهد. مشتریان زمانی خرید میکنند که به ایمان رسیده باشند که شما بهترین هستید ما راز تاثیر گذاری بر مخاطب را آموخته ایم. دغدغه های تولید را میشناسیم، عزم جزم کرده ایم تا ساختار بازار شما را متحول کنیم.



***Being , without a foothold
is like not being***

بودن ، بدون ردپا مثل نبودن است

مجموعه ما متشکل از تیم جوان و خلاق که هر لحظه در حال یاد گیری است .
ما صنعت را شناخته ایم و با برند های بسیاری کار کرده ایم .
عاشقانه تبلیغات را دوست داریم ، تلاش میکنیم بهترین باشیم .

سالهاست که در سالن ها و در کنار خط های تولید قدم زده ایم چه بسیاری از برندها که لحظه به لحظه کوچک و کوچکتر شده اند و چه بسیاری که لحظه به لحظه رشد کرده اند و تاووتر از سالهای گذشته در حال ادامه کار هستند .



وستانگار رنگین کمان خلاقیت

آنچه که بدان افتخار می کنیم این است که قبل آنکه یک تبلیغچی باشیم یک فروشنده هستیم آنچه که در کتاب ها خوانده ایم را در بازار تجربه کرده ایم .

کانون تبلیغاتی وستانگار مجموعه ای از جوانان خلاق و آموزش دیده هستند که عاشقانه تبلیغات را دوست دارند و هرلحظه برای بهتر شدن تلاش می کنند.

امید بر آن است که با تلاش و پشتکار دوچندان خود در شرایط حساس کنونی بتوانیم بال پروازی برای صنعت و تولید کشور باشیم .

معرفی کانون تبلیغاتی وستانگار

کانون تبلیغاتی وستانگار با مجوز رسمی از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به شماره ۰۸۰۷۰۴۳۱ نماینده رسمی سازمان صداوسیما ، ارائه دهنده خدمات متنوع تبلیغاتی از ایده تا اجرا

روند کاری ما

مشاوره تبلیغاتی

مشاوره تبلیغاتی جهت ساخت یک برند و انجام فرآیند برندسازی



ایده پردازی تبلیغاتی

ایده پردازی در اتاف فکر وستانگار در راستای برنامه برندینگ



اجرای ایده

اجرای ایده های ساخته شده در اتاق فکر در کارگاه گرافیک ، تیزر و تحویل به کارگاه های تولید محصولات تبلیغاتی



مشاوره تبلیغاتی



مستقیم به هدف بزنید

وقتی به مسیر چرخ دستی های فروشگاه ها دقت کنیم متوجه می شویم که مردم به صورت ناخود آگاه به سمت نام های تجاری و برند های مشهور جلب می شوند حتی گاهی بدون دلیل آنها را می خرند . شاید در دورانی می شد گفت مشک آن است که خود ببوید نه آنکه عطار بگوید اما در این دوران و وضعیت بازار آنقدر رقابت افزایش یافته که باید گفت :

” هم مشک باید خود ببوید و عطار نیز باید بگوید “

برای یک نام تجاری و یا برند قواعد و اصول بسیاری می بایست در نظر گرفته شود . برای ساختن شالوده استوار برای یک برند استفاده از تجربیات و علوم افراد متخصص بسیار کارگشا خواهد بود وقتی شالوده برند از نام گرفته تا رنگ سازمانی و شعار تبلیغاتی اشتباه باشد تمامی هزینه ها برای بالا بردن برند بیهوده خواهد بود.

” برند مثل یک خط رند است که هیچگاه مخاطب آن را فراموش نخواهد کرد “

برندینگ

+ پژوهش و طراحی برند

+ توسعه محصول

+ تبلیغات و روابط عمومی

+ ترویج فروش

+ توزیع برند

brand strategy

success media
advertising design
orientation target
market consumer trends
local sign business loyalty
name symbol image
focus management
expectation unique corporate
marketing distribution
impression quality
registration
product identity
research label image
value label image
recognition

تیزر سازی تبلیغاتی



نفوذ کلام و جذب تصاویر متحرک بسیار بیشتر از تصاویر صامت و ساکن است برند های بسیاری این موضوع را درک نموده اند و تبلیغات رادیویی و تلویزیونی جز جدایی ناپذیر برند آنها شده است. راه حل رونق برند شما رسانه های دیداری و شنیداری است و ابزار استفاده آن تیزرهای تبلیغاتی است. این ابزار تنها با خلاقیت مفهوم می یابد. برند های ایرانی که تیزر های تبلیغاتی در حد استاندارد های فیلم های سینمایی هالیوودی یا فراتر با هزینه های گزاف ساخته اند اما هیچ از این تیزر ها نتوانسته اند به فروش هرچه بیشتر این برند ها کمک کنند. طراح و کارگردان تیزر تبلیغاتی قبل از آنکه یک هنرمند خوب باشد باید یک فروشنده خوب باشد.

تیزر موشن گرافیک



به تیزر های انیمیشن شباهت دارند با این تفاوت که تیزر های انیمیشن شخصیت محور هستند اما موشن گرافیک تصویر محور است و اغلب به صورت دو بعدی ساخته میشود و از نظر زمان و هزینه نسبت به تیزر های رئال مقرون به صرفه تر هستند.

تیزر انیمیشن



با پیدایش کامپیوتر و نرم افزار های انیمیشن ساز، تیزر های انیمیشنی که برای گروه خاصی برای مثال سنین کودک و نوجوان در نظر گرفته شده بسیار موثر است.

تیزر رئال



به تیزر هایی که داستانی واقعی و روزمره دارند و به معرفی محصول به صورت حقیقی می پردازند و مربوط به گروه سنی خاصی نیستند.

تیزر مستند تبلیغاتی



اینگونه تیزر های تبلیغاتی با روایت از فضای رئال که در بر دارند محیط خط تولید یا فضای ارائه خدمات است ساخته می شود و نشان دهنده قدرت یک برند در تولید و نمایش ماشین الات روز و تکنولوژی تولید کالا یا خدمات است.

در واقع این تیزر ها به مخاطب می آموزد که محصول رو به رویش از چه مرحله عبور کرده و چه فرایندی را طی نموده است. این سبک از تیزر ها بیشتر به کارخانجات و یا خدماتی که دارای تکنولوژی روز و یا به عبارت دیگر دارای ساختار چند بعدی است توصیه می شود. تیزر های مستند رئال در واقع یک اردوی علمی در محیط کارخانه است.

تیزر رئال انیمیشن



این گونه تیزر ها تلفیقی از واقعیت و انیمیشن هستند که با سناریو واقعی به کمک انیمیشن نمایش داده میشوند.

پکیج تیزر تبلیغاتی

لیست تیزرهای تبلیغاتی

کلاس C	کلاس B	کلاس A	نام خدمت
✓	✓	✓	ایده و نوشتن سناریو توسط فیلمنامه نویس حرفه ای
✓	✓	✓	کارگردان، فیلمبردار و عوامل تولید حرفه ای
Canon EOS 3D	Sony a7	Red Dragon	استفاده از دوربین
گوینده معمولی	گوینده نیمه حرفه ای	گوینده حرفه ای	نریشن توسط
معمولی	نیمه حرفه ای	حرفه ای	استفاده از بازیگران تیزر و مدل ها
—	—	✓	انیمیشن سه بعدی
—	✓	✓	موشن گرافیک دو بعدی
موزیک آرشیوی	موزیک آرشیوی	ساخت موزیک توسط آهنگساز	موزیک مخصوص تیزر
—	✓	✓	استفاده از هلی شات و کرین
حرفه ای	فوق حرفه ای	فوق حرفه ای سینمایی	تدوین
—	✓	✓	ارائه استوری بورد
Full HD	2K	4K	فرمت خروجی نهایی
حداکثر ۲۰ روز	حداکثر ۳۰ روز	حداکثر ۴۰ روز	زمان تولید
			هزینه تولید
حداکثر ۵ مرتبه	حداکثر ۱۵ مرتبه	نامحدود	بازبینی و ویرایش پروژه



طراحی گرافیکی

به گفته موسسه هنر گرافیکی آمریکایی AIGA: طراحی گرافیکی یک فرآیند خلاقانه است که تکنولوژی و هنر را با هم تلفیق می کند تا بین ایده ها ارتباط برقرار شود. در واقع طراحی گرافیکی یک عمل خلاقانه برای انتقال پیام و اطلاع رسانی است.

برای بهتر دیده شدن باید شکل و چشم نواز بود راه های مختلفی برای این کار وجود دارد. مانند، تکنیک های مختلف عکاسی، نرم افزار های متفاوت کامپیوتری و دیگر ابزار های پیشرفته که وجودشان باعث بهتر شدن هنر گرافیک یا طراحی شده است. البته طراحی گرافیکی فقط برای جلوه بصری نیست بلکه برای یکپارچه شدن نیز مورد استفاده قرار میگیرد. برای مثال یک شرکت یا سازمان تازه تاسیس را در نظر بگیرید اگر کلیه طراحی ها از قبیل طراحی لوگو، ست اداری، کارت ویزیت، کتاب، بروشور، کاتالوگ، طراحی نشریه، پوستر و غیره دارای هارمونی باشند بیشتر در ذهن مخاطب میماند تا اینکه هر بار با یک طرح و سبک به مشتریان معرفی شود پس بهتر است کلیه امور طراحی به دست یک شخص سپرده شود. امروزه می توان به واسطه زبان گرافیک با دنیای اطراف ارتباط برقرار کرد برای مثال در بروشور ها، کاتالوگ ها، مطبوعات، راهنمایی و رانندگی، زیباسازی شهر ها، و تیرین ها، بسته بندی محصولات، تبلیغات از طراحی گرافیکی استفاده میشود برای فروش یک محصول علاوه بر توجه به کیفیت باید به جلوه بصری آن چه در بسته بندی محصول چه در تبلیغات توجه داشت.



عکاسی تبلیغاتی

زیبا دیده شوید



عکاسی تبلیغاتی پیش از آنکه یک هنر باشد یک علم است تصاویر زیادی در سراسر شهر دیده می شوند اما فقط تصاویر محدودی توجه شما را جلب می کنند زمانی که خلاقیت پای در میان عکس میگذارد جذابیت به وجود خواهد آمد.

در واقع هر عکس حرفی برای گفتن دارد و ادبیات این گفتمان خلاقیت است اما باید بدانید برای چی کسی این عکس را منتشر میکند و قرار است با چی مخاطبی در تماس باشد ادبیات نمایشی عکس برای چه سطح شناخت هنری در نظر گرفته شده است.

عکس متکلف که ادبیات عام شناس ندارد نه تنها کمکی به شما نخواهد کرد بلکه ممکن است مخاطب به واسطه عدم درک صحیح و برداشت های نادرست از هدف نهفته شما در تصاویر منجر شود.

“مخاطبین صدای عکس های شما را با چشمانشان می شنوند”





سیر تکاملی رسانه های دیداری و شنیداری امروز به جایگاهی رسیده که هر فرد یک روزنامه آنلاین یا یک شبکه رادیویی و تلویزیونی آنلاین را همراه خود دارد و صد ها رسانه دیجیتال و شبکه های اجتماعی در اطراف مخاطبان موجود دارد.

عده ای از مخاطبان فکر میکنند در انتخاب آنچه که می بینند و در مورد آن نظر می دهند آزادانه مختار هستند اما در نگاه واقع بینانه می توان گفت این نظر صحیح نیست در واقع آن طرف سیگنال های اینترنت عده ای تولید کننده محتوا و جریان ساز شبکه های اجتماعی انتخاب میکنند که شما چه چیزی را ببینید و یا چه چیزی را دوست بدارید و مخاطبین عادی در این شبکه ها از هجوم این جریانات مصون نخواهد بود حال جایگاه شما در این رسانه ها کجاست؟

انتخاب شما این است که جریان ساز باشید یا در امواج جریانات سایر رقبا غوطه ور باشید. از سوی دیگر رسانه های دیجیتال محیط مناسبی است برای دسترسی به اطلاعات بازار و نیاز سنجی مشتریان، در واقع تعامل مستقیم با مشتریان در شبکه های اجتماعی به سادگی قابل انجام است. شبکه های اجتماعی در نگاه اول یک تفریح و سرگرمی است اما زمانی که مخاطب در گیر محتوا شد انتقال پیام به سادگی میسر می باشد.

تولید محتوای ویدئویی

استفاده از ویدئوهای آموزشی، انگیزشی، سرگرمی و... در جهت تشریح برند شما و قابلیت های محصولات (خدمات) شما.

تبلیغات در اینستاگرام

امروزه افراد زیادی در اینستاگرام فعالیت دارند به طور متوسط روزانه ۴میلیارد فعال در اینستاگرام وجود دارد در نتیجه اینستاگرام یکی از محبوب ترین و پر قدرت ترین نوع از شبکه های مجازی است

اینفلوئنسر مارکتینگ

Influencer Marketing

عموم مردم برای خرید، تمایل دارند محصولات و خدماتی را استفاده کنند که توسط فرد مورد اعتمادشان معرفی شده است.

کمپین های تبلیغاتی دیجیتال

پس می توان نتیجه گرفت بهترین ابزار برای تبلیغات دیجیتال، اینستاگرام است که برای معرفی کالا، ارتباط با مشتری و شنیدن نظرات آن ها بسیار مناسب است.

پس در این حالت شرکت پیام تبلیغاتی خود را به طور مستقیم به مخاطب اعلام نمیکند بلکه با پرداخت هزینه به افرادی که به اصطلاح به آنها اینفلوئنسر گفته میشود، به معرفی محصول خود می پردازد.



داشتن یک سایت اینترنتی جز اولین مراحل از شروع برندسازی برای هر سازمان یا شرکت معتبر است. افزون بر آن ایجاد یک کاتالوگ مجازی به همراه یک شناسنامه اینترنتی برای هر سازمانی مفید فایده از اصول کار تبلیغات و بازاریابی است. طراحی اصولی یک سایت اینترنتی علاوه بر رعایت اصول روانشناسی و کاربرپسندی، انتخاب ماهرانه رنگ بندی سایت و... باید در صفحات اول موتورهای جست و جو در کلمات حیاتی هر کسب و کاری رتبه کسب نماید. که این مورد در زمینه کاری سئو مطرح میگردد.

SEO

سئو

بهترین روش برای دستیابی به مشتریان از طریق وبسایت قرار گرفتن در صفحه اول گوگل و سایر موتورهای جستجو است.

بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو (Search Engine Optimization)

یا سئو (SEO) به فرآیندی گفته میشود که سایت برای رصد و ذخیره سازی سایت اینترنتی برای موتورهای جستجو از جمله گوگل، یاهو و... آماده شود این فرآیند از ابتدای طرح و ایده سایت اینترنتی، طراحی و برنامه نویسی و تولید محتوا باید مد نظر باشد.

فرآیندهای سئو شامل ۱۱۴ کار خلاصه می گردد که دو بخش سئوی داخلی و خارجی تقسیم بندی میگردد. این فرآیندها با توجه علم روز ساختار موتورهای جست و جو و الگوریتم های جستجو گوگل از جمله کبوتر، پاندا و... اجرا شود.



غرفه سازی

زیبا معرفی شوید

یکی دیگر از تجلی گاه های قدرت و پیشرفت یک برند حضور در نمایشگاه های داخلی و خارجی است . نام های تجاری همه ساله در حال برگزاری نمایشگاه های بسیاری هستند اما با توجه به زمان کم برپایی و ساخت این چنین غرفه ها کمتر میتوان خلاقیت و کارایی در سازه های نمایشگاهی دید . اپیدمی ساخت غرفه های مجلل با المان غیر مرتبط در سراسر کشور منتشر شده است زمان آن رسیده که قالب های تکراری و خسته کننده دیروز جدا شویم و بدانیم حتی ساختمان غرفه نیز باید در بردارنده پیام برای مخاطبین باشد.



باید تفاوت ایجاد کرد تا متفاوت دیده شد



برگزاری همایش و مراسم

میزبان برتر باشید



همایش، کنفرانس، جشنواره یکی از تکنیکهای جذب رو در رو است در این گونه رویداد ها در واقع برند ها تمام مشتریان وفا دار خود و مشتریان بالقوه که هنوز جذب نشده اند را در یک نقطه جمع میکنند و با ارائه خدمات خود در سایه حمایت مشتریان فعلی به جذب مشتری می پردازند.



این نکته حائز اهمیت است که ابتدا همایش در دعوت به حضور مخاطب دارای ویتترین مناسبی باشد و در مرحله دوم محتوای مراسم باید به قدری جذاب و گیرا باشد که مخاطب حاضر به ترک جایگاه خود نباشد همایشی موفق خواهد بود که برای هزینه و زمان مخاطبینش ارزش قائل باشد.

هدف همایش تفریح، علم آموزی، نمایش کالا یا هرچه که هست در نظر داشته باشید که مخاطب باید در اوج شغف و انرژی شما را همراهی کند.



”

چاپ و بسته بندی



انرژی زیادی صرف تولید کاغذ می شود ما بر این باوریم که این انرژی بر روی تک تک برگه های کاغذ ذخیره خواهد شد و زمانی که رنگ ها روی کاغذ با هنر طراحان نقش می بندد این انرژی آزاد خواهد شد گاهی این انرژی صرف معرفی برند شما، گاهی محافظی برای محصولات شما و گاهی فاکتور های فروش شما هستند.

اگرچه طراحی در اولویت تولید یک بسته بندی یا یک کارت شناسایی شما خواهد بود اما بهترین طراحی ها بدون اجرای صحیح زیبا نخواهد بود. در واقع میبایست محصولات شما به گونه به تصویر کشیده شوند که وقتی کاتالوگ محصولات شما به مشتریان می رسد گویی محصولات شما در لایه لای برگه های کاغذ بسته بندی شده و برایشان ارسال شده است باید گامی فراتر طراحی و عکاسی گذاشت و در چاپ نیز خلاق بود.

زمانی که مشتری محصولات انتخاب می کند. اولین چیزی که در مواجهه با آن قرار میگیرد عطر، بو و یا کیفیت محصول شما نیست در واقع بسته بندی اولین معیار برای مخاطب برای انتخاب شماست.

بسیاری از محصولات ایرانی به خاطر ضعف در طراحی و نوع بسته بندی در بازار خارجی با شکست روبه رو شده اند در این میان برند های بدون پشتوانه با محصولات با کیفیت چندین برابر پایین تر از محصولات داخلی جای خود را در بین مشتریان داخلی باز کرده است.

ما معتقدیم اگر آب هم می فروشید آن را در بطری های زیبا و خاص بفروشید.

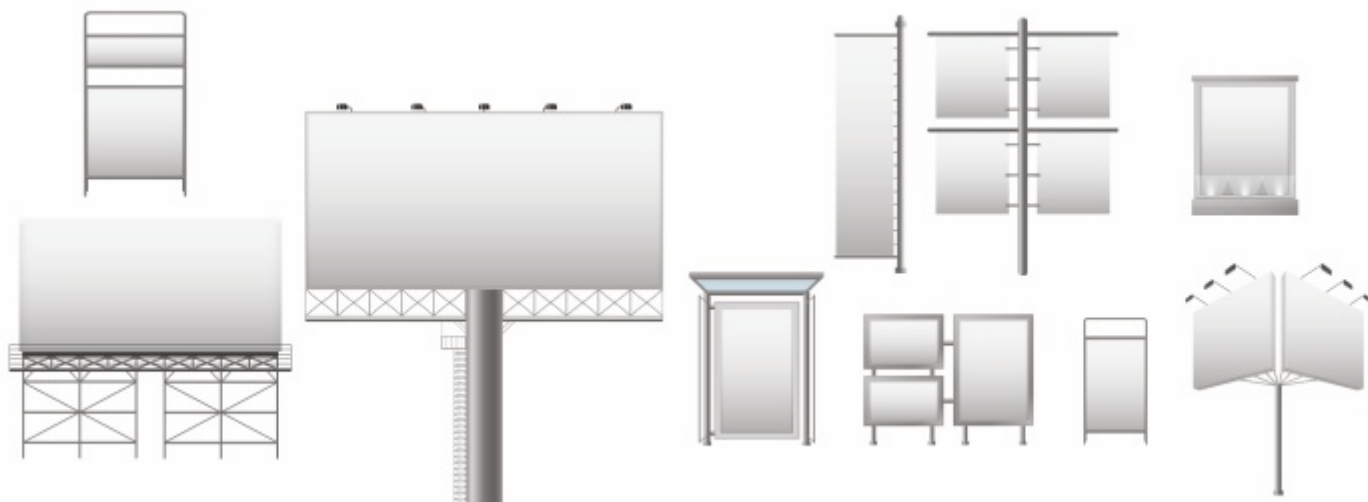




چاپ لارج فرمت

ابتکار عمل در تبلیغات شهری در دست شماست یک روز بیلورد های شهری یکروز تابلو های لایت باکس مترو ها و یا شاید ماشین های حمل محصولات شما گزینه های مناسبی هستند . به یاد داشته باشید که بیلورد های تبلیغاتی زمان کمی برای صحبت دارند شاید ۱۰ ثانیه ، در این گونه رسانه ها همیشه رک و صریح صحبت کنید تا در اولین نگاه مخاطب پیام شما را دریافت کند تنها در صورتی با ابهام صحبت کنید که بخواهید در پیام های دیگر این ابهام را تشریح کنید در اصطلاح مخاطب را چند روزی تشنه لب چشمه نگاه دارید دلیل پیداش اینگونه تبلیغات (لارج فرمت) را فراموش نکنید که مصداق این شعراست (انچه دیده بیند دل کند یاد) . وقتی به شیشه مغازه های بزرگ ، داروخانه ها و نگاه می کنیم متوجه می شوید که تمامی برندها برجسته این راز را شناخته اند اما راه و رسم بازی فراموش شده است .

تنها راه رسم این بازی در این نوع تبلیغات این است که شما خود را در تیم مخاطب قرار دهید و به مشتری پیشنهاد دهید که امروز محصول شما را امتحان کند یا برای زندگی بهتر با شما همراه شود و این نهایت سخاوت شماست که به مشتریان خود پیشنهاد استفاده از محصولات با کیفیت خویش را می دهید .



کیسه تبلیغاتی

کیسه های را در خیابان می بینیم که راه می روند و نام برند هایشان را فریاد می زنند

همیشه در کنار مخاطب بمانید اگر امروز شما را انتخاب نکردند مطمئن باشد فردا نوبت شماست .
کیسه های تبلیغاتی هزینه نیستند بلکه یک هدیه هر چند با ارزش کم هستند اما شما را در نزد مخاطب با وقار نشان می دهد .
کیسه های تبلیغاتی انواع بسیاری دارند پارچه ای ، نایلونی ، کاغذی و..... باید درست انتخاب و دانست که این کیسه چند ماه باید کار کند یا در دست چه کسانی قرار می گیرید توجه به کیفیت و نوع انتخاب جنس و طراحی کیسه برند شما را محبوب تر خواهد کرد.



کانون تبلیغاتی

وستا نگار

رنگین کمان خلاقیت

۰۸۵۴ ۶۵۳۶

دکتر اداری ۰۲۱-۶۵۳۶ ۰۲۵۴

۶۵۳۶ ۰۲۵۵

واحد چاپ ۰۲۱-۶۵۳۵ ۳۶۸۴

۰۲۱-۴۲ ۶۹۳۹ ۹۷

www.VestaNegar.com

info@vestanegar.com

۰۹۱۲ ۹۱۵ ۲۶۳۵

لطفی

۰۹۱۲ ۹۱۵ ۲۶۳۴

تهران ، بازار ایرانی اسلامی ، روبروی مصلی ، پلاک ۳۵۰