

ZEN
Branding
Agency

به سفر **تمايز** خوش آمدید

+200 Projects Done

+7 Years Experience

خدمات ما

Brand Research تحقیقات برند	Brand Strategy استراتژی برند	Brand Naming نام‌گذاری برند	Brand Communications ارتباطات برند	Brand based Business Plan بیزینس پلن بر پایه برند
Customer Experience (CX) تجربه مشتری	Employee Experience (Internal Branding) تجربه کارمندان	Personal Branding برندسازی شخصی	Visual Identity هویت بصری	Consultation مشاوره

[Click here](#)

برای دریافت اطلاعات بیشتر ترو آشنایی با جزئیات اجرایی هر کدام از سرویس ها کلیک کنید

تیم ما



زهراناز شهباز
مدیر پروژه



مهساسادات موسویان
توسعه کسب و کار



فاطمه سوهانکی
اکانت



میلاد تیرانداز
مارکتینگ



ایمان سیدیان
استراتژیست برند



ایمان اشرف
مدیرعامل



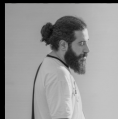
آناهیتا یزدی
سوشال مدیا



مهدی رجبی
موشن گرافیکسٹ



رعنا جاوید
حسابداری



شهرام عبدلی
تولید ویدیو



علی رحیمی
طراحی سایت و سئو



مریم دابی
طراح گرافیک



DMboard



بازمبازی

ولت‌ستار



کارگزاری آرمان تدبیر
ARMAN TADBIR BROKERAGE CO.



Snapp!
Pay



VizLand



Snapp!
Food

پسته
آبلاپت

عبدالمصطفی

TeZ

نرگام



AIROMAX



Manyar

Check out some of our projects

[Click here](#)



پروژه برای کشور آلمان

تاریخ تکمیل پروژه:

1402

محصول و خدمات صادراتی:

برندینگ



INTELLIGER



پروژه برای کشور آلمان

تاریخ تکمیل پروژه:

1402

محصول و خدمات صادراتی:

برندینگ



WELFLAB



پروژه برای کشور استرالیا

سال تکمیل پروژه:

1401

محصول و خدمات صادراتی:

طراحی بنر تبلیغاتی سایت



پروژه برای کشور امارات (دبی)

سال تکمیل پروژه:

1401

محصول و خدمات صادراتی:

طراحی بنر تبلیغاتی سایت



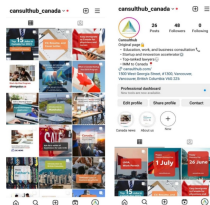
پروژه برای کشور کانادا

تاریخ تکمیل پروژه:

1402

محصول و خدمات صادراتی:

تولید محتوا شبکه های اجتماعی



گواهی نامه‌ها، افتخارات و رویدادها

گواهی شرکت خلاق



بدینوسیله گواهی میشود

شرکت ایده نگار نیکان به شناسه ملی ۱۴۰۰۹۳۸۴۸۳۳ در حوزه
فعالیت ارائه دهنده خدمات زیرساخت جهت توسعه کسب و کار
در صنایع خلاق به تاریخ ۲۹ فروردین ۱۴۰۰ در کارگروه برنامه توسعه
زیست بوم شرکت های خلاق معاونت علمی و فناوری ریاست
جمهوری به عنوان شرکت خلاق تأیید گردید.

پرویز کریمی
دبیر کارگروه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

* این گواهی، بدون پیوست (توضیحات ضروری) فاقد اعتبار است.



سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران
مجوز فعالیت



شماره: ۸۱۱/ص ت ۱۴۰۳
تاریخ عضویت اولیه: ۱۴۰۳/۰۲/۳۰
تاریخ انقضای عضویت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۹

بدینوسیله به شرکت ایده نگار نیکان (با مسئولیت محدود) به مدیریت آقای/خانم ایمان اشرف مسن آبادی و شناسه ملی ۱۴۰۰۹۳۸۴۸۳۳ با شماره نظام صنفی رایانه‌ای ۱۱۰۱۶۵۶۳ اجازه داده می‌شود که طبق قانون حمایت از پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای مصوب ۱۳۷۹/۱۰/۴ مجلس شورای اسلامی و آیین‌نامه اجرایی شماره ۲۱۱۸۵/ت/۲۶۰۸۹ هـ مورخ ۱۳۸۳/۰۴/۲۴ مصوب دولت جمهوری اسلامی تحت پوشش نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران در زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات در نشانی تهران، ممله اراج، فیابان ۱۶ امتری ولیعصر، بن بست قائم، پلاک ۷، ساقتمان پارک فناوری یک، طبقه همکف، واحد ۱۰۸/۰۱ به فعالیت بپردازد.

صحت این مجوز در سایت tehran.irannsr.org قابل مشاهده است.

علی حکیم جوادی
رئیس هیات مدیره



مهرداد ذوالفقاریان
دبیر سازمان

Certificate of participation




The organizers of
The 12th edition of the International Innovation & Technology Exhibition

INOTEX

THE 12th INTERNATIONAL INNOVATION AND TECHNOLOGY EXHIBITION 2023

Hereby extend their appreciation to

zen branding agency


Sajjad Abbasi Fashami
Secretary of the 12th INOTEX International Exhibition

For participating the above referred event and valuable contribution to its excellence.

Tehran - May 2023



ارایه ایمان اشرف، مدیر آژانس برندسازی ذن
در یلدا سامیت ۱۴۰۲



برگزاری نشست در اینوتکس و ارایه
پیرامون برندسازی و دیزاین در کشور



شرکت در اینوتکس ۲۰۲۳ و دریافت گواهی تقدیر
از دکتر حسنلو دبیر ستاد فناوری های فرهنگی و نرم



غرفه آژانس برندسازی ذن در اینوتکس ۲۰۲۳



مصاحبه ایمان اشرف، مدیر آژانس برندسازی ذن
با آرش سروری در رابطه با برندسازی
در حاشیه یلدا سامیت ۱۴۰۲



معرفی مدل های بومی سازی
برندسازی و روش کارکرد آن به دکتر
چهرمی سخنگوی محترم دولت

BRAND RESEARCH



“**Brand** is not what you say it is.
It’s what **they** say it is.”

Marty Neumeier

تحقیقات برند چیست؟

تحلیل بازار

این شامل تجزیه و تحلیل بازار هدف، رقبا، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود در بازار است.

تحلیل مخاطبان

با تحقیقات بر روی مخاطبان برند که می‌تواند شامل مشتریان بالفعل و بالقوه، ذی‌نفعان، واسطه‌ها، زنجیره تامین، مدیران تأثیرگذار سازمان و ... باشد، می‌توان فهمید که آن‌ها چه نیازهایی دارند و چگونه می‌توان نیازهایشان را برآورده کرد، که در واقع شامل تحلیل نیازها، خواسته‌ها، ترجیحات و رفتار آن‌ها است.

تحلیل برند

شامل ارزیابی موقعیت فعلی برند، شناخت نقاط قوت و ضعف برند، تجربه مشتری و وفاداری به برند است. این تحقیقات می‌توانند به برند اطلاعات مفیدی در مورد نقاط قوت و ضعف خود و رقبا ارائه کنند.

تحلیل رقبا

شامل بررسی و تحلیل رقبا، استراتژی‌های آنها، نقاط ضعف و قوت آنها و نقاط قوت و ضعف برند در مقایسه با رقبا است. این تحقیقات می‌توانند به برند اطلاعات مهمی در مورد رقبا و بازار فراهم کنند.

تحلیل عوامل خارجی

شامل بررسی و تحلیل عوامل خارجی مانند عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناوری و محیطی است که ممکن است بر توسعه و مدیریت برند تأثیرگذار باشند.



BRAND STRATEGY

“A **brand strategy** can enable, sometimes crucially, the potential of an innovation to be realised.

There are times when you literally need to **brand** it or lose it.”

David A. Aaker

استراتژی برند چیست؟

استراتژی برند سندی بالادستی و برنامه‌ای همه‌جانبه و روشن‌گر مسیر برند برای رسیدن به اهدافی است که برند به کمک آن خلق، اجرا و مدیریت می‌شود.

در سند استراتژی برند چارچوب‌های کلی برند براساس تحقیقات برند، نظر صاحبان برند و اهداف برند تعریف می‌شوند. سپس دستورات اجرایی برای تمامی ارتباطات و اجزای برند و ارکان سازمان جهت حرکت در یک مسیر همسوس و یک‌پارچه برای رسیدن به اهداف تعیین شده و ماندگاری در ذهن مشتری تدوین می‌شود.

چرا روی برندسازی سرمایه‌گذاری کنید؟

برندسازی خرید را برای مشتری تسهیل می‌کند.

برندسازی فروش را برای فروشنده تسهیل می‌کند.

برندسازی موجب ایجاد ارزش ویژه برند می‌شود که با ارزش‌ترین دارایی نامشهود

برندها می‌باشد.

کاهش هزینه جذب مخاطبان

ایجاد یک ارتباط دوسویه و بلندمدت بین برند و مخاطبانش.

استراتژی برند

- شخصیت برند
- ارزش‌های برند
- نقاط تمایز برند
- نقاط تشابه برند
- لحن برند
- شایستگی‌های برند
- فعالیت‌های برند
- مأموریت برند
- مخاطبان هدف برند
- فواید ۷ گانه برند
- حواس ۵ گانه برند
- چشم‌انداز برند
- معماری برند

BRAND
STRATEGY



COSTUMER EXPERIENCE(CX)

“We see our **customers** as invited **guests** to a party, and we are the hosts. It's our job every day to make every important aspect of the **customer experience** a little bit **better.**”

Jeff Bezos

CX is everything!

Price | Packaging | Customer service (call center) | Product quality | After-sales service | Brand personality | Online shopping experience | Store environment | Advertising and marketing | Speed of service (delivery, response time) | Website design | Access to product information | Customer reviews and feedback | Innovation and product updates | Loyalty programs and discounts | Product variety | Sense of community and social connections | Warranty and repair services | Variety and quality of payment methods | Brand reputation | Personalized experience | Training and up-to-date information | Variety of communication channels (live chat, email, phone) | Security and privacy of information | Sense of safety in purchasing | Social media and brand engagement | Product usage experience | Efficiency and ease of use | Transparency in information (terms and conditions)

What is Customer Experience

۴ بعد تجربه مشتری

حسی

هریک از حواس ۵ گانه که هنگام تجربه مشتری با برند بروز می‌یابد.

عقلانی

شناخت منطقی و عقلانی که مشتری در تعامل با برند و تجربه آن درک می‌کند

رفتاری

رفتار فیزیکی که مشتری هنگام تجربه برند بروز می‌دهد.

عاطفی

احساس درونی ایجاد شده در مشتری هنگام تجربه برند

CX

تجربه مشتری: مراحل

● شناخت مشتریان ● تعیین نقشه سفر مشتری ● طراحی تجربه مشتری ● آموزش و توانمندسازی کارکنان ● جمع‌آوری و تحلیل بازخورد مشتریان

INTERNAL BRANDING

A dark, grayscale photograph of Simon Sinek, a man with glasses and a light-colored button-down shirt, smiling and looking down. He is seated at a table with his arms crossed. The background is blurred, showing what appears to be a restaurant or cafe setting with other people and tables.

“**Customers** will never love a company until the **employees** love it first.”

Simon Sinek

تجربه کارمندان یا برندسازی داخلی

برندسازی داخلی به فرآیند ایجاد و تقویت ارتباط عاطفی کارکنان با برند شرکت اطلاق می‌شود. این مفهوم برخلاف برندسازی خارجی که بر جلب مشتریانی خارج از شرکت تمرکز دارد، به جلب و مشارکت کارکنان شرکت به عنوان مخاطبان اصلی می‌پردازد. هدف اصلی برندسازی داخلی، ایجاد یک حس تعهد و ارتباط عمیق در کارکنان نسبت به برند شرکت است تا آنها بتوانند با افتخار و اشتیاق بیشتری در راستای اهداف شرکت فعالیت کنند و ارزش‌های برند را در تعاملات روزمره خود بازتاب دهند.

اهمیت برندسازی داخلی (Internal Branding)

افزایش انگیزه و بهره‌وری کارکنان، کارکنانی که به برند شرکت خود افتخار می‌کنند، با انگیزه و انرژی بیشتری کار می‌کنند و تلاش می‌کنند تا کیفیت خدمات و محصولات را ارتقا دهند.

افزایش رضایت مشتریان، هنگامی که کارکنان با برند شرکت همسو هستند، مشتریان نیز این همبستگی را احساس می‌کنند و تجربه مشتری بهبود می‌یابد.

کاهش نرخ ترک کار، کارکنانی که با برند شرکت خود ارتباط عاطفی برقرار کرده‌اند، کمتر به ترک شغل فکر می‌کنند و وفاداری بیشتری به شرکت دارند.

تقویت هویت سازمانی، برندسازی داخلی به تقویت هویت یکپارچه شرکت کمک می‌کند که در مسیر برندسازی شرکت بسیار موثر است.

تدوین فرهنگ سازمانی

فرایند ایجاد فرهنگ سازمانی شامل تعیین و تبیین ارزش‌ها، اصول و چشم‌انداز سازمان، تدوین استراتژی‌های رفتاری و ارتباطی، الگوسازی توسط رهبران، آموزش و توسعه کارکنان، پیاده‌سازی سیستم‌های ارزیابی و پاداش هم‌سو با فرهنگ، نظارت مداوم و دریافت بازخورد برای اصلاح و بهبود، و در نهایت نهادینه‌سازی فرهنگ به گونه‌ای است که به بخشی از هویت و رفتار روزمره سازمان تبدیل شود.



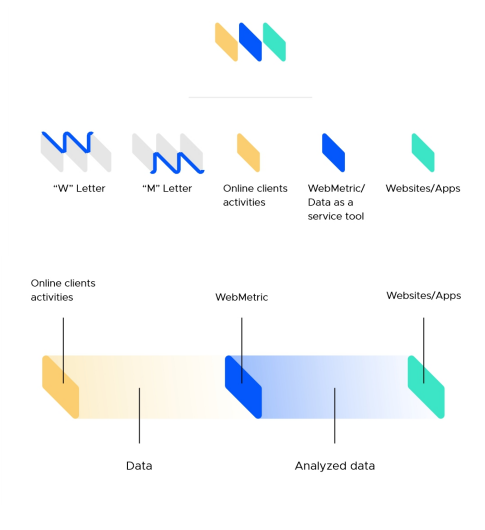
VISUAL IDENTITY

“**Design** is not just what it looks like and feels like.
Design is how it **works.**”
Steve Jobs.

سرفصل‌ها برندبوک

Brand Introduction	Mission	Vision	Values	Brand Personality
Visual Identity	Logo	Color Palette	Typography	Icons & Symbols
Image Style	Graphic Templates	Brand Voice & Tone	Brand Applications	Brand Positioning
Brand Value Proposition	Misuse Guidelines	Brand Story	Key Messages	

تعدادی از نمونه کارها





Event Concept

This event explores the potential of combining data to drive growth. It connects data, online business, and value creation, optimizing ROI. Learn from experts, workshops, and case studies. Network with industry professionals for collaboration. Unlock business growth through data fusion.



DMBoard





DMTalk 7

Specialized Event of
Digital Marketing

16 & 17 Bahman

Online Event #dmtalk7

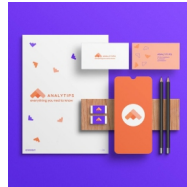
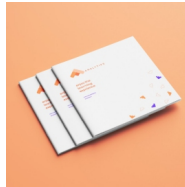
۱۶ و ۱۷ بهمن

رویداد تخصصی دیجیتال مارکتینگ

DMTalk 7

رویداد تخصصی دیجیتال مارکتینگ

	digikala امیر یاشا رئیس شرکت دیجیکالا		Snapp! Food امین سعیدی رئیس شرکت سنپ فود		Snapp! مجتبایان ماسوری مدیر عامل سنپ		بازار علیرضا اشکانی رئیس شرکت بازار
	امیر حسینیان مدیر عامل دیجیکالا		بیمارو مهتابی هروی رئیس شرکت بیمارو		سپهر رامین نسوجی مدیر عامل سپهر		انگلا مهتابی اشکانی رئیس شرکت انگلا
	تیجه هادی مرادی رئیس شرکت تیجه		پایه‌لام امیر علی صبور مدیر عامل پایه‌لام		certifone پوریا حمزه لوی رئیس شرکت سی‌اف‌ان		





VAKA COFFEE Visual Identity Design

Concept



Kala market

Powered
by: **Safarmarket**



Checkmark



Love/ Heart



K letter



Time
/installment purchase



Kala market

Color Pallete



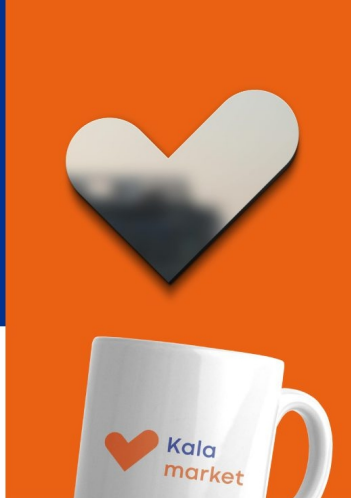
#EE6114

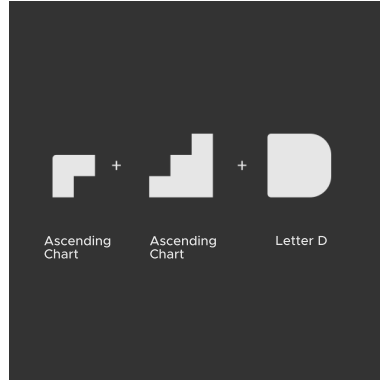


#003394

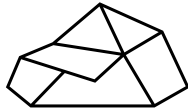


#E1E1E1









MAJD Steel
Iron ore company

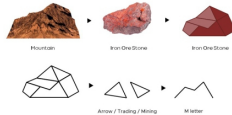
Concept & Construction

2022

1

Logo Concept

While designing the logo, we tried to visualize the main concepts of the brand in a simple, creative, and unique way. As a result, we came up with the idea of a raw iron ore coming from the inner core of mining mountains as all of the products of this industry are created from iron ore. Having in mind that this a high level and valuable industry, we ended up with a luxurious symbol designed from lines. The sharp edges of the shape corresponds with the nature of this industry. In addition, we included other meaningful items like the letter "M" from the first letter of the brand and two arrows pointing left and right symbolizing trade and commerce.



Majd Steel Brand Book

Designed by ZEN Branding Agency



Majd Steel Visual Identity Design





جمعه بود، لقمه نبود

سفارش دهید





حساب شما پُر شد

چک شما بدون موجودی، پاس خواهد شد



www.bsi.ir

تسهیلات با طرح
اعتبار در حساب جاری

- ویژه دارندگان دسته چک بانک صادرات
- برای اشخاص حقیقی و حقوقی
- به اعتبار چک‌های سررسید آید و شما از همه بانک‌ها

صدای سپهر ۲-۹۶



اعتبار شما، چک شد

چک شما به اعتبار چک‌های سررسید آینده‌تان پاس خواهد شد



www.bsi.ir

تسهیلات با طرح
اعتبار در حساب جاری

- ویژه دارندگان دسته چک بانک صادرات
- برای اشخاص حقیقی و حقوقی
- به اعتبار چک‌های سررسید آید و شما از همه بانک‌ها

صدای سپهر ۲-۹۶



حساب شما پُر شد

چک شما بدون موجودی، پاس خواهد شد

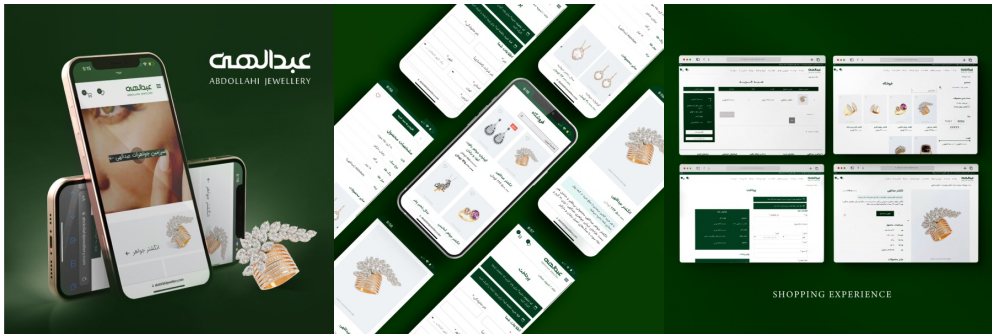


www.bsi.ir

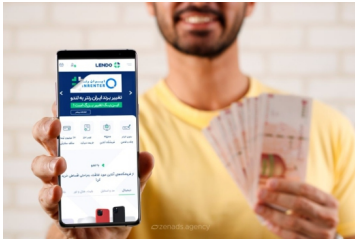
تسهیلات با طرح
اعتبار در حساب جاری

- ویژه دارندگان دسته چک بانک صادرات
- برای اشخاص حقیقی و حقوقی
- به اعتبار چک‌های سررسید آید و شما از همه بانک‌ها

صدای سپهر ۲-۹۶



Abdollahi Jewellery UI-UX and SEO Project



LEND0 Rebranding photography Project

کمپین بلک فرایدی ۱۴۰۲ قهوه واکا

در این کمپین با پیش نهاد دادن آفرهای اولویت بالا برای مخاطبان از جمله ارسال رایگان و خرید قسطی، توانستیم فروش چشم گیری را برای یک سایت اینترنتی تخصصی حوزه قهوه رقم بزنیم.

این کمپین که با کمک اسنپی و تولید ویدیو و ایرال در اینستاگرام پروموت شد، احتمالاً رکورد تازه ای در فروش قهوه آنلاین در ایران به ثبت رساند. ما بلافاصله بعد از پایان این کمپین، یک کمپین PR کوچکی نیز برای قهوه واکا با عنوان “قهوه واکا رکورد فروش قهوه را شکست” اجرا کردیم و در آن گزارش فروش بلک فرایدی قهوه واکا را منتشر کردیم.



تخفیف های جادویی قهوه واکا

از ۲۷ آبان تا ۷ آذر

فقط در سایت

خرید قسطی بدون سود!

تا ۲۰% تخفیف

VAKACOFFEE.COM



کمپین شب یلدا قهوه واکا

در این کمپین باتوجه به کارکرد محصولات برند و مناسبت وقت، کمپینی با عنوان "یلدا بیش تر بیدار بمون" با سه محصول ویژه یلدا با رویکردی متفاوت طراحی شد. سه مدل قهوه با نام های جنون، بی خوابی و بیداری که به ترتیب دارای کافئین خیلی بالا تا متوسط هستند، طراحی شدند و باتوجه به استراتژی برند قهوه واکا دیزاین بصری و محتوای متنی آنها تولید شد. جالب است بدانید در تصویرسازی این پروژه از هوش مصنوعی کمک گرفته شده است.

یلدا بیش تر بیدار بمون! 🍉

بیش خوابی



INSOMNIA COFFEE

قهوه بی خوابی

کافئین مهیب | سرخوشی | بروز حرکات موزون

یلدا بیش تر بیدار بمون! 🍉

بیش بیداری



AWAKENESS COFFEE

قهوه بیداری


کافئین مرموز | هوشیاری | حس لحظه ی واریز بول

قهوه جنون

این قهوه کافئین و حشمتنکی داره. اگه خیلی قهوه باز نیستی، هر بار بیش تر از به فنجون نخور! خلاصه اینکه با قهوه جنون چند روز بیدار بمون!

یک سال قهوه رایگان ببر!

این کارت رو تا شب یلدا اگم نکن، شب یلدا به قرعه کشی توی پیج اینستاگرام داریم و به یک نفر از کسانی که این کارت رو دارن یک سال قهوه رایگان هدیه میدیم!

 vakacoffee





A white spray bottle of Nanosil D2 is tucked into the pocket of a blue denim jacket. The bottle has 'NANOSIL D2' printed on it. The entire scene is framed within a white Polaroid-style border, set against a light blue background.

NANOSIL® هرجا میری، منو با خودت ببر



A white spray bottle of Nanosil D2 is tucked into the pocket of a light orange shirt with colorful polka dots. The bottle has 'NANOSIL D2' printed on it. The entire scene is framed within a white Polaroid-style border, set against a light blue background.

NANOSIL® هرجا میری، منو با خودت ببر



A white spray bottle of Nanosil D2 is tucked into a purple bag. The bottle has 'NANOSIL D2' printed on it. The entire scene is framed within a white Polaroid-style border, set against a light blue background.

NANOSIL® هرجا میری، منو با خودت ببر

با احترام

+98 21 28 42 32 62

Instagram: ZENBranding

www.ZENBranding.Agency

ZEN
Branding
Agency

