



خدمات گروه مشاوران دیبا

در پلتفرم ارائه خدمات مشاوره دیبا از همجواری متخصصین خبره ای بهرمنند شده ایم که در کارنامه تجارب حرفه ای شان بیش از یک دهه فعالیت مثمر و کارا به چشم میخورد. در هر بخش از فعالیت های گروه مشاوران دیبا از آخرین پارادایم ها و مدل های علمی و روش های اجرایی و تجارب آزموده شده در مسیر فعالیت مشاوره بهره برده می شود.



در پلتفرم ارائه خدمات مشاوره دیبا از همجواری متخصصین خبره ای بهرمنند شده ایم که در کارنامه تجارب حرفه ای شان بیش از یک دهه فعالیت مثمر و کارا به چشم میخورد. در هر بخش از فعالیت های گروه مشاوران دیبا از آخرین پارادایم ها و مدل های علمی و روش های اجرایی و تجارب آزموده شده در مسیر فعالیت مشاوره بهره برده میشود. ما همواره کیفیت انجام پروژه های مشاوره ایی و مشارکت در اجرای آن طرح ها و حصول به نتایج قابل قبول در آن مسیر ها را بر تعداد پروژه ها مهم تر میدانیم و این امر موجب شده است تا در تمامی پروژه های صورت گرفته در سطوح مختلف، کارنامه قابل قبولی را داشته باشیم.

درباره گروه مشاوران دیبا



خدمات گروه مشاوران دیبا

راهکارهای وب و تجربه‌های دیجیتال

Web solutions & Digital experiences

۰۴

خدمات مدیریت بازاریابی

Marketing Management Services

۰۱

بازاریابی اجتماعی و محتوا

Social & content marketing

۰۵

خدمات مدیریت راهبردی برند

Strategic Brand Management Services

۰۲

مشاوره روان‌شناسی صنعتی - سازمانی

Industrial-Organizational Psychology

۰۶

بازاریابی/برندسازی دیجیتال

Digital marketing/ branding

۰۳



خدمات مدیریت بازاریابی (MARKETING MANAGEMENT SERVICES)

خدمات مشاوره مدیریت بازاریابی و برند از مرحله بذری تا توسعه بازار

در ابتدای رشد یک کسب‌وکار نوپا (استارت‌آپ)، چیدمان ژنوم یک بذر با پتانسیل رشد بهینه را می‌توان با برنامه‌ریزی اصولی و مبتنی بر الگوهای مدیریت برند پیش برد. مشاوره مدیریت بازاریابی و برند با رویکرد خلق ارزش می‌تواند از همان قدم‌های اول، تعریف درستی از ارزش پیشنهادی، در راستای پژوهش‌های کمی و کیفی تحلیل بینش مصرف‌کنندگان نسبت به آن محصول یا خدمت فناور و بدیع انجام دهند و لحاظ این امر سبب می‌شود تا در مسیر رشد از خطاهای پر هزینه اجتناب شود. در مرحله بذری، محصول و خدمت نهایی نشده و مشاور در مسیر بهینه‌سازی فرآیندهای خلق، طراحی خدمت، لحاظ اطلاعات حاصل از تحقیق و لحاظ مدیریت پروژه مبتنی بر الگوهای مدیریت تجاری‌سازی از ابتدا، به تیم استراتژی متغیر ارزش‌زایی از مسیر حل مسئله را اضافه می‌کند.

در این مرحله به تکنیک‌های ارزیابی و سنجش اعتباری ایده در مسیر تطبیق آن با نیاز رصد شده و کشف معنای آن راه‌حل برای مخاطب می‌پردازیم. نقشه فرصت برند و ارائه چارچوب‌های نظری و عملی برای خلق ارزش متمایز پیشنهادی در مرحله ارائه اولیه محصول یا خدمت (کمینه قابل پذیرش) مشاوره مدیریت بازاریابی و برند می‌تواند با لحاظ متغیرهای علمی به کشف سازه‌های هویتی محصول یا خدمت و نمایه آن در برند، به تیم در مسیر حضور اولیه در محیط آزمون و دریافت بازخورد قابل بررسی و حرکت در چرخه بازبینی-اصلاح-تطبیق و اجرا مبتنی بر داده‌هایی که بستر جمع‌آوری‌شان را مهندسی کرده است، یاری رساند.

در مرحله دوم رشد استارت‌آپ، به ارائه محصول یا خدمتی با قابلیت رفع نیازی متمایز و بهینه‌تر از قبل و رقبا به بازار کار را پیش می‌برد. در این میان مشاور مدیریت بازاریابی و برند با تدوین دستورالعمل‌های استراتژیک بازاریابی به تدوین و اجرای کمپین‌های لانچ محصول یا خدمت با لحاظ مفاهیمی که از فاز پژوهش استخراج کرده است، می‌پردازد. در این گام مشاوران برند به تدوین سازه‌های هویتی اولیه برند به منظور انسجام در درگاه‌های ارتباطی مبادرت می‌ورزند. طرح‌های ارتباطات یکپارچه برند، کمپین‌ها و طرح‌های توسعه فروش همگی در این فاز تدوین و در مسیر اجرا قرار می‌گیرند. هویت در مسیر حضور اجتماعی برند در حال شکل‌گیری است و مشاوران مدیریت برند در حال تطبیق استراتژی‌ها با این هویت یکپارچه به منظور خلق معنایی در ذهن مخاطب‌اند.



در مراحل پس از حضور محصول یا خدمت در بازار، فرصتی است که تیم استارت‌آپی به منظور پایش حسن عملکرد، باید به ارزیابی فعالیت‌ها و کمپین‌ها و ماهیت اصلی محصول و خدمات بپردازد. به این صورت که با تحلیل هم‌سویی ارزش پیشنهادی برند با مدل‌های درآمدی برند به ارزیابی فرآیند خلق ارزش باید پرداخت. نگاهت طرح تقاضای سرمایه‌گذاری از معیارهای صحت و سلامت کسب‌وکار نوپا است که ممکن است در مسیر توسعه مبتنی بر راهبردهای هدفمند در دستور کار قرار گیرد. کسب‌وکار نوپایی که از حضور برندش در بازار و فعالیت‌اش زمانی می‌گذرد و توسعه عیانی مبتنی بر شاخص‌ها از خود نشان می‌دهد می‌تواند با دریافت مشاوره مدیریت استراتژیک به نگاهت طرح‌های جامع هویت محور مبادرت ورزد.

گروه مشاوران مدیریت دیبا با حمایت مرکز بینش و آموزش دیبا آماده‌ی ارائه خدمات مشاوره جامع با رویکرد مشارکت و سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای حوزه سلامت دیجیتال، گردشگری و صنایع شیمیایی است. تاکنون دو کسب‌وکار نوپا توانسته‌اند مراحل رشد خود از مرحله بذری تا ورود به بازار را با این گروه هم‌جوار باشند.

خدمات مشاوره مدیریت بازاریابی و برند از مرحله بذری تا توسعه بازار



خدمات مدیریت بازاریابی MARKETING MANAGEMENT SERVICES

تدوین استراتژی بازاریابی MARKETING STRATEGY

مجموعه‌ای یکپارچه از راهکارهای تخصصی است که با تکیه بر تازه‌ترین رویکردهای داده‌محور، تفکر استراتژیک، رفتار مصرف‌کننده و فناوری‌های نوین، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تا مسیر رشد پایدار خود را طراحی و اجرا کنند. این خدمات با تحلیل عمیق بازار و بینش‌های مشتری، تعریف و بهینه‌سازی جایگاه برند، طراحی استراتژی‌های بازاریابی یکپارچه (IMC)، مدیریت چرخه عمر مشتری (CLV) و بهره‌گیری از ابزارهای هوشمند دیجیتال، سازمان‌ها را توانمند می‌سازد تا تصمیم‌های دقیق‌تر بگیرند، مزیت رقابتی ایجاد کنند و تجربه‌ای ممتاز برای مشتریان خلق نمایند. از تدوین استراتژی‌های نفوذ در یک بازار جدید یا عمق در بازار فعلی، تحرکات سریع و کند در اقدامات نفوذ عمودی یا افقی با لحاظ موقعیت‌های بازار، همگی در استراتژی‌های بازاریابی در دستور کار قرار می‌گیرد.

تحقیقات بازار MARKET RESEARCH و تحقیقات بازاریابی MARKETING RESEARCH

فرایندی نظام‌مند و داده‌محور برای کشف بینش‌های کاربردی از رفتار مشتریان، روندهای بازار و وضعیت رقباست که با به‌کارگیری روش‌های پیشرفته تحلیل داده، تحقیقات میدانی، ابزارهای دیجیتال و مدل‌های پیش‌بینی، به کسب‌وکارها کمک می‌کند تصمیم‌های دقیق‌تر و استراتژی‌های اثربخش‌تری تدوین کنند. این خدمت با تمرکز بر نیازهای واقعی مشتری، ارزیابی فرصت‌های رشد، سنجش جذابیت بازار و شناسایی نقاط قوت و ضعف رقبا، زیربنایی قابل اتکا برای طراحی محصولات، تعیین جایگاه برند، توسعه کمپین‌های بازاریابی و بهینه‌سازی تجربه مشتری فراهم می‌سازد و ریسک تصمیم‌گیری را به شکل معناداری کاهش می‌دهد. در تحقیقات بازاریابی نیز که در ادامه این فعالیت در برخی جهات مکمل هم نیز، قرار می‌گیرند اطلاعات حاصل از سنجش بینش مصرف‌کننده در مسیر طراحی آمیخته بازاریابی نیز مورد بهره‌ر قرار می‌گیرند و به تیم راهبری در مسیر تدوین استراتژی‌ها و اقدامات کمک شایان توجهی می‌کند.



خدمات مدیریت بازاریابی MARKETING MANAGEMENT SERVICES

Dibabc.co

هماهنگی برنامه بازاریابی با برنامه کسب و کار (BP) MARKETING PLAN ALIGN WITH BP

از حیاتی‌ترین مراحل در تدوین استراتژی بازاریابی است که تضمین می‌کند تمامی فعالیت‌های بازاریابی به‌طور مستقیم در خدمت اهداف کلان سازمان قرار گیرند. این خدمت با تحلیل دقیق چشم‌انداز، مأموریت و اهداف استراتژیک کسب و کار، و تبدیل آن‌ها به اولویت‌ها، ابتکارات و تاکتیک‌های عملیاتی بازاریابی، به شرکت‌ها کمک می‌کند منابع خود را هوشمندانه تخصیص دهند، عملکرد واحدهای مختلف را هم‌راستا سازند و مسیر رشد پایدار را تسهیل کنند. خروجی این فرآیند یک برنامه بازاریابی یکپارچه و هدف‌محور است که نه تنها از اتلاف منابع جلوگیری می‌کند، بلکه اثربخشی سرمایه‌گذاری‌های بازاریابی را به شکل قابل‌توجهی افزایش می‌دهد و امکان سنجش نتایج را با شاخص‌های کلیدی کسب و کار فراهم می‌سازد.

طراحی کمپین‌های بازاریابی و کمپین‌های تبلیغاتی DESIGN OF MARKETING AND ADVERTISING CAMPAIGNS

فرایندی خلاقانه و داده‌محور که با هدف ایجاد تأثیر حداکثری بر مخاطب، تقویت جایگاه برند و افزایش نرخ تبدیل و تعامل با محصول و خدمت و در نهایت برند انجام می‌شود. این خدمت با تحلیل عمیق پرسونای مشتری، مسیر سفر مشتری (Customer Journey)، رفتار رقبا و روندهای رسانه‌ای، به کسب و کارها کمک می‌کند پیام‌های الهام‌بخش، پیشنهادهای ارزشمند جذاب و استراتژی رسانه‌ای بهینه را طراحی کنند. در این رویکرد، ترکیبی هوشمندانه از کانال‌های دیجیتال و سنتی، ایده‌پردازی خلاق، آزمون و بهینه‌سازی مداوم (A/B Testing) و پایش شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPIs) به کار گرفته می‌شود تا کمپینی یکپارچه، اثربخش و قابل اندازه‌گیری خلق شود که بتواند با حداقل هزینه، بیشترین بازده و تعامل را برای برند فراهم آورد.



خدمات مدیریت راهبردی برند (STRATEGIC BRAND MANAGEMENT SERVICES)

تدوین استراتژی برند BRAND STRATEGY

فرایندی بنیادین و آینده‌نگر که با هدف خلق هویتی متمایز، پایدار و معنادار برای برند انجام می‌شود و نقش محوری در شکل‌دهی تجربه مشتری و مزیت رقابتی ایفا می‌کند. این خدمت با تحلیل عمیق بینش‌های مشتری، ارزش پیشنهادی کسب‌وکار، سنجش جایگاه‌های رقبا و روندهای فرهنگی و بازار، به تعریف جوهره برند (Brand Essence)، شخصیت برند، وعده برند و معماری برند می‌پردازد. در این مسیر، استراتژی برند به‌گونه‌ای طراحی می‌شود که هم‌راستا با اهداف کلان سازمان باشد و در تمامی نقاط تماس (Touchpoints) تجربه‌ای یکپارچه، احساسی و قابل تشخیص برای مشتری خلق کند. خروجی این فرایند، نقشه راهی روشن و قابل اجراست که مسیر رشد برند، نحوه ارتباط‌گیری و فرم‌گیری روایت برند را در بلندمدت هدایت می‌کند. ما در دیبا با لحاظ الگوهای علمی سعی در طراحی استراتژی‌هایی منعطف با لحاظ هویت بیرونی تطبیق‌پذیر برند داریم که در این مسیر تاکنون سه برند در حوزه صنایع را با این تکنیک خلق و توسعه داده‌ایم.

نام برند BRAND NAME

یکی از کلیدی‌ترین اجزای هویت برند است که نقش مستقیم در به‌خاطرماندن، تمایز و ایجاد ارتباط احساسی با مشتری ایفا می‌کند. این خدمت با رویکردی علمی، خلاق و بازارمحور انجام می‌شود و شامل تحلیل جایگاه رقابتی، ارزش پیشنهادی برند، ویژگی‌های شخصیتی مورد نظر، فرهنگ مخاطبان هدف و معیارهای زبان‌شناختی و حقوقی است. در این فرایند، مجموعه‌ای از نام‌های الهام‌بخش، قابل ثبت، سازگار با استراتژی برند و مناسب برای توسعه در بازارهای آینده طراحی و ارزیابی می‌شود. هدف از این خدمت خلق نامی است که نه‌تنها بیانگر جوهره برند باشد، بلکه بتواند در ذهن مخاطب ماندگار شود، بر ادراک ارزش افزوده تأثیر بگذارد و بستری قدرتمند برای روایت‌سازی و رشد بلندمدت برند فراهم کند. ما در گروه مشاوران دیبا سهم انتقال هویت و ارزش‌های درونی برند که نام قرار است بر دوش بکشد را به رسمیت و مهم می‌دانیم و در این مسیر با لحاظ امور قانونی در جلسات کانونی خلاق به نتایج چشمگیری دست یافته‌ایم.



خدمات مدیریت راهبردی برند (STRATEGIC BRAND MANAGEMENT SERVICES)

معماری برند BRAND ARCHITECTURE

اگر برند را به یک ارگانیزم زنده تشبیه کنیم، معماری برند همان نقشه فیزیولوژی و اسکلت اصلی این موجودیت است؛ جایی که مشخص می‌شود برند مادر و زیربرندها چگونه در کنار هم قرار می‌گیرند، چگونه با یکدیگر ارتباط دارند و سهم انتقال هویتی‌شان با یکدیگر چگونه است و چه نقشی در تحقق اهداف کلان کسب‌وکار ایفا می‌کنند. بسیاری از شرکت‌ها با رشد سبد محصولات و خدمات خود، تعداد شرکت‌ها و برندهایشان با چالش شفافیت، انسجام و مدیریت برند مواجه می‌شوند. اینجاست که مشاوره معماری برند به کمک مدیران می‌آید تا ساختاری نظام‌مند، شفاف و برنامه‌ریزی شده مبتنی بر مفاهیم مدیریت برند هویت محور ارائه شود.

این فعالیت با تحلیل وضعیت حال حاضر کسب‌وکار تحت فاز صفر شناخت توسط متخصصان مدیریت برند دیبا آغاز خواهد شد. سبد محصولات و برندها از منظرهای حقوقی، تجاری، فرآیندی و سازمانی (درون سازمان) و با تحقیقات کیفی برنامه‌ریزی شده در جامعه مخاطبان برند (بیرون سازمان) در خصوص تصویر برند، همپوشانی‌ها، تقویت و تضعیف برندها توسط یکدیگر به پایگاه‌های اطلاعاتی منسجمی خواهیم رسید.

با تعیین اهداف بلند مدت و چشم انداز برند مادر و نقش هر زیربرند در تحقق آن اهداف و بازی عملکردی آن‌ها به همسوسازی آن اقدامات در یک مسیر واحد پرداخته می‌شود. گزینش یکی از مدل‌های معماری برند و پس از آن طراحی ساختار برند (سلسله مراتب، شیوه ارتباط، میزان وابستگی و استقلال برندهای مجموعه) در دستور کار قرار می‌گیرد. سند خروجی از این فاز در اختیار بدنه طراحی هویت بصری برند قرار می‌گیرد تا در درگاه‌های تماس برند با بازار مانند وبسایت‌ها، کاتالوگ‌ها، بسته‌بندی‌ها، محتواها، تبلیغات و روابط عمومی اجرا شوند.

بازنگری روندهای درون سازمان و پیاده‌سازی همگن طرح با رویکرد مشارکتی با بدنه اعضای سازمان با هدف یکپارچگی در درک و انتقال هویت برند تحت استراتژی‌های جدید در مرحله پایانی با نظام‌نامه‌های اجرایی موجود و مشاوره مدیریت برند به اعضای راهبران، به پایش و سنجش بهبود مستمر خواهیم پرداخت.

در بازار امروز که حفظ یکپارچگی در انتقال ارزش‌های یک برند مبتنی بر هویت‌اش از الزامات اساسی است، برند هوشمند باید توانایی انطباق خود با ادراک مخاطب امروز را داشته باشد. این مهم تنها در صورتی امکان‌پذیر است که سازه‌های هویتی منسجم، پایدار و نظام‌مندی در درون، اصالت را برای او ابراز کند و لایه بیرونی هویت توانایی تطبیق با نیاز ادراکی او و بهینه‌شدن در راستای حداکثرسازی کیفیت ادراک شده وی را داشته باشد. این موضوع مهم به عنوان یک اصل در ارائه خدمات مشاوره مدیریت برند در گروه مشاوران دیبا همواره مدنظر قرار می‌گیرد و ما مفتخریم که در عمل به اجرا همواره سخت کوشیم و معتقدیم که ما با هم بهتریم.



مدیریت هویت برند BRAND IDENTITY MANAGEMENT

طرح جامع مدیریت برند هویت محور تطبیقی

ما با حفظ ارتباط اثربخش و یکپارچه با برندها به دنبال خلق ارزشی منحصر به فرد و کشف ارکان هویتی این ارزشها هستیم. ما از ادغام هوشمندانه رهیافت‌های مدیریت جامع برند هویت محور تطبیق‌پذیر، فعالیت‌های بازاریابی، حضور و ورود به بازار، توسعه درونی سازمان را با راهکارهای اثرگذار از استراتژی تا اجرا هموار می‌کنیم.

در گام اول پژوهش برند به استخراج داده‌ها و سنجش بینش ذینفعان به منظور شناخت دقیق در مسیر تصمیم‌گیری خواهیم پرداخت. پژوهش برند در دیبا به اینجا ختم نمی‌شود ما به بررسی جامع روندها و سیستم‌های دورن سازمان می‌پردازیم و از کارکرد همسو و یکپارچه برند در مسیر خلق ارزشها اطمینان حاصل می‌کنیم، در این مرحله از رهیافت‌های علم مدیریت سازمان، پژوهش عملیاتی و علوم رفتاری همچون اقتصاد رفتاری و مدیریت رفتار سازمانی بهره خواهیم برد.

در گام دوم با بهره‌مندی از اطلاعات ماژول‌های اطلاعاتی مدیریت و تحلیل‌های کیفی به کشف و تعریف هویت برند خواهیم پرداخت.

در گام سوم مترجمان هویت برند در تیم دیبا به ترجمه و طراحی نظام‌نامه‌ها و مستندات هنجاری از هویت درونی به هویت ابرازی و لایه‌های تطبیقی بیرونی می‌پردازند. مترجمان ما این بار به علوم طراحی، کپی رایتینگ، فلسفه هنر، بازاریابی، فلسفه و اسطوره‌شناسی مسلطاند و این تیم مسئولیت خطیری در بازتاب فعالیت‌های استراتژیک اعضای دیگر دارند.



مدیریت هویت برند BRAND IDENTITY MANAGEMENT

طرح جامع مدیریت برند هویت محور تطبیقی

در گام چهارم ماموران راهنمایی و ارزندگی تیم دیبا به همسوسازی و یکپارچگی "بودن"ها در درون و برون سازمان می‌پردازند. آنجا که نیاز به راهنمایی است رهیافت‌های آموزش و توسعه را دنبال می‌کنند و آنجا که نیاز به هم‌ترازی فرهنگ سازمان است از گزاره‌های مدیریت فرهنگی، مدیریت نقاط تماس برند و برندسازی داخلی بهره می‌بریم. در گام پنجم به پیش سلامت برند که نظارت بر حسن پایبندی به شاخص‌های سلامت برند و عملکرد برند در اجتماع، رسانه‌ها و بازار است می‌پردازیم تا در صورت نیاز استراتژی‌ها و لایه‌های بیرونی تطبیق‌پذیر را همواره به‌روز نگاه داریم.

در طرح جامع مدیریت برند هویت محور تطبیقی که در هر پروژه آن متخصصان هسته مرکزی ثابت و اعضای متخصص دیگر در تیم‌های مربوطه بر اساس صنایع و فعالیت‌ها متفاوت‌اند و به گروه دیبا به عنوان یک پلتفرم جامع ارائه‌دهنده خدمات می‌پیوندند، گروه مشاوران دیبا فعالانه آماده همجواری بلند مدت با سازمان‌ها و برندهایی است که لزوم اجرایی کردن این گام‌ها را درک کرده‌اند و ما برای این امر آماده‌ایم تا شما را از تجارب موفق‌مان باخبر کنیم تا برای کسب‌وکار شما طرحی نو و برنامه‌ای منسجم داشته باشیم.



طراحی هویت برند BRAND IDENTITY DESIGN - ارزیابی برند BRAND AUDIT - معناپردازی برند BRAND SENSEMAKING

- ✓ طراحی هویت برند فرایندی خلاقانه، ساختاریافته و استراتژیک است که هدف آن تبدیل جوهره و شخصیت برند به عناصر بصری، کلامی منسجم و متمایز است. این خدمت با تحلیل جایگاه برند، ارزش پیشنهادی، پرسونای مخاطبان و فضای رقابتی آغاز شده و در ادامه با طراحی اجزایی مانند لوگو، پالت رنگ، تایپوگرافی، الگوهای بصری، زبان برند و راهنمای هویت (Brand Guidelines) که همگی در کتاب برند ((Brand Book لحاظ خواهد شد و به سازمان کمک می‌کند تا در تمامی نقاط تماس، تصویری قابل تشخیص، حرفه‌ای و هماهنگ ارائه دهد. نتیجه این فرایند خلق هویتی است که علاوه بر جذابیت و ماندگاری، توانایی بیان داستان و شخصیت برند را داشته و تجربه‌ای یکپارچه و تأثیرگذار برای مشتری ایجاد می‌کند.
- ✓ ارزیابی برند یک بررسی جامع، داده‌محور و تحلیلی است که با هدف سنجش وضعیت فعلی برند در ذهن مشتریان، بازار و درون سازمان انجام می‌شود. این خدمت با تحلیل عملکرد ارتباطات برند، تجربه مشتری، حضور دیجیتال، دارایی‌های بصری و کلامی، سهم بازار، برداشت مخاطب و رقبا، نقاط قوت، نقاط ضعف و فرصت‌های استراتژیک برند را شناسایی می‌کند. ارزیابی برند با استفاده از داده‌های کمی و کیفی، معیارهای سنجش سلامت برند و تحلیل تطبیقی رقبا، تصویری واقعی و قابل اقدام از وضعیت برند ارائه می‌دهد. خروجی این فرایند، نقشه راهی هدفمند برای اصلاح راهبردها، تقویت هویت برند، بهبود تجربه مشتری و افزایش انسجام و اثربخشی اقدامات بازاریابی است که این اقدامات توسط متخصصان مدیریت برند و راهبران علمی گروه دیبا انجام می‌پذیرد و خروجی آن مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها و مشاوره‌های در حین و پس از پروژه در مسیر بازبینی و اصلاح است.
- ✓ معناپردازی برند فرایندی عمیق و آینده‌نگر است که به کشف، تبیین و بازآفرینی معانی‌ای می‌پردازد که برند در ذهن مشتریان، کارکنان و جامعه ایجاد می‌کند. این خدمت با استفاده از روش‌های تحلیل فرهنگی، روایت‌کاوی، بررسی گفتمان اجتماعی، تحلیل رفتار مصرف‌کننده و استخراج بینش‌های احساسی، به سازمان کمک می‌کند بفهمد، برند چگونه درک می‌شود، چه نمادهایی را برمی‌انگیزد و چگونه می‌تواند معنای مطلوب خود را در بازار شکل دهد یا تقویت کند. معناپردازی برند، پایه‌ای برای خلق روایت برند، توسعه پیام‌های اثرگذار، ارتقای تجربه مشتری و همسو کردن فرهنگ سازمانی با هویت برند فراهم می‌سازد. نتیجه این فرایند، برندی است که نه فقط یک نام یا محصول، بلکه مفهومی زنده، مرتبط و الهام‌بخش در ذهن مخاطبان است. مفهوم‌پردازی متعهدانه در مسیر مدیریت برند و بهره‌مندی از مفاهیم مدیریت بازاریابی معناگرا نیز، امری مهم است که راهبران گروه مشاوران دیبا در پروژه‌های خود همواره در دستور کار قرار می‌دهند.



خدمات مدیریت بازاریابی

MARKETING MANAGEMENT SERVICES

Dibabc.co

بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)

در چارچوب مدیریت برند دیجیتال، فرایندی استراتژیک و داده‌محور است که فراتر از افزایش ترافیک، بر ارتقای جایگاه ادراکی برند در محیط آنلاین تمرکز دارد. این خدمت با تحلیل رفتار جستجوی مخاطبان، معماری اطلاعات، کیفیت محتوا، تجربه کاربری (UX)، رقبا و الگوریتم‌های موتورهای جستجو، به کسب‌وکار کمک می‌کند تا حضور دیجیتال خود را از نظر اعتبار، مرتبط بودن و انسجام برند بهبود دهد. در این رویکرد، سئو و آی‌ئو (بهینه‌سازی هوش مصنوعی) به ابزاری برای شکل‌دهی روایت برند، افزایش اعتماد دیجیتال، رشد ارگانیک و ایجاد پیوند معنادار میان نیازهای مشتری و ارزش‌های برند تبدیل می‌شود. خروجی این فرایند، استراتژی‌ای یکپارچه و قابل‌سنجش است که نه تنها رتبه جستجو را ارتقا می‌دهد، بلکه نقش مستقیم در تقویت هویت برند، تجربه مشتری و مزیت رقابتی در فضای دیجیتال ایفا می‌کند.

تبلیغات اینترنتی (IO)

در چارچوب مدیریت برند دیجیتال، ابزاری استراتژیک، هدفمند و مبتنی بر داده است که به برندها امکان می‌دهد حضور خود را در نقاط تماس دیجیتال تقویت کرده و پیام‌های برند را دقیقاً در لحظه مناسب به مخاطب مناسب برسانند. این خدمت با بهره‌گیری از تحلیل‌های رفتاری، هدف‌گذاری پیشرفته، شخصی‌سازی محتوا، طراحی خلاقانه و انتخاب هوشمندانه رسانه‌ها (Native، Social، Video، Display) کمک می‌کند تا تبلیغات نه فقط دیده شوند، بلکه ادراک برند را تقویت کرده و تجربه‌ای یکپارچه و سازگار با هویت برند ایجاد کنند. در این رویکرد، تبلیغات اینترنتی نقش کلیدی در افزایش آگاهی، تقویت تصویر ذهنی، ایجاد تعامل معنادار و هدایت مخاطب در مسیر سفر مشتری ایفا می‌کند و از طریق پایش مستمر عملکرد و بهینه‌سازی داده‌محور، اثربخشی سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال را به طور قابل‌توجهی افزایش می‌دهد و گروه مشاوره مدیریت دیبا با نداشت کمپین‌های دیجیتال و همکاری با فراهم‌آوردندگان بسترهای تبلیغات دیجیتال و اثرگذاران این حوزه، با شما تا بخش تامین رسانه‌ها نیز همراه خواهد بود.



خدمات مدیریت بازاریابی

MARKETING MANAGEMENT SERVICES

Dibabc.co

بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)

در چارچوب مدیریت برند دیجیتال، فرایندی استراتژیک و داده‌محور است که فراتر از افزایش ترافیک، بر ارتقای جایگاه ادراکی برند در محیط آنلاین تمرکز دارد. این خدمت با تحلیل رفتار جستجوی مخاطبان، معماری اطلاعات، کیفیت محتوا، تجربه کاربری (UX)، رقبا و الگوریتم‌های موتورهای جستجو، به کسب‌وکار کمک می‌کند تا حضور دیجیتال خود را از نظر اعتبار، مرتبط بودن و انسجام برند بهبود دهد. در این رویکرد، سئو و آی‌ئو (بهینه‌سازی هوش مصنوعی) به ابزاری برای شکل‌دهی روایت برند، افزایش اعتماد دیجیتال، رشد ارگانیک و ایجاد پیوند معنادار میان نیازهای مشتری و ارزش‌های برند تبدیل می‌شود. خروجی این فرایند، استراتژی‌ای یکپارچه و قابل‌سنجش است که نه تنها رتبه جستجو را ارتقا می‌دهد، بلکه نقش مستقیم در تقویت هویت برند، تجربه مشتری و مزیت رقابتی در فضای دیجیتال ایفا می‌کند.

تبلیغات اینترنتی (۱۰)

در چارچوب مدیریت برند دیجیتال، ابزاری استراتژیک، هدفمند و مبتنی بر داده است که به برندها امکان می‌دهد حضور خود را در نقاط تماس دیجیتال تقویت کرده و پیام‌های برند را دقیقاً در لحظه مناسب به مخاطب مناسب برسانند. این خدمت با بهره‌گیری از تحلیل‌های رفتاری، هدف‌گذاری پیشرفته، شخصی‌سازی محتوا، طراحی خلاقانه و انتخاب هوشمندانه رسانه‌ها (Native، Social، Video، Display) کمک می‌کند تا تبلیغات نه فقط دیده شوند، بلکه ادراک برند را تقویت کرده و تجربه‌ای یکپارچه و سازگار با هویت برند ایجاد کنند. در این رویکرد، تبلیغات اینترنتی نقش کلیدی در افزایش آگاهی، تقویت تصویر ذهنی، ایجاد تعامل معنادار و هدایت مخاطب در مسیر سفر مشتری ایفا می‌کند و از طریق پایش مستمر عملکرد و بهینه‌سازی داده‌محور، اثربخشی سرمایه‌گذاری‌های دیجیتال را به طور قابل‌توجهی افزایش می‌دهد و گروه مشاوره مدیریت دیبا با نداشت کمپین‌های دیجیتال و همکاری با فراهم‌آوردگان بسترهای تبلیغات دیجیتال و اثرگذاران این حوزه، با شما تا بخش تامین رسانه‌ها نیز همراه خواهد بود.



در چارچوب مدیریت برند، طراحی و مدیریت کمپین فرایندی جامع، داده‌محور و خلاقانه است که با هدف هدایت مخاطب در مسیر تجربه‌ای منسجم و تقویت ادراک برند اجرا می‌شود. این خدمت با تحلیل دقیق بازار، تعریف اهداف کمپین، شناسایی پرسونای مخاطب، تدوین پیام‌های کلیدی، ایده‌پردازی خلاق و انتخاب بهینه کانال‌های ارتباطی آغاز می‌گردد و سپس با برنامه‌ریزی رسانه‌ای، زمان‌بندی، اجرا، پایش لحظه‌ای و بهینه‌سازی مبتنی بر داده ادامه می‌یابد. مدیریت کمپین تضمین می‌کند که تمامی فعالیت‌ها در راستای هویت و استراتژی برند هماهنگ باشند، پیام‌ها با اثربخشی بالا به مخاطب برسند و نتایج قابل‌سنجش در زمینه آگاهی، تعامل، تبدیل یا وفادارسازی حاصل شود. خروجی این فرایند، کمپینی یکپارچه، هدف‌محور و نتیجه‌گر است که با حداقل اتلاف منابع، حداکثر اثرگذاری را برای رشد برند ایجاد می‌کند.

طراحی و مدیریت کمپین DESIGN AND MANAGE CAMPAIGN



راهکارهای وب و تجربه‌های دیجیتال

WEB SOLUTIONS & DIGITAL EXPERIENCES

Dibabc.co

وب / رسانه / هوش مصنوعی WEB/MEDIA/AI

در حوزه طراحی وبسایت و گرافیک دیجیتال، رویکردی نوین و هوشمند است که ترکیبی از خلاقیت، تجربه کاربری پیشرفته و فناوری‌های داده‌محور را برای تقویت هویت برند به کار می‌گیرد. این خدمت با طراحی رابط کاربری (UI) و تجربه کاربری (UX) منسجم، تولید محتوای بصری و تعاملی، بهینه‌سازی برای مسیر سفر مشتری و استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی (برای شخصی‌سازی تجربه، تحلیل رفتار کاربران و تولید محتوای پویا) به کسب‌وکار کمک می‌کند تا حضوری حرفه‌ای، جذاب و برندمحور در محیط دیجیتال داشته باشد. در این رویکرد، رسانه‌های دیجیتال و قابلیت‌های هوش مصنوعی نه تنها ابزارهای نمایش، بلکه بخشی از معماری هویت برند محسوب شده و موجب می‌شوند وبسایت و گرافیک دیجیتال، تجربه‌ای متمایز، قابل توسعه و مبتنی بر داده را برای مخاطب رقم بزنند.

استراتژی - کمپین - اجرا STRATEGY-CAMPAIGN-EXECUTION

در چارچوب راهکارهای وب و تجربه‌های دیجیتال یک رویکرد یکپارچه، داده‌محور و تجربه‌محور است که با هدف خلق حضوری قدرتمند، متمایز و قابل‌سنجش برای برند در محیط آنلاین طراحی می‌شود. این خدمت با تدوین استراتژی دیجیتال مبتنی بر شناخت عمیق مخاطبان، تحلیل رفتار کاربران، جایگاه‌سازی برند و اهداف تجاری آغاز می‌گردد. سپس کمپین‌های دیجیتال با پیام‌های منسجم، خلاقیت بصری، مسیرهای تعاملی هدفمند و انتخاب هوشمندانه کانال‌ها (وب، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های تعاملی و ...) طراحی می‌شوند تا تجربه‌ای روان و برندمحور ایجاد کنند. فاز اجرا شامل توسعه تکنیکی، پیاده‌سازی استانداردهای UX/UI، اتوماسیون بازاریابی، رهگیری داده‌ها و بهینه‌سازی مداوم است تا عملکرد کمپین و تجربه دیجیتال به بالاترین سطح کارایی برسد. نتیجه این فرایند، سیستمی هماهنگ از استراتژی، کمپین و اجراست که نه تنها بازدهی کوتاه‌مدت را افزایش می‌دهد، بلکه ارزش ادراک‌شده برند و تجربه کاربران را در بلندمدت تقویت می‌کند.



طراحی هویت کلامی و راه‌اندازی مدل محتوایی DESIGN VERBAL IDENTITY AND LAUNCH CONTENT MODEL

در چارچوب بازاریابی اجتماعی و محتوایی، فرایندی استراتژیک و خلاقانه است که به برند کمک می‌کند صدایی منسجم، متمایز و قابل‌تشخیص در تمامی نقاط تماس دیجیتال ایجاد کند. این خدمت با تعریف لحن، زبان، پیام‌های محوری، روایت برند و قواعد بیان (Verbal Identity) آغاز شده و با توسعه مدل محتوایی مبتنی بر سفر مشتری، نیازهای اطلاعاتی مخاطب، اهداف برند و روندهای رفتاری ادامه می‌یابد. مدل محتوایی، معماری محتوا، قالب‌ها، تقویم انتشارات، جریان داستان‌گویی و چارچوب ارزیابی عملکرد را مشخص می‌کند تا محتوا از حالت تولید پراکنده خارج شده و به ابزاری هدفمند برای ساختن رابطه، ایجاد اعتماد و تقویت ادراک برند تبدیل شود. نتیجه این فرایند، هویتی کلامی منسجم و سیستمی محتوایی کارآمد است که حضور برند را در فضاهای اجتماعی تقویت کرده و به رشد پایدار تعامل، وفاداری و ارزش ادراک‌شده در ذهن مخاطب کمک می‌کند. بهره‌مندی از رویکردهای بازاریابی محتوایی و ایجاد یکپارچگی در درگاه‌های ارتباطی برند از دلایل لزوم اجرای این نوع خدمت است که در گروه مشاوران مدیریت دیبا متخصصان به آن می‌پردازند.

بازاریابی اجتماعی و محتوا SOCIAL & CONTENT MARKETING



مشاوره روان‌شناسی صنعتی- سازمانی INDUSTRIAL-ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

خدمات جامع مدیریت مسیر شغلی هویت محور تطبیقی

«طرح جامع مدیریت مسیر شغلی هویت محور تطبیقی» بنیان خدمات روان‌شناسی صنعتی-سازمانی دیبا است؛ الگویی که بر این اصل استوار است که مسیر حرفه‌ای کارکنان حاصل مجموعه‌ای تصادفی از انتخاب‌ها نیست، بلکه نظامی پویا از ادراک، انگیزش، قابلیت‌ها، تجربه و نقش‌آفرینی در بستر سازمانی است که مبتنی بر الگویی نظام‌مند بر هویت برند تمرکز دارد. دیبا با تکیه بر رویکردی تحلیلی، داده‌محور و یکپارچه‌نگر، به کشف و تبیین هویت حرفه‌ای افراد، فهم الگوهای رفتاری و شناسایی توانمندی‌های بنیادین آنان می‌پردازد تا زمینه‌ای پایدار برای رشد فردی، هم‌راستایی سازمانی و توسعه سرمایه انسانی فراهم آورد.

این طرح حاصل ادغام هوشمندانه‌ای از روان‌شناسی صنعتی-سازمانی، علوم رفتاری، تحلیل داده‌های انسانی، طراحی نقش‌ها و بازمهندسی مسیر شغلی است و با همراهی مستمر از سطح شناخت تا سطح اجرا، چرخه توسعه سازمان را هدایت و پشتیبانی می‌کند.

فرایند کار با پژوهشی عمیق در حوزه منابع انسانی آغاز می‌شود. در این مرحله، آزمون‌های روان‌سنجی استاندارد، مصاحبه‌های تحلیلی و ساختاریافته، تحلیل تعاملات حرفه‌ای و بررسی تجربیات ضمنی کارکنان در کنار تحلیل فرهنگ، ساختار نقش‌ها و روندهای سازمانی همگی به‌طور یکپارچه بررسی می‌شوند تا تصویری دقیق، چندبعدی و مبتنی بر داده از هویت حرفه‌ای افراد به دست آید. بهره‌گیری هم‌زمان از علوم رفتاری، اقتصاد رفتاری، مدیریت منابع انسانی و رفتار سازمانی امکان می‌دهد هم فرد و هم بستر سازمانی به‌صورت هماهنگ درک شوند.

در مرحله بعد، الگوهای انگیزشی، توانمندی‌های بنیادین، سبک‌های تصمیم‌گیری، ارزش‌ها و ترجیحات رفتاری تحلیل می‌شوند و از هم‌نشینی این داده‌ها، پیکره‌ای منسجم از هویت حرفه‌ای شکل می‌گیرد؛ پیکره‌ای که نشان می‌دهد فرد در چه نقش‌ها، موقعیت‌ها و مسیرهایی بیشترین شکوفایی، اثرگذاری و رضایت را تجربه خواهد کرد.

پس از این مرحله، سازه‌های هویتی به ساختار مسیر شغلی جهت داده می‌شود. در این بخش، کارشناسان دیبا با تکیه بر روان‌سنجی، طراحی شایستگی‌ها، فلسفه نقش‌ها، تحلیل رفتار کاری و مدیریت منابع انسانی، داده‌های هویتی را به مسیرهای قابل پیاده‌سازی، استانداردهای عملکرد، قوانین نقش، الگوهای رشد و ساختارهای توسعه مهارت تبدیل می‌کنند. حاصل این مرحله، زبانی مشترک میان نقش‌ها و شایستگی‌ها در سازمان است؛ زبانی که امکان یکپارچگی و انسجام میان افراد و ساختار رسمی سازمان را ایجاد می‌کند.



مشاوره روان‌شناسی صنعتی- سازمانی INDUSTRIAL-ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

خدمات جامع مدیریت مسیر شغلی هویت محور تطبیقی

سپس فرایند همسوسازی و یکپارچه‌سازی مسیر شغلی با فرهنگ و نظام‌های سازمانی انجام می‌شود. در این مرحله، هویت حرفه‌ای افراد با اهداف کلان سازمان هماهنگ می‌گردد، فرهنگ سازمانی برای پذیرش مسیرهای جدید آماده می‌شود، نقش‌ها و انتظارات عملکردی شفاف‌تر می‌گردند و فرایندهای منابع انسانی با معماری مسیر شغلی هم‌راستا می‌شوند. طراحی تجربه شغلی، مدیریت نقاط تماس منابع انسانی و توسعه کارکنان در این مرحله نقش محوری دارند تا «بودن» و «شدن» افراد در سازمان در یک مسیر هم‌افزا قرار گیرد.

پایش تطبیقی سلامت مسیر شغلی، آخرین بخش این چرخه است. مسیر شغلی به‌طور مستمر پایش و به‌روزرسانی می‌شود. شاخص‌هایی چون رضایت شغلی، فرسودگی، تناسب فرد- شغل، عملکرد، ماندگاری و داده‌های رفتاری دوره‌ای بررسی می‌شوند تا سیستم مسیر شغلی در برابر تحولات محیط کار و تغییرات استراتژیک سازمان انعطاف‌پذیر و پایدار بماند.

دیبا این طرح را در قالب یک پلتفرم یکپارچه خدمات روان‌شناسی صنعتی-سازمانی ارائه می‌کند؛ بستری که در آن متخصصان روان‌شناسی سازمانی، کارشناسان منابع انسانی و متخصصان توسعه مهارت‌ها و رفتار حرفه‌ای در کنار هسته مرکزی دیبا فعالیت می‌کنند.

این ساختار امکان همکاری بلندمدت، پروژه‌های چندسطحی و پیاده‌سازی نظام‌های پایدار توسعه انسانی را برای سازمان‌ها فراهم می‌سازد.

دیبا آماده همکاری با سازمان‌هایی است که ضرورت ایجاد نظامی علمی، پایدار و هویت‌محور برای مدیریت مسیر شغلی را درک کرده‌اند. ما تجربه همراهی با سازمان‌ها در مراحل مختلف رشد را داشته‌ایم و باور داریم که در مسیر توسعه حرفه‌ای و سازمانی، هم‌افزایی همیشه برتر است؛ با هم بهتریم.



مشاوره روان‌شناسی صنعتی - سازمانی INDUSTRIAL-ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

پایش و توسعه هویت حرفه‌ای

این زیرخدمت بر ایجاد چرخه‌ای پایدار برای شناخت، پایش و ارتقای هویت حرفه‌ای کارکنان تمرکز دارد و با بهره‌گیری از ابزارهای روان‌سنجی، تحلیل رفتار شغلی، مشاوره فردی و خانواده، و پایش دوره‌ای سلامت مسیر شغلی، مسیر رشد فردی و سازمانی را نظام‌مند و قابل اندازه‌گیری می‌سازد. هدف آن ایجاد تصویری دقیق و پویا از هویت حرفه‌ای هر فرد و فراهم‌سازی بستر توسعه مداوم در راستای نیازهای سازمان است. توسعه هویت حرفه‌ایی در مراتب گوناگون سازمان نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی است و این نوع مشاوره در ارائه راهکارهای موثر به مدیران بسیار کارکردی است.

✓ طراحی و اجرای برنامه‌های ارتقای سلامت روان و رفاه شغلی

✓ پایش دوره‌ای شاخص‌های سلامت مسیر شغلی

✓ تهیه گزارش‌های تحلیلی برای سازمان

✓ طراحی برنامه‌های رشد فردی مبتنی بر مدل شایستگی

✓ اجرای آزمون‌های روان‌سنجی استاندارد

✓ کارکردشناسی رفتار در موقعیت شغلی و تحلیل تعاملات بین فردی

✓ تدوین پرونده جامع هویت حرفه‌ای

✓ برگزاری جلسات مشاوره فردی و خانواده مبتنی بر داده



مشاوره روان‌شناسی صنعتی - سازمانی INDUSTRIAL-ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

خدمات تکمیلی جذب، انتخاب و مدیریت منابع انسانی

در این زیرخدمت، فرایندهای منابع انسانی با استفاده از داده‌های روان‌شناختی، مدل‌های شایستگی، تحلیل فرهنگ سازمانی و شاخص‌های عملکرد بازطراحی و بهینه می‌شوند. این خدمات به واحد منابع انسانی کمک می‌کند تا جذب، انتخاب، نگهداشت، ارتقاء و تیم‌سازی را بر مبنای هویت حرفه‌ای کارکنان و شواهد علمی انجام دهد. نتیجه، افزایش دقت در تصمیم‌گیری‌های منابع انسانی و ارتقای عملکرد سازمان از طریق همراستایی نقش‌ها، افراد و فرهنگ است.

- ✓ بازطراحی فرایندهای جذب و انتخاب مبتنی بر هویت حرفه‌ای
- ✓ اجرای مصاحبه‌های تحلیلی و ساختاریافته CBI و HBI
- ✓ طراحی آزمون‌ها و سناریوهای انتخابی متناسب با نقش‌ها
- ✓ تدوین مدل‌های شایستگی، استانداردهای نقش و شاخص‌های عملکرد
- ✓ مشاوره سازمانی برای چیدمان، تیم‌سازی و بازمهندسی نقش‌ها در ساختار سازمانی
- ✓ تحلیل فرهنگ سازمانی، نقاط تعارض و الگوهای تجربه کار
- ✓ طراحی و پیاده‌سازی معماری مسیر شغلی
- ✓ طراحی تجربه کاربری (UX) و مدیریت نقاط تماس منابع انسانی با برندکارفرمایی
- ✓ ارزیابی دوره‌های عملکرد و ماندگاری این روند مبتنی بر رویکردهای هویتی برند و شاغل



مشاوره روان‌شناسی صنعتی - سازمانی INDUSTRIAL-ORGANIZATIONAL PSYCHOLOGY

آموزش‌های توسعه‌ای، ارتقایی و هویت‌ساز

این زیرخدمت شامل طراحی و اجرای کارگاه‌ها، مداخلات آموزشی و برنامه‌های یادگیری سازمانی است که با رویکردهای روان‌شناسی، علوم شناختی، اقتصاد رفتاری و مدیریت توسعه کسب و کار و توانمندی‌های تخصصی و توانایی‌های نرماجرا می‌شوند. هدف این برنامه‌ها تقویت ظرفیت‌های ذهنی، رفتاری، هیجانی و حرفه‌ای کارکنان است و در مسیر توسعه هویت حرفه‌ای، افزایش مهارت‌های فردی، بهبود روابط تیمی و ارتقای عملکرد سازمانی نقش کلیدی ایفا می‌کند.

- ✓ طراحی و برگزاری کارگاه‌های توسعه فردی (افزایش تاب‌آوری، انگیزش، خودآگاهی، مدیریت هیجان) ✓ طراحی برنامه‌های یادگیری سازمانی مبتنی بر مدل‌های شایستگی
- ✓ کارگاه‌های توسعه سازمانی (تعاملات تیمی، رهبری، مدیریت تعارض) ✓ طراحی بسته‌های آموزشی متناسب با نقش‌ها و مسیرهای شغلی
- ✓ کارگاه‌های مبتنی بر علوم شناختی و اقتصاد رفتاری (ارتقای کیفیت تصمیم‌گیری، کاهش خطاهای شناختی) ✓ پایش اثربخشی آموزش و تدوین نقشه پیشرفت شغلی در هر یک از گام‌های آموزشی- مشاوره‌ای ارائه می‌شود.

بہت پریم باہم



ارتباط با گروه مشاوران دیبا



+۹۸ ۲۱ ۲۲۸۷۷۴۳۲



info@dibabc.co



www.dibabc.co



Unit ۵, No. ۱۲, Vira alley, Shariati St., Tehran, IR