



درباره دکتر مقداد صرامی

استراتژیست برند و مشاور مدیریت

کارآفرین دیروز

متفکر سیستمی

جراح کسب و کارها

راهبر تحول دیجیتال

معلم برندینگ و مارکتینگ

ایده پرداز ، محقق و تحلیل گر

شتاب دهنده و تسهیل گر

مقداد صرامی

تحصیلات

- دکترای مدیریت استراتژیک - تهران ۱۴۰۰
- فوق لیسانس مدیریت کسب و کار - اصفهان ۱۳۸۸
- کارشناسی ارتباطات استراتژیک و روابط عمومی - اصفهان ۱۳۸۴
- کاردانی طراحی گرافیک و ارتباط تصویری - یزد ۱۳۸۰
- دیپلم گرافیک و هنرهای کاربردی - تهران ۱۳۷۸

افتخارات

۱. بیش از ۲۱ سال شاگردی در بازار و دانشگاه (در قالب مجری و مشاور)
۲. مشاوره توسعه بازار، برندینگ، روابط عمومی، تبلیغات، فروش و CRM به ۷۹۵ کسب و کار
۳. مشاور و ناظر بر بیش از ۶۵ کمپین I MC
۴. نامگذاری یا انتخاب نام ۱۴۶ برند
۵. اجرای ۸۴ طرح مطالعات یا تحقیقات بازاریابی
۶. اجرای ۱۷۰ مورد بخش بندی بازارهای هدف

۷. مشاوره ۷۰ پروژه مهندسی مجدد برند
۸. تحلیل کسب و کار طی ۱۶۹ مورد
۹. اجرای ۲۰۴ مورد پایش رسانه های اثربخش
۱۰. مهندسی رسانه در ۸۶ پروژه تجاری و فرهنگی
۱۱. مدل سازی و پیاده سازی ۹۵ مورد واحد روابط عمومی در شرکتهای تولیدی، صنعتی یا خدماتی
۱۲. راه اندازی و ایجاد ۵۹ مورد واحد امورمشتریان یا باشگاه مشتریان
۱۳. طراحی پلان توزیع یا پخش ۴۹ مورد شرکت پخش یا واحد تولیدی
۱۴. ارائه راهکار ۱۰۹ مورد تبلیغ انگیزشی در نقاط خرید یا فروش
۱۵. مشاوره ۸۸ مورد توسعه ارتباطات آنلاین و بازاریابی اینترنتی و شبکه های اجتماعی
۱۶. طراحی و تبیین ۷۹ مورد مدل های ارزش افزوده و مزیت های رقابتی برندها
۱۷. مشاوره ۵۳ مورد برند پرسنال برای شخصیتهای سیاسی، اقتصادی، علمی، فرهنگی و هنری
۱۸. مدل سازی و پیاده سازی ۱۰۴ مورد چرخه مزایای تشویقی و انگیزش های پیشبرد فروش
۱۹. ارائه مشاور ۱۲۰ مورد پروموشن های خلاق (ترفیع، تبلیغ و ارتقای فروش)
۲۰. تبیین ۷۹ مورد ارائه راهکارهای حفظ مشتری، تکرار خرید، وفاداری و رضامندی
۲۱. مشاوره قیمت گذاری، هدفگذاری فروش و سود پیش بینی شده در ۲۴۸ مورد
۲۲. ارائه مشاور معرفی فرصتهای سرمایه گذاری به ۷۴ شهرداری
۲۳. مشاوره و پیاده سازی ۶۸ مورد برندینگ و رسانه سازی کودک و نوجوان
۲۴. مشاور توسعه ارتباطات و آموزش همگانی به بیش از ۱۰۴ سازمان و ارگان دولتی
۲۵. مشاور و مجری برندینگ شهری در ۱۱ شهر ایرانی
۲۶. ایده پردازی و تولیدمحتوای نوشتاری، تصویری و مفهومی بیش از ۸۹۳۰ اثر خلاق برندینگ یا تبلیغاتی
۲۷. تولیدمحتوای ۱۱۰ مورد پلت فرم، سیستم سازی و هویت بخشی برند
۲۸. انتشار ۲۳۹ یادداشت و مقاله و تحلیل در نشریات عمومی و تخصصی
۲۹. برگزاری ۳۴ سمینار تخصصی
۳۰. برنامه ریزی و مهندسی رویداد بیش از ۳۲۹ مورد نمایشگاه، سمینار، همایش، کارناوال و...
۳۱. رایزنی برای ۹۴ مورد جوینت ونچری (شراکت بازاریابی)
۳۲. تبیین سند اجرایی مسئولیت های اجتماعی و حامی گری ۷۳ برند
۳۳. تدریس در قالب بیش از ۵۷ کارگاه آموزشی در حوزه های مارکتینگ و برندینگ
۳۴. حضور مستمر و فعال در بیش از ۱۶۲ سمینار، سمپوزیوم، کارگاه، کنفرانس و همایش علمی در حوزه های بازاریابی، فروش، برندینگ، تبلیغات، اطلاع رسانی، رسانه، ارتباطات مشتریان، روابط عمومی، تجارت الکترونیک، توزیع و پخش و...

معرفی مهارت ها

در قالب: عارضه یابی، تحلیل، ارائه راهکار، برنامه ریزی، آموزش، مربی گری و نظارت

۱. مطالعات بازار و تحقیقات بازاریابی (مشتریان، کارکنان، مشتریان، عاملیت های فروش و خدمات پس از فروش، رقبا و سایر ذینفعان، رسانه های اثربخش، اندازه گیری سهم بازار و...)

۲. تبیین استراتژی و تدوین برنامه اجرایی برندینگ
۳. تبیین استراتژی و تدوین برنامه اجرایی بازاریابی و فروش
۴. طراحی تاکتیک ها و تکنیک های پیشبرد فروش
۵. طراحی کمپین های بازاریابی و تبلیغات
۶. بخش بندی بازارهای هدف
۷. کشف اقیانوس های آبی بازار
۸. قیمت گذاری محصولات و خدمات
۹. ارزش گذاری برند
۱۰. سیاستگذاری توسعه محصولات و خدمات
۱۱. طراحی یا توسعه ساختار فرنچایزینگ
۱۲. طراحی یا توسعه خدمات پس از فروش
۱۳. طراحی یا توسعه سفارشات تولید بدون کارخانه OEM
۱۴. طراحی یا توسعه پلان توزیع و پخش محصولات
۱۵. تبیین آیین نامه های همکاری عاملیت های فروش
۱۶. طراحی جشنواره های فروش
۱۷. هدف گذاری فروش
۱۸. مدیریت تجربه مشتریان CEM
۱۹. سنجش رضایتمندی مشتریان CSM
۲۰. مدیریت ارتباط با مشتریان CRM
۲۱. طراحی راهبردهای تکرار خرید مشتریان
۲۲. طراحی راهبردهای رضایتمندی، وفادارسازی و هوادارسازی مشتریان
۲۳. راه اندازی یا توسعه واحد توسعه بازار
۲۴. تبیین آیین نامه های انگیزشی حقوق و دستمزد و شرح شغل کارکنان بازاریابی و فروش بصورت کارکردمحور
۲۵. طراحی یا توسعه مزیت های رقابتی
۲۶. طراحی راهبردهای جوینت ونچرینگ
۲۷. ارائه راهبردهای دیجیتال مارکتینگ
۲۸. برگزاری اتاق فکر برای ایده پردازی های خلاقانه مرتبط با حوزه های مارکتینگ و برندینگ
۲۹. راه اندازی یا توسعه واحد روابط عمومی تجاری PR
۳۰. طراحی و برنامه ریزی رویدادها
۳۱. طراحی راهبردهای مسئولیت های اجتماعی شرکتی CSR
۳۲. طراحی پلان مدیریت محصول
۳۳. طراحی پلان فروش سازمانی صنعتی

۱. معاینه و چکاب

عارضه یابی رفتار برند یا سازمان
بررسی روال کارها، برنامه ها و گردش فرآیندها
بررسی و چکاب سازمان های تجاری یا غیر تجاری
بررسی تصور ذهنی مخاطب یا مشتریان از سازمان یا برند
عارضه یابی رفتار اعضای سازمان در ارائه خدمات و محصولات
بررسی روند بهبود و استمرار و اثربخشی تبلیغات و اطلاع رسانی

۲. پایش و ارزیابی

شناسایی روند هزینه تبلیغات یک برند در مقایسه با متوسط هزینه تبلیغات محصول مربوطه
شناسایی روند هزینه تبلیغات یک برند در مقایسه با هزینه تبلیغات رقبا
تجزیه و تحلیل برنامه ریزی رسانه ای رقبا در یک دوره تبلیغات
تعیین مخاطب بازار هدف
تعیین اهداف مناسب تبلیغات
تعیین جایگاه شرکت و محصول
نظرسنجی و تهیه آمار و تحلیل محتوای آن
اطلاع یابی از آخرین اخبار صنعت موردنظر
امکان سنجی بازار مبتنی بر فرصتها و تهدیدها
تحلیل شرایط کنونی بازار محصول و رقبای آن
تعیین مشخصات جمعی مصرف کنندگان
تعیین شرایط نفوذ به بازار
تعیین سبک زندگی مصرف کنندگان
تعریف واحد مصرف
تعیین و تحلیل گروه هدف
تعیین روش استفاده از رسانه ها برای گروه هدف
شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات و مزیت های رقابتی

۳. تجزیه و تحلیل

تحلیل موضوع، مسائل و رویدادها
تحلیل نظرسنجی و پایش ها
تحلیل نمونه گیری ها
تحلیل عملیات داده ها و گردآورنده ها
تهیه گزارش
تهیه گزارش اولیه

ارزیابی گزارش
تهیه گزارش نهایی
تهیه خروجی‌های توصیفی و تحلیلی

۴. مشاوره

مشاوره جهت دستیابی برند به افتخارات
آگاهی کامل از رسانه‌های تخصصی با رویکرد اثربخشی
تدابیر لازم جهت توسعه و گسترش ارتباطات کاری با صاحبان رسانه‌ها و مدیران و...
طراحی پیش‌نویس استراتژی کلان تبلیغات برند
حضور در جلسات و کمیته تخصصی تبلیغات
تحقیق و تعریف کامل گروه مخاطبین موردنظر برای هر محصول
توسعه و گسترش روشهای تحقیقات اجرایی برای مشتریان
حصول اطمینان از تبلیغات کارآمد برند در همه‌ی ابعاد
بحث و گفتگو در زمینه‌ی گسترش ارائه خدمات به مشتریان
مرور و بررسی مشکلاتی که ممکن است در روند اجرایی تبلیغات برند اثرگذار باشد
بررسی وضعیت صنعت تبلیغات و قیاس آن با فعالیتهای برند
تدبیر جهت حفظ و نگهداری اعتبار و موقعیت برند در بازار
مرور فعالیتهای تبلیغاتی رقبا

۵. راهکارهای توسعه

توسعه ارتباطات
توسعه فروش
توسعه بازار
مدیریت رویدادها
تعیین استراتژی
مدیریت رسانه
تعیین سبک و سیاق طراحی و رنگ سازمانی (یونیفرم)
شیوه برگزاری نمایشگاه موفق
برگزاری سمینارهای توجیهی یا علمی
حامی‌گری: معنوی، حرفه‌ای
مسئولیت‌های اجتماعی
توسعه ارتباطات با سازمان‌های دولتی و خصوصی
هنر ارائه محصول یا خدمات
جشنواره‌های فروش
شناسایی رسانه‌های تخصصی
انتخاب شریک تبلیغاتی
ارزش افزوده‌ها

افزایش رقابت
ایجاد مزیت های رقابتی خدمات پشتیبانی قبل، حین و پس از فروش
رفتارشناسی مشتریان
ایجاد باشگاه مشتریان
ارتباط با مشتری
روابط عمومی الکترونیک و تجارت الکترونیک
وفاداری مشتری به برند
کارشناسی وضعیت محصول در بازار رقابتی
ایجاد اتاق خلاقیت و فکر
راهکارهای خلاقیت در بازاریابی
بازارسازی اجتماعی
انتخاب مدل بازاریابی
سمپلینگ
برگزاری نشستهای مطبوعاتی
آموزش همگانی
مهندسی مجدد تبلیغات

۶. برنامه ریزی

مراحل مختلف خط مشی:

بنا به ملاحظات سازمان یا شرکت و چشم انداز و رسالتها و همچنین با عنایت به عارضه یابی و امکان سنجی صورت گرفته، خط مشی و سیاستگذاری روابط عمومی و تبلیغات تعریف می گردد.

بر اساس: نوع فعالیت | گروه هدف (سن و جایگاه) | حوزه های ارتباطی | اهداف | چشم انداز
۱- ایده پردازی (تهیه پیام و انتخاب رسانه):

برای خلق ایده می توان با بررسی وضعیت مخاطبان و تعیین مزایای آن، ایده مناسبی را آفرید.
۲- ارزیابی و انتخاب:

اجرای ایده ها بایستی معنادار، شاخص، برجسته، باور کردنی و قابل اندازه گیری باشند.
۳- پیش آزمون:

قبل از اجرای اصلی سنجش و پیش آزمون ایده، پیام و رسانه ضروری است.

۴- اجرا:

بایستی پیام در رسانه به نحوی اجرا شود که توجه و علاقه مخاطبین هدف را برانگیزد.

۵- بازخورد:

دریافت بازخورد پس از اجرا جهت تعیین ادامه مسیر ضروری است

۷. مدیریت اجرایی

مشاور با هدایت تیمهای تخصصی مختلف و با استفاده از ظرفیتهای گسترده اجرایی، این خدمات را در حوزه های روابط عمومی، بازاریابی، تبلیغات و مدیریت ارتباط با مشتریان تقدیم می کند:

تهیه و اجرای کمپینهای تبلیغاتی مبتنی بر مدل مهندسی تبلیغات اختصاصی

اجرای پروژه های سمپلینگ محصولات
اجرای پروژه های تحقیقات بازاریابی
مشاوره و اجرای پروژه های برندسازی و ارتقا شهرت نام تجاری در محیط فیزیکی و اینترنتی
ایده پردازی و اجرا در زمینه طراحی و گرافیک کلیه ملزومات تبلیغات
اجرای پروژه های طراحی و بسته بندی محصول
اجرای پروژه های نامگذاری محصولات و انتخاب نام برند، طراحی لوگو و آفرینشهای کسب و کار
برگزاری همایشهای کوچک و بزرگ برای شرکت ها و سازمان ها
طراحی و اجرای غرفه های نمایشگاهی، دکوراسیون داخلی
پوشش خبری دستاوردها، تولیدات، خدمات و رویدادها
مانیتورینگ رسانه ای تمامی رقبا و بازارهای هدف
مشاوره و اجرای طرح های بازاریابی
پایش رسانه
خرید فضای تبلیغاتی در رسانه های اثربخش
طراحی سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان
برگزاری نشستهای مطبوعاتی
آئین رونمایی محصول

۸. کنترل و نظارت

نظارت بر:

عملکرد سازمان تبلیغات
عملکرد روابط عمومی
کیفیت اجرای کمپین تبلیغاتی
کیفیت برگزاری رویدادها
پایش رسانه های اثربخش
مانیتورینگ پروژه های برند
پیاده سازی فرآیندهای ارتباط با مشتری
مدیریت برند

- ۱) مطالعات بازار و تحقیقات بازاریابی
- ۲) آمایش، پایش و تحلیل گری بازار (پیش بینی از امروز به آینده و پس بینی از آینده به امروز)
- ۳) مشاوره استراتژی و تحول سازمانی (تدوین، برنامه ریزی، استقرار، کنترل و پایش)
- ۴) مشاوره مدیریت تعالی و بهره وری کسب و کار
- ۵) مشاوره تحول دیجیتال
- ۶) مشاوره برندینگ
- ۷) مشاوره سیاست گذاری پیشبرد فروش
- ۸) مشاوره فروش و افزایش سهم بازار
- ۹) مشاوره فروش سازمانی و صنعتی
- ۱۰) مشاوره پشتیبانی فروش
- ۱۱) مشاوره ایجاد و توسعه شبکه نمایندگی ها
- ۱۲) مشاوره خدمات پس از فروش
- ۱۳) مشاوره مارکتینگ و توسعه بازار
- ۱۴) مشاوره در بودجه ریزی و طراحی کمپین بازاریابی و تبلیغات
- ۱۵) مشاوره جعبه ابزار بازاریابی و فروش
- ۱۶) مشاوره کشف و مدیریت اقیانوس های آبی بازار
- ۱۷) مشاوره توسعه بازار جوئینت ونچرینگ با سازمان های همسو
- ۱۸) مشاوره بخش بندی، اعتبارسنجی و رتبه بندی مشتریان و بازارهای هدف
- ۱۹) مشاوره ارتباطات مشتریان CRM, CEM, CCM
- ۲۰) مشاوره طراحی و استقرار باشگاه مشتریان
- ۲۱) مشاوره اندازه گیری رضایتمندی و وفاداری مشتریان
- ۲۲) مشاوره طراحی سرویس
- ۲۳) مشاوره مدیریت محصول و توسعه محصول
- ۲۴) مشاوره قیمت گذاری محصول
- ۲۵) مشاوره فرانچایزینگ
- ۲۶) مشاوره تولید بدون کارخانه OEM
- ۲۷) مشاوره طراحی و استقرار اسپیناف (انشعاب یکی از محصولات یا دپارتمان ها و تبدیل شدن به کسب و کار مستقل)
- ۲۸) مشاوره مدیریت سرمایه های انسانی
- ۲۹) مشاوره طراحی و استقرار نظام جبران خدمات کارکنان
- ۳۰) مشاوره طراحی و استقرار ساختار سازمانی و شرح مشاغل
- ۳۱) مشاوره طراحی و استقرار شاخصه های ارزیابی عملکرد KPI
- ۳۲) مشاوره پیاده سازی مدل OKR هدف گذاری و دستیابی به نتایج کلیدی
- ۳۳) مشاوره بهبود فرایندها
- ۳۴) مشاوره طراحی و استقرار مدیریت زنجیره تامین SCM
- ۳۵) مشاوره طراحی و استقرار مسئولیت های اجتماعی CSR

