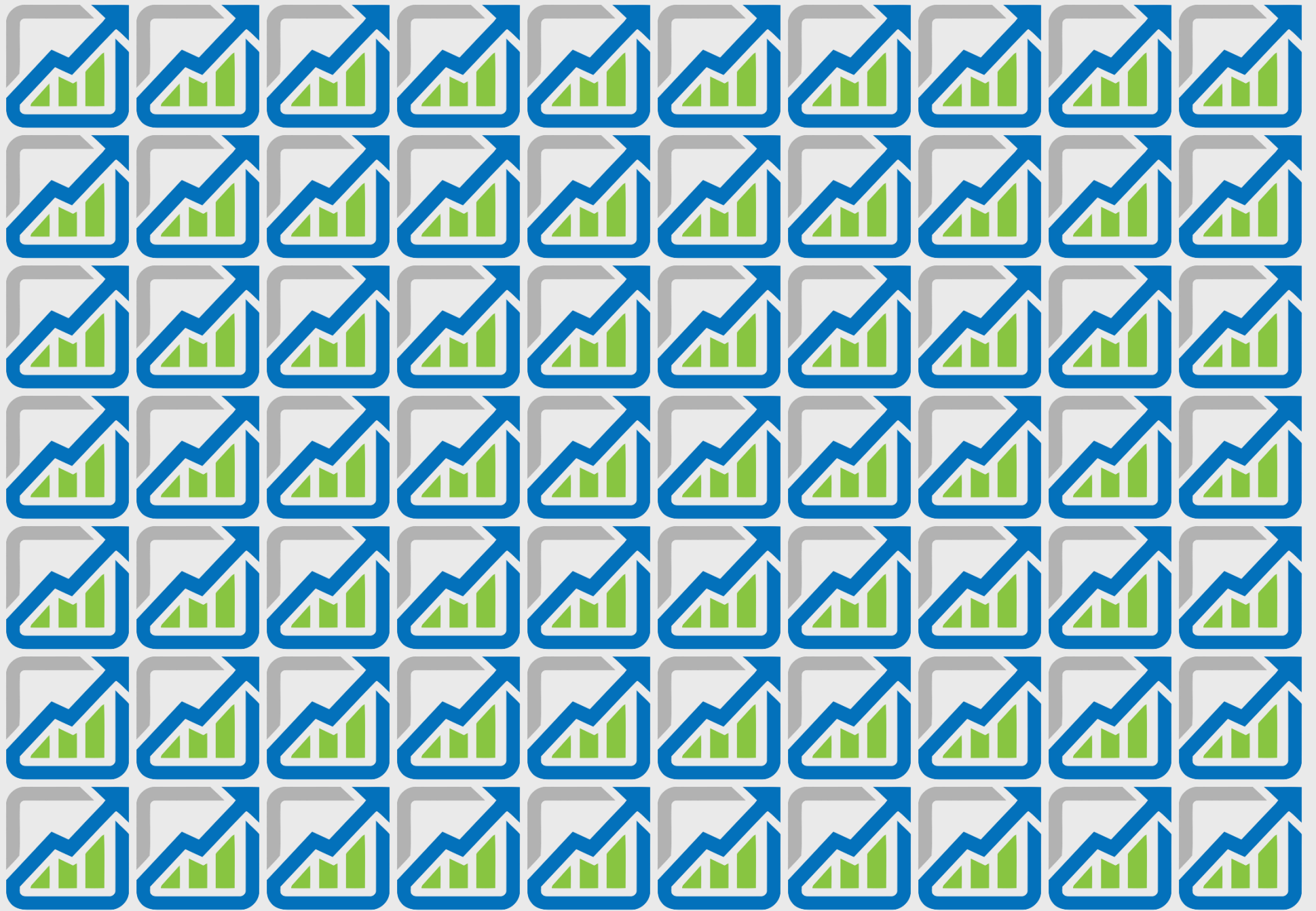




آژانس ارتباطات راهبردی اُکسین





Why Oxin?

"Because you are worth it"



## چرا نام گروهمان را اُکسین گذاشتیم؟!

در مکان کنونی اهواز، شهری باستانی با نام اُکسین وجود داشته، که در کتیبه‌های باستانی از آن نام برده شده است. این منطقه در زمان سلاطین عیلام، شهری آباد و پر سکنه بوده که به نظر می‌رسد در حملات آشور بانیپال یا اسکندر ویران شده است.

از آنجا که بنیان‌گذاران گروه توسعه کسب و کار اُکسین دارای اصالتی خوزستانی و از اهالی شهر اهواز هستند، به پاس نگاه‌داشت یاد و خاطره نیاکانمان، این نام را برای گروهمان انتخاب کردیم.

# ماموریت اکسین

تخصص ما خلق ارزش و هویت برای کسب و کارها از طریق نگاه همه جانبه به آن است. ما با این رویکرد بین کسب و کار و تمامی ذی‌نفعان ارتباط ایجاد می‌کنیم تا به اهداف ارتباطی و فروش خود دست پیدا کنند.



# در یک نگاه

گروه توسعه کسب و کار اُکسین به عنوان یکی از فعالان دانش و هنر برندسازی در ایران، شرکتی است که خدمات یکپارچه و جامع برندسازی را از پژوهش بازار و تدوین استراتژی برند تا ساخت برند و معرفی آن در سطوح رسانه‌های ارتباطی انجام می‌دهد.

در واقع اُکسین سازمانی پویا در حوزه تبلیغات، برندینگ و ارائه راهکارهای موثر بازاریابی بر پایه به‌روزترین رویکردهای علمی و حرفه‌ای است که با بهره‌گیری از دانش روز، تجربه سالیان متمادی و تعامل با برترین همکاران، خدمات خود را ارائه می‌دهد.

- سابقه فعالیت: از ۱۳۸۸ تا کنون
- تاسیس رسمی: ۱۴۰۱ هجری خورشیدی
- دفتر مرکزی: تهران
- تعداد پرسنل: ۱۰ نفر
- ارائه خدمات به بیش از ۳۰ برند
- فعالیت در بیش از ۱۳ حوزه کلان خدمت

# خدمات اُکسین



## بازاریابی دیجیتال

- تدوین استراتژی‌های بازاریابی دیجیتال
- تدوین برنامه شبکه دیجیتال
- تولید محتوای خلاقه
- بهینه سازی موتورهای جستجو
- بازاریابی شبکه‌های اجتماعی
- تبلیغات کلیکی
- تبلیغات نمایشی
- تبلیغات همسان
- تبلیغات ریتارگتینگ
- ایمیل مارکتینگ
- بازاریابی انبوه پیامکی
- طراحی رابط کاربری و تجربه کاربری
- طراحی اپلیکیشن اختصاصی



## راهکارهای بازاریابی و فروش

- تدوین استراتژی‌های بازاریابی
- طراحی شبکه ارتباطات بازاریابی
- برنامه‌های ارتباطی حضوری
- برنامه‌ی پیشبرد فروش
- گیمیفیکشن و خدمات مشتری
- فروش شخصی
- بازاریابی مستقیم
- همکاری در فروش



## هویت آفرینی برند

- تدوین هویت استراتژیک
- طراحی مفاهیم هویتی برند
- خلق هویت مفهومی
- خلق هویت بصری
- خلق هویت کلامی
- خلق هویت حسی و عاطفی
- خلق هویت رفتاری
- خلق هویت فرهنگی
- طراحی شخصیت برند
- برندینگ داخلی
- برندینگ کارفرمایی
- برندینگ شخصی



## پژوهش بازار

- بررسی فعالیت‌های سازمان
- تحقیق و تحلیل رفتار مخاطب
- بخش بندی بازار و مشتری
- طراحی نقشه ادراکی رقبا
- مطالعه محیط خرد و کلان صنعت
- تحلیل اکوسیستم همکاری

# خدمات اُکسین



## برنامه ریزی رسانه

- بهینه‌سازی آمیخته رسانه‌ای
- تدوین استراتژی رسانه
- بررسی عادت مصرف رسانه‌ای مخاطب
- تحلیل گروه‌های مرجع
- تدوین برنامه پخش تلویزیونی /رادیویی



## تولید تلویزیونی و رادیویی

- تولید تیزرهای ویدیویی و رادیویی
- کارگردانی و تهیه کنندگی
- نویسندگی و تریشن
- ویرایش و تدوین ویدیو
- تولید انیمیشن و موشن گرافی
- تولید برنامه زنده اینترنتی
- تولید برنامه تلویزیونی



## خلاقیت

- طراحی خلاقانه و بصری
- برنامه ریزی تقویم محتوا
- کپی رایتینگ
- طراحی تعاملی



## مدیریت تبلیغات

- تدوین استراتژی‌های تبلیغاتی
- روابط عمومی
- مشاوره تبلیغاتی
- راهبری پروژه تبلیغاتی افلاین و آنلاین
- ارزیابی اثربخشی تبلیغات



# خدمات اُکسین



## کمپین یکپارچه ارتباطات

- طراحی و اجرای کمپین ۳۶۰ ارتباطات بازاریابی
- بررسی استراتژی‌های ارتباطی و مالی کمپین
- پیاده سازی سیاست‌های بودجه‌بندی
- تهیه نقشه آمیخته رسانه
- خلق و پرورش پیام در بستر رسانه
- پایش و ارزیابی نتایج اقدامات اجرایی



## رسانه محیطی

- مشاوره قرارداد خرید رسانه
- تهیه نقشه توزیع رسانه
- ارائه گزارش تبلیغات فعال
- طراحی بسته‌های تلفیقی محیطی
- مانیتورینگ و ارائه گزارش‌های تحلیلی



## مدیریت رویداد

- اجرای برنامه حمایتگری و اسپانسرینگ
- انتخاب و مدیریت برنامه سفیر برند
- اجرای کنفرانس خبری
- برگزاری همایش و سمینار
- طراحی و مدیریت رویداد آنلاین

# فرآیند اکسین



## تولید محتوا Content Creation

در ادامه، هسته اصلی ایده در اختیار تیم تولید و ساخت محتوا قرار می‌گیرد تا هر کدام با مهارت و قدرتشان در جهت تاثیرگذاری استراتژی برند، به ایده خلق شده بال و پر دهند. س



## خلاقیت و ایده پردازی Idea & Creativity

ایده پردازی و تولید کانسپت خلاق و پس از آن ارزیابی ایده‌ها در همه مراحل مورد نیاز است؛ ایده‌ها در این بخش با تکنیک‌های تخصصی، سازمان یافته و با رویکرد استراتژیک تبیین می‌شود. س



## هویت برند Brand Identity

در این بخش با ترجمان راهبردی هر یک از سیاست‌ها به تدوین ماژول‌های هویتی برند و توسعه آن در لایه‌های مختلف سازمان خواهیم کرد که نتیجه آن یکپارچه‌سازی ادراک از برند است. س



## استراتژی برند Brand Strategy

با کمک شناسایی نقاط قوت و ضعف هر برند و فرصت‌ها و تهدیدهای بازار برند، می‌توان ارزش‌ها و اهداف هر برند را شناسایی و نقشه رسیدن به این اهداف را بر پایه سند راهبردی بنیان نهاد. س



## برنامه‌های بازاریابی Brand Activation

رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی که حامل پیام‌های برند هستند از طریق برنامه‌های بازاریابی در فضای واقعی و مجازی به صورت هم‌افزا برای پیشبرد اهداف ارتباطی و مالی مورد استفاده قرار خواهند گرفت. س



## مدیریت تجربه مشتری Customer Experience

موفقیت در مسیر این منظومه، با پیش‌مستمر و بروزرسانی تمامی مستندات و رصد نتایج برای ارائه برنامه بهبود تضمین می‌شود که با مدیریت تجربه خلق شده محقق می‌شود. س



## ارتباطات برند Brand Communication

برای اثبختی پیام هویت خلق شده باید با استفاده از نقاط تماس انتخابی در نقشه زمین بازی در بهترین زمان ممکن و به صرفه‌ترین بودجه، برای ارتباط با مخاطبان برنامه ریزی کرد. س



## خدمات مشتری Customer Service

پس از ورود مشتری به منظومه، فرآیند شناخت و تبادل دیدگاه به منظور ارائه و تدقیق نیاز و تعریف مساله انجام می‌شود تا ارتباط مشتری با بخش‌های مرتبط آژانس طرح ریزی شود. س



## تحقیقات بازاریابی Market Research

در این مرحله با شناسایی مساله و بررسی ابعاد داخلی و خارجی کسب و کار و در نهایت، مستند سازی یافته‌ها، به تجویز راهکارهای عملی جهت تدوین استراتژی در سطوح مختلف سازمان می‌پردازیم. س

