



MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

DR.MIRGHADERI

BRAND BOOK
DESIGN BY HAMAVAND AGENCY

سید امیر حسین میر قادری

دکتری تخصصی مهندسی صنایع؛ پسادکتری مدیریت

مدرس و عضو هیئت علمی دانشگاه

متخصص سیستم سازی کسب و کار



شخصیت برند

BRAND PERSONALITY

مخاطبین هدف:

مدیران کسب و کار های بزرگ و کوچک سازمان های آموزشی

نوع صحبت کردن:

به صورت رسمی و با استفاده از کلمات تخصصی

نحوه پوشش:

رسمی اما اسپرت به طور مثال در تابستان استفاده از تیشرت های یقه دار یا در زمستان استفاده از پالتو



شخصیت برند

با وجود مشخص بودن شخصیت برند در طراحی های بصری طراحی های یکپارچه تری را میتوانیم داشته باشیم. پس از صحبت های انجام شده و مشخص کردن مخاطبین هدف، با استفاده از تست های شخصیتی و سوالات مطرح شده و مطابقت آنها با شخصیت های کهن الگویی در صدهایی به دست آمد. در صورتی که بخواهیم یک شخصیت پردازای صحیح از جناب آقای دکتر میرقادری داشته باشیم ترکیبی از الگوهای حامی، یاغی، حکیم، معصوم می باشد.

40%

حامی

40%

حکیم

20%

یاغی

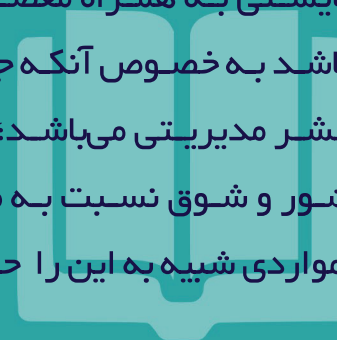
5%

معصوم



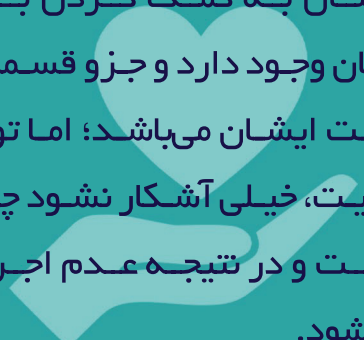
حکیم

قطعا این بعد بایستی به همراه معصوم، بیشترین جلوه را داشته باشد به خصوص آنکه جامعه مخاطبین ایشان، بیشتر قشر مدیریتی می‌باشد؛ لذا مخاطبان باید این حس شور و شوق نسبت به مشاوره دادن، متخصص بودن و مواردی شبیه به این را حس کنند.



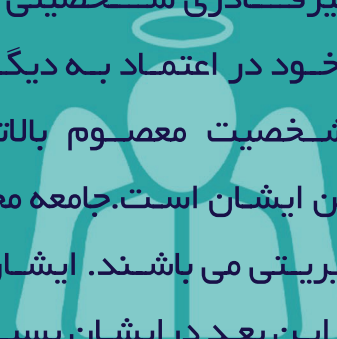
حامی

علاقمندی ایشان به کمک کردن به دیگران، در شخصیت ایشان وجود دارد و جزو قسمت های جدایی ناپذیر در هویت ایشان می‌باشد؛ اما توصیه می‌شود این بعد از هویت، خیلی آشکار نشود چرا که باعث از بین رفتن وقت و در نتیجه عدم اجرای بسیاری از کارهای مهم می‌شود.



معصوم

جناب دکتر میرقادری شخصیتی خوش بین و قابل اعتماد و خود در اعتماد به دیگران در درجه بالایی هستند، شخصیت معصوم بالاترین میزان نقش آفرینی در این ایشان است. جامعه مخاطبین ایشان بیشتر قشر مدیریتی می‌باشند. ایشان از روزمرگی فراری هستند و این بعد در ایشان بسیار فعال است. ایشان علاقه مند کمک به دیگران است.



یاغی

آقای دکتر میرقادری بسیار از روزمرگی فراری هستند و این بعد شخصیتی در ایشان بسیار فعال است؛ اما توصیه می‌شود همانند بعد حامی، این بعد بیشتر مخفی باشد.





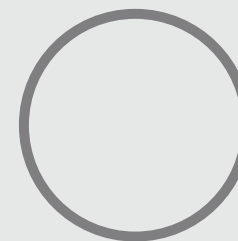
چرخ دنده

+



نمودار رشد

+



نماد چرخش

مفهوم

لوگو اصلی ترین المان بصری گرافیکی میباشد در این لوگو سعی شده است با توجه به هدف و نوع کسب و کار از چرخنده به عنوان المان سیستم سازی استفاده شود و همچنین نمودار رشد برای القای حس مشاوره های سازمانی و خطوط گرد و منحنی برای نشان دادن پویایی و خلاق بودن است.

به صورت کلی حجیم بودن فضای مثبت لوگو به علت انتقال حس اعتماد بیشتر به مخاطب است.





MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR







MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

DERI
VISOR

MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

ADERI
ADVISOR

MIRG
SYSTEM

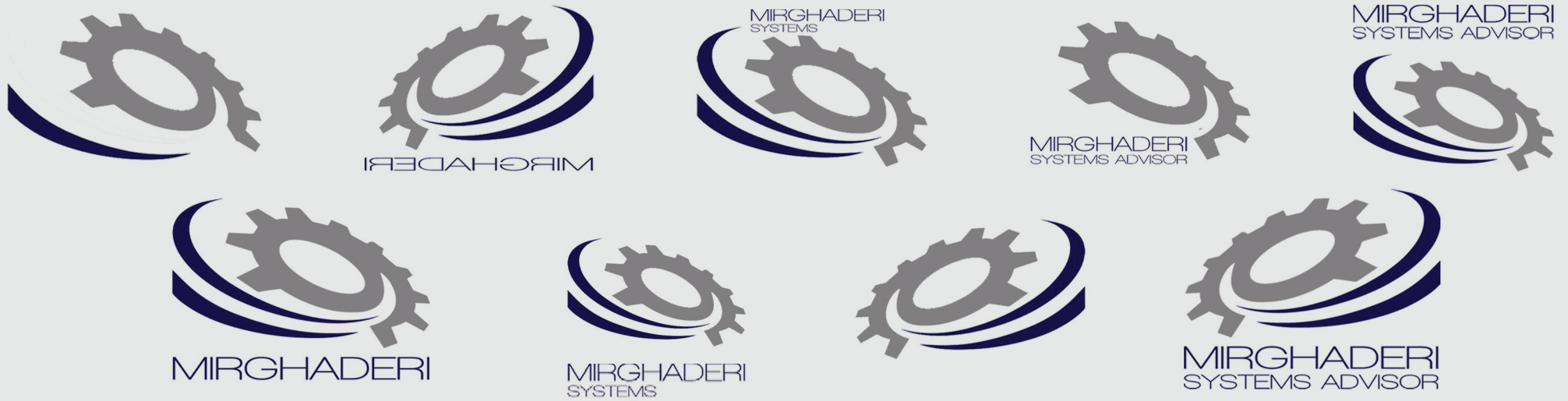
MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR

MIRGHADERI
SYSTEMS ADVISOR





موارد غیر مجاز استفاده از لوگو

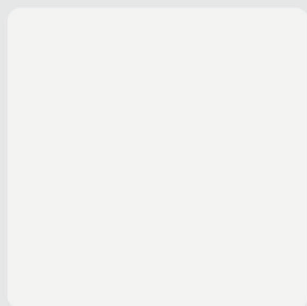


موارد غیر مجاز رنگی



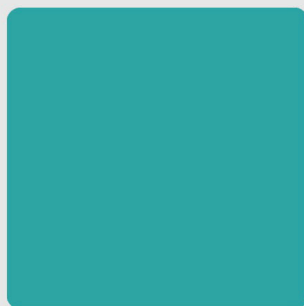
پالت رنگی

رنگ خشتی



#f1f1f1 R:241
C:4 , M:3 G:241
Y:3 , K:0 B:241

رنگ مکمل



#2da5a5 R:45
C:75 , M:14 G:165
Y:38 , K:0 B:165

رنگ فرعی



#7f7f7f R:127
C:52 , M:43 G:127
Y:43 , K:8 B:127

رنگ اصلی



#0c094b R:12
C:100 , M:100 G:9
Y:30 , K:44 B:75

این رنگ ها بر اساس کهن الگوهای برند طوری انتخاب شده اند که در حالت های چاپی و دیجیتال تفاوت رنگ نداشته باشند

فونت تیترا انگلیسی

Walkway Black

MIRGHADERI

فونت متن انگلیسی

Walkway Bold

MIRGHADERI

فونت تیترا فارسی

Lalezar

این تیترا من است.

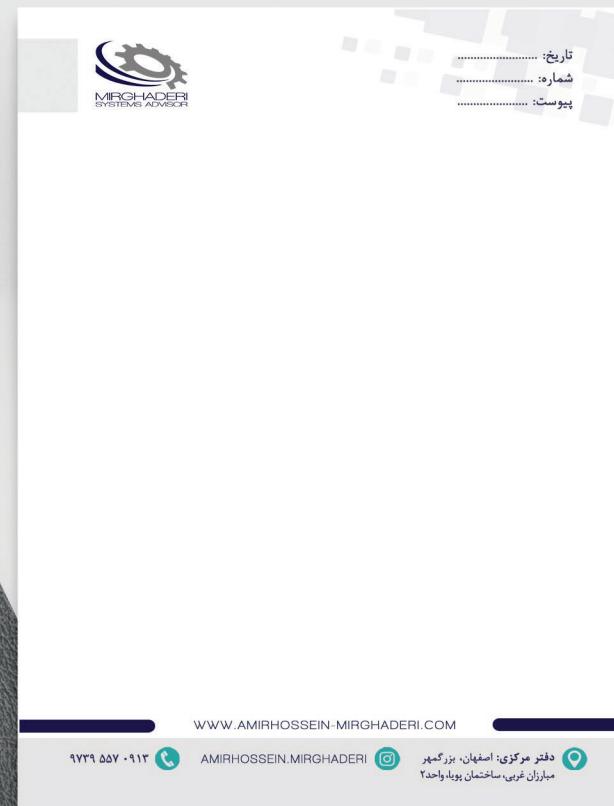
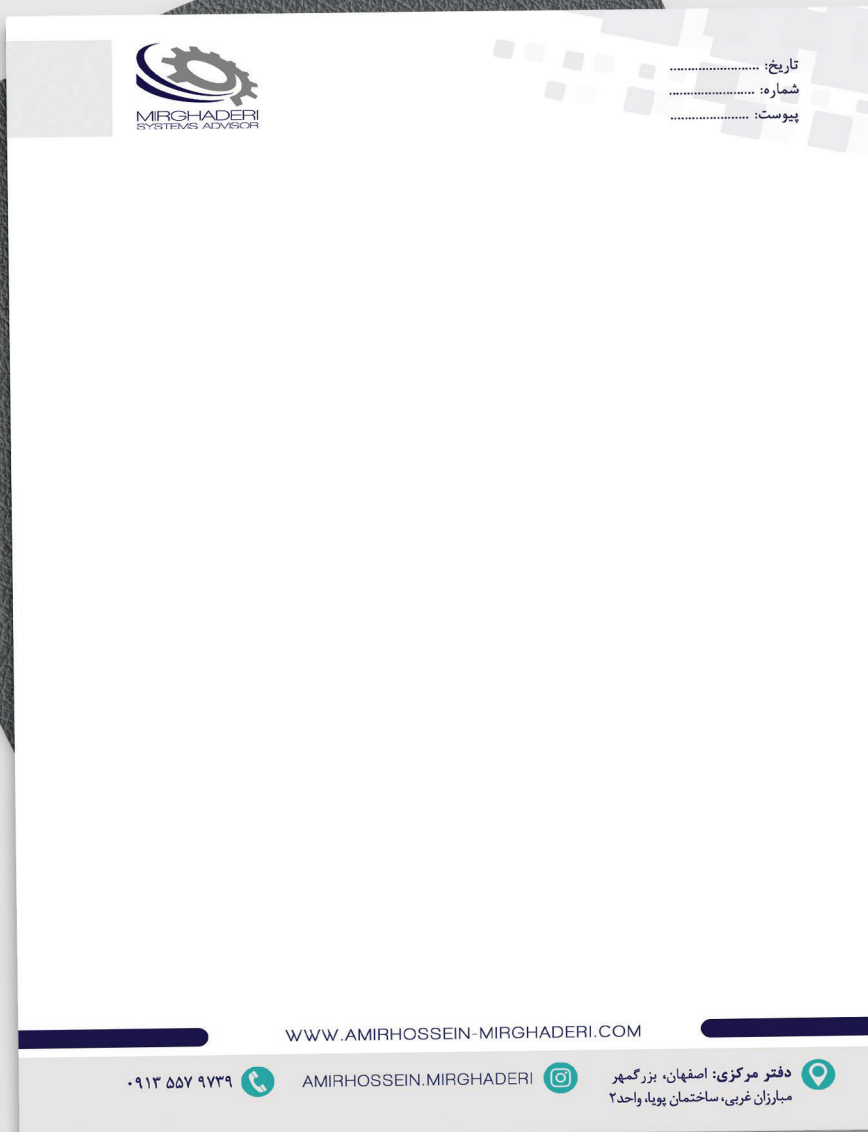
فونت متن فارسی

B Yekan

این متن من است.



سربرگ A4 و A5



سربرگ افقی (Landscape)







طراحی مجموعه فرم های چاپی

بوم مدل کسب و کار استرووالدر


| | | | | |
|---|---|--|---|--|
| <p>شرکای کلیدی</p> <p>چه افراد و مجموعه‌هایی در بیرون مرز کسب و کار شما باید باشند و کمک کنند تا مدل کسب و کار شما اجرا شود؟</p> | <p>فعالیت های اصلی</p> <p>کدام فعالیت‌ها را می‌توانید هسته کار خود بنامید؟</p> <p>کدام فعالیت‌ها حاشیه‌ای هستند؟</p> <p>مستقل از اسم و عنوان، کسب و کار شما واقعا چه می‌کند؟</p> | <p>ارزش پیشنهادی</p> <p>کالا یا خدمتی که عرضه می‌کنید چیست؟ برای مشتری چه ارزشی ایجاد می‌کند؟</p> <p>چرا باید به شما پول بدهند؟</p> <p>کدام درد او را کم می‌کنید؟</p> <p>کدام لذت را برایش ایجاد می‌کنید؟</p> | <p>ارتباط با مشتریان</p> <p>نقش شما در فرایند خرید چیست؟</p> <p>آیا همه چیز اتوماتیک است؟</p> <p>آیا فروشندگی و یا فرایندی برای کمک به تصمیم گیری مشتری دارید؟</p> <p>غیر از پرداخت پول، آیا مشتری در ایجاد ارزش نقش دارد؟</p> | <p>بخش مشتریان</p> <p>گروه‌های هدف شما چه کسانی هستند؟ مشتری و مخاطب اصلی محصول شما چه کسانی هستند؟</p> <p>چه کسانی مشتری شما نیستند و نخواهند بود؟</p> |
| <p>منابع اصلی</p> <p>مهمترین منابع لازم برای اجرای این مدل کسب و کار چیست؟</p> <p>غیر از منابع مالی به چه منابع دیگری نیاز دارید؟</p> <p>کدامیک از این منابع بعداً می‌تواند مزیت رقابتی شما باشد؟</p> | | <p>کانال توزیع</p> <p>کنال های ارتباطی شما با مشتری چیست؟ مشتری چگونه از محصول شما مطلع می‌شود؟</p> <p>موصول چگونه بدست مشتری می‌رسد؟</p> <p>بازرگانه‌های مشتری از چه کانال‌هایی به دست شما می‌رسد؟</p> | | <p>جریان درآمد</p> <p>چگونه پول در می‌آورید؟</p> <p>آیا مشتری و مصرف کننده در مقابل شما یکسان است یا دو گروه مختلف هستند؟</p> <p>آیا فقط یک بار از مشتری پول می‌گیرید یا در طول زمان مشتری باید دوباره پرداخت‌هایی داشته باشد؟</p> <p>برای آن دسته از مشتریان احتمالی که هنوز حاضر نیستند پولی به شما بدهند هیچ نوع ارزشی برای ارائه دارید؟</p> |
| <p>ساختار هزینه‌ها</p> <p>هزینه های این مدل کسب و کار به چه سرفصل‌هایی تقسیم می‌شود؟</p> <p>سرفصل‌هایی که بخش عمده هزینه را می‌سازند چه هستند؟</p> <p>ساختار هزینه در این مدل کسب و کار با بزرگ شدن و افزایش مقیاس کسب و کار چه تغییری می‌کند؟</p> | | | | |



سید امیرحسین میرقادری
 دکتر تخصصی مهندسی صنایع - مدرس دانشگاه
 مشاور سازمانی و متخصص سیستمی سازی

ارزیابی اولیه کسب و کار های استارت‌آپ

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|-------------------------|-----------------|----------------|----------------|------------------|--|--|--|----------------------------|--|--|--|---------------------|--|--|--|-------------------|--|--|--|------------------------|--|--|--|-------------------|--|--|--|-------|--|--|--|
| <p>نام: _____</p> <p>تاریخ: _____</p> <p>آدرس ایمیل: _____</p> <p>نوع کسب و کار: _____ نام کسب و کار (اگر نهایی شده): _____</p> <p>شماره تلفن ثابت: _____ شماره تلفن همراه: _____</p> <p>برای اینکه جلسه مشاوره آینده شما موثرتر باشد، لطفاً به تمام سوالات زیر به بهترین نحو ممکن پاسخ دهید.</p> <p>توجه: تمام اطلاعاتی که به KFBDC داده می‌شود محرمانه است.</p> <p>چگونه مالکیت و مدیریت یک کسب و کار به شما در دستیابی به اهداف شخصیت کمک خواهد کرد؟</p> <p>آیا کسب و کار خود را در 25 کلمه یا کمتر توصیف نمایید:</p> | <p>آیا شما تصور می‌کنید یک بازار (بازار مشتری و پاره) برای ایده شما وجود داشته باشد؟ خیر بله</p> <p>فهرستی از تمام محصولات یا خدماتی را که قصد دارید به مشتریان خود ارائه دهید بیان نمایید.</p> <p>فهرستی از موارد (تجهیزات، دارایی، ساختمان، زمین و غیره) که متعلق به شما بوده و ممکن است در کسب و کار شما استفاده شود، ذکر نمایید.</p> <p>هر تجربه ای که شما یا سایر اعضای تیم مدیریت خود در یک کسب و کار فعالیت داشته‌اید یا صنایع خاصی که در آن کار کرده‌اید را شرح دهید:</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>در جای خالی که بهترین توصیف شما و شرکای کلیدی یا مدیران شرکت شما است، علامت بزنید.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 25%;">حسابداری و امور مالیاتی</td> <td style="width: 25%;">دارای دانش کافی</td> <td style="width: 25%;">نیاز به مشاوره</td> <td style="width: 25%;">نیاز به مشاوره</td> </tr> <tr> <td>دیجیتال مارکتینگ</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>مدیریت مالی و سرمایه گذاری</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>بازاریابی و تبلیغات</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>سازماندهی کارکنان</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>رهبری و مدیریت کارکنان</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>قروض و قیمت گذاری</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>سایر:</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>آیا برای تعیین مالی محصولات خود نیاز به سرمایه کاری دارید؟ خیر بله</p> | | حسابداری و امور مالیاتی | دارای دانش کافی | نیاز به مشاوره | نیاز به مشاوره | دیجیتال مارکتینگ | | | | مدیریت مالی و سرمایه گذاری | | | | بازاریابی و تبلیغات | | | | سازماندهی کارکنان | | | | رهبری و مدیریت کارکنان | | | | قروض و قیمت گذاری | | | | سایر: | | | |
| حسابداری و امور مالیاتی | دارای دانش کافی | نیاز به مشاوره | نیاز به مشاوره | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| دیجیتال مارکتینگ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| مدیریت مالی و سرمایه گذاری | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| بازاریابی و تبلیغات | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| سازماندهی کارکنان | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| رهبری و مدیریت کارکنان | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| قروض و قیمت گذاری | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| سایر: | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |



سید امیرحسین میرقادری
 دکتر تخصصی مهندسی صنایع - مدرس دانشگاه
 مشاور سازمانی و متخصص سیستمی سازی

فرم های چاپی برای مستند سازی جلسات مشاوره طراحی شده اند که قابلیت دیجیتالی و تایپ کردن (به همراه فایل ورد) را نیز دارند. در این طراحی مخاطبین هدف کسب و کار های بزرگ و متوسط بوده اند .



خط مشی برند در فضای دیجیتال

باتوجه به رسالت فعالیت دکتر میرقادری در فضای دیجیتال که بر پایه انتقال تجربه و ارائه مطالب کاربردی برای پرسونای مخاطبین شامل دانشجویان و همکاران ایشان در فضای صنعتی و دانشگاه است؛ انتظار می‌رود محتوای ارائه شده در فضای دیجیتال از اعتبار علمی بالایی برخوردار باشد. به همین دلیل سعی شده در کلیه محتواها، از منابع و رفرنس‌های معتبر و مطالب دست اول، تجربی و کاربردی استفاده شود.

با در نظر گرفتن مأموریت منحصربفرد هر کدام از شبکه‌های اجتماعی، سعی شده در وبسایت دکتر میرقادری که بستری جامع و ماندگار است مطالب عمیق‌تر و وسیع‌تر استفاده شود. به همین ترتیب در سایر رسانه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام مطالب با محوریت انتقال تجربه و ارتباط نزدیک با مخاطبان منتشر می‌شوند. همچنین شبکه‌های اجتماعی دیگر نظیر لینکدین و توییتر با هدف شبکه‌سازی و ارتباط مستقیم با جامعه هدف برند برای فعالیت در نظر گرفته شده است.



تصویرسازی فرایند مشاوره

۱۰ - جلسه ارزیابی عملکرد

۱۵۰ MIN

سبک تصویر سازی: ایزومتریک

در این تصویر سازی سعی شده روند مسیر مشاوره ی دکتر میرقادری به حالت گرافیکی قابل فهم ایجاد شود تا مشاور و مراجع در مسیر مشاوره با یکدیگر هم ذهن باشند و بتوانند با بازدهی بیشتری به این مسیر ادامه دهند. در این طرح سعی شده که با استفاده از نماد های جان بخشی، مراحل رشد در گذر زمان را نشان داده تا مشخص شود که تغییر برای فرد مراجعه کننده چگونه خواهد بود.

۷۵ MIN

۶ - جلسات مشاوره تخصصی

90 MIN

۳ - آنالیز اولیه کسب و کار

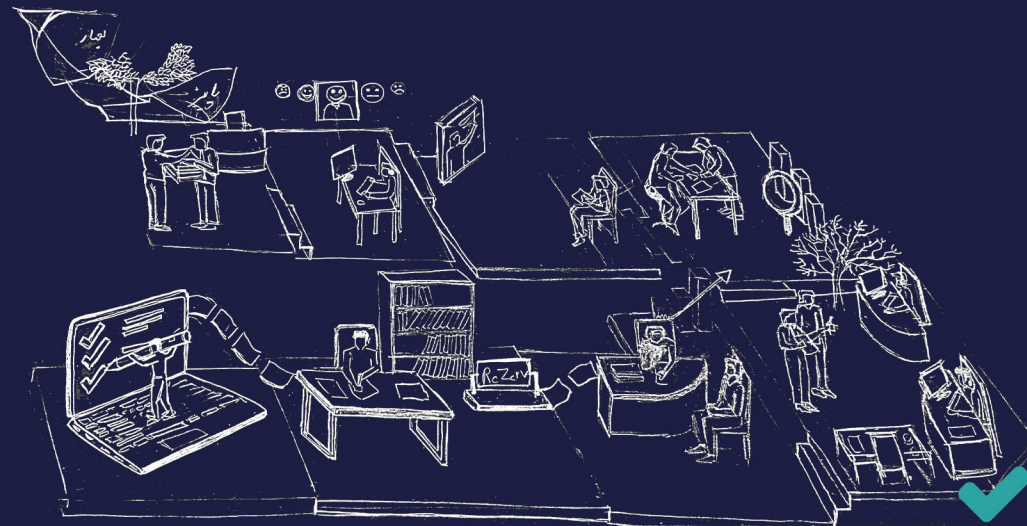
۴۵ MIN



۱ - تکمیل فرم

۲ - بررسی اطلاعات

ایده یابی و اتود دستی





طراحی مجموعه فرم های سایت

بوم نوپای ناب

MIRGHADERI
INTERNET AGENCY

| | | | | |
|---|---|---|---|--|
| سأله ۲-۱ مسأله را فهرست کنید | راه حل راه حل ممکن برای هر مسأله را بیان کنید | ارزش پیشنهادی یکتا پایه یگانه روشن و گیرای که بیان می کند چرا شما متفاوت هستید و ارزش توجه را دارید | بزرگی مطلق چیزی که نمیتواند به آسانی خریداری یا کپی شود | بفش مشتریان مشتریان و کاربران هدف خود را لیست کنید |
| جذابترین هاے مورد اینکه این مسأله ها امروزه چگونه حل شده اند را لیست کنید | شهره هاے لیدی عدد های کلیدی که به شما میگویند کسب و کارتان چگونه پیش میرود را لیست کنید | مفهوم سطح باء قیاس الف برای ب خود را بیان کنید. مثل: یوتیوب=شمارهگر برای ویدئو ها | نانال راه خود به مشتریان را بیان کنید (درونگر- بیرونگر) | یمنیزننگان آغامین ویژگی های مشتری ایده آل خود را لیست کنید |
| سفار هونے ها هزینه های ثابت و متغیر خود را لیست کنید | | | چیان درآند منابع درآمد خود را لیست کنید | |

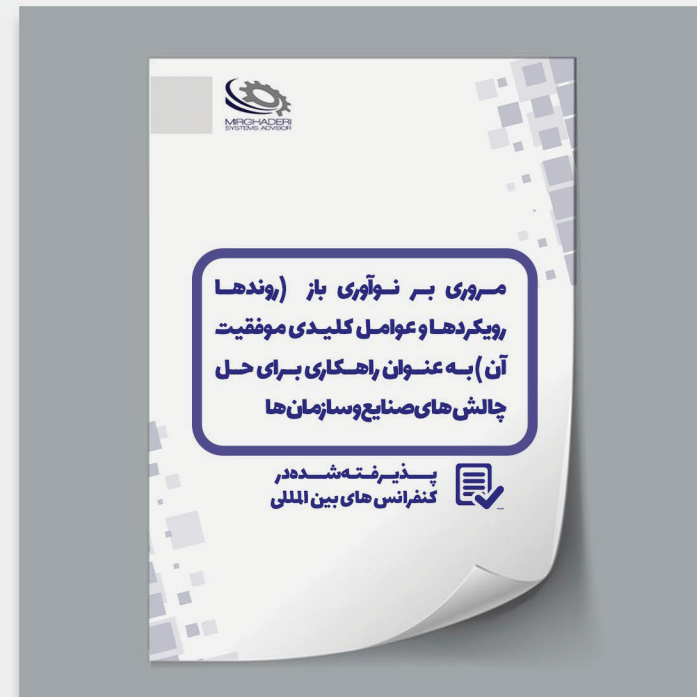
کاربرگ مشخصات کسب و کار

MIRGHADERI
INTERNET AGENCY

| | |
|-----------------------------|--|
| نام کسب و کار | |
| بیتارے مآریریت | |
| فلسفه ارزشها | |
| چشم انداز | |
| اهداف و نقاط عطف | |
| بدر هدف | |
| رقبای صنعت | |
| سابقه قدرتی و قابلیت | |

این فرم ها برای فضای دیجیتال و آموزش طراحی شده اند که قابلیت تایپ کردن (به همراه فایل ورد) را نیز دارند.

طراحی های تصاویر شاخص صفحه مقالات سایت



طراحی های تصاویر شاخص صفحه دوره های سایت





سید امیرحسین میرقادری

دکتری تخصصی مهندسی صنایع، پسا دکتری مدیریت
عضو هیئت علمی و ریاست دانشگاه
مشاور سازمانی و متخصص سیستم سازی

سوابق تحصیلی

پسا دکتری مدیریت کارآفرینی
گرایش: حکمرانی کسب و کار

دکتری تخصصی مهندسی صنایع
گرایش: بهینه‌سازی سیستم‌ها
معدل: 19.67

کارشناسی ارشد مهندسی صنایع
گرایش: مدیریت سیستم و بهره‌وری
معدل: 19.54

کارشناسی مهندسی صنایع
گرایش: صنایع
معدل: 17.10

سوابق شغلی

در سمت موسس و مدیر عامل
گروه توسعه کسب و کار ایریک
شرکت درمان یسویان فراسو ایرانیان
شرکت رایگا تجهیز سلامت پارتاک
مرکز مطالعات مدیریت و مشاوره مدیرساز
شرکت تجارت داران فردا

در سمت مدرس و هیئت علمی دانشگاه
دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد
دانشگاه جامع علمی کاربردی اصفهان
موسسه آموزش عالی فن پردازان
شهرک علمی تحقیقاتی دانشگاه صنعتی
شکوه پژوهش و فناوری استان اصفهان

در سمت مشاور سیستم سازی و توسعه
مجمع صنعتی سپاهان باتری
شرکت اک تک تکنولوژی گیش
شرکت پارسپان زرین اسپادانا
هلدینگ رایانه پیوا

دوره‌ها و گواهینامه‌ها

دوره تخصصی مدیریت فرایند های بارگانی و تجاری سازی مشاوره
دوره تخصصی هوش تجاری و مدیریت عملکرد سازمانی
دوره تخصصی کنترل و مدیریت پروژه Primavera P6
دوره تخصصی مدیریت فرایند های بارگانی و تجاری سازی مشاوره

افتخارات

کمیته رتبه برتر و فارغ التحصیل ممتاز در مقطع کارشناسی ارشد
کمیته رتبه اول در چندین رویداد کارآفرینی استارت‌آپ و کدک و هفتاد در سنه
مدیرسنر دوره های آموزشی تخصصی مدیریت کسب و
کار، مشاور و سخنران چندین رویداد تخصصی کارآفرینی بین المللی

دوره‌ها و گواهینامه‌ها

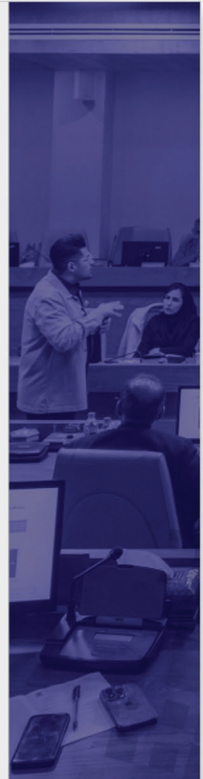
- دوره تخصصی همکاری سازمانی، مدیریت و مدل سازی فرایند های ک
- دوره تخصصی هوش تجاری و مدیریت عملکرد سازمانی
- دوره تخصصی کنترل و مدیریت پروژه Primavera P6
- دوره تخصصی مدیریت فرایند های بارگانی و تجاری سازی مشاوره

تالیفات

- اسرار و کدیک مدیریت فرایند ها و سیستم های کسب و کار (فرآیند بیسی محبوب و رتبه
- کتاب بازاریابی و مدیریت بازار پیشرفته
- کتاب مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته
- کتاب تئوری های سازمانی و مدیریت
- کتاب نظریه های کارآفرینی (کتابور دکتری مدیریت)
- چوبه آموزشی مدیریت کارآفرینی
- چوبه آموزشی هوش تجاری و مشاوره های مدیریتی
- چوبه آموزشی سیستم های مدیریت کیفیت و ایرو
- نویسنده بیش از 10 عنوان مقاله ISI و علمی پژوهشی منتشر شده
- و سخنران های چندین رویداد بین المللی

زبان انگلیسی

- مهارت خواندن
- مهارت نوشتن
- مهارت گفتاری
- مهارت شنیداری

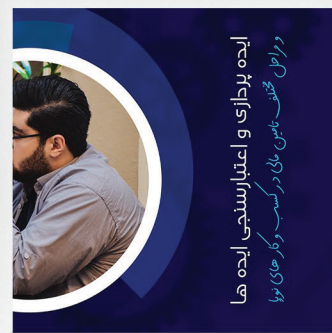


طراحی تمپلیت اینستاگرام



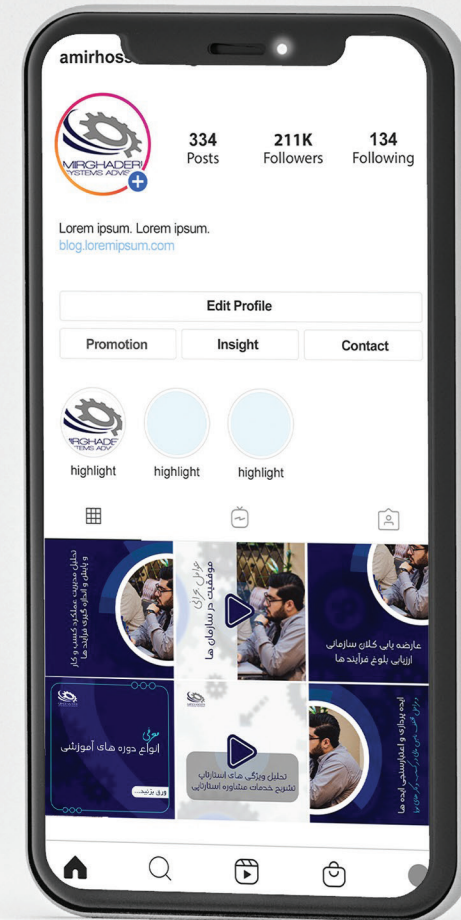
کاور ویدیو ها

کاور ویدیو ها ی پیج اینستاگرام در قالب کلی باید تمایز داشته باشند تا برای مخاطبین قابل فهم و تشخیص باشد و بعد از ورود آنها به پیج قابلیت کلیک بیشتری داشته باشند.



پست های گرافیکی

پست های گرافیکی در دو قالب کلی با عکس و بدون عکس در نظر گرفته شده است.



طراحی تمپلیت پاورپوینت



در تمپلیت پاور پوینت ۳ صفحه طراحی شده که یک صفحه برای تیتروها و دو صفحه برای متن ها در نظر گرفته شده است. از بین این دو صفحه یکی خلوت تر برای نوشتن متون بیشتر و یکی همراه با پترن برای متون کمتر.



با توجه به شخصیت برند و لوگوی دکتر میرقادری دو پترن برای ایشان طراحی شد که یکی از آنها مربعی و دیگری از المان چرخ دنده استفاده شده است و ترجیحا با توجه به شخصیت دکتر بیشتر از نمادهای لبه گرد استفاده شده است.



برای تولید محتوای عکس و فیلم باید به نحوه ی پوشش بیان شده دقت شود تولید محتوا با لباس اسپرت غیر مجاز و فضای فیلم و عکس باید رسمی و شیک باشند به طور مثال عکاسی در پارک یا فیلم برداری در ماشین غیر مجاز است.



IRIC BUSINESS
DEVELOPMENT GROUP



HAMAVAND
Creative Communication Agency