



Branding Canvas



بوم برندینگ، ابزاری است که با ارائه یک چارچوب ساختاریافته و بصری، این امکان را فراهم می‌کند تا مفاهیم کلیدی برند خود را به طور واضح و مختصر، تعریف و تبیین کنیم.

این مفاهیم، در مسیر طراحی هویت برند و رسیدن به عناصر MVV (ماموریت، چشم‌انداز و ارزش‌ها) نیز مورد استفاده قرار می‌گیرند.

بوم برندینگ

Branding Canvas

پیشنهادهای ما

(محصول / خدمت ما چیست؟)

با ارائه طیف متنوعی از بیمه‌های زندگی، به مشتریانمان کمک می‌کنیم آینده‌ای امن و آسوده برای خود و خانواده‌شان بسازند. مهم‌ترین محصولات ما عبارتند از:

- بیمه سرمایه‌گذاری
- بیمه مستمري آتی
- بیمه عمر زمانی
- بیمه بازنشستگی تکمیلی

محیط برند

ما یک شرکت ارائه دهنده بیمه‌های زندگی و زیرمجموعه هلدینگ مفید هستیم.

توانمندی‌ها

(چه کاری از ما ساخته است؟)

- دانش و تجربه مفید در زمینه سرمایه‌گذاری
- تیم متخصص و با تجربه در صنعت بیمه
- روحیه خلاق و جسورانه برای دگرگونی در صنعت
- سطح بالای توانگری مالی بیمه مفید
- شبکه گسترده نمایندگان فروش
- شبکه مشتریان مفید

اعتماد

(چرا ما قابل اعتماد هستیم؟)

- برند و سابقه هلدینگ مالی مفید
- مدیران نام آشنا و با تجربه صنعت بیمه
- کیفیت بالای خدمات و شفافیت در عملکرد
- تعهد به ارائه خدمات با بهترین کیفیت

فرهنگ

(ارزش‌های اصلی ما چیست؟)

- شفافیت: شفافیت در عملکرد، ارائه خدمات با کیفیت، پاسخگویی صادقانه
- نوآوری: استفاده از تکنولوژی‌های نوین در ارائه محصولات و خدمات جدید
- تعهد: متعهد به ارائه خدمات با کیفیت و پاسخگویی به نیازهای مشتریان
- فروتنی: گوش دادن فعال به نظرات مشتریان و تلاش برای بهبود مستمر
- حرفه‌ای‌گری: ارائه محصولات بیمه‌ای با بالاترین کیفیت و استاندارد ممکن

تعهد

(مأموریت ما چیست؟)

- مقدم شمردن رضایت و منافع مشتریان
- کمک به حفظ کیفیت زندگی افراد در طول زندگی
- حفظ نوآوری در زمینه سرمایه‌گذاری و تامین آتیه
- ایجاد اطمینان خاطر و آرامش در برابر اتفاقات غیر مترقبه
- ارتقای سطح آگاهی جامعه نسبت به مزایای بیمه زندگی

Branding Canvas



سرمایه گذاری

(برای موفقیت نیازمند چه هستیم؟)

- ★ سرمایه گذاری در بازاریابی و تبلیغات برای افزایش آگاهی از برند
- ★ سرمایه گذاری در زیرساخت های فناوری برای ارائه خدمات با کیفیت
- ★ سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه برای نوآوری در محصولات و خدمات
- ★ استخدام و آموزش کارکنان با استعداد و مجرب
- ★ ایجاد فرهنگ سازمانی قوی و مبتنی بر ارزش های برند

نتایج

(چه به دست خواهد آمد؟)

- ★ از دید اجتماعی (افزایش آگاهی از برند، ارتقای جایگاه برند و افزایش تعهد به مسئولیت های اجتماعی)
- ★ از دید مالی (افزایش ارزش برند، افزایش سهم بازار و افزایش سودآوری برای سرمایه گذاران)
- ★ از دید مشتری (افزایش تعداد، افزایش رضایت و افزایش وفاداری مشتریان)
- ★ از دید شبکه فروش (ارتقای سطح رضایت، وفاداری، تقویت انگیزه و تعهد)

Branding Canvas



The Golden Circle



کانسپت دایره طلایی

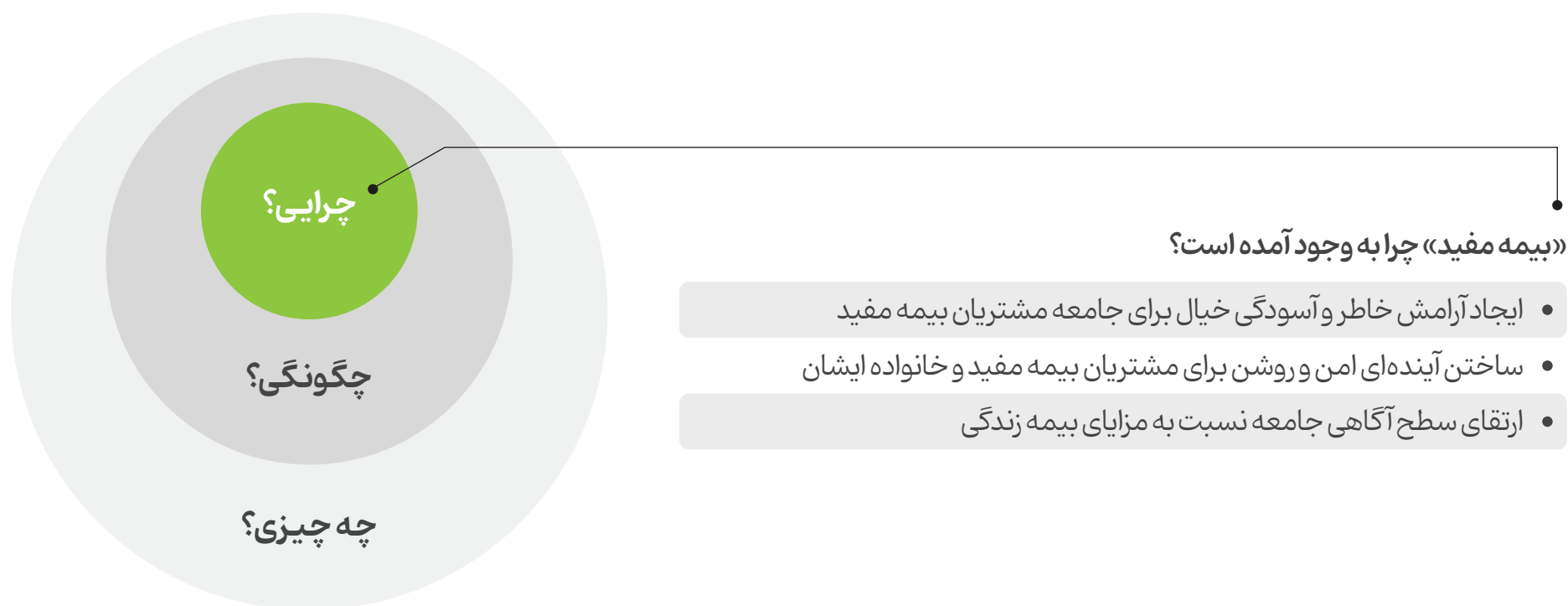
دایره طلایی نیز یکی از ابزارهای قدرتمند در زمینه برندینگ است که کمک می‌کند هویت و پیام خود را به طور شفاف و متقاعد کننده به مخاطبان منتقل کنیم. این مدل با تمرکز پاسخ سه سوال «چرا»، «چگونه» و «چه چیزی» کمک خواهد کرد تا تمایز خود را با رقبا بیابیم، در سطح عمیق‌تری با مخاطبین خود ارتباط برقرار کنیم و بر اساس هویت برند خود تصمیمات استراتژیک بگیریم.

لزوم پرداختن به این کانسپت

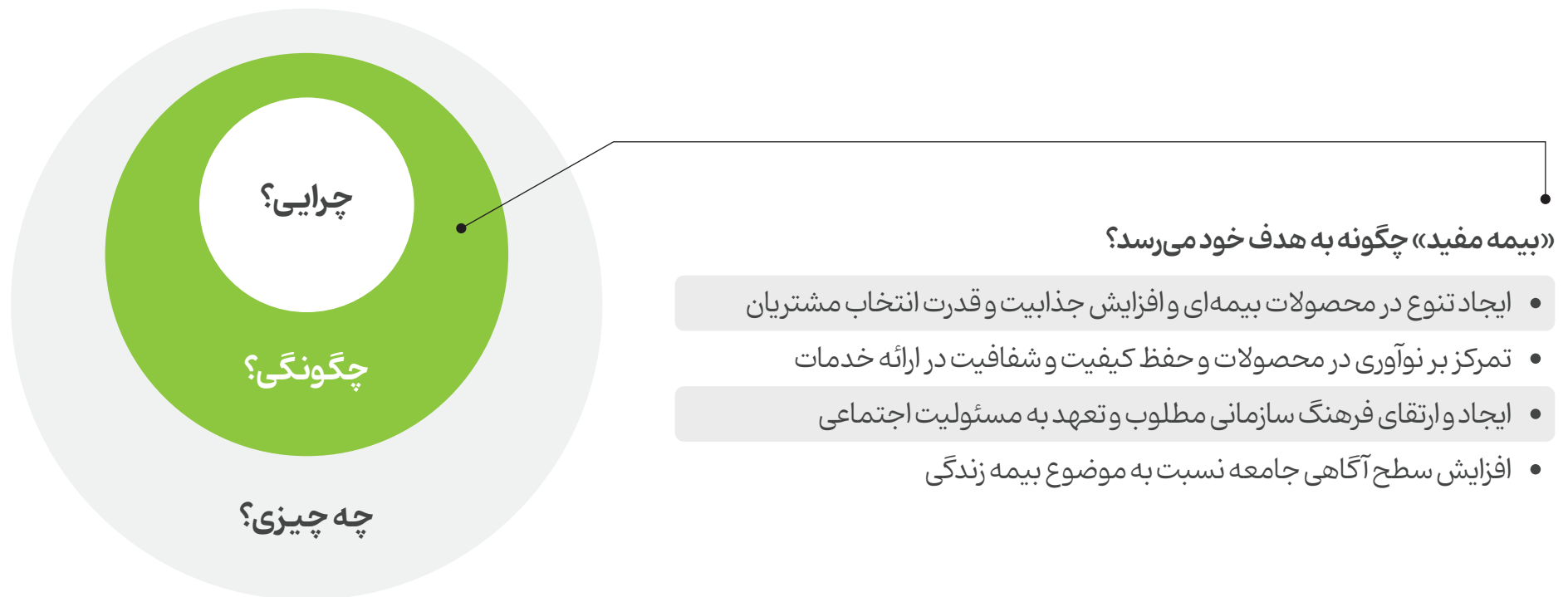
این کانسپت به عنوان ابزاری قدرتمند در تدوین Mission, Vision و Value مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین با پاسخگویی به سه سوالی که رکن این کانسپت است، سرآغازی برای تدوین MVV است.

دایره طلایی

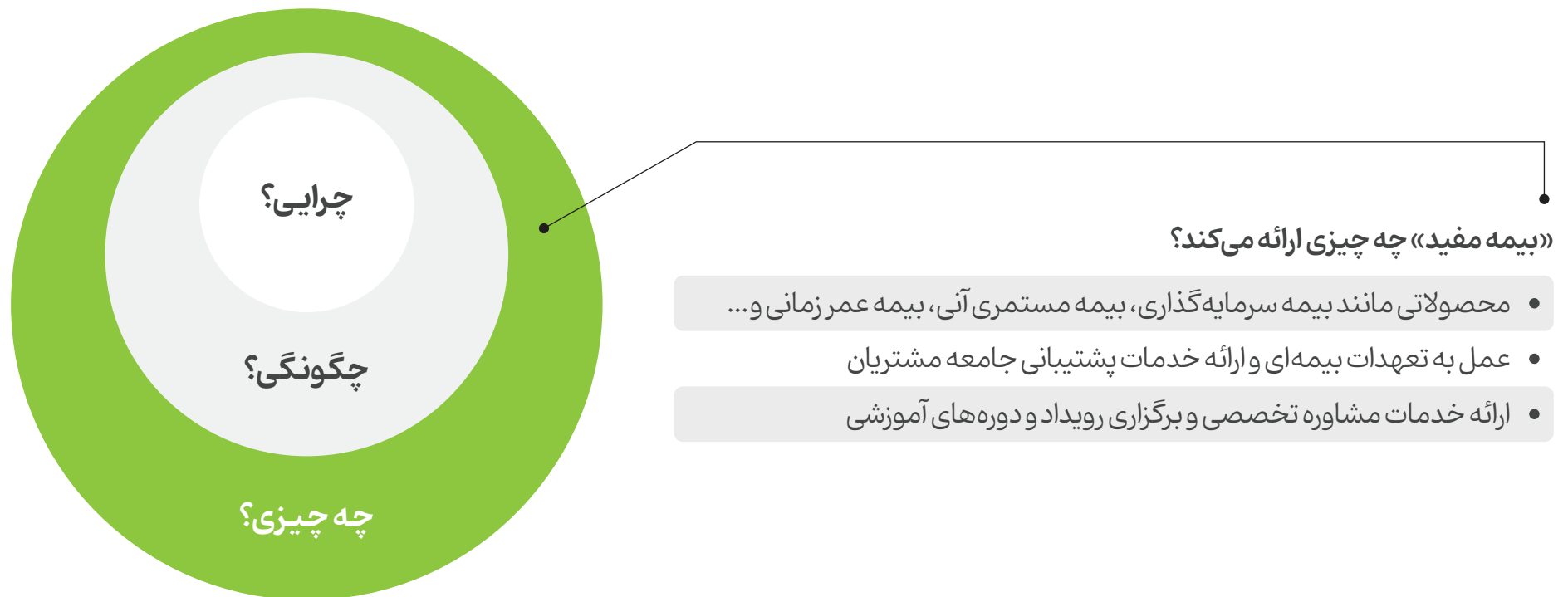
The Golden Circle



The Golden Circle



The Golden Circle



MVV

مأموریت چشم انداز ارزش ها

MVV مخفف Mission (مأموریت)، Vision (چشم انداز) و Values (ارزش ها) است و به عنوان هسته اصلی هویت برند شناخته می شود. این سه عنصر، بنیان برند را تشکیل می دهند و به تمام فعالیت های آن جهت می دهند.

MVV نقشی کلیدی در فرایند خلق برند ایفا می کند، زیرا به ما کمک می کند تا:
هویت خود را به طور واضح و مختصر تعریف کنیم
با مخاطبان خود در سطح عمیق تری ارتباط برقرار کنیم
بر اساس هویت برند تصمیمات استراتژیک بگیریم

مأموریت* (Mission)

تشویق به زیستن سرشار از امید و اطمینان

* بیانیه مأموریت یا رسالت سازمان، خلاصه‌ای از هدف و دلیل وجودی آن است. این بیانیه به طور واضح بیان می‌کند که سازمان چه کاری انجام می‌دهد.

دستیابی به محبوبیتی تحسین برانگیز
با ایجاد سطح بالایی از رضایت مندی
از طریق ارائه راه حل های متنوع بیمه ای و سرمایه گذاری

* چشم انداز، تصویری الهام بخش از آینده مطلوب سازمان است. این تصویر باید قابل دسترس و باورپذیر اما در عین حال آنقدر بزرگ باشد که انگیزه بخش کارکنان، مشتریان و ذینفعان باشد.

ارزش‌ها* (Values)

مشتری محور

ارائه محصولات و خدمات
متناسب با سبک جدید زندگی
جامعه به ویژه نیازهای نسل جوان

یاری‌گر

توجه به نیازهای همه اقشار از
جمله افراد دارای شرایط خاص،
سالمندان و بانوان

توانگر

پر قدرت و رقابت‌پذیر بعنوان
اتکایی مطمئن برای بیمه‌شدگان

نوآور

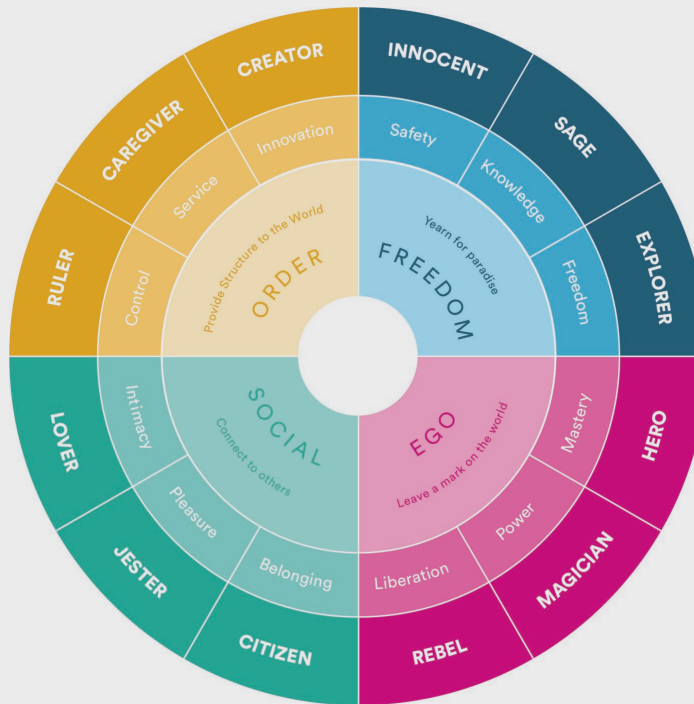
تمرکز بر تفکر خلاقانه و استفاده
از فناوری‌های نوین به ویژه هوش
مصنوعی و بلاک‌چین برای تقویت
نوآوری

درستکار

رعایت بالاترین استانداردهای
اخلاقی و منصفانه در تمامی
فرایندها و تعامل با ذی‌نفعان

* ارزش‌ها، مجموعه‌ای از اصول و باورهای بنیادی هستند که جهت‌گیری یک سازمان را تعیین می‌کنند و به عنوان چراغ راهی برای تصمیم‌گیری‌ها، رفتارها و اقدامات سازمان عمل می‌کنند.

Brand Identity



آرکتایپ، روشی برای شخصیت بخشی به برند است و با استفاده از ۱۲ کهن الگوی شناخته شده، کمک می کند تا با مخاطبان خود در سطح عمیق تری ارتباط برقرار کنیم.

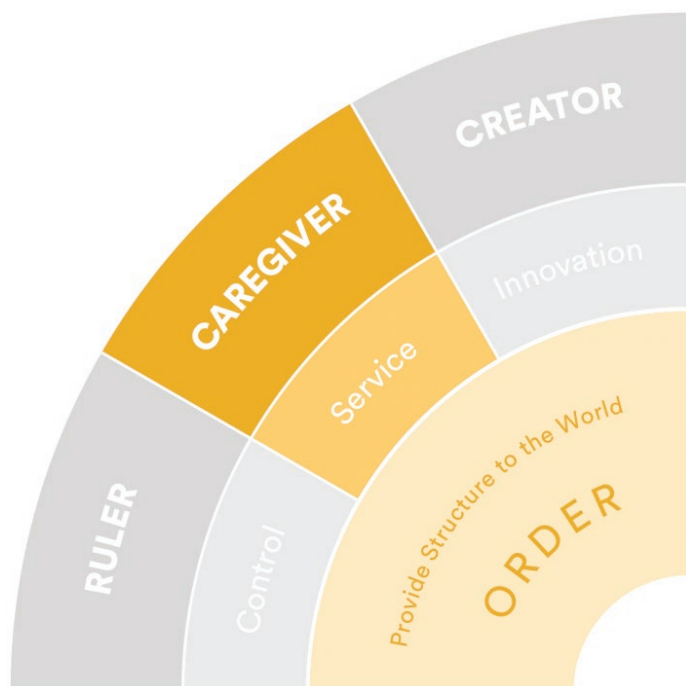
انتخاب آرکتایپ مناسب برای برند ما می تواند به ما کمک کند تا:

- با مخاطبان خود در سطح عمیق تر ارتباط برقرار کنیم.
- اعتماد و وفاداری مخاطبان خود را به دست آوریم.
- به عنوان یک برند منحصر به فرد و قابل اعتماد شناخته شویم.
- در بازار رقابتی خود پیشرفت کنیم.

همچنین تعیین آرکتایپ، برای طراحی هویت بصری برند نیز اهمیت بالایی دارد.

هویت برند

Brand Identity



تیپ شخصیتی
مناسب «بیمه زندگی مفید»:

مراقب

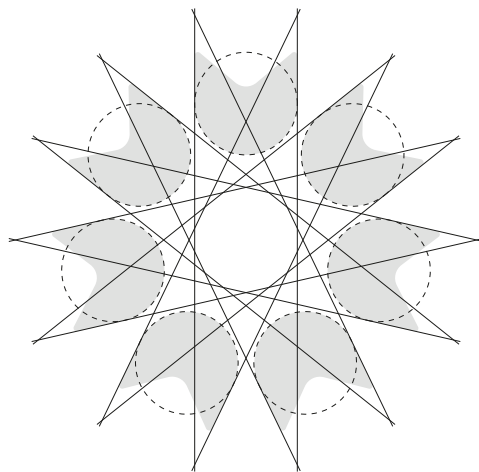
- تمرکز بر ارائه خدمات بیمه‌ای با کیفیت و شفاف به مشتریان
- حمایت از افراد در مواقعی که به کمک نیاز دارند
- ایجاد حس امنیت و آرامش خاطر برای مشتریان

Sign لوگو

Heptagons Patterns

عدد هفت از زمان‌های باستان به‌عنوان عددی خاص و مقدس شناخته شده و در بسیاری از فرهنگ‌ها با نظم کیهانی و اسرار الهی مرتبط بوده است. در عرفان اسلامی و فلسفه مشرق‌زمین، عدد هفت نشانه‌ی کمال است. (هفت آسمان، هفت دریا، هفت دور طواف کعبه، هفت وادی عرفان در منطق‌الطیر عطار). گره‌های هندسی با محوریت هفت‌ضلعی نشان‌دهنده‌ی تعادل و هماهنگی در جهان است و معمولاً در طراحی کاشی‌ها و معماری‌های اسلامی استفاده می‌شود. ستاره هفت‌پر و پترن‌های هفت‌ضلعی نمادهایی قدرتمند هستند که در بسیاری از زمینه‌ها (از فلسفه گرفته تا هنر و عرفان) کاربرد دارند. این اشکال بیانگر تلاش انسان برای کشف نظم در بی‌نظمی و پیوند جهان مادی و معنوی‌اند.

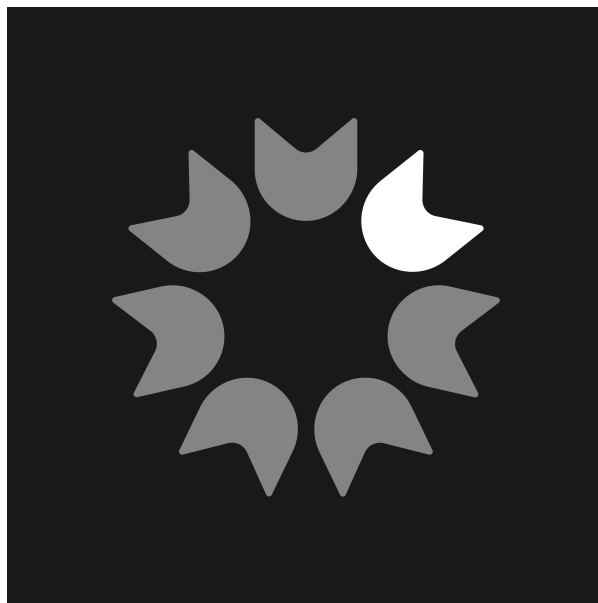
Geometric



Sign



Sign



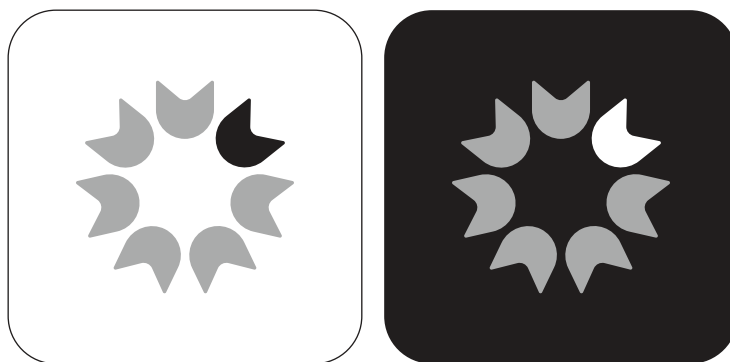
Colors System

			
Plaster	Luxurious Lime	Black Water	Nebulous
RGB 234, 234, 234 CMYK 0, 0, 0, 8 HEX #eaeaea	RGB 142, 198, 64 CMYK 50, 0, 100, 0 HEX #8ec640	RGB 96, 106, 112 CMYK 10, 0, 0, 70 HEX #606a70	Gradient

Variations



Mono



Logotype لوگوتاڻپ

Structure

thickness change curved cuts

بی‌مه زندگی مفید

calligraphy based

Logotype

بیمه زندگی مفید

Logotype

MOFID LIFE INSURANCE

Slogan شعار برند

Slogan

چون زندگی زیباست...

Logo Layout



Logo Layout





No. 304, Flour 3, Caspian
Building, Oraman St, Mofidary
Avt, Tehran, Iran
+98 (21) 88208020

Mofid Securities | steady progress

No. 304, Flour 3, Caspian
Building, Oraman St, Mofidary
Avt, Tehran, Iran
+98 (21) 88208020

چون زندگی زیباست...

بیمه زندگی مفید

No. 304, Flour 3, Caspian
Building, Oraman St, Mofidary
Avt, Tehran, Iran
+98 (21) 88208020

Mofid Securities | steady progress

بیمه زندگی مفید

No. 304, Flour 3, Caspian
Building, Oraman St, Mofidary
Avt, Tehran, Iran
+98 (21) 88208020

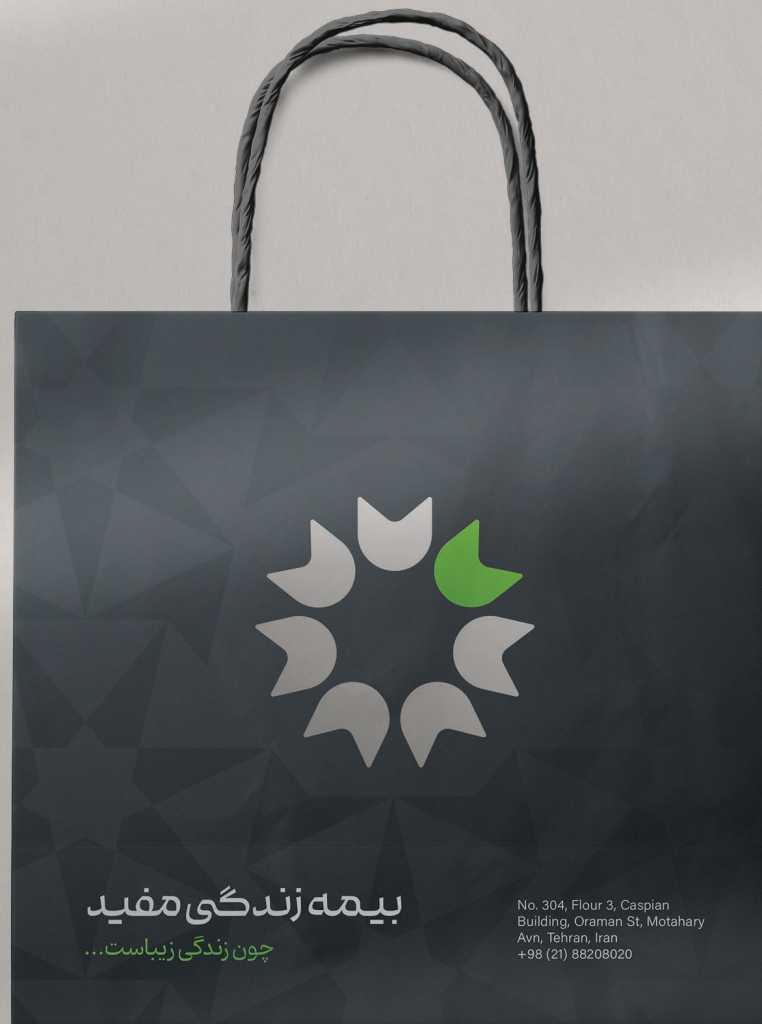
چون زندگی زیباست...













بیمه زندگی مفید

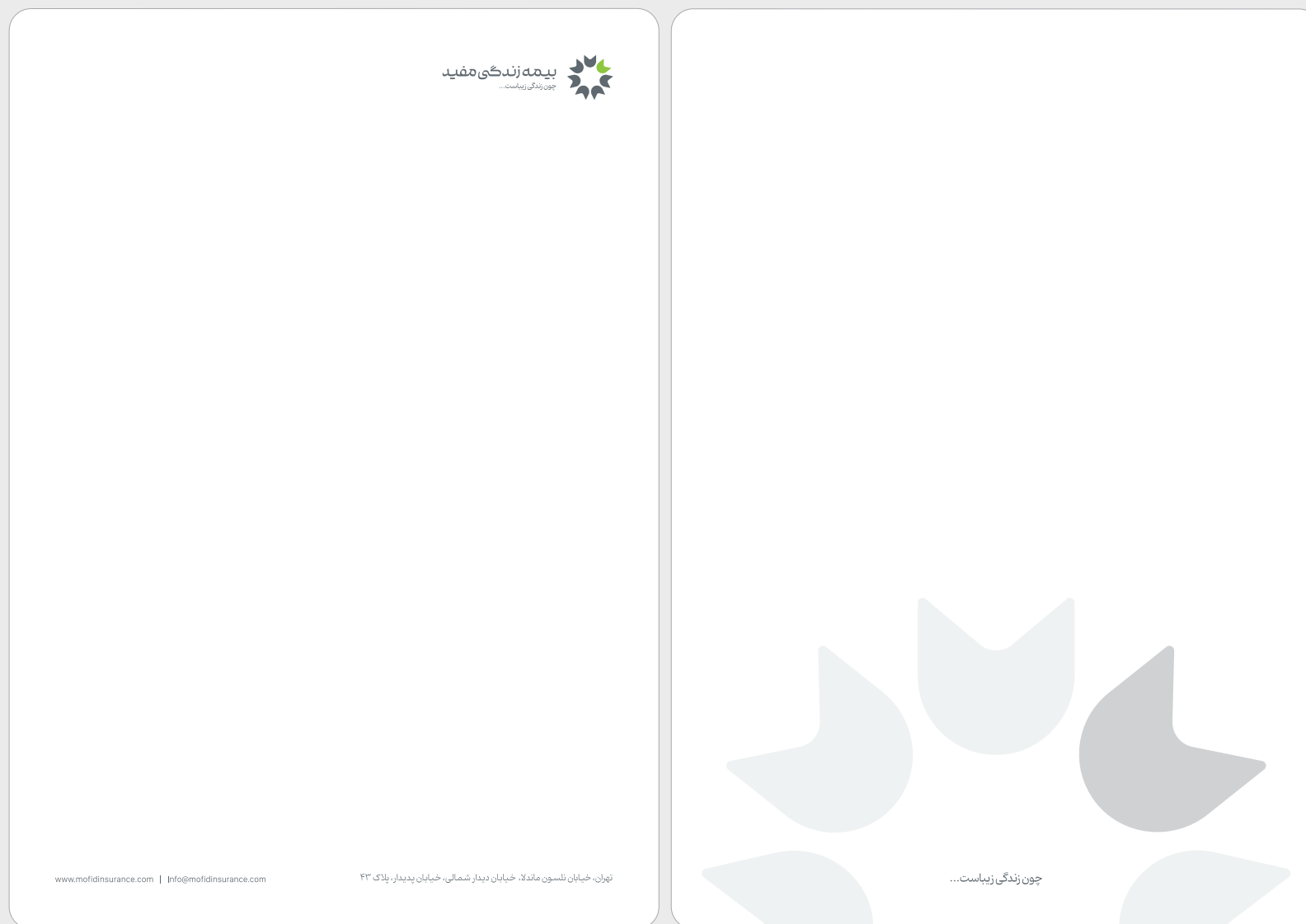
چون زندگی زیباست...

**Mofid
Life Insurance**

Mofid Securities | steady progress

Stationery اوراق اداری

A4 letterhead



A4 letterhead



MOFID LIFE INSURANCE
AS LIFE IS BEAUTIFUL...

No. 43, Padidar Street, North Didar Street, Nelson Mandela Street, Tehran, Iran

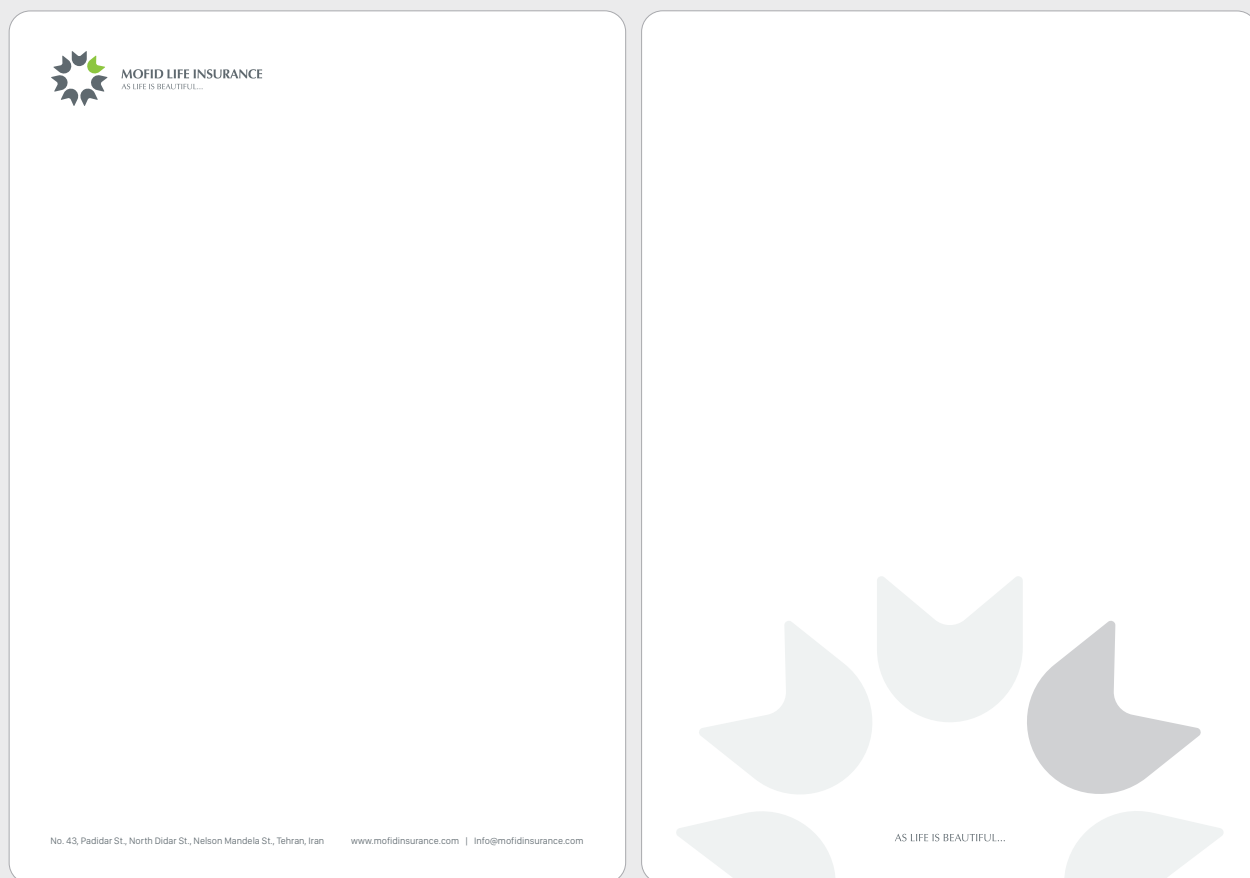
www.mofidinsurance.com | Info@mofidinsurance.com

AS LIFE IS BEAUTIFUL...

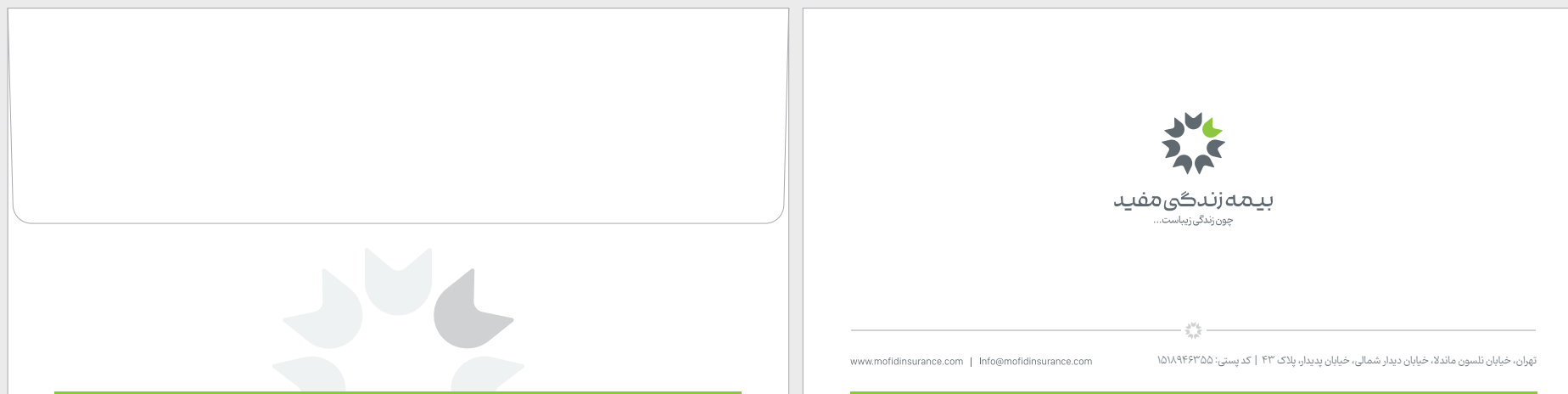
A5 letterhead



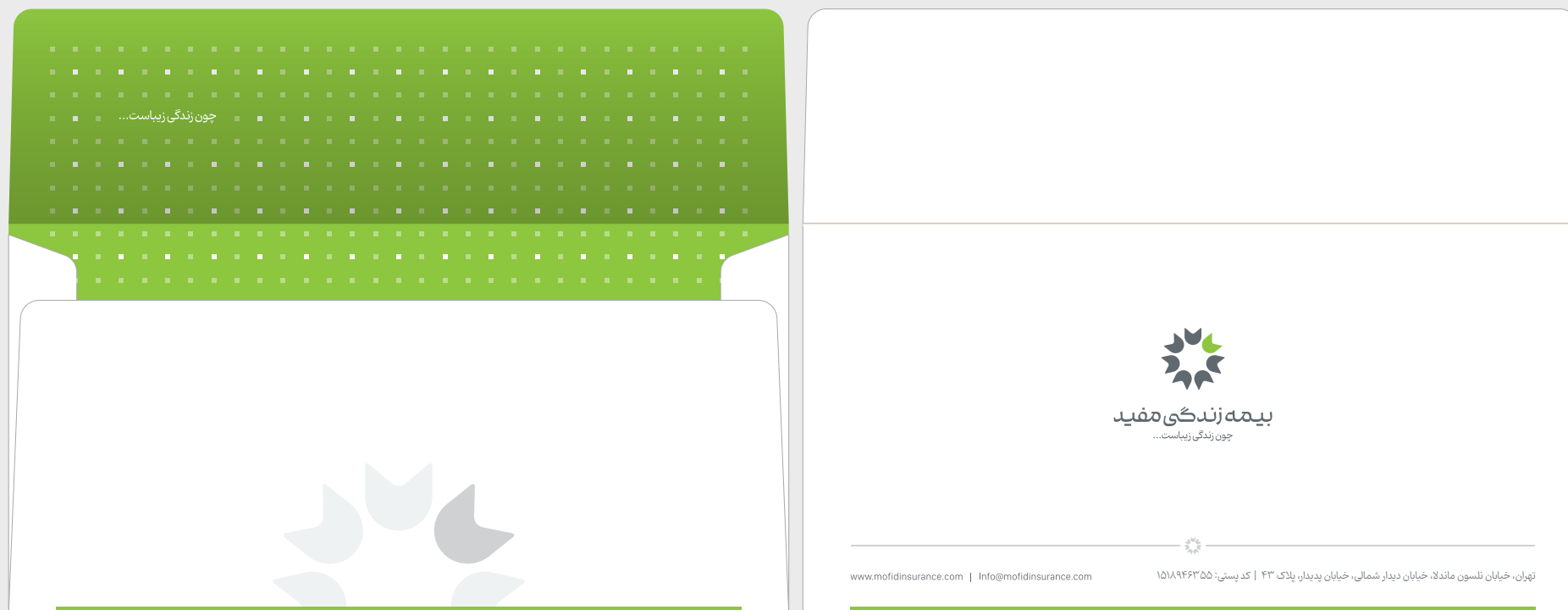
A5 letterhead



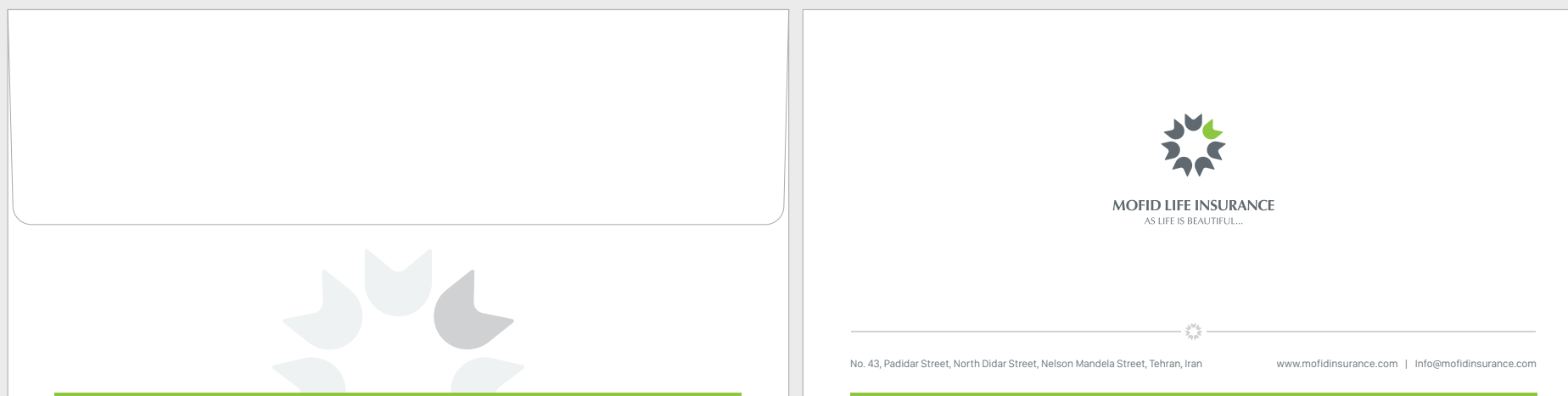
Envelope



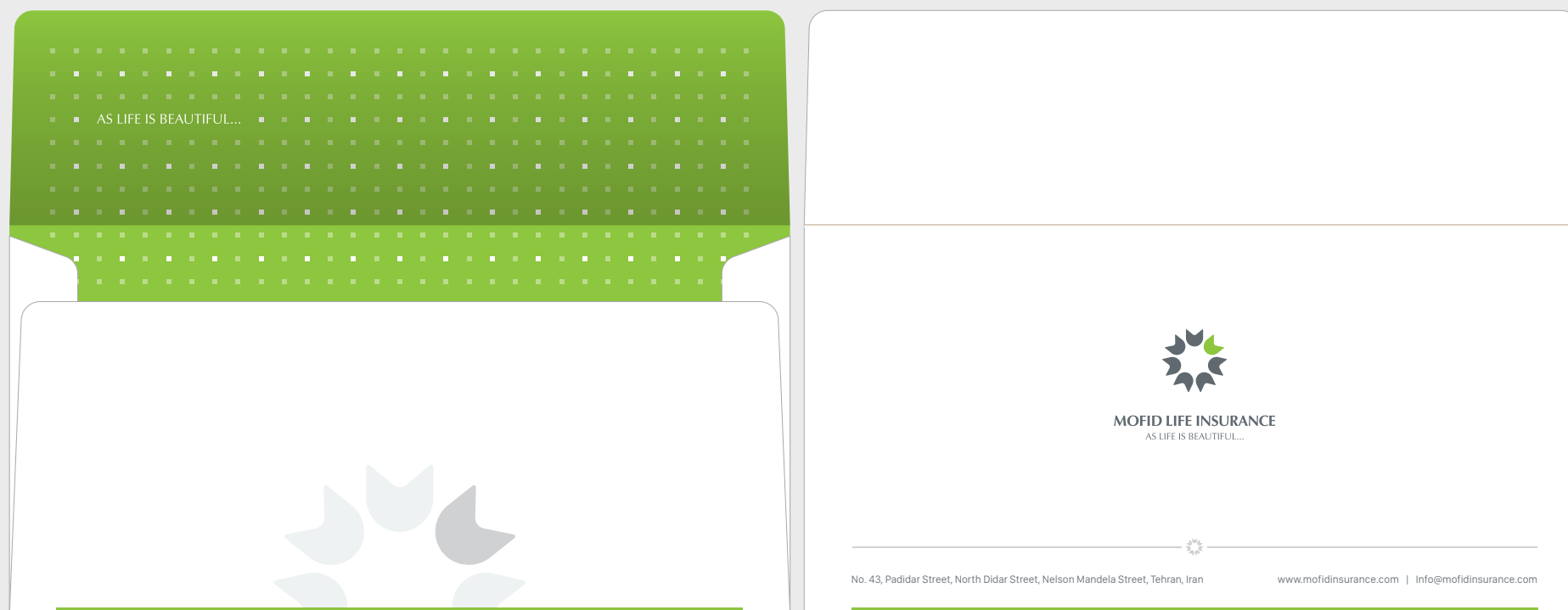
Envelope



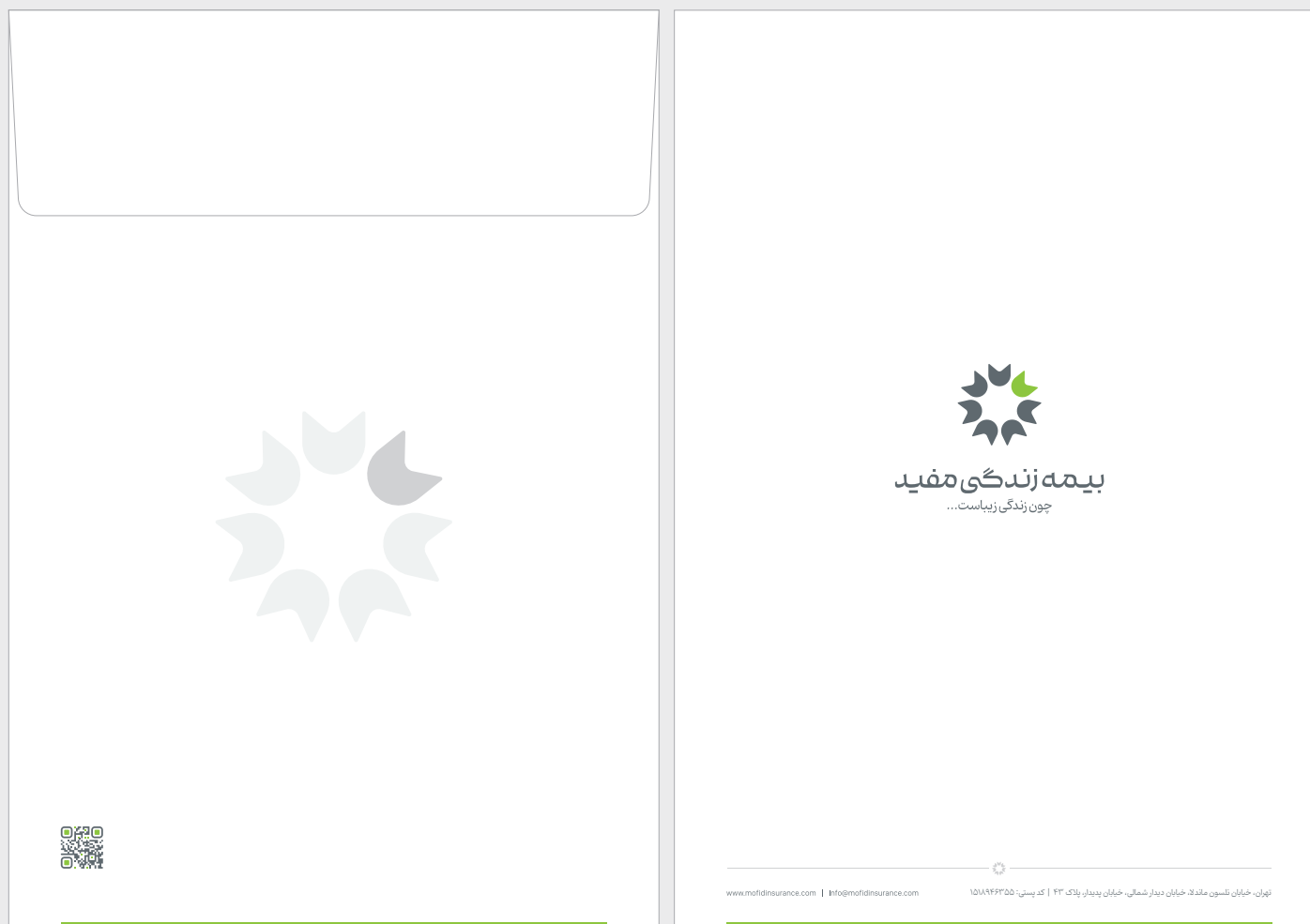
Envelope



Envelope



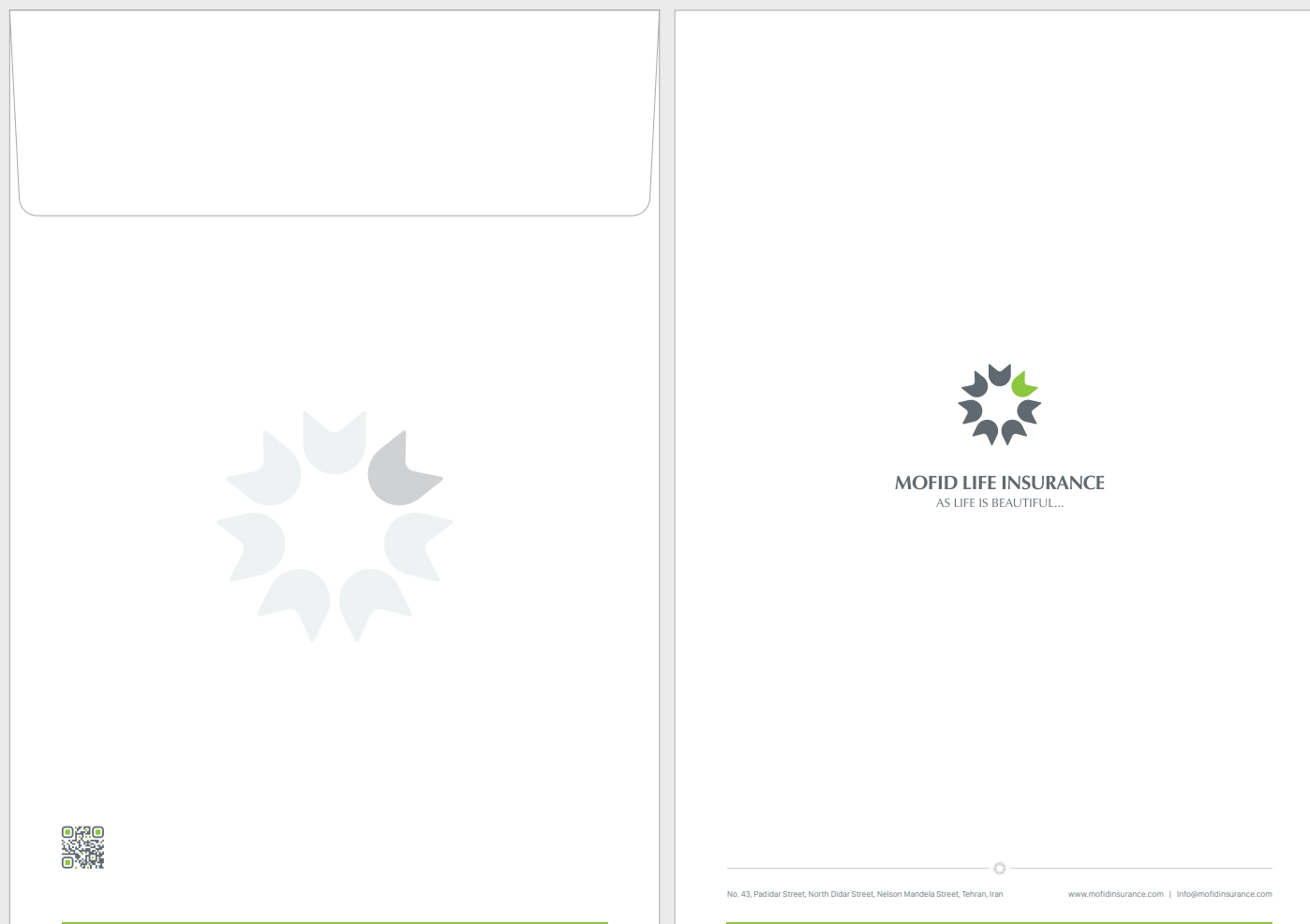
Envelope



Envelope



Envelope



Envelope

