



معرفی شرکت پیمان سازه :

شرکت ساختمانی پیمان سازه در تاریخ ۱۳۷۶/۷/۶ به صورت شرکت سهامی خاص تاسیس و با شماره ۳۴۳۵ در اداره ثبت شرکتها و مالکیت صنعتی یزد به ثبت رسیده است. این شرکت در حال حاضر دارای گواهی صلاحیت پیمانکاری با رتبه ۳ آب و پنج ساختمان از سازمان برنامه و بودجه می باشد.

فعالیت شرکت :

موضوع فعالیت شرکت طبق ماده ۴ اساسنامه انجام کلیه امور ساختمانی و آبرسانی، تاسیساتی و تجهیزاتی و امور مربوط به آن میباشد. این شرکت از بدو تاسیس تا کنون مشغول اجرای پروژه های ساختمانی، ساخت مخازن بتنی (زمینی و هوایی) و خطوط انتقال آب و فاضلاب در استان بوده است.



برنامه ریزی برندینگ در شرکت پیمان سازه :

گام اول : تنظیم بیانیه ماموریت شرکت

بیانیه ماموریت شرکت پیمان سازه :

شرکت پیمان سازه به عنوان یک شرکت باتجربه در بخش پیمانکاری در زمینه اجرای پروژه های ساختمانی ، آبرسانی ، تاسیساتی و امور مربوط به آن در جهت عمران و آبادانی کشور تلاش نموده و ضمن رعایت اصول اخلاق حرفه ای ، خود را متعهد به تامین رضایت کلیه ذی نفعان از طریق انجام به موقع و باکیفیت پروژه ها و حفظ ارزشهای سازمانی می داند .

گام دوم : استخراج عناصر مرتبط با برند از بیانیه ماموریت

- اجرای به موقع و باکیفیت (متعهد و امانت دار)
- تامین رضایت کلیه ذینفعان (ارزش آفرین)
- حفظ ارزشها و اخلاق حرفه ای (متعهد)
- با تجربه و حرفه ای (حرفه ای و مجرب)



گام سوم : نوشتن brand essence

اسانس برند همان جوهره اصلی برند یا صفات مشخصی که با بیان آن برند توصیف می‌گردد و با مأموریت سازمان هم راستاست .

متعهد ، حرفه ای
مجرب و
امانت دار

گام چهارم : انتخاب Tagline

عبارت کوتاهی که زیر لوگوی شرکت می آید و با بهره گیری از استعاره در ذهن مخاطب جایگاه و تصویری که برگرفته از جوهره برند هست ایجاد می نماید .



چشمه باشیم جوشان و بهره رسان

چشمه استعاره ای از تعهد ، ارزش آفرینی و اصالت و تجربه است



گام پنجم: Brand Identity تدوین هویت برند

از آنجا که هویت برند باید برگرفته از انتخابها و ویژگی های جامعه هدف (مشتریان) باشد قابل ذکر است که شرکت پیمان سازه دارای بیزینس B2B بوده و تمامی کارفرمایان (مشتریان) شرکت از موسسات دولتی یا خصوصی تشکیل شده اند و از طریق مدل ارزیابی و شرکت در مناقصه پیمانکاران را انتخاب می کنند. بر این اساس سند هویت برند در برنامه ریزی برندینگ پیمان سازه میتواند به شکل زیر باشد:

تهیه سند هویت برند:

- ۱- صفت متمایز کننده پیمان سازه: حرفه ای، متعهد و امانت دار
- ۲- هویت بصری شامل:
 - لوگو:
 - رنگ: نارنجی و سرمه ای
- المان های تبلیغاتی: رزومه شرکت، پرسنل حرفه ای، سوابق مدیریت (brand personality)
- کانال های تبلیغاتی: ارسال فایل و پرینت رزومه به مشتریان از طریق ایمیل یا تلگرام، سایت شرکت، بازاریابی شبکه ای (دهان به دهان) - اهدای پکیج های تبلیغاتی
- تنظیم ارزشهای سازمانی شرکت: در صفحه بعد ذکر شده
- اولین جمله ای که بعد از نام برند به ذهن میرسد: متعهد و حرفه ای
- تداعیات ذهنی افراد از پیمان سازه: متعهد و حرفه ای، امانت دار

- ارزش های سازمانی :

- چشمه باشیم جوشان ، نه خروشان
از بهره خود به دیگران فیضی
رسانیم نه آنکه بهره دیگران را فدای
فیوضات خود گردانیم .

- هر شخص در این سازمان وظایفی
دارد که برای اجرای صحیح آن
میکوشد و تلاش همه افراد به سمت
انجام درست تعهدات سازمان خواهد
بود .

- مشتریان ما آسوده خاطرند. چون
سرمایه خود را در جای امنی به امانت
گذارده اند که با ارزش افزوده اش در
زمان مقرر به آنها باز خواهد گشت .

- دین هر پرسنل نسبت به سازمان
و دیگر همکارانش تنها با تعهد و
صداقتش ادا خواهد شد و دین سازمان
نسبت به پرسنل با تامین امنیت
شغلی و توجه به کرامتهای انسانی
کامل می گردد



رویکردهای برند:

با توجه به ماهیت B2B در برند پیمان سازه و انتخاب مشتری از طریق ارزیابی کیفی، رویکردهای برند بیشتر از پارادایم اثبات گرانشات گرفته و از رویکردهای اقتصادی و مبتنی بر مصرف کننده استفاده میشود. (ارائه رزومه و مدارک مربوط به ارزیابی) شرکت پیمان سازه در نظر دارد از برخی رویکردهای پارادایم تفسیری مانند رویکرد اجتماعی جهت معرفی هرچه بهتر خود به مشتریان استفاده نماید.

Brand Personality شخصیت برند

مرد / قدرتمند / محکم / پرتلاش /
با نشاط / امیدوار / منضبط / هدفدار



شاد و پر تلاش
به امید موفقیت روز افزون

تهیه و تنظیم : سعیده حسینی مطلق