



## مجموعه باغ غذای تهران



تابستان 1401



مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

❖ هدف و چشم انداز

مقدمه

سابقه فعالیت:

گروه مهندسی امید امینی و همکاران از سال 1380 در کنار شرکت پیمانکاری لوزان که از سال 1333 فعالیت داشته و جزء پنج شرکت اول پیمانکاری ثبتی ایران است، شروع به فعالیت نمود. همچنین گروه مهندسين مشاور معماری کاژیره در سال 1392 به مجموعه اضافه و در قالب یک هلدینگ ساختمانی، چند صد پروژه ملی را در سطح کشور به بهره برداری رسانده و در راستای بهبود تولید ملی، خلق ارزش نمود.

این گروه به شکل هلدینگ ساختمانی حدودا در 70 سال فعالیت حرفه ای خود بالغ بر صدها پروژه ملی ارزشمند و صدها پروژه خصوصی را در رزومه درخشان خود از طراحی، نظارت و اجرا و مشاوره ثبت نموده و به سرانجام رسانده است.

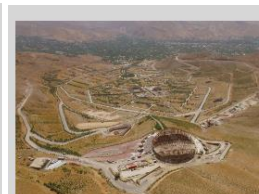
از جمله نمونه سوابق و کارهای انجام شده در این هلدینگ، میتوان به ساختمان وزارت کشور، اتوبان مدرس جنوب، بیمارستان مهراد، پروژه سد کینه ورس ابهر، مدیریت نظارت و اجرای نمایشگاه بین المللی شهر آفتاب، ساختمان چشم تهران واقع در شریعتی تقاطع صدر، پروژه سد استقلال میناب و چند صد پروژه ملی پرافتخار دیگر اشاره کرد.



Sepah Shahr



Ministry of Interior building



Avishan Village



Avishan Event Center



Tehran Eye Exterior



Minab Dam

عکس شماره 1-نمونه کارهای انجام شده توسط هلدینگ



مقدمه:

- ❖ سابقه فعالیت
- ❖ نمونه جوایز
- ❖ بازار هدف
- ❖ مزیت رقابتی
- ❖ هدف و چشم انداز

نمونه جوایز دریافتی:



عکس شماره 2- کسب رتبه اول طراحی در سال 2020-2021 در معتبرترین رقابت طراحی کشور ایتالیا



## مقدمه:

- ❖ سابقه فعالیت
- ❖ بازار هدف
- ❖ مزیت رقابتی
- ❖ هدف و چشم انداز

## بازار هدف:

یکی از پروژه های موفق انجام شده توسط این هلدینگ، طراحی، مهندسی، نظارت و اجرای پروژه منطقه نمونه گردشگری آویشن واقع در احمد آباد دماوند به مساحت 1/1 هکتار در سال 1389 می باشد.

این پروژه با طراحی ویژه در دو ساختمان چهار طبقه با کانسپت های مختلف شامل رستوران، مجتمع تجاری و شهر بازی سرپوشیده و ... اجرا گردید. این مجموعه شامل مانژ اسب سواری، پیست اسکی، پیست ورزش های زمستانی مثل سورتمه، صخره نوردی، کوهنوردی، اولین استادیوم بین المللی پینت بال در ایران و سالن بولینگ و بلیارد را نیز شامل می شود.

در حقیقت شروع این پروژه نقص موجود در سرانه گردشگری کشور و نیاز های موجود را برای این تیم بیش از پیش نمایان کرد و با توجه به ظرفیتهای و علاقمندی های این گروه، تمایل به شروع چندین پروژه متفاوت با در سالهای آتی را رقم زد.



عکس شماره 3- پروژه منطقه نمونه گردشگری آویشن



## مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

جانمایی مکانی

ساخت تراک

منو و جزئیات

شعبه اول انتخابی

مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز

## مزیت رقابتی:

آشنایی با معماری و طراحی خلاقانه، نحوه ساخت و اجرای پروژه های متنوع توسط این گروه، با سابقه و رزومه درخشانش، منجر به بررسی بیشتر در زمینه اجرای پروژه های تفریحی و گردشگری گردید.

پس از بررسی های مداوم چندین ساله، تصمیم بر اجرای پروژه ای با محوریت تفریح و سرگرمی، برگزاری وقایع متنوع مادر فرزندی، خانواده محور، ایونت های ورزشی و مناسبتی فرهنگی هنری در قالب فودکورت با کانسپت موزه (فودتراک پارک) با استفاده از تراک های ارزشمند کلاسیک گردید.

که البته به دلیل خاص و منحصر بفرد بودن تراک های کلاسیک موجود در پروژه و نحوه اجرای آن، همچنین فضای مورد نیاز آنها، محدودیت مکانی زیادی وجود داشت.

نزدیک به 40 نقطه در سطح شهر تهران و کل کشور و حتی برون مرزی بررسی گردید. که فقط چند نقطه واجد شرایط برای شروع کار بود.

از جمله فضاهاى انتخاب شده می توان به محدوده منطقه 22 تهران، مرکز تجاری گلستان شهرک غرب، باشگاه انقلاب و منطقه اراضی عباس آباد اشاره کرد.



## جانمایی مکانی در نقاط انتخاب شده

مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

جانمایی مکانی

ساخت تراک

منو و جزئیات

شعبه اول انتخابی

مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز



عکس شماره 4-جانمایی تراک ها در مرحله امکان سنجی در موقعیت های مختلف



## توانایی ساخت و مهندسی معکوس

توانایی ساخت برخی از تراک های کلاسیک موزه ای نیز کاری بود که با مهندسی معکوس تیم خبره و با تجربه نیز خود دستاوردی عظیم برای شروع به کار محسوب می گردید.

### مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

جانمایی مکانی

ساخت تراک

منو و جزئیات

شعبه اول انتخابی

مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز



عکس شماره 5-نمونه تراک های ساخته شده با تکنیک مهندسی معکوس



## دقت در جزئیات تکمیلی نحوه طراحی منو و کانسپت

فعالیت انجام شده در این گروه فقط به طراحی تراک محدود نگردید، بلکه طراحی منو و کانسپت نیز از جمله مواردی بود که با وسواس و حساسیت زیاد انجام گردید.

### مقدمه:

- ❖ سابقه فعالیت
- ❖ بازار هدف
- ❖ مزیت رقابتی
- جانمایی مکانی
- ساخت تراک
- منو و جزئیات
- شعبه اول انتخابی
- مزایا و معایب
- ❖ هدف و چشم انداز

رئیس کار	
نام پروژه: کارزار فودتراک پارک	لوگو:
مراغه لاکتین	تاریخ:
مهندس: سیدعلی حسینی	محل اجرا:
تیم: سیدعلی حسینی، سیدمحمد حسینی	مدت زمان:
هدف: طراحی منو و کانسپت	وضعیت:
شرح پروژه:	
مشتری: سیدعلی حسینی	
محل اجرا: تهران	
تیم: سیدعلی حسینی، سیدمحمد حسینی	
مدت زمان: 10 روز	
وضعیت: در حال اجرا	
شرح پروژه:	
مشتری: سیدعلی حسینی	
محل اجرا: تهران	
تیم: سیدعلی حسینی، سیدمحمد حسینی	
مدت زمان: 10 روز	
وضعیت: در حال اجرا	

ردیف	نام خودرو	نمای بیرونی	نمای داخلی	نمای بیرونی	نمای داخلی	نمای بیرونی	نمای داخلی
1	Airstream						
2	Cleane						
3	Dodge						
4	Gap van						
5	Ford Camper						
6	Hummer						
7	Jeep						
8	Vespa						
9	Bike Cafe						



عکس شماره 6-نمونه فرایند طراحی لوگو، منو و ریسپیتی کارت های غذایی





## شعبه اول انتخابی:

در نهایت پروژه باغ غذا (Food Garden Tehran) در سه نقطه در سطح شهر تهران نهایی و در فاز اول پس از مذاکرات و توافقات اولیه، تصمیم گرفته شد که افتتاح شعبه اول، در مساحتی بالغ بر ۴/۲۰۰ متر مربع، به نشانی بزرگراه حقانی، ورودی کتابخانه ملی، میدان دکتر حسن حبیبی و حد فاصل ساختمان باغ کتاب و دریاچه هنر در اراضی عباس آباد اجرا و بهره برداری گردد. که شاید به دلیل عدم ایفای تعهدات از سوی شرکت نوسازی اراضی عباس آباد و ضرر هنگفتی که تا کنون به سرمایه گذار تحمیل گردیده، بهترین و مناسبترین انتخاب محسوب نگردد.

## مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

□ جانمایی مکانی

□ ساخت تراک

□ منو و جزئیات

□ شعبه اول انتخابی

□ مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز



عکس شماره 7-نمونه تراک های موجود در مجموعه



## مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

جانمایی مکانی

ساخت تراک

منو و جزئیات

شعبه اول انتخابی

مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز

در واقع بررسی های اولیه شامل مطالعات امکان سنجی و حتی طراحی و برنامه ریزی این پروژه به عنوان اولین فودتراک پارک ایران و حتی خاورمیانه در سال 1395 شروع شد و در سال 1398 با موفقیت به اتمام رسید.

استاندارد سازی اولیه فودتراک پارک در ایران خود مسئولیتی شگرف و بی سابقه محسوب می شد که می بایست به درستی از نقطه صفر و بطور کامل انجام می گردید، که با صرف هزینه های بسیار زیاد، تا حدود قابل توجهی موفقیت آمیز بود. ناشناخته بودن این عرصه، کار را برای سرمایه گذار بسیار دشوار می کرد.

بدیهی است طراحی تمامی اقلام از صندلی و میز گرفته تا لوستر و ... نیز بصورت خلاقانه طراحی و در داخل گروه اجرا گردید. وجود این یکپارچگی نیز خود از تفاوت های موجود در بازار رقابتی این روزهاست.



مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

□ جانمایی مکانی

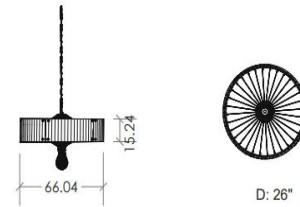
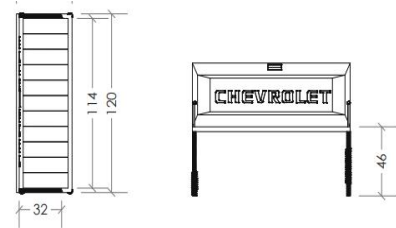
□ ساخت تراک

□ منو و جزئیات

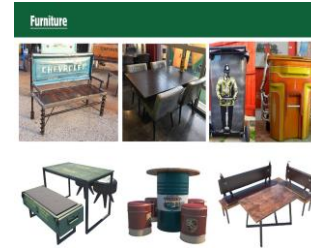
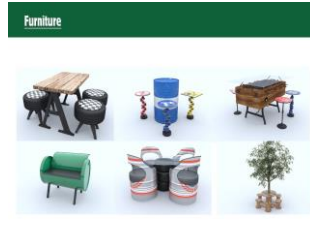
□ شعبه اول انتخابی

□ مزایا و معایب

❖ هدف و چشم انداز



Turkish kebab



عکس شماره 8-نمونه اقلام موجود طراحی و اجرا شده در مجموعه شامل صندلی و ...



## مقدمه:

❖ سابقه فعالیت

❖ بازار هدف

❖ مزیت رقابتی

❖ هدف و چشم انداز

□ هدف

□ شعار سازمانی

□ مأموریت سازمانی

□ چشم انداز

## هدف و چشم انداز:

➤ **هدف** از شروع این پروژه جبران کمبود سرانه گردشگری و ایجاد پروژه های منحصر بفرد بود تا در میهن عزیزمان، شروع تازه ای برای این سبک خدمات و پذیرایی از عموم ایجاد کنیم که افراد بتوانند با هزینه ای معقول تر از منظر ایجاد اشتغال و اشتغال زایی، همچنین کارآفرینی، کسب و کار خود را آغاز نموده و تمرکز بیشتر را روی طرح اولیه استاندارد سازی، ارتقای کیفیت و خلاقیت در محصولات قابل ارائه خود بگذارند. از طرفی هم میهنان عزیز نیز بتوانند از فضای ایجاد شده در راستای افزایش سطح رضایتمندی و تعامل با خانواده و فرزندان خود در تمامی رده های سنی، زمان بیشتری را برای غذا خوردن، بازی کردن و لذت بردن (Eat, Play, Enjoy) که شعار سازمانی مجموعه باغ غذا نیز می باشد، در این فضای خلاقانه سپری نمایند.

➤ **مأموریت سازمانی** این مجموعه خلق ارزش در راستای شعار سازمانی مجموعه یعنی غذا بخور، بازی کن و لذت ببر، تمامی موارد لازم الاجرا را برای سازمان تعریف می نماید. همانطور که در پیشینه مجموعه نیز کاملا مشهود و ملموس است تلاش بر این است که تنوع و رشد و تعالی از تمامی جهات در هر ماه در مجموعه برای مشتریان، فضای جذاب، جدید و متنوعی خلق نماید.

➤ **چشم انداز** این مجموعه ایجاد چندین پروژه مشابه در سراسر کشور و حتی فرامرزی در راستای خلق ارزش در تمامی جهات چه به لحاظ کارآفرینی و اشتغال زایی در تولید ملی برای افراد مستعد و پویا به عنوان غرفه دار و چه برای کارمندان شاغل در چنین فضای نوآورانه ای و حتی برای افرادی که به عنوان مشتری و مخاطب قصد سپری کردن زمان با کیفیت با خانواده و عزیزان خود را دارند طراحی نماید.

قطعا وجود این فضا، بسترهای متعدد بسیاری نیز برای خلاقیت و ایجاد اشتغال را رقم خواهد زد. و افتخار معرفی اولین فودتراک پارک ایرانی با استانداردهای بین المللی قوی و منحصر بفرد از هر جهت می تواند برای کشور عزیزمان افتخار آفرین باشد.

امید است با استعانت از خداوند متعال و تلاش مضاعف، برنامه ریزی دقیق و مساعدت مسئولین ذیربط بتوان به این مهم دست یافت.

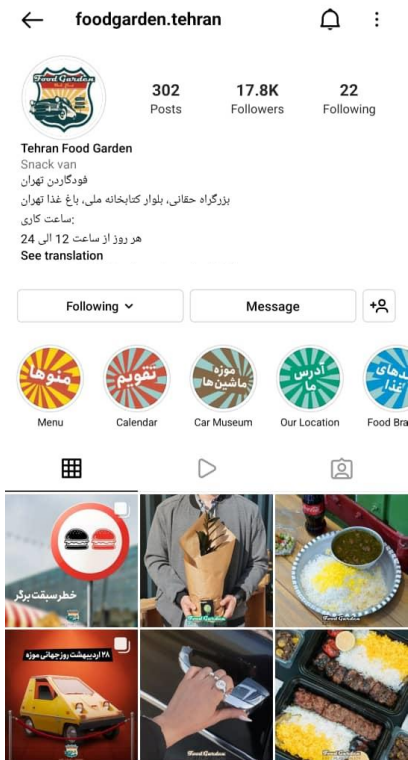


## مارکتینگ و برندینگ: فضای مجازی

تولید محتوا در پیج اینستاگرام نیازمند برنامه ریزی، استراتژی و ... بود که از ابتدای کار تا کنون بصورت مستمر و با صرف هزینه های چشمگیر در راستای معرفی هر چه بیشتر و بهتر انجام گردیده است.

## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
- ❑ فضای مجازی
- ❑ تبلیغات مجازی
- ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
- ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی



عکس شماره 46- نمونه برنامه های تبلیغاتی و صفحه اینستاگرام مجموعه



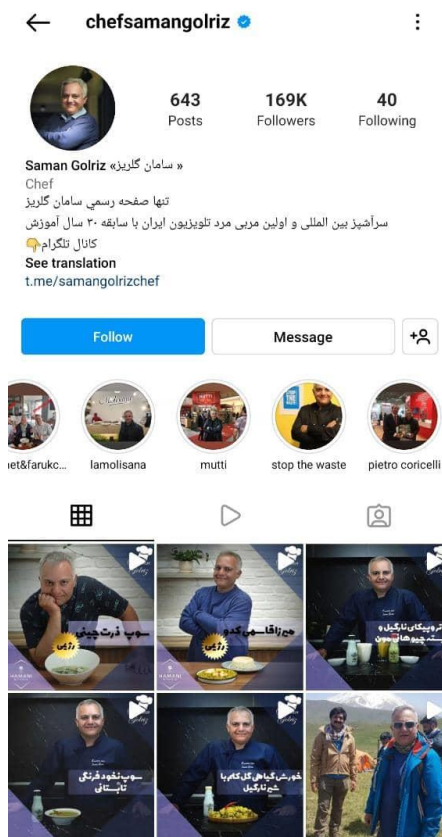
## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
- ❑ فضای مجازی
- ❑ تبلیغات مجازی
- ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
- ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی

## اینفلوئنسر مارکتینگ و بلاگر

استفاده از اینفلوئنسرها و بلاگرها فرایند رشد در اینستاگرام را تسریع میکنند. لذا با صرف هزینه لازم از این افراد نیز بهره برده شد. حضور افراد برجسته و بنامی چون:

- ✓ سامان گلریز (سفیر باغ غذا)
- ✓ تهران تیستر
- ✓ سوپری ویو
- ✓ شهرام شجاعی
- ✓ لایو با مستر تیستر
- ✓ و افراد حاضر در جدول زیر:



پیج	فالور	نوع تبلیغ
aliyegane	155k	پکیج استوری و حضور روز ایونت
rose samadi	200 k	
noonosin	501 k	
mr_tabee	857k	
foodyladiy	64 k	پکیج استوری و حضور روز ایونت
mahsa-mottaharian	219k	
elaheaskari	129k	

عکس شماره 49- گزارش اینفلوئنسر مارکتینگ



و در نهایت در روزنامه ها و مجله ها با معرفی پروژه، موقعیت مکانی و شرح و نوع پروژه به افراد بیشتری نشان داده شد که چند نمونه بشرح زیر می باشد :



- ❖ گزارش کلی:
- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
- ❑ فضای مجازی
- ❑ تبلیغات مجازی
- ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
- ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی



## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
- ❑ فضای مجازی
- ❑ تبلیغات مجازی
- ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
- ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی

باغ غذا - تهران

اینجا فود گاردن یا باغ غذای تهرانه که مدت زیادی نیست که در کنار باغ کتاب تهران افتتاح شده. به ایده و ابتکار جدید که واسه من خیلی جالب بود.

در باغ غذای تهران ون ها تبدیل به رستوران و کافه شدن و فضا های جالبی هم برای نشستن مشتری ها تعبیه شده که همگی تم ماشین دارن. در کنارشون هم موزه کوچیکی از ماشین های قدیمی همراه با اطلاعاتشون قرار گرفته که برای علاقه مندان ماشین خیلی جالبه مثلا اولین خودرو برقی اهدایی به ایران یا موتور جنگی مربوط به جنگ جهانی دوم و... همچنین وسایل بازی محدودی هم برای مراجعین تدارک دیده شده (مثل میز پینگ پنگ و مینی گلف)

Ⓛ ساعات کاریشون چطوره؟

اینجا بخاطر محیط بازش برای شرایط فعلی و کرونا هم مناسب تره و اینکه ساعات کاریشون فعلا بخاطر محدودیت ها از ۱۲ ظهر تا ساعت ۱۸ هست ولی بعدا بیشتر میشه. قبل از رفتن تماس بگیرید تا از آخرین تغییرات ساعت کاریشون مطلع بشید.

آدرس: اتوبان همت (شرق به غرب)، بعد از خروجی حقانی و یا اتوبان حقانی (غرب به شرق) بعد از اتوبان مدرس، بلوار کتابخانه ملی، باغ غذای تهران

#گردشگر #توریست #توریسم #گردشگری



عکس شماره 45- گزارش طهران گرد در آیارات



بازدید از باغ غذا تهران

سلام، من ساوش پاکمرشت هستم و اینجا هم کانال سیر تا پياز امروز سری زدیم به باغ غذا تهران که در اتوبان حقانی در کنار باغ کتاب قرار گرفته امیدوارم که از این ویدیو خوشتون بیاد

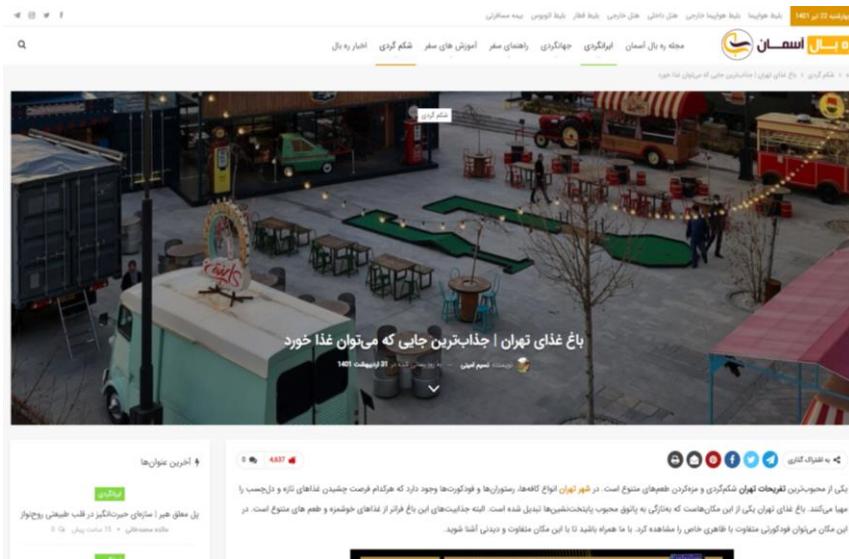
اگر دوست داشتن میتونین از اینجا از ما حمایت کنید : <https://hamibash.com/spaksereesh1>



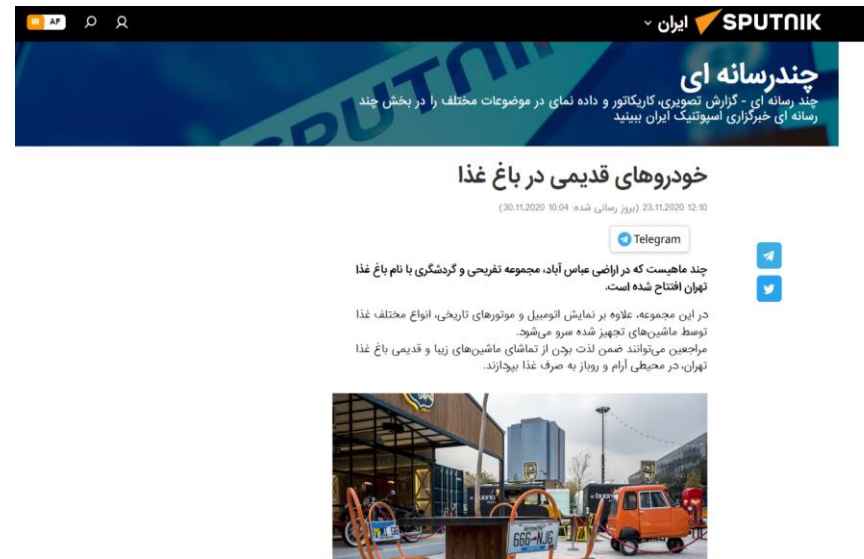


## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
  - ❑ فضای مجازی
  - ❑ تبلیغات مجازی
  - ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
  - ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی



عکس شماره 54- سایت بلاگ رهبال



عکس شماره 53- سایت اسپوتنیک روسیه



## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
- ❑ فضای مجازی
- ❑ تبلیغات مجازی
- ❑ اینفلوئنسر و بلاگر
- ❑ ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی

در راستای شناخته شدن مصاحبه های متعددی برگزار شد که برخی از آنها به شرح زیر می باشند:

- ❖ سلام صبح به خیر شبکه سه سیما
- ❖ در شهر شبکه پنج سیما
- ❖ همشهری TV
- ❖ شبکه ترکیه ای TV8.5

در روزنامه ها و مجلاتی مثل :

- ❖ روزنامه همشهری
- ❖ همشهری آنلاین
- ❖ دنیای اقتصاد
- ❖ اسپوتنیک روسیه
- ❖ آژانس عکس تهران
- ❖ تهران گرد

در این رسانه ها مقالاتی از تمایزات و جذابیت های مجموعه یادداشت شده است.



## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
  - فضای مجازی
  - تبلیغات مجازی
  - اینفلوئنسر و بلاگر
  - ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی

## ایونتها

برگزاری ایونتها در فضای فودکورت علاوه بر ایجاد منافع کوتاه مدت و شناخته شدن در جمع برندها دستاوردهای بلند مدت منافع آتی را نیز در پی خواهد داشت. برگزاری ایونتهای ثابت هفتگی با استفاده از تن پوش های شخصیت های کارتونی که در روزهای پنج شنبه و جمعه و حتی ایام هفته بصورت مناسبتی یا معمولی انجام میشود منجر به محبوب شدن فضا بین کودکان شد. تدارک سرگرمی های متنوع از اقداماتی بود که در این ایونتها در نظر گرفته میشود.



عکس شماره 55- نمونه ای از ایونت های برگزار شده



## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
  - فضای مجازی
  - تبلیغات مجازی
  - اینفلوئنسر و بلاگر
  - ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی

برگزاری ایونت‌های خاص مثل اجرای کنسرت موسیقی کلاسیک نیز از دیگر اقدامات مجموعه جهت جذب مخاطب‌های ویژه بود که البته تا کنون علی‌رغم اعلام نیاز مبرم به حضور گروه‌های موسیقی (مجاز)، و استحضار مدیران محترم هیچگونه همیاری و صدور مجوزی از سوی اداره بهره‌برداری شرکت نوسازی اراضی عباس‌آباد صورت نگرفته است.

البته در حین برگزاری تمامی ایونت‌ها مجموعه باغ غذا با چالش‌ها و مشکلات بسیاری از جمله دریافت مجوزهای مربوطه، نامه‌نگاری‌های بسیار به دلیل بروکراسی‌های پیچیده درگیر بود و در نهایت اغلب یک روز قبل از مراسم تاییدیه شفاهی و نه بصورت رسمی و مکتوب ابلاغ می‌شد که این امر منجر به کاهش سرعت عملیات، عدم هماهنگی جهت برگزاری مناسبات و افزایش هزینه‌های

MOT  
موسیقی تهران

به نام خدا  
**رویداد باغ غذا**

- ساکسیفون پیانو ۱۰ میلیون تومان
- هنگ درام و الکترونیک و بادی بومی ۱۵ میلیون تومان
- گروه فنوبی تی آنیون سه نفر کوبه این ۱۰ میلیون تومان
- درصورت نیاز به پیانو کابین دار ۲ میلیون تومان بابت رنت اضافه می‌شود.

MOT  
موسیقی تهران

تهران - پاسداران - وهانش - انتهای کوچه ناهید - برج یاس - واحد ۳۱۰۳ - ۰۲۱۳۳۳۹۵۰۱۰۳۳

MOT  
Music Of Tehran  
موسیقی تهران

اینجا موسیقی نصی ایستد

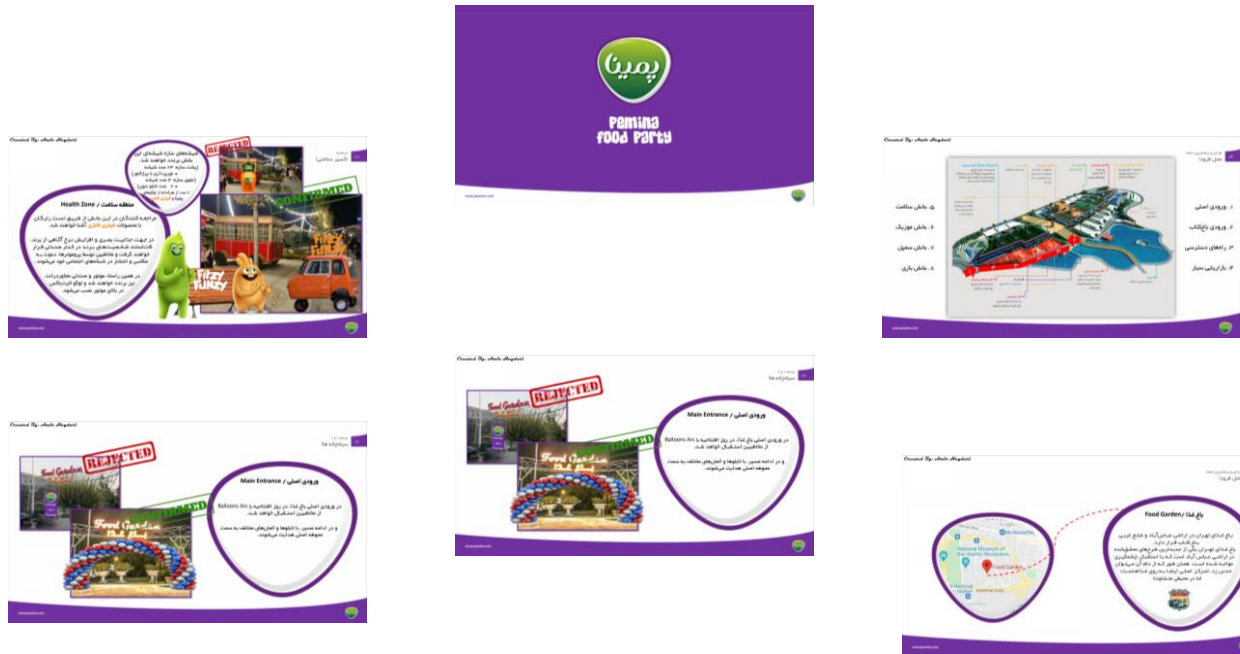
#MOT  
@Mot.Company



برگزاری ایونت‌های مشترک با برندهای شناخته شده نیز در نوع خود سرمایه گذاری برای عملیات برندینگ محسوب می‌گردد که مجموعه نسبت به انجام آن نیز اقدامات موفقیت آمیز مناسبی داشته است:

## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
  - فضای مجازی
  - تبلیغات مجازی
  - اینفلوئنسر و بلاگر
  - ایونت‌ها
- ❖ تحلیل اقتصادی



عکس شماره 57- ایونت مشترک برگزار شده با گروه کاله



از دیگر ایونت مشترک همکاری با برند مطرح و شناخته شده سن ایچ بود:

گزارش کلی:

❖ وضعیت اولیه

❖ عدم ایفای تعهدات

❖ مارکتینگ و برندینگ

❑ فضای مجازی

❑ تبلیغات مجازی

❑ اینفلوئنسر و بلاگر

❑ ایونتها

❖ تحلیل اقتصادی



**میکسولوژی**  
 ❖ یک گروه و آماده سازی یک عدد از ماشین های واقع در مجموعه جهت ساخت ماکت بر اساس داستان میکسولوژی سن ایچ و همچنین ایجاد آگهی میکسولوژی سن ایچ همراه با تیت نام و آموزش علاقه مندان به این رشته



**میکسولوژی**  
 ❖ سن ایچ میکسولوژی هر ترکیب طعمهاست با دراختیار داشتن خولانهای بزرگ و متنوع از نوشیدنی ها. سن ایچ این فرصت ناب را در اختیار شما قرار می دهد. تا بهمانشأن را در خانه. کافهها و رستورانها به تنهایی هرستاده و همانگونه ماکت ها صورت کنید.  
 ❖ با نوشیدن ماکت های سن ایچ میکسولوژی با طعمهای جدید و حس تازه ای آشنا می شوید.  
 ❖ فقط کافی است دستبه کار شوید مواد اولیه را تهیه کنید و با ابزار میکسولوژی یا حتی ساده ترین وسایله در این مجموعه سعی کرده ایم متناسب با هر فصل، ماکت های خاصی ارائه کنیم  
 ❖ برای هر اتفاقی خوب بپوریزها و شب پلهای شادتری را با ماکت های سن ایچ میکسولوژی تجربه خواهید کرد.



**مالت ایچ**  
 ❖ تعدادی پچال برنده شده مالت ایچ با طرح چوب بر اساس تعداد رستوران هایی که فضای ایرانی و فرنگی دارند.  
 ❖ نحوه چیدمان بر عهده تیم هورکا بوده که ویزیتور باید بر اساس برنامه مشخص رستوران ها رو ویزیت و بر نحوه چیدمان و فروش نظارت داشته باشند.  
 ❖ اوبت برای این محصول عدم سفارش گذاری از سایر محصولات مشابه با برندهای دیگر می باشد به نحوی که در رستوران ها نوشیدنی مالت فقط با برند مالت ایچ دیده شود.



**هاسکی**  
 ❖ نصب 2 استیک ( کاتر ) نوشیدنی ابروونیک هاسکی همراه با سیمابنگ و معرفی محصول در جاده مخصوص.  
 ❖ پاده روی دور دریاچه و باغ کتاب  
 ❖ معرفی و سیمابنگ در سافند مشخص و بر اساس شیفت کاری می باشد. که تمرکز بر اساس روز و ساعت های شلوغ و پیشنهایی مجموعه می باشد.



**دوغ قیروزکوه**  
 ❖ تعدادی پچال برنده شده دوغ قیروزکوه بر اساس تعداد رستوران هایی که فضای ایرانی دارند.  
 ❖ نحوه چیدمان بر عهده تیم هورکا بوده که ویزیتور باید بر اساس برنامه مشخص رستوران ها رو ویزیت و بر نحوه چیدمان و فروش نظارت داشته باشند.  
 ❖ اوبت برای این محصول عدم سفارش گذاری از سایر محصولات مشابه با برندهای دیگر می باشد.  
 ❖ به نحوی که در رستوران ها دوغ فقط با برند قیروزکوه دیده شود.



عکس شماره 58- ایونت مشترک برگزار شده با گروه سن ایچ



از طرفی دیگر افزودن نام باغ غذا بر روی تابلوهای شهری منتهی به اراضی عباس آباد در 16 نقطه در موقعیتهای متفاوت برای معرفی باغ غذا در اتوبانها نیز از اقدامات دیگر این مجموعه بوده است :

## گزارش کلی:

- ❖ وضعیت اولیه
- ❖ عدم ایفای تعهدات
- ❖ مارکتینگ و برندینگ
  - فضای مجازی
  - تبلیغات مجازی
  - اینفلوئنسر و بلاگر
  - ایونتها
- ❖ تحلیل اقتصادی



عکس شماره 59- نمونه تابلوهای شهری



از بذل توجه شما سپاسگزاریم