



L A M A R I

راهنمای بازاریابی و
تبلیغات نمایندگی ها

نگارش ۱۰۰

فهرست کتابچه راهنمای بازاریابی و تبلیغات نمایندگی ها

۲-۹	تبلیغات برای معرفی و شناخته شدن نمایندگی
۳	راهنمای تبلیغات ATL
۴	اقدامات مراسم افتتاحیه نمایندگی های لاماری BTL
۷	راهنمای تبلیغات TTL
۸	راهنمای محتوا در فضای مجازی
۹	راهنمای فعالیت های PR
۱۰-۱۸	دستور العمل انواع تبلیغات
۱۰	راهنمای طراحی بیلبرد
۱۱	نمونه طرح بیلبرد
۱۲	راهنمای طراحی عرشه پل
۱۳	نمونه طرح عرشه پل
۱۴	راهنمای طراحی بنر دیجیتال
۱۵	راهنمای طراحی استرابورد
۱۶	نمونه طرح استرابورد
۱۷	نمونه طرح پست اینستاگرام
۱۸	نمونه طرح استوری اینستاگرام

تبلیغات برای معرفی و شناخته شدن نمایندگی

ATL

شامل : تبلیغات محیطی مثل بیلبرد، استارابورد.

BTL

شامل: ایونت ها و کلیه تبلیغات محلی.

TTL

شامل : تبلیغات در شبکه های مجازی (تلگرام، اینستاگرام و ...)، تبلیغات در سایت ها (CPC, FIX BANNER PREROLL) و ارسال پیامک، ایمیل به مشتریان، شبکه های اجتماعی و...

PR

شامل: اطلاع رسانی در رسانه های خبری.

PR

خرید ریپرتاژ در
رسانه ها

BTL

افتتاح شوروم و دیگر
رویدادها

TTL

خرید رسانه
طراحی

ATL

خرید رسانه
طراحی

راهنمای تبلیغات ATL

تبلیغات ATL

الزامات نمایندگی برای تبلیغات در رسانه های محیطی بیلبورد، عرشه، استرابورد

خرید رسانه:

در مورد خرید رسانه می بایست در ابتدا اطلاعات محل و نوع رسانه در اختیار تیم بازاریابی قرار گیرد. درباره خرید رسانه های بالاتر از ۲۰ میلیون در ماه مذاکرات توسط تیم بازاریابی صورت میگیرد.

طراحی:

- طراحی براساس گایدلاین ارائه شده توسط تیم بازاریابی می بایست انجام شود.
- در صورت درخواست نماینده، طراحی طراح های ATL توسط تیم بازاریابی انجام می شود.
- تمامی طرح ها قبل از انتشار توسط نماینده می بایست به تایید تیم بازاریابی برسد.

اقدامات مراسم افتتاحیه نمایندگی های لاماری BTL

۱. الزامات نمایندگی و شوروم

۲. اقدامات اولیه

۳. پذیرایی و دیزاین

۴. تبلیغات

توجه: برگزاری انواع مراسم ها و افتتاحیه ها باید طبق نظر و استانداردهای تیم بازاریابی انجام گیرد. این موارد شامل اقدامات اولیه برگزاری و رعایت برندینگ لاماری باید باشد. همچنین اطلاع رسانی ها، هماهنگی با تیم رسانه ها و هرگونه ریپرتاژ خبری در فضای مجازی باید قبل از اجرا مورد تایید تیم بازاریابی قرار گیرد.

اقدامات مراسم افتتاحیه نمایندگی های لاماری BTL

الزامات اولیه قبل از افتتاح:

- آماده سازی کامل شوروم ها.
- رعایت نظام آراستگی در نمایندگی و پرسنل.
- آماده بودن تمامی کارکنان و پرسنل نمایندگی.
- مهیا بودن وسایل پذیرایی و لوازم مورد نیاز در نمایندگی.
- وجود حداقل یک خودرو در نمایندگی.
- نظافت کامل خودروها و تجهیزات.

اقدامات اولیه قبل از افتتاح:

- نصب روبان سبز در محل تعیین شده برای مراسم افتتاح نمایندگی
- تفکیک فضای درب ورودی نمایندگی با راه بند استیل و فرش قرمز
- گل آرایشی در بیرون و داخل نمایندگی
- نصب پرچم های بادبانی برند لاماری با کد نمایندگی در فضای بیرونی نمایندگی ها و داخل خود شوروم
- نصب استند خوش آمدگویی به میهمانان در فضای بیرونی و داخلی شوروم
- هماهنگی با گروه فیلمبرداری و عکس برداری برای پوشش کامل مراسم (حداقل یک عکاس با دوربین، یک فیلم بردار با دوربین، و یک اپراتور و درون برای هلی شات)
- کاور کامل خودرو توسط چادر با لوگوی لاماری برای خودروها
- تهیه سیستم صوتی و تصویری با پخش موزیک

اقدامات مراسم افتتاحیه نمایندگی های لاماری BTL

اقدام پذیرایی برای افتتاح نمایندگی:

- تهیه شیرینی با کیفیت
- نوشیدنی سرد و گرم
- استفاده از لیوان های یکبار مصرف برند شده با لوگوی لاماری
- تهیه گل رومیزی بر روی تمامی کانترها و میزهای داخل شوروم ها
- استفاده از آب معدنی ها ۲۵۰ سی سی
- دستمال کاغذی با برند لاماری
- تهیه میز و صندلی با رومیزی به تعداد مدعوین

اقدامات تبلیغاتی برای افتتاح نمایندگی:

- پوشش خبری لایو از پیج اینستاگرام نمایندگی
- اطلاع رسانی عمومی افتتاحیه و اعلام تاریخ در شبکه های اجتماعی نمایندگی
- مثل ارسال پیامک و استوری اینستاگرام
- تهیه هدیه برند شده برای مهمانان دعوت شده در روز مراسم (در صورت لزوم)
- وجود سیستم صوتی و تصویری مناسب برای پخش تیزرها و موزیک به همراه میکروفون
- موجود بودن کاتالوگ خودرو
- استند تبلیغاتی خودرو
- پرچم بادبانی و پرچم های رومیزی با لوگوی لاماری و نمایندگی
- دعوت از یک یا چند نفر از اهالی رسانه محلی برای پوشش خبری
- دعوت از یک یا چند نفر چهره سرشناس محلی مثل فرماندار، استاندار، بخشدار، سلبیتی یا قهرمان ورزشی

راهنمای تبلیغات TTL

تبلیغات TTL

الزامات نمایندگی برای تبلیغات در بخش های دیجیتال مارکتینگ و فضاهای آنلاین

هرگونه تبلیغات خود نمایندگی در فضای مجازی مثل اینستاگرام و سایت های تبلیغاتی، می بایست طبق راهنمای اعلامی در این مستند باشد. تبلیغ در هر رسانه مجازی (رسانه های نشر دهنده) مثل پیج های اینستاگرام، تبلیغات کلیکی در سایت ها (CPC & PRE-ROLL & GOOGLE ADS)؛ باید مورد تایید تیم بازاریابی باشد و از تبلیغ در رسانه های ممنوع اعلام شده جدا خودداری کنید.

محتوای متنی و گرافیکی هر تبلیغ صرفا با تایید تیم بازاریابی و بر اساس الگوهای ارائه شده در این مستند تهیه شود و در صورتی که خود نمایندگی طرح و ایده برای تبلیغات خارج از راهنمای ارائه شده در این مستند دارد می بایست مجوز بخش تبلیغ را از تیم بازاریابی دریافت نماید.

راهنمای محتوا در فضای مجازی

استانداردهای فضای مجازی نمایندگی ها

شبکه های مجازی :

لازم است نمایندگان در شبکه اجتماعی اینستاگرام فعالیت داشته باشد.

در انتخاب نام پیج یا کانال از **کد نمایندگی به اضافه لاماری** استفاده کنید و در صورتی که قبلا خود نمایندگی پیج مستقلی دارد حتما در بایو صفحه خود به **نمایندگی رسمی لاماری و کد نمایندگی اشاره شود** و هماهنگی لازم در انتخاب نام با تیم بازاریابی صورت پذیرد.

نمایندگان می بایست از تمامی محتوای های نشر شده در **پیج رسمی اینستاگرام لاماری** در صفحات مجازی خود استفاده کنند و ضمن لایک و ذخیره کردن محتوا نسبت به اشتراک گذاری آن از طریق استوری اقدام نمایند. کلیه محتواهای فوق الذکر در اختیار نمایندگان قرار خواهد گرفت.

نمایندگان می بایست اطلاعات کاملی از جمله **آدرس شعب فروش، خدمات پس از فروش، تلفن های تماس، ساعت پاسخگویی و راه های ارتباطی خود با مشتریان** را در پیج یا کانال خود در معرض عموم قرار دهند.

لازم است نمایندگان در هنگام انتشار محتوا در پیج اینستاگرام، پیج رسمی لاماری را تگ (**TAG & MENTION**) کنند و حتما **آدرس سایت رسمی لاماری (LAMARI.IR)** را درکپشن نشر دهند.

راهنمای فعالیت های PR

الزامات نمایندگی برای تبلیغات در روابط عمومی (PR) و اطلاع رسانی ها

نمایندگی لازم است برای تبلیغات اطلاع رسانی، مثل ارسال پیامک یا ایمیل به مشتریان؛ مطابق استانداردهای اعلام شده توسط تیم بازاریابی و فروش لاماری اقدام کند برای مثال :

هرگونه تولید محتوا برای اطلاع رسانی فروش و برندینگ نمایندگی به صورت PR باید قبل از نشر، به تایید تیم بازاریابی لاماری رسیده باشد. همچنین رسانه های نشر دهنده PR نیز باید جزو رسانه های مورد تایید بازاریابی لاماری باشند.

در صورت هرگونه ارسال پیامک و ایمیل به مشتریان؛ باید نوع محتوا (عکس، متن، گیف یا ویدیو) به تایید تیم بازاریابی لاماری برسد.

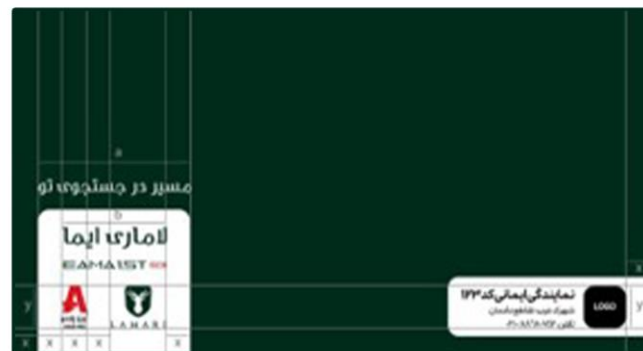
با توجه به قرارداد های طولانی مدت تیم بازاریابی مرکز با تمامی رسانه های خودرو و نیز تعداد زیادی از رسانه های خبری، قبل از خرید رپرتاژ از امکان اطلاع رسانی از طریق تیم بازاریابی امکان سنجی لازم صورت پذیرد.

راهنمای طراحی بیلبرد

بیلبرد:

حرف A نشانگر اندازه عرض A در لوگوی آرين پارس است. بنابراین در هر قسمت که حرف x نشان داده می‌شود به این معنی است که باید به اندازه یک A آرين پارس فاصله داشته باشد. حرف y نشانگر ارتفاع لوگوی آرين پارس است. بنابراین در هر قسمت که این حرف نشان داده می‌شود باید این ارتفاع رعایت شود. حرف a عرض باکسی که حاوی لوگوها و عنوان خودرواست را نشان می‌دهد. شعارهای لاماری باید به اندازه عرض این باکس باشد. حرف b نشانگر مجموع عرض لوگوهای لاماری و آرين پارس است. عبارت "لاماری ایما" باید این عرض را پوشش دهد.

* در بنرهای دیجیتال تنها نام و کد نمایندگی ذکر خواهد شد.



گاید لاین بیلبرد/ زمینه تیره



گاید لاین بیلبرد/ زمینه روشن

نمونه طرح بیلبرد



مسیر در جستجوی تو

لاماری ایما
EAMA1.5T


وزارت بهداشت و آموزش پزشکی


LAMARI

نمایندگی ایمانی کد ۱۲۳
شهرک غرب، تقاطع نادمان
تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۸۰۷۴۴

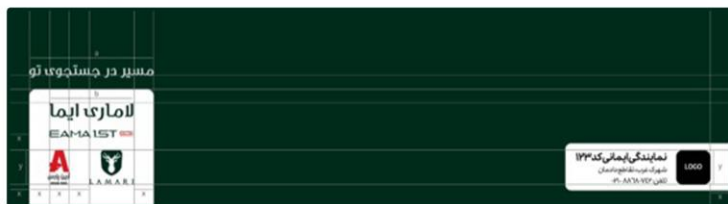
LOGO

راهنمای طراحی عرشه پل

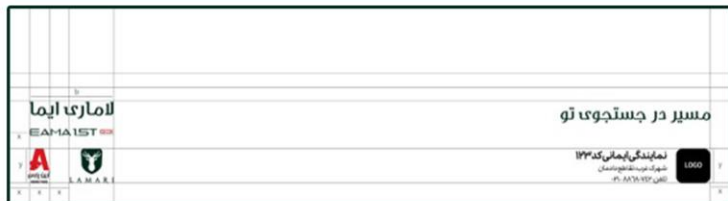
عرشه پل

حرف A نشانگر اندازه عرض A در لوگوی آراین پارس است. بنابراین در هر قسمت که حرف x نشان داده می‌شود به این معنی است که باید به اندازه یک A آراین پارس فاصله داشته باشد. حرف y نشانگر ارتفاع لوگوی آراین پارس است. بنابراین در هر قسمت که این حرف نشان داده می‌شود باید این ارتفاع رعایت شود. حرف a عرض باکسی که حاوی لوگوها و عنوان خودرو است را نشان می‌دهد. شعارهای لاماری باید به اندازه عرض این باکس باشد. حرف b نشانگر مجموع عرض لوگوهای لاماری و آراین پارس است. عبارت "لاماری ایما" باید این عرض را پوشش دهد.

* در بنرهای دیجیتال تنها نام و کد نمایندگی ذکر خواهد شد.



گاید لاین عرشه / زمینه تیره



گاید لاین عرشه / زمینه روشن

نمونه طرح عرشه پل



طرح عرشه پل / زمینه روشن



طرح عرشه پل / زمینه تیره

راهنمای طراحی بنر دیجیتال

بنر دیجیتال

حرف A نشانگر اندازه عرض A در لوگوی آرين پارس است. بنابراین در هر قسمت که حرف x نشان داده می‌شود به این معنی است که باید به اندازه یک A آرين پارس فاصله داشته باشد. حرف y نشانگر ارتفاع لوگوی آرين پارس است. بنابراین در هر قسمت که این حرف نشان داده می‌شود باید این ارتفاع رعایت شود. حرف a عرض باکسی که حاوی لوگوها و عنوان خودرو است را نشان می‌دهد. شعارهای لاماری باید به اندازه عرض این باکس باشد. حرف b نشانگر مجموع عرض لوگوهای لاماری و آرين پارس است. عبارت "لاماری ایما" باید این عرض را پوشش دهد.

* در بنرهای دیجیتال تنها نام و کد نمایندگی ذکر خواهد شد.



راهنمای طراحی استرابورد

استرابورد

حرف x نشانگر اندازه عرض A در لوگوی آراین پارس است. بنابراین در هر قسمت که حرف x نشان داده می شود به این معنی است که باید به اندازه یک A آراین پارس فاصله داشته باشد. حرف y نشانگر ارتفاع A در لوگوی آراین پارس است. بنابراین در هر قسمت که این حرف نشان داده می شود باید این ارتفاع رعایت شود. حرف a ارتفاع کلی لوگوی آراین پارس است. این ارتفاع در قسمت بالای استرابورد جهت قرارگیری اطلاعات نمایندگی باید حفظ شود. شایان ذکر است که تمامی طراحی های استرابوردها باید با پس زمینه روشن و یا سفید باشد.



نمونه طرح استرابلورد

نمایندگی ایمانی کد ۱۲۳
شهرک غرب، تقاطع دادمان
تلفن: ۰۲۱-۸۸۶۸۰۷۴۴

LOGO



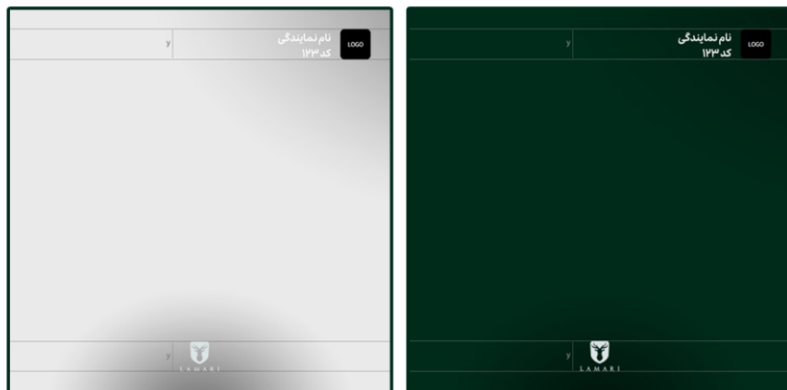
EAMA 1.5T 
مسیر در جستجوی تو

 
L A M A R I

نمونه طرح پست اینستاگرام

پست اینستاگرام

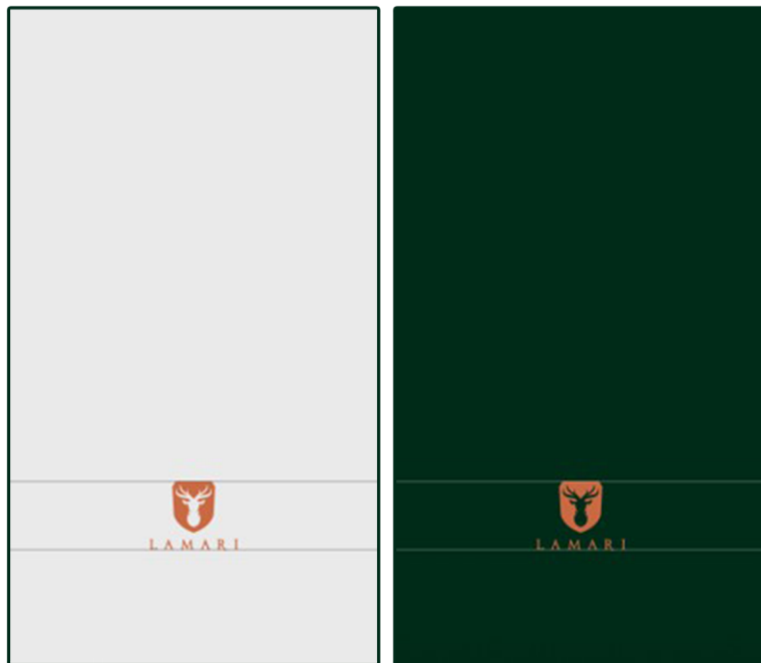
به اندازه ارتفاع لوگوی لاماری در فوتر پست (حرف y) فضا در اختیار نمایندگی در قسمت هدر قرار گرفته تا اطلاعات خود را اعم از لوگو، نام و کد نمایندگی و آدرس را در آن نمایش دهد. هیچ تغییری در جاگذاری و اندازه لوگو نباید ایجاد شود.



نمونه طرح استوری اینستاگرام

نمونه طرح استوری اینستاگرام

در گایدلاین استوری اینستاگرام تنها نکته‌ای که باید رعایت شود تغییر ندادن محل و اندازه لوگو است.





L A M A R I

تهران، کیلومتر ۹ جاده مخصوص (لشگری)، بلوار نخ زرین، پلاک ۲۳ - کدپستی: ۱۳۸۹۷۴۴۶۶۱

تلفن: ۴۸۴۹۱۰۰۰ فکس: ۴۶۱۱۶۵۱۹

www.lamari.ir