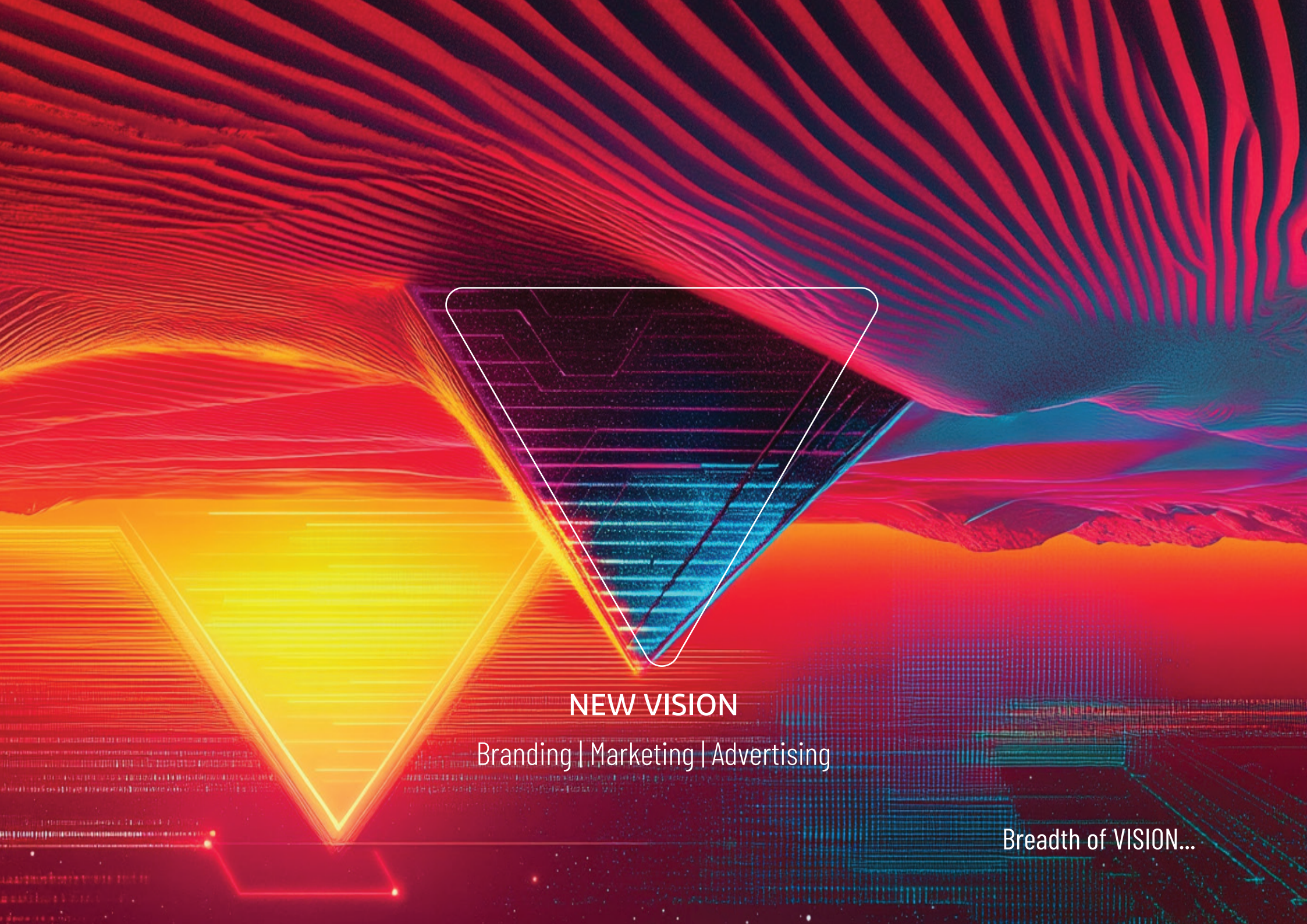




NEW VISION

Branding | Marketing | Advertising

Breadth of VISION...

آینده در گذشته استمراری

مدیران و موسسان شرکت نیو ویژن، از ابتدای دهه هشتاد فعالیت جدی خود را در حوزه تبلیغات و مارکتینگ آغاز کردند که این فعالیت‌های مستمر، در نهایت به تاسیس آژانس تبلیغاتی نیو ویژن، ذیل برند گل‌دیران در سال ۱۳۸۳ منجر شد. شرکت «نگرش تبلیغ نو» نامگذاری شد و عنوان تجاری «نیو ویژن» را برای خود برگزید.

زمان گذشت و نیو ویژن توانست با ایده‌پردازی، طراحی و اجرای کمپین‌های ۳۶۰ درجه به صورت آفلاین و آنلاین و بسیاری خدمات دیگر، نام خود را در میان آژانس‌های موفق حوزه تبلیغات در بازار ایران تثبیت کند. همکاری با برندهای متعددی نظیر ال‌جی، سامسونگ، جی‌پلاس، هوآوی، هایسنس، کاجیران، ام‌جی، میدیا، دورکو و ... تنها بخش کوچکی از فعالیت‌های ما در دو دهه گذشته بوده است. ارائه خدمات تبلیغاتی در ایونت‌ها و برنامه‌های متعدد، برگزاری نشست‌های خبری پرتعداد و متنوع، اجرای رودشوهای خاطره‌انگیز و حضور در نمایشگاه‌های معتبر بین‌المللی و ملی، از نیو ویژن، شرکتی قابل اطمینان در حوزه تبلیغات ساخته است.

فکر می‌کنیم تا همین مقدار سخن گفتن درباره گذشته کافی است. امروز دیگر سخن بر سر آینده است و نیو ویژن به دنبال آن است که در چشم‌انداز فردا حرفی برای گفتن داشته باشد. با آنچه که در این بخش به اختصار درباره پیشینه نیو ویژن توضیح داده شد، می‌توان به تصویری کلی از گذشته تا پریروز رسید. حالا چرا پریروز؟ چون امروز، حال و روز نیو ویژن از نوعی دیگر است. انرژی تازه‌ای به این مجموعه تزریق شده و روح خودباوری و خرد جمعی حاکم بر فضای شرکت، از نیو ویژن، یک new نیو ویژن ساخته که ما بر مبنای همین تصویر، مدعی صحبت کردن از آینده هستیم. گذشته را باید به گذشته وانهاد، اکنون زمان آینده است!

The
Future
is in
the
past
continuous

www.ads.vision

چشم‌اندازی به آینده

آینده چیست؟ آینده کجاست؟ چگونه کار می‌کند و از کجایم؟ ویکی‌پدیا در پاسخ این سوال می‌گوید که «آینده بعدی از هستی بشر است که در فراسوی لحظه «حال» گسترش می‌یابد و همچون یک «اصل» در انجام اقدامات در نظر گرفته می‌شود.» در لغت‌نامه دهخدا نیز ذیل این واژه تعابیری چون «آتیه»، «زمان پس از حال» و «وقتی که نیامده است» درج شده. خب! حقیقت این است که آینده همه این‌ها هست و هیچ‌کدام از این‌ها نیست.

چندسال پیش دانشمندان به این آمار حیرت‌انگیز دست یافته بودند که میزان تولید دانش در جهان، در هر ۲ دقیقه، برابر با کل میزان دانشی است که از نخستین لحظه پیدایش انسان روی کره زمین تا امروز بوده است! جهان هر دو دقیقه در حال دگرگونی کامل است، این وسط جهان‌بینی ما چقدر دستخوش تغییر خواهد شد؟

نیو ویژن، همان چشم‌اندازی است که قرار است جهان آینده را امروز قابل‌پیش‌بینی کند. ما در این آژانس تبلیغاتی تلاش می‌کنیم دریچه‌ای به آینده باز کنیم و شما را دعوت کنیم که از این دریچه به آنچه پیش‌رویتان است نگاه کنید.

اگر در حین رانندگی باشید و پشت پیچ جاده روبرو، سنگ بزرگی وسط خیابان باشد، دو سه دقیقه منتهی به آن سنگ، چگونه اتومبیل‌تان را خواهید راند؟ اگر سنگی در کار نباشد و کنار جاده آبشاری با چشم‌اندازی بی‌نظیر باشد، چه؟ می‌بینید؟ خیلی فرق می‌کند که در آینده چه خبر است. ما نوسترادموس نیستیم، اما به همراه شما، از آنچه پشت این پیچ منتظرمان است، خبرهای دست‌اولی داریم!



چشم‌انداز و استراتژی: یادگیری

عمل‌گرایی، برای آینده‌ای مولد!

نیو ویژن در دوره تازه فعالیت خود، سند راهبردی استراتژیکی را برای پیشبرد اهداف خود در نظر گرفته است. شاید جمله‌ای که خواندید، خیلی اتوکشیده و حتی شعارگونه به نظر بیاید، اما حقیقت این است که تدوین این سند یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های صورت گرفته در دوره تازه فعالیت ماست که در حال حاضر دپارتمان‌های مختلف نیو ویژن براساس آن مشغول فعالیت‌اند. اگر بخواهیم سند مفصل و حجیم استراتژی نیو ویژن را برای شما خلاصه کنیم، به چهار کلیدواژه خواهیم رسید که این واژگان، چکیده‌ای از کار عملیاتی ما در نیو ویژن خواهند بود. این شما و این واژگان ترسیم‌کننده استراتژی نیو ویژن:

آینده

می‌دانید چرا از ابتدای این متن، این‌همه بر آینده تاکید کردیم؟ حقیقت این است که کلیدواژه اصلی ما در تدوین استراتژی عملکردمان، خود «آینده» است. نیو ویژن روی در آینده دارد و در تلاش است فرایند تبدیل حال به آینده را تسریع و تسهیل کند. این واژه در دپارتمان‌های مختلف نیو ویژن معنایی متفاوت می‌یابد: از جذب و استخدام متخصص‌ترین نیروها در واحد سرمایه انسانی نیو ویژن گرفته تا راه‌اندازی بخش AI در راستای بهره‌مندی از امکانات هوش مصنوعی در دایره تبلیغات و مارکتینگ. ما برای آینده برنامه داریم!

مولد

اعتقاد ما بر این است که فرایند تبلیغات و رسانه، بدون داشتن روحیه خلاقانه و مولد امکان‌پذیر نیست. «خلق» به معنای آفرینش،

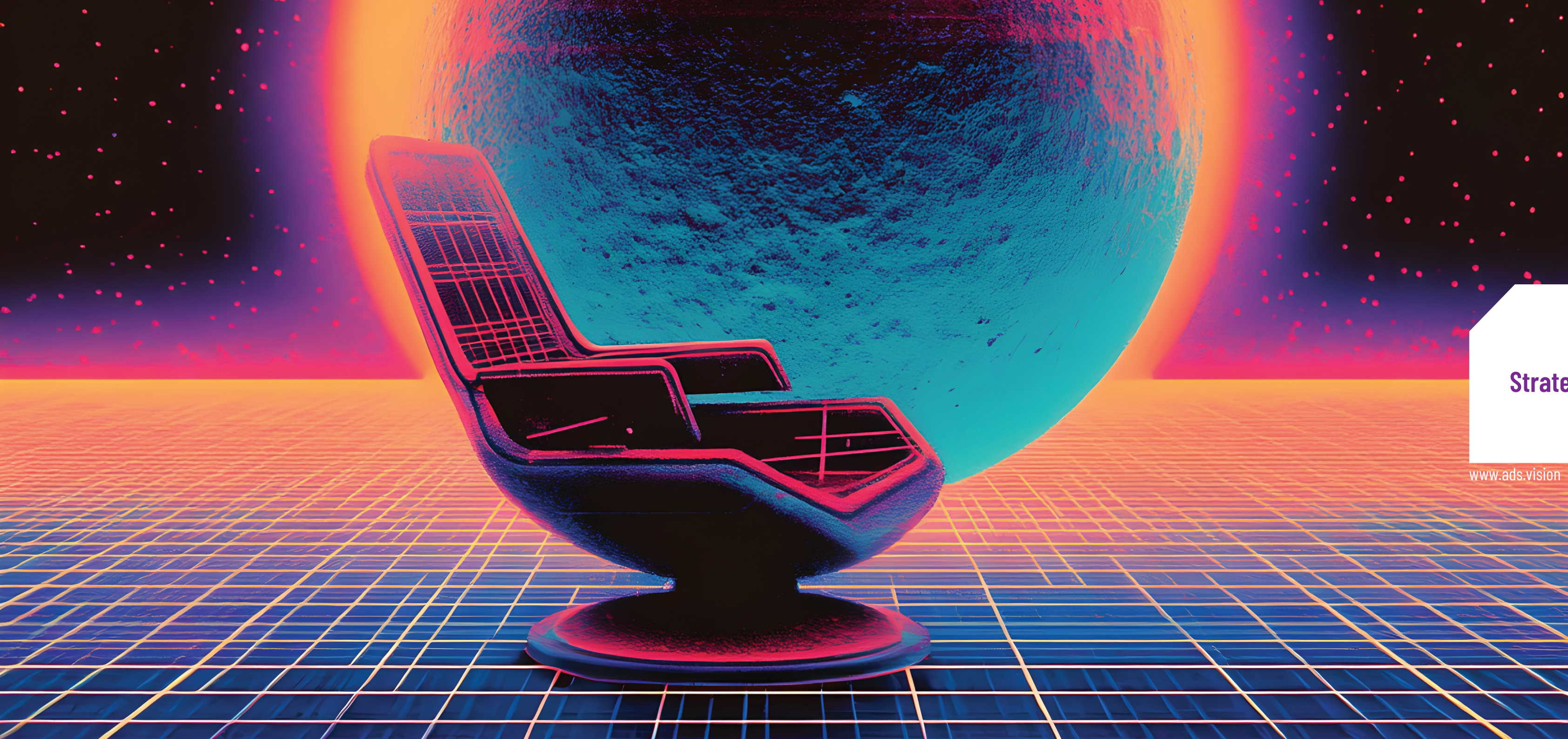
از آنجا به عنوان یک کلیدواژه در فضای ما موضوعیت می‌یابد و آنجا اهمیت خود را نشان می‌دهد که بدانیم بخش زیادی از فرایندهای تبلیغاتی در کشور ما بر مسئله کپی و بازنشر استوار است. در چنین فضایی، نیو ویژن می‌کوشد در تولید بسیاری از محتواها اولین باشد و سنگ بنای بسیاری از تولیدات را برای اولین بار بگذارد. اولین بودن همیشه دشوار است اما چه می‌شود کرد؟ این جوی‌های رونده به چشمه‌ای نیاز دارند تا زایایی و پویایی خود را حفظ کنند. نیو ویژن در تلاش است که آن «چشمه» باشد.

عمل‌گرایی

انجام ندادن یک ایده، موجب از بین رفتن آن می‌شود، انگار که هیچ وقت وجود نداشته است! دنیای تبلیغات سرشار از ایده‌هایی است که صرفاً در جلسات بارش فکری، از ذهن یکی از حاضران به بیرون پرتاب شده و هیچ‌گاه به بار ننشسته‌اند. در این میان، نیو ویژن بر «خروجی»‌ها متمرکز است و به ثمر نشستن هر ایده را تنها با عینیت یافتن آن می‌سنجد. این نکته، وجه مهمی از پراگماتیسم است که تک‌تک اعضای نیو ویژن برای اجرایی شدن آن دست به دست هم داده‌اند. بله، ما پراگماتیست هستیم چرا که دنیای آینده، دنیای عمل‌گراهاست.

یادگیری

شاید این‌طور به نظر بیاید که منظور از این کلیدواژه، توجه نیو ویژن به آموزش علاقه‌مندان حوزه تبلیغات و یاددهنده بودن است. امانه، ما در حقیقت در تلاشیم تا در آینده‌ای که از آن صحبت می‌کنیم، هریک از کارشناسان نیو ویژن، با تقویت روحیه یادگیری در خود، در هر لحظه از حیات خود در این آژانس تبلیغاتی، به دنبال «بهتر شدن» باشد. نیو ویژن، یادگیرنده است و همواره از تازه‌ترین فناوری‌های خلاقانه در دایره تبلیغات در جهان استقبال می‌کند. آغوش ما به روی هر چیز آموختنی، بازِ باز است.



Strategy

www.ads.vision

استراتژی کمپین
استراتژی ارتباطات و بازاریابی
استراتژی برند

Campaign Strategy
Marketing and Communication strategy
Brand Strategy



Creative

www.ads.vision

کمپین خلاق
راهبردهای خلاق
سناریو/اسلوگان/آرت ورک خلاق

Creative campaign
Creative solutions
Creative scenarios/artworks/slogans



تکنولوژی جهانی تولید ایرانی

Domena
Home Appliances

The advertisement features a red and black stick vacuum cleaner on a brown carpet. A large, ornate, light-colored tube with a floral pattern is positioned diagonally across the frame. The Domena logo and tagline are in the bottom left corner.

Gplus

داستان شنیدنی
قهرمان می‌خواهد

جی پلاس

The advertisement shows a tall, black Gplus speaker standing in a misty forest with fallen autumn leaves. The Gplus logo is in the top left, and Persian text is on the right.

Gplus

حفظ درخشندگی ظروف کریستال
با تکنولوژی

Crystal Care

The advertisement features a Gplus dishwasher with its door open, showing a wine glass being washed inside. The Gplus logo is in the top left, and the Crystal Care logo is on the right.

Gplus
so much more

Gplus Washing Machine

مراقب ظرافت‌ها
Guardian of Delicacy

Gplus
so much more

Gplus Dish Washer

به سان امواج خروشان
Like the Roaring Waves

Gplus
so much more

Gplus Duct Split System

قهرمانی برای تمام فصول
A Hero For All Seasons

Gplus
so much more

Gplus Mobile

هیجان شروع یک ارتباط
Excitement of the First Contact

Gplus
so much more

Gplus Television

درخشش یک قهرمان
A Shining Hero

Gplus

ظرف و لباست با ما

با خرید ماشین لباسشویی و ظرفشویی جی پلاس
کارایی و زیبایی را با هم ست کنید



ظرف و لباست با ما

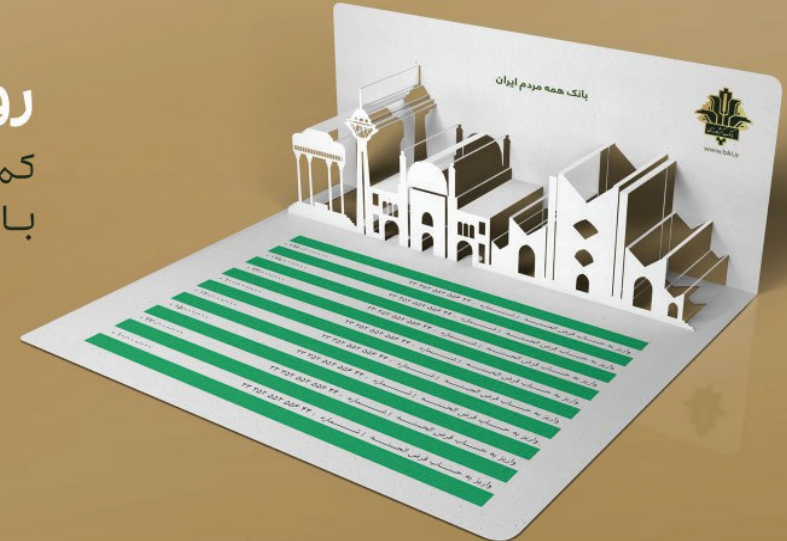




هزار درنا روی شانه‌های تو

با یک خرید خوشحال کننده
یک کوله‌پشتی دیگر هدیه کنید
از ۱۵ شهریور تا اول مهر

گلستران



رو سفر حساب باز کن!...

کمک هزینه سفرهای زیارتی و سیاحتی
با افتتاح حساب قرض الحسنه

بانک کشاورزی
BANK KESHAVARZI



همدست با رونق تولید!

با افتتاح حساب‌های پس‌انداز قرض الحسنه بانک کشاورزی
گامی در جهت رونق تولید کشور برداریم

بانک کشاورزی
BANK KESHAVARZI



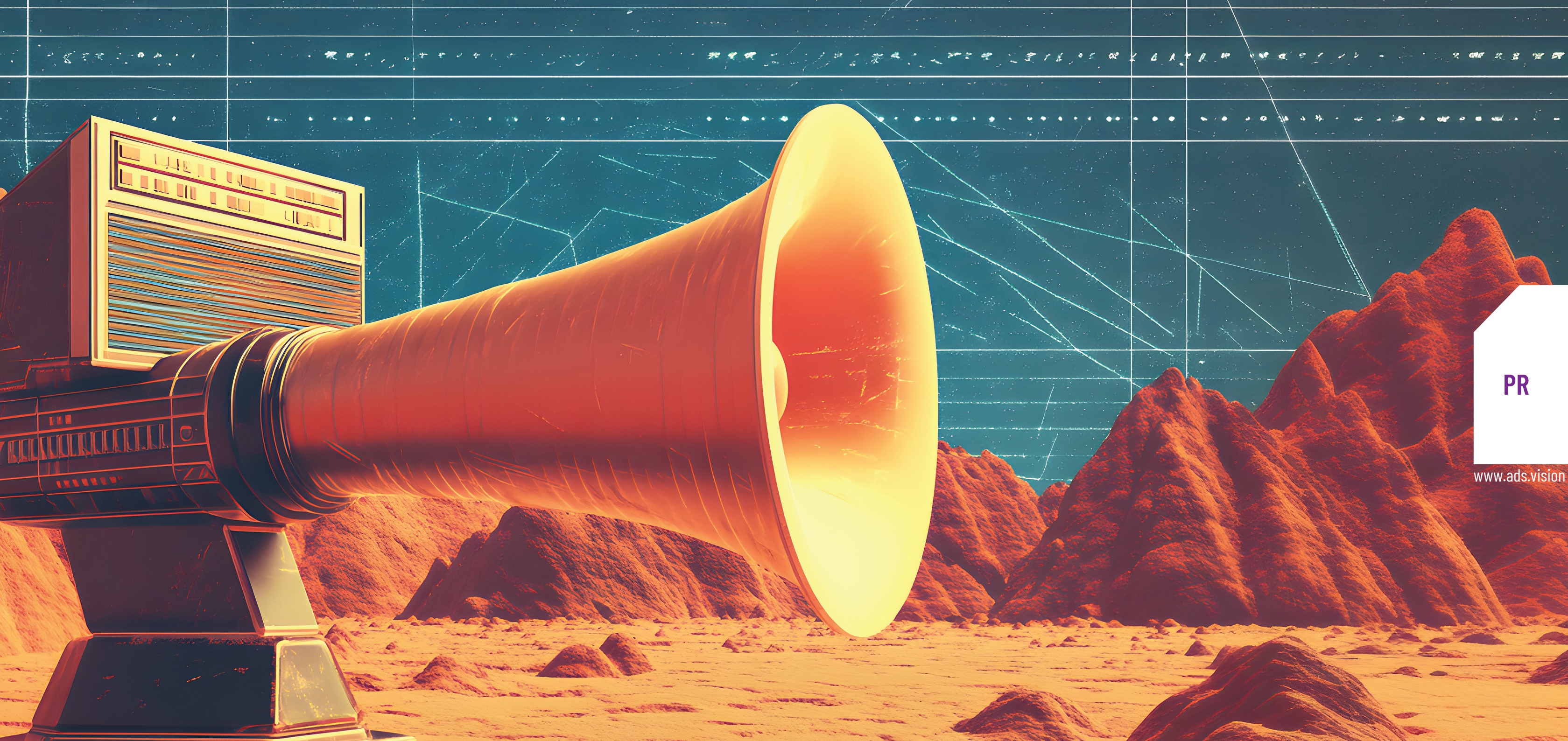
www.ads.vision

Production

تولید آگهی تلویزیونی
تولید ویدیوی دیجیتال
تولید فیلم صنعتی

TVC production
Digital video production
Corporate video production





PR

www.ads.vision

کنفرانس و نشست خبری
مسئولیت اجتماعی (CSR)
مدیریت بحران

Conference and press conference
Corporate Social Responsibility
Public Relation Crisis management







Event Planning

www.ads.vision

مدیریت رویداد
برگزاری نمایشگاه و کنفرانس
بازاریابی چریکی (فلش ماب و...)
طراحی و اجرای تجربه (رودشو و...)
طراحی و اجرای دکوراسیون نمایشگاهی

Event management
Exhibition & Conference
Gurilla marketing, flash mob,
Roadshow design
Decoration Design



LG SIGNATURE







Digital Marketing

www.ads.vision

بازاریابی رسانه های اجتماعی
تبلیغات دیجیتال
سئو
مدیریت رسانه های اجتماعی

Social media marketing
Digital advertising
SEO
Social media management



CLINT
CLIMATIZZAZIONE INTEGRATA

AQUA

www.goldiranac.ir
021 - 23008

گلدیران
مبکرا

خوش انرژی باش



Gplus

www.goldiranac.ir
021 - 23008

گلدیران
مبکرا



Gplus

Gentle Cool Wind 3D Air Flow Fan Speed Rapid Cooling

UEFA EURO2024 GERMANY

www.goldiranac.ir
021 - 23008

گلدیران
مبکرا

تهران، خیابان حافظ
نرسیده به چهارراه کاج
نبش این دست خیابان
کافه تلخ

۲۳ فروردین / از ساعت ۱۹:۳۰
هر شب یکت به صورت رایگان و
مبلغ جمع شده صرف کمک به
سازمان خیریه خواهد شد

سعید نجفی: گیتار / کاج
بهروز فرماني: گیتار / کاج
سینا خانزاده: گیتار / کاج
امید فرهودین: گیتار / کاج

اجرای گروه فلامنکو کولی
جمعه شب در کافه تلخ
ورود برای عموم آزاد است

APR 12

#BITTER_IS_BETTER

MEHRAH QUM

G * Y * P * S * Y

KOLI BAND

BITTER CAFE
LIVE IN BITTER CAFE
FRIDAY, APR. 12, 2019
AT 19:30 TO 21:30

SAEID NAJAFI: GUITAR
BEHROUZ FARMANI: GUITAR / CAJON
SINA KHANZADEH: GUITAR / VOCALIST
OMID FARHODIN: BASS GUITAR

BITTER CAFE
HAYAT ALLEY, HAFEZ AVE.
COLLEGE CROSSROAD
TEHRAN, IRAN

021 8889 5505
@BITTER_CAFE
@KOLI_BAND

**PAYARA
SHOES
COMPANY**
www.payarashoes.com



**MEHRAN
40-44**



Media

برنامه ریزی رسانه‌ای
تبلیغات محیطی
رسانه های نوین

Media planing
OOH
New media





Branding

www.ads.vision

تدوین استراتژی
تحقیقات بازار
استراتژی کسب و کار
استراتژی برند و مارکتینگ
استراتژی تبلیغات

Developing a strategy
Market research
Business strategy
Brand strategy and marketing
Advertising strategy



Breadth of VISION...



Credential - 2024 - V- 01