



قفس آبی

BLUE PHOENIX

کتابچه ویرند قفس آبی

از ما و رتاشد
.

از داستان تا هویت

داستان تولد ققنوس آبی	4
فلسفه تولد دوباره و رشد آگاهانه	5
ارزش ها	6
چشم انداز	7
ماموریت	8
هویت بصری	9-31

داستان تولد ققنوس آبی:

روزی روزگاری، نه در میان قله‌های موفقیت، بلکه در عمق خاکسترِ سردرگمی‌ها، ناامیدی‌ها و مسیرهای نیمه‌کاره، تیمی شکل گرفت. ما از نزدیک دیدیم و لمس کردیم که صاحبان کسب‌وکارها چگونه با التهاب و اشتیاق راهی را شروع می‌کنند، به دیوار می‌خورند، مجبور به عقب‌نشینی می‌شوند، و باز با جانی تازه برمی‌گردند.

این تجربه، این دیدنِ دردِ دوباره برخاستن، این فهمیدنِ سنگینی چالش‌های بی‌شمار، ما را به یک باور رساند، ما نمی‌خواستیم فقط یک "مشاور" باشیم. در دنیایی که فقط حرف از استراتژی و عدد است، ما تصمیم گرفتیم "هم‌سفر" باشیم. همراهی که خستگی راه، سردرگمی و نیاز به تولدی دوباره را عمیقاً درک می‌کند.

در یکی از شب‌های پر از ایده، وقتی خستگی راه و التهاب رویا با هم گره خورده بود، یکی از ما جمله‌ای گفت که جرقه شد: "ما مثل ققنوسیم. هر بار از نو، هر بار قوی‌تر."

سکوتی کوتاه، اما پر از معنا حکم‌فرما شد. این جمله، تمام آن درک و رویا را در خود داشت.



داستان تولد ققنوس آبی:

ققنوس، همان پرنده‌ی افسانه‌ای که وقتی به پایان می‌رسد، از دل خاکستر خویشتن زاده می‌شود؛ درست مثل کسب و کارهایی که با ما همراه‌اند. آن‌ها گاهی فرو می‌ریزند، اما هرگز نمی‌میرند. آن‌ها صرفاً در حال آماده‌سازی برای تولدی قدرتمندتر هستند.

ما در ققنوس آبی، نور و گرمایِ راهِ «از باور تا رشد» هستیم. ما درک می‌کنیم، همراه‌تان می‌مانیم و با تقویت باور شما، از هر چالشی سکویی برای اوج گرفتن دوباره می‌سازیم.

و اما رنگش...

ما آبی را برگزیدیم؛ نه از سر سادگی، بلکه چون در دل آبی آرامش، عمق و اعتماد است. ققنوسِ ما از جنس آتشی‌ست که می‌سوزاند تا بسازد، ولی آتشی که در دل آبی کنترل شده، خردمندانه و زلال.

و این گونه، «ققنوس آبی» متولد شد؛ نه یک اسم، بلکه یک باور

هر پایان، آغازی‌ست و هر فروپاشی، فرصتی برای شکوه دوباره.



فلسفه تولد دوباره و رشد آگاهانه:

در افسانه‌ها آمده است که ققنوس پرنده‌ای ست یگانه؛ هرگاه به پایان عمرش می‌رسد، لانه‌ای از چوب معطرمی‌سازد، در آن می‌سوزد، و از دل خاکستر خود دوباره زاده می‌شود.

ققنوس، نماد تولد دوباره، خرد در آتش، و جاودانگی در تغییر است.

در روایت‌های کهن ایرانی گفته‌اند در منقار ققنوس ۳۶۰ سوراخ است و از هر کدام صدایی بیرون می‌آید صدایی از جنس همه‌ی هستی یادآور اینکه هر سوختن، مقدمه‌ی درک عمیق‌تری از بودن است.

در عرفان، ققنوس هفت بار می‌سوزد و هفت بار برمی‌خیزد؛ هفت مرحله‌ی رهایی و شناخت.

همان سیر رشد انسان و کسب و کار، که هر بار از دل بحران، آگاه‌تر و خالص‌تر بیرون می‌آید.

ققنوس آبی، نماد شعله‌ای ست که در دل آرامش می‌سوزد؛ آتشی از خرد، نوری از درون، و باوری

عمیق که مولانا می‌گوید در قفس اگر بمانی، ققنوس نمی‌شوی.



ایده بنیان گذاران:

ایده ای که از دل تجربه متولد شد.

بنیان گذاران ققنوس آبی از مسیرهایی آمده اند که در نگاه اول متفاوت اند—یکی از دنیای منابع انسانی، دیگری از برندینگ و مشاوره کسب و کار، و دیگری از روان شناسی و رفتارشناسی. اما درست همین ترکیب تجربه ها بود که فلسفه ققنوس آبی را شکل داد؛ فلسفه ای که می گوید: هیچ کسب و کاری بدون شناخت انسان، هویت و ساختار، به رشد پایدار نمی رسد. ما سال ها در سازمان های مختلف از نزدیک دیدیم که مشکل بسیاری از کسب و کارها «کمبود نیرو» یا «کمبود بودجه» نیست، بلکه عدم شناخت خود، ناهماهنگی تیم، ضعف فرهنگ سازمانی، برند نامشخص و تصمیم های بدون استراتژی است. این ها را زندگی کردیم—نه فقط تحلیل. اینجا بود که فهمیدیم برای همراهی واقعی، باید سه پایه کنار هم قرار بگیرد: دانش برندینگ و هویت سازی تا سازمان ها بدانند چه هستند و چه می خواهند بشوند. تخصص منابع انسانی و توسعه افراد تا تیم ها توانمند، هماهنگ و موثر عمل کنند. درک روان شناسی و رفتار انسان تا تصمیم ها واقعی، انسانی و قابل اجرا باشند. و این شد نقطه تولد «ققنوس آبی»: یک مجموعه ی مشاوره ای که فقط از بالا نگاه نمی کند؛ به عمق سازمان می رود، انسان ها را می شناسد، و ساختاری می سازد که برند، فرهنگ، تیم و مدیریت در یک مسیر ۳۶۰ درجه حرکت کنند. ما ققنوس آبی را ساختیم با یک باور مشترک: هر کسب و کار، اگر خود واقعی اش را بشناسد و درست هدایت شود، می تواند دوباره متولد شود.

ارزش ها:

صداقت (هم صدایی با حقیقت)

شفافیت (روشنایی مسیر)

اصالت (قدرت خود بودن)

جسارت (پرواز به دل چالش)

خلاقیت (یافتن راه های نو)

شجاعت (تولدی دوباره)

اعتماد (همراهی مطمئن)

علت انتخاب هفت ارزش: ققنوس هفت بار می سوزد و هفت بار برمی خیزد؛ هفت مرحله ی رهایی و شناخت.

چشم انداز:

تبدیل شدن به مرجع پیشرو و نوآور در توانمندسازی
کسب و کارها در شرق کشور طی پنج سال آینده، و ساخت
سازمان‌ها و برندهایی قدرتمند، اصیل و الهام‌بخش، که
تجربه‌ای یکپارچه و ملموس از ارزش‌ها و هویت خود را به
مخاطبان منتقل می‌کنند.

مأموریت:

توانمندسازی کسب‌وکارها از طریق ارائه خدمات جامع، تخصصی و یکپارچه در

حوزه مدیریت، برندینگ و توسعه سازمانی، مبتنی بر دانش عمیق، خلاقیت و

رویکرد ارزش‌آفرین، تاهویت واقعی خود را به وضوح تعریف کنند، با مخاطبان

هدف ارتباط مؤثر برقرار کنند، و در نهایت به اهداف کلان و رشد پایدار

کسب‌وکارشان دست یابند.

لوگو و لوگو تایپ:

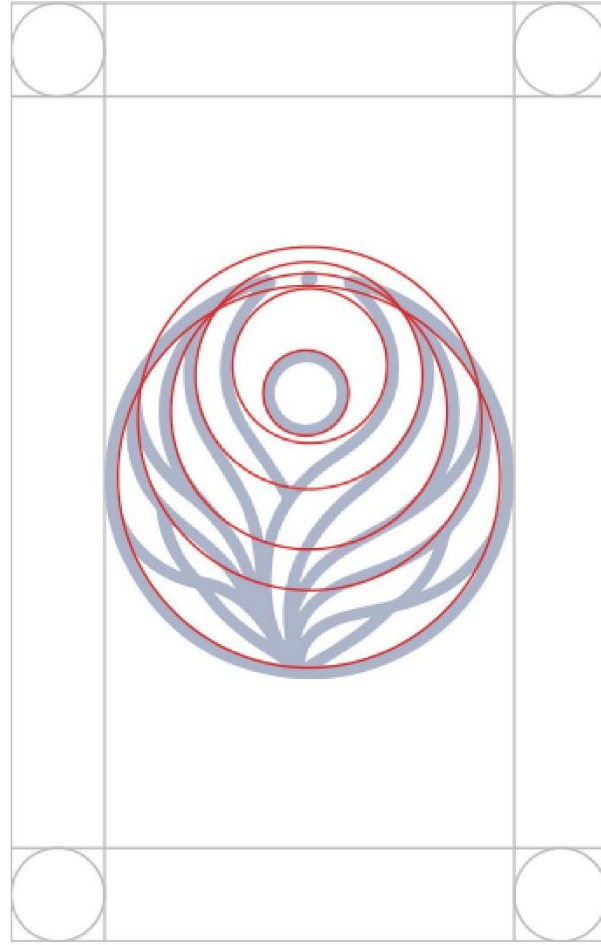


لوگوی ققنوس آبی با الهام از نماد ققنوس (تجدید حیات و جاودانگی) طراحی شده و با استفاده از خطوط ظریف و دایره ای، نمادی از وحدت و بی کرانگی را منتقل می کند.

رنگ آبی غالب، حس اعتماد و خلاقیت را تقویت کرده و ترکیب آن با خطوط طلایی در تایپوگرافی (Blue Phoenix) و فونت فارسی (ققنوس آبی) اصالت و شکوه فرهنگی ایرانی را به نمایش می گذارد.

طراحی مینیمال این لوگو، هویت حرفه ای و پویای برند را به عنوان (معمار تجربه یکپارچه برند) منعکس می کند.

لوگو و لوگو تائپ:



Blue Phoenix
Visual identity



نمای کلی:

لوگوی ققنوس آبی با الهام از نماد ققنوس (تجدید حیات و جاودانگی) طراحی شده و با استفاده از خطوط ظریف و دایره‌ای، نمادی از وحدت و بی‌کرانگی را منتقل می‌کند. رنگ آبی غالب، حس اعتماد و خلاقیت را تقویت کرده و ترکیب آن با خطوط طلایی در تایپوگرافی «Blue Phoenix» و فونت فارسی «ققنوس آبی»، اصالت و شکوه فرهنگی ایرانی را به نمایش می‌گذارد. طراحی مینیمال این لوگو، هویت حرفه‌ای و پویای برند را به‌عنوان «معمار تجربه برند» منعکس می‌کند.

و همچنین یک داستان قدرتمند از احیا، اتحاد و موفقیت را روایت می‌کند. ققنوس، با بال‌ها و شعله‌هایش، توانایی تیم را در کمک به کسب‌وکارها برای تحول و رشد نشان می‌دهد. دایره مرکزی، با نماد موفقیت، پیروزی و تولد دوباره، و مفهوم ۳۶۰ درجه‌ای، رویکرد جامع و متمرکز را نمایان می‌کند. دایره‌ها در نمادشناسی، معمولاً وحدت، کامل بودن و ابدیت را نشان می‌دهند. در اینجا، این دایره نه تنها موفقیت و پیروزی را نمایان می‌کند، بلکه به چرخه تجدید حیات ققنوس نیز اشاره دارد. این می‌تواند نشان‌دهنده تعهد تیم نسبت به کمک به کسب‌وکارها برای شروع دوباره و دستیابی به اهدافشان باشد.



لوگو و لوگو تایپ:

لوگو تایپ ققنوس آبی با ترکیب تایپوگرافی فارسی دست نویس و ظریف (ققنوس آبی)

در رنگ آبی و فونت لاتین کلاسیک (Blue Phoenix) در رنگ طلایی طراحی شده تا

اصالت ایرانی و نگاه بین المللی را به نمایش بگذارد. این لوگو تایپ با هدف انعکاس ارزش

هایی چون خلاقیت و اعتماد از خطوط روان و ساده استفاده کرده و با تعادل بین عناصر

بصری، خوانایی و کاربرد پذیری را به وجود آورده، ضمن اینکه هویت برند به عنوان

(معمار تجربه یکپارچه برند) را تقویت می کند.



لوگو و لوگو تایپ:
فضای خالی:



لوگو و لوگو تایپ:
فضای خالی:



لوگو و لوگو تایپ:
رنگ پس زمینه:



از حالت دو رنگ فقط در بک گراند سفید استفاده شود.



از حالت تک رنگ سفید در بک گراند سورمه ای (رنگ اصلی) استفاده شود.

لوگو و لوگو تایپ: رنگ پس زمینه:



از حالت دو رنگ سورمه ای و طلایی می توان در بک گراند خاکستری استفاده شود .



در پس زمینه طلایی (رنگ دوم) از رنگ سورمه ای تک رنگ استفاده شود .

لوگو و لوگو تایپ:
رنگ پس زمینه:



در پس زمینه روشن از رنگ سورمه ای تک رنگ استفاده شود .



در پس زمینه مشکی از رنگ سفید استفاده شود .

لوگو و لوگو تایپ: راهنمای لوگو:



لوکو و لوکو تاپ:
راهنمای لوکو:



ققنوس آبی

BLUE PHOENIX



ققنوس آبی

BLUE PHOENIX



لوگو و لوگو تائپ: راهنمای لوگو:



ققنوس آبی

BLUE PHOENIX



ققنوس آبی

BLUE PHOENIX



Radius: 100%



Radius: 50%



Radius: 25%



Radius: 0%

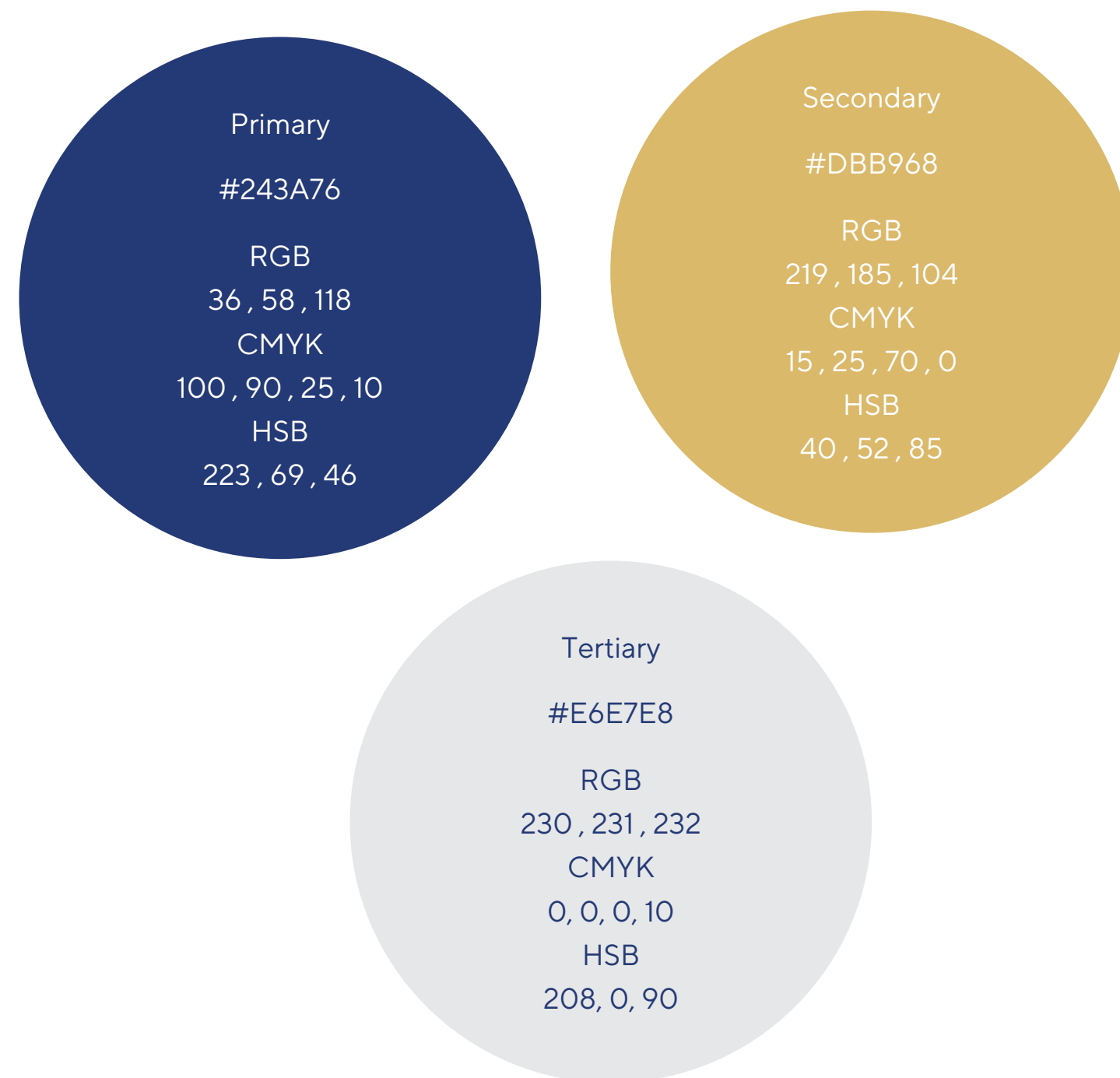


رنگ سورمه ای به عنوان رنگ اصلی لوگوتایپ ققنوس آبی انتخاب شده چون حس اعتماد، آرامش

و حرفه ای گری رومنتل می کند و مفهوم جاودانگی ققنوس هم راستا است.

این رنگ با عمق و جدیتش، هویت اصیل و مدرن را تقویت می کند و کنار طلایی، تعادل و

برجستگی رو به لوگو می دهد



Satoshi Font

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed velit lorem, rutrum non dolor non, scelerisque fermentum elit. Vestibulum eget dignissim tellus. Aliquam lectus leo, placerat quis porta vel, bibendum eget massa. Duis eu mattis erat. Mauris varius quam nec finibus vulputate.

Blue Phoenix

Blue Phoenix

Blue Phoenix

Blue Phoenix

Blue Phoenix

یکان بخ (Yekan Bakh)

رنگ سورمه‌ای به عنوان رنگ اصلی لوگوتایپ ققنوس آبی انتخاب شده چون حس اعتماد، آرامش و حرفه‌ای‌گری رو منتقل می‌کنه و با مأموریت «معمار تجربه برند» و مفهوم جاودانگی ققنوس هم‌راستاست. این رنگ با عمق و جدیتش، هویت اصیل و مدرن رو تقویت می‌کنه و کنار طلایی، تعادل و برجستگی رو به لوگو می‌ده.

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

Satoshi Font

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed velit lorem, rutrum non dolor non, scelerisque fermentum elit. Vestibulum eget dignissim tellus. Aliquam lectus leo, placerat quis porta vel, bibendum eget massa. Duis eu mattis erat. Mauris varius quam nec finibus vulputate. O

Blue Phoenix	1234567890!@#\$%^&*
Blue Phoenix	a b c d e f g h i j k l m n o p
Blue Phoenix	q r s t u v w x y z
Blue Phoenix	A B C D E F G H I J K L M N O P
Blue Phoenix	Q R S T U V W X Y Z

یکان بخ (Yekan Bakh)

رنگ سورمه‌ای به عنوان رنگ اصلی لوگوتایپ ققنوس آبی انتخاب شده چون حس اعتماد، آرامش و حرفه‌ای‌گری رو منتقل می‌کنه و با مأموریت «معمار تجربه برند» و مفهوم جاودانگی ققنوس هم‌راستاست. این رنگ با عمق و جدیتش، هویت اصیل و مدرن رو تقویت می‌کنه و کنار طلایی، تعادل و برجستگی رو به لوگو می‌ده.

*&^%\$@!۱۲۳۴۵۶۷۸۹۰

الف ب پ ت ث ج چ ح خ د ذ ر ز
ژ س ش ص ض ط ظ ع غ ف ق
ک گ ل م ن و ه ی

ققنوس آبی

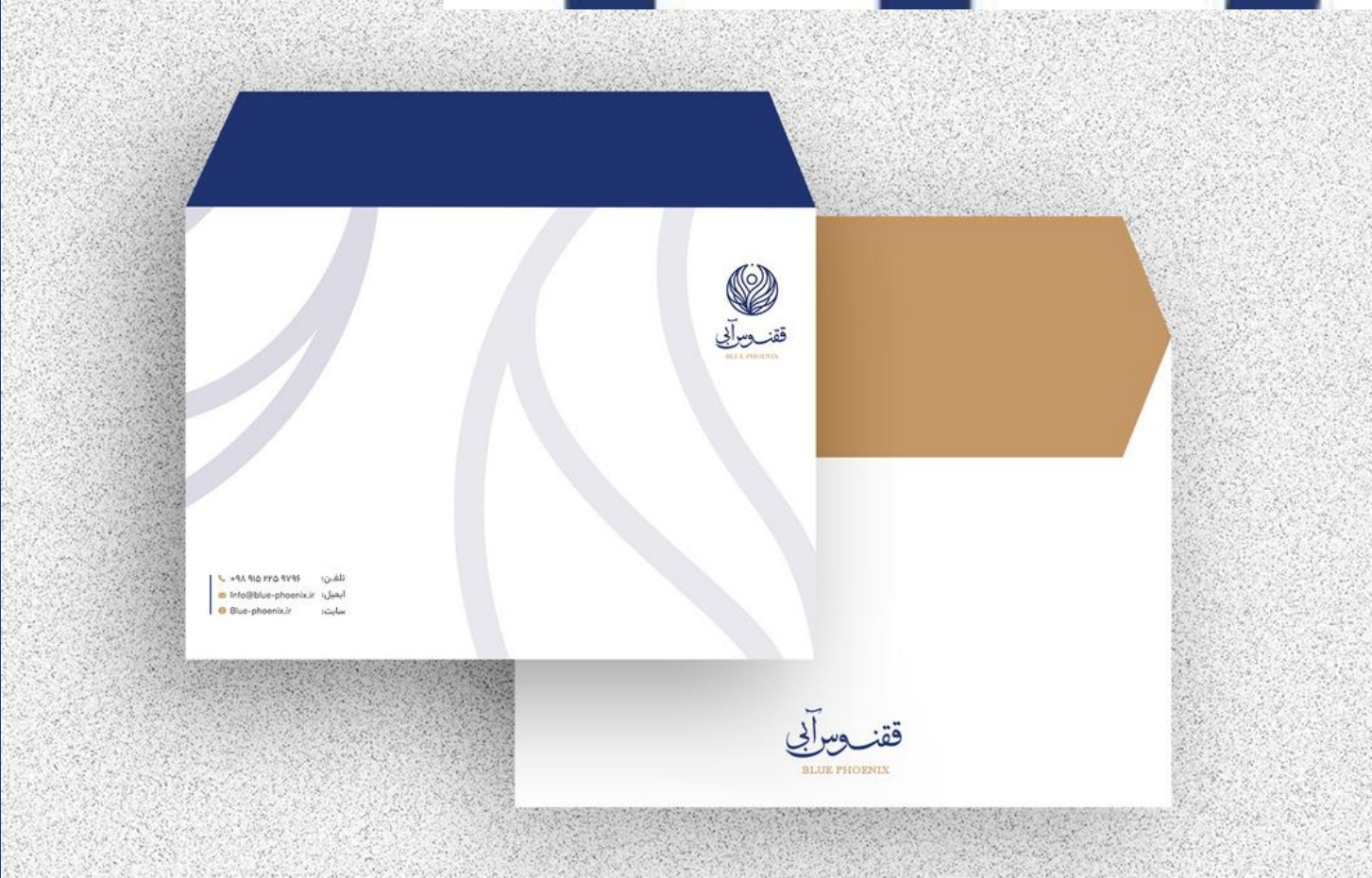
ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی

ققنوس آبی



ست اداری:



ست اداری:



ست اداری: برک یادداشت

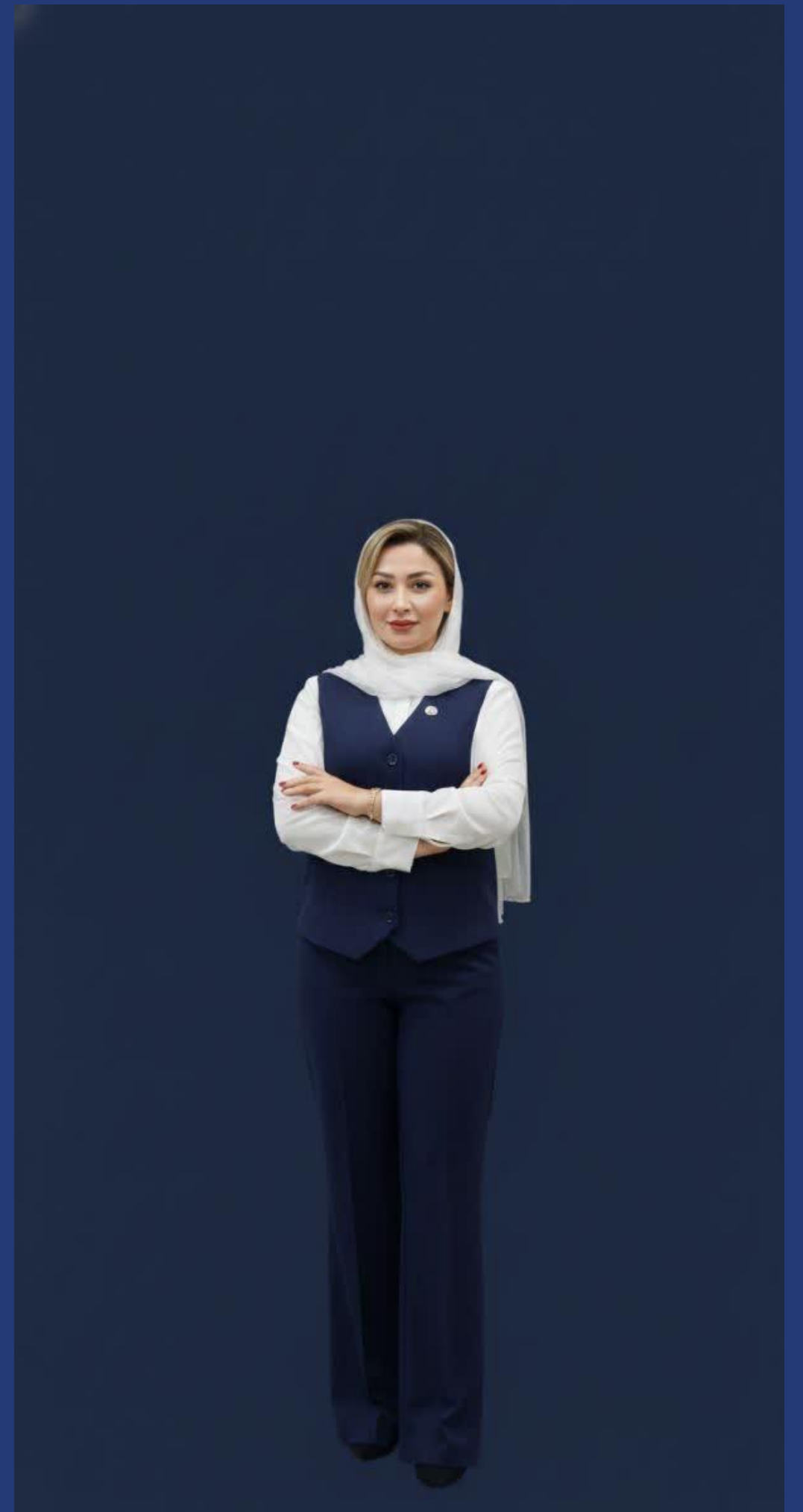


ست اداری:

پرچم



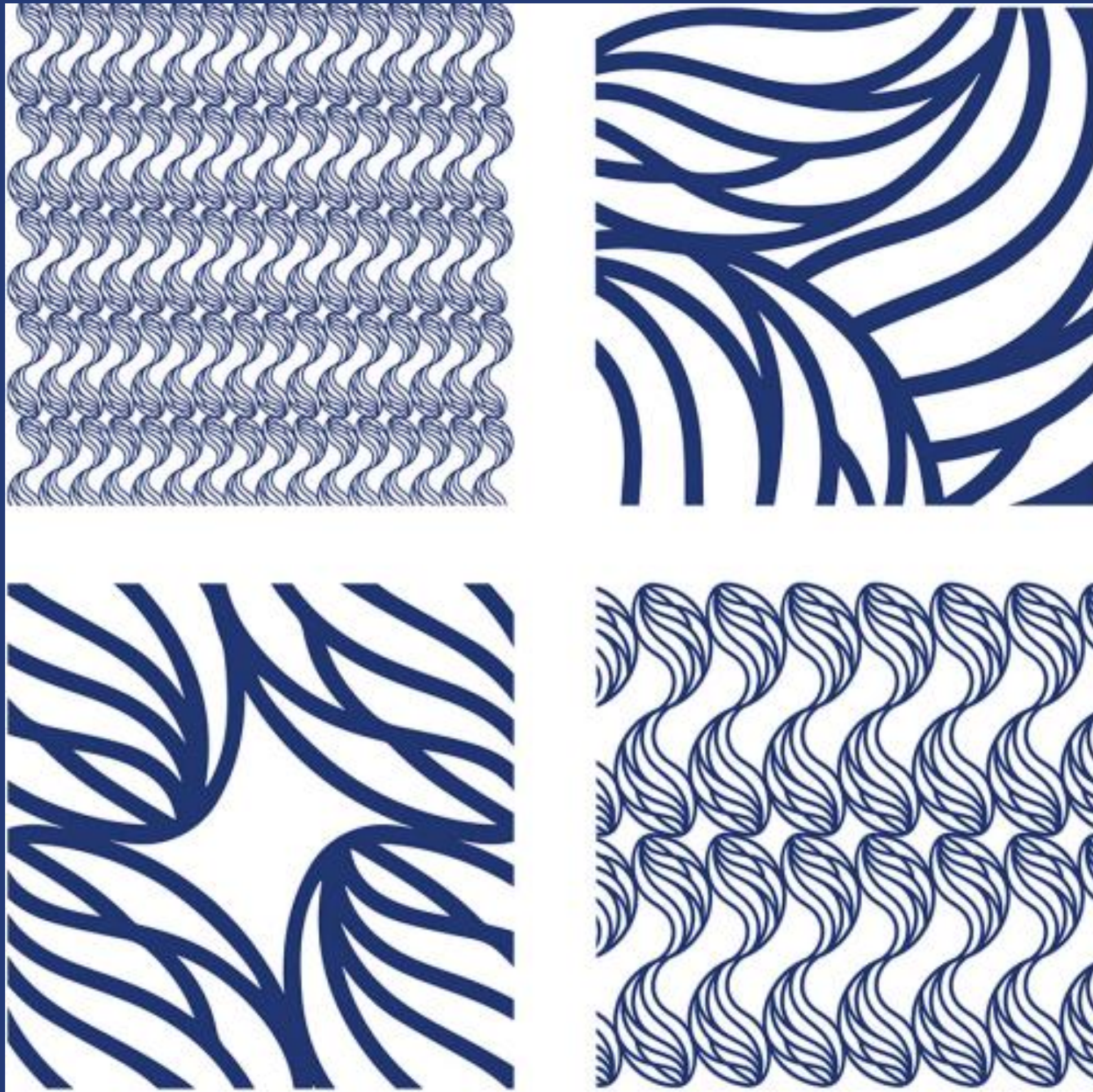
ست اداری: لباس



ست اداری: لباس



پترن:



پتھر:



کارت ویزیت:



www.blue-phoenix.ir

blue.phoenix1404@gmail.com

blue.phoenix.group

۰۹۱۵ ۷۱۵ ۲۹۷۱



گروه مشاوران



ققنوس آبی

BLUE PHOENIX

کب:



تی شرت:



مسکات: فینکس



فینکس:

من فینکس هستم؛ الهام گرفته از ققنوس افسانه‌ای و همراه همیشگی «ققنوس آبی». برای این ساخته شدم که کنار کسب‌وکارها باشم؛ بدون جنسیت، بی‌طرف، و همیشه آماده برای کمک. من عمل‌گرا، متعهد و قابل‌اعتمادم و با انرژی بالا، شجاعت و کمی چاشنی تخیل، مسیر رشدتان را روشن‌تر می‌کنم. تجربه سال‌ها کار بنیان‌گذاران با من است و همین به من قدرت می‌دهد تا نوآور، فعال و همیشه حاضر لحظه‌های مهم شما باشم. من این‌جا هستم تا با هم، قدم‌به‌قدم، موفقیت را بسازیم

مسکات: فینکس

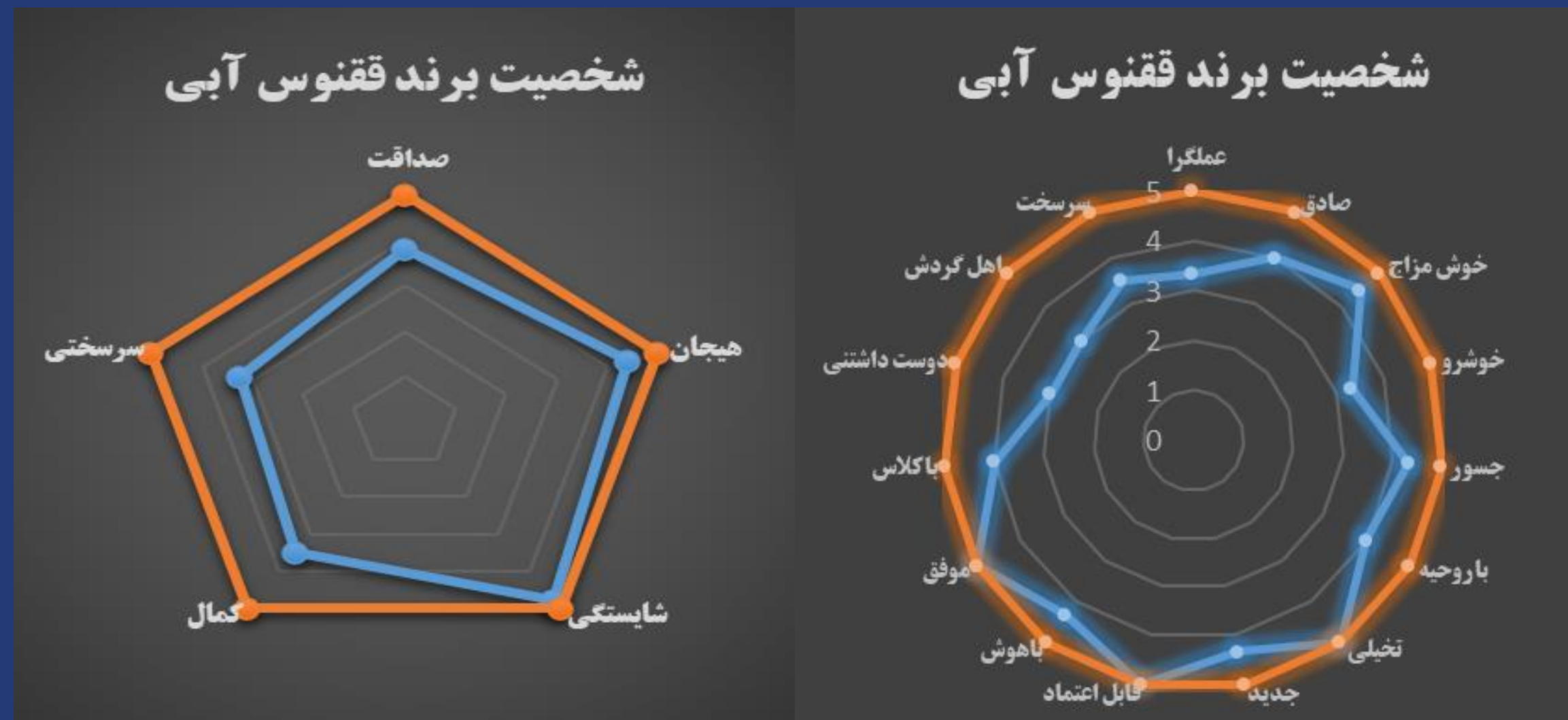


حالات روحی فینکس:



بر اساس مدل آکر:

شخصیت برند قنوس آبی:



شخصیت برند ققنوس آبی:

بر اساس مدل جونز و همکاران:

شخصیت برند ققنوس آبی



شخصیت برند ققنوس آبی



بر اساس کهن الگوها:



آرک تایپ برند ققنوس آبی:

قمران



خدمات:

ما در تیم ققنوس آبی تمامی خدمات مورد نیاز کسب و کار شما را شناسایی و تحلیل، طراحی و اجرا تا ارزیابی و بهبود مستمر به صورت جامعه و یکپارچه ارائه می دهیم.

عارضه یابی و برندینگ سازمان با رویکرد ۳۶۰ درجه

چارچوبی جامع برای مدیریت علمی و یکپارچه برند است؛ رویکردی که فراتر از لوگو و تبلیغات حرکت می کند و تمامی اجزای برند را با داده، تحلیل و معماری سازمانی هماهنگ می سازد. این مدل بر اساس استانداردهای ملی ویژند و مدل بانیک طراحی شده است که شامل فصل های زیر می باشد:

- برنامه کسب و کار (Business plan)
- برنامه بازاریابی (Marketing plan)
- برند بوک (Brand Book)
- برنامه ارتباطات یکپارچه برندینگ (Integrated Branding Communications Program)
- سیستم و روش های پایش برند (Brand monitoring systems and methods)
- تحلیل ارزش مالی اقتصادی برند (Analysis of the economic financial value of the brand)

خدمات

از عارضه یابی تا مسیر تحول برند: عارضه یابی در کسب و کار یعنی تشخیص وضعیت واقعی سازمان؛ دقیقاً مثل معاینه پزشکی قبل از شروع درمان. در برندینگ و مدیریت کسب و کار، عارضه یابی یک مرحله تحلیلی و تخصصی است که کمک می کند بفهمیم: کجای کار درست پیش می رود؟ کدام بخش ها مشکل دارند؟ چرا سازمان به نتایج دلخواه نمی رسد؟ ریشه مشکلات در کدام واحد یا فرایند است؟

تعریف دقیق عارضه یابی در کسب و کار: عارضه یابی یعنی بررسی علمی و سیستماتیک تمام بخش های یک کسب و کار تا نقاط ضعف، موانع، ناهماهنگی ها و مشکلات پنهان مشخص شود؛ و سپس راه حل های عملی برای اصلاح آن ها ارائه شود. عارضه یابی دقیقاً چه چیزهایی را بررسی می کند؟

۱. ساختار سازمانی و فرآیندها آیا نقش ها، مسئولیت ها و جریان کار واضح هستند؟ آیا دوباره کاری، اتلاف وقت یا گلوگاه وجود دارد؟

۲. منابع انسانی مهارت ها کافی هستند؟ ارتباط بین تیم ها درست کار می کند؟ انگیزه و فرهنگ سازمانی در چه وضعیتی است؟

۳. عملکرد برند پیام برند یکپارچه است؟ مشتری تجربه ای هماهنگ دریافت می کند؟ هویت برند در همه نقاط تماس دیده می شود یا نه؟

خدمات

-
۴. فروش و بازاریابی چرا فروش کم است؟ قیف فروش، روش‌های بازاریابی، نرخ تبدیل و retention کجای کار ایراد دارند؟
 ۵. تجربه مشتری مشتری هنگام ارتباط با کسب و کار چه احساسی دارد؟ نقاط شکست Breakpoints کجاست؟
 ۶. مالی و سودآوریهزینه‌ها کنترل شده‌اند؟ سود واقعی و سود عملیاتی چقدر است؟
- چون برندینگ بدون شناخت واقعیت سازمان، تبدیل می‌شود به کارهای سطحی: لوگو، رنگ، تبلیغ! اما برندینگ حرفه‌ای باید روی واقعیت سازمان سوار شود. عارضه‌یابی کمک می‌کند بفهمیم: ابتدا چه چیزهایی باید اصلاح شود، کدام بخش‌ها نیاز به تقویت دارند، و برند باید بر چه هویتی بنا شود. در نهایت، نتیجه عارضه‌یابی به نقشه راه برندینگ با رویکرد ۳۶۰ درجه تبدیل می‌شود.

برخی از کسب و کارهایی که افتخار همکاری داشتیم:

چرم مند



مصطفوی



ابرتش
Abrash



مهرآوند
شرکت مهرآوند مشهد



شرکت مجتمع فولاد خراسان



حوله یاس سپید مشهد
Yas Sepid Mashad Towel



به صبا
Behsaba

KGS

معرفی اعضا هیئت مدیره:

آرمین جوادزاده

سمت: مدیرعامل

تحصیلات: کارشناسی ارشد بازرگانی

DBA

تجربه: 12 سال

حوزه تخصص: برندینگ

آرش جوادزاده

سمت: رئیس هیئت مدیره

تحصیلات: کارشناسی ارشد روانشناسی

DBA

تجربه: 20 سال

حوزه تخصص: مشاوره و روانشناسی

تکتم حسن نژاد

سمت: نایب رئیس هیئت مدیره

تحصیلات: کارشناسی حقوق

MBA مدیریت منابع انسانی

تجربه: 7 سال

حوزه تخصص: منابع انسانی

معرفی اعضا هیئت مدیره:



[Toktam Hasannezhad]
[Co-Founder of Blue Phoenix Company]



[Arash Javadzadeh]
[Co-Founder of Blue Phoenix Company]



Armin Javadzaeh
Founder of Blue Pheenix Company



راه های ارتباطی:



blue.phoenix1404@gmail.com



[blue.phoenix.group](https://www.instagram.com/blue.phoenix.group)



www.blue_phoenix.ir



09157152971



Mashhad

