

به نام خداوند جان و خرد

FIDELITY XB1



DRIVE YOUR FUTURE



BHN.MOTOR
FOLLOW US ON INSTAGRAM

فهرست

۱.....	مقدمه
۲.....	پتانسیل بالای ایران برای دستیابی به قطب اصلی نمایشگاه‌های تجاری منطقه
۳.....	نمایشگاه بستر تعامل دولت و صنعت است
۴.....	نمایشگاه‌ها فرصتی برای ارتقای برند
۵.....	شرکت ایده تجارت هرمس
۶.....	درباره هرمس
۱۳.....	آینده نمایشگاه‌های ایران را بسیار روشن می‌بینم
۱۷.....	IREVENT24.IR
۱۸.....	نمایشگاه‌هایی که هرمس به صورت تخصصی اجرا می‌کند
۱۹.....	رویدادهایی که هرمس در آن‌ها پیشگام بوده است
۲۲.....	تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده در هر سال
۲۳.....	یک دهه تجربه برگزاری نمایشگاهی
۲۵.....	پراکندگی جغرافیایی نمایشگاه‌های هرمس
۲۷.....	نمایش شکوه برندهای خودرویی
۲۸.....	برندهای خودرویی که به هرمس اعتماد کردند
۲۹.....	ظهور نمایشگاه‌های چند بعدی
۳۱.....	ارزیابی مدیران بازاریابی و ارتباطات شرکت‌های خودرویی
۴۷.....	نمایشگاه مشهد حلقه اتصال سیاست‌گذاران، خودروسازان و مصرف‌کننده
۵۱.....	نمایشگاه مشهد از نگاه اصحاب رسانه

مقدمه

آنچه پیش‌روی دیدگان شما قرار گرفته، خلاصه فعالیت‌های رویداد خودرویی عظیمی است که با همت تیم اجرایی شرکت هرمس در شهریور ۱۴۰۴ به ثمر نشست. این گزارش نشان می‌دهد آنچه در نمایشگاه خودروی مشهد ۱۴۰۴ اتفاق افتاد، حاصل زحمات صدها نفر/ساعت فعالیت انسانی، ده‌ها ساعت برنامه‌ریزی دقیق، روزها و شب‌ها دله‌ره و دغدغه اجرای درست برنامه‌ها و سال‌ها تجربه برگزاری رویدادهای تجاری-نمایشگاهی است.

صفحه به صفحه این کتاب شهادت می‌دهد که برگزاری رویدادی با این وسعت نیازمند یک کار تیمی و حرفه‌ای است تا بتواند رضایت قدرتمندترین برندهای صنعت خودروی کشور را بدست آورد. همچنین تعداد برندهای حاضر در این رویداد گواهی بر آن است که هرمس با کارنامه و سابقه خود توانسته اعتماد این صنعت را به خود جلب کند.

شرکت هرمس با تیم حرفه‌ای و کارآزموده خود در نمایشگاه خودروی مشهد، کار بزرگ را به سرانجام رساند و توانست برترین خودروسازان و فعالان این صنعت را گردهم آورد و علاوه بر آن که جدیدترین محصولات آن‌ها در معرض دید علاقمندان قرار گرفت، فضایی تجاری فراهم آمد تا مدیران ارشد این خودروسازی‌ها بتوانند با سایر ذی‌نفعان زنجیره و چهره‌های سیاستگذار صنعت خود ملاقات‌هایی جدی و موثر داشته باشند. همچنین در این گزارش شاهد خواهید بود که تلاش‌های این شرکت برای ارتقا سطح کیفی نمایشگاه خودرو، حتی از نظر چشمان تیزبین و روشنگرانه رسانه‌ها نیز پنهان نمانده است.

در نهایت، می‌خوانید تیم هرمس چگونه با برگزاری هر رویداد از تجارب پیشین خود درس گرفته و با برداشتن گام‌هایی بلند و استوار، سطح برگزاری نمایشگاه‌های تجاری در ایران را بالا برده است و چطور این درس آموزی از گذشته و آگاهی از استانداردهای روز دنیا باعث می‌شود، افق‌های هرمس گشوده شود و برای برگزاری رویدادهای تراز در سطح منطقه برنامه‌ریزی داشته باشند.



رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی:

پتانسیل بالای ایران برای دستیابی به قطب اصلی نمایشگاه‌های تجاری منطقه

قابل توجه این بود که اکثر این نمایشگاه‌ها موفق به جذب شرکت‌کنندگان خارجی شده‌اند، که این امر نشان‌دهنده اعتبار و جذابیت رویدادهای ایرانی برای بازارهای جهانی است.

علیزاده افزود: این حضور بین‌المللی، خود عاملی برای ارتقاء سطح کیفی، انتقال دانش فنی و ایجاد فرصت‌های همکاری جدید خواهد بود.

وی در خصوص پتانسیل ایران برای ایفای نقش کلیدی به عنوان قطب اصلی نمایشگاه‌های تجاری در منطقه خاورمیانه، اظهار داشت: با توجه به زیرساخت‌های موجود و رویدادهای موفق برگزار شده، ایران از پتانسیل بالایی برای دستیابی به این جایگاه برخوردار است.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان به استقبال فعالان اقتصادی داخلی و همچنین شرکت‌های خارجی از این نمایشگاه‌ها اشاره کرد و گفت: این استقبال، نشان‌دهنده تقاضای بالا برای چنین بسترهایی است و حاکی از آن است که شرکت‌کنندگان، ارزش و بازدهی قابل توجهی در حضور در این نمایشگاه‌ها مشاهده می‌کنند. بنابراین این موضوع، انگیزه لازم را برای توسعه و برگزاری هرچه بهتر و باشکوه‌تر رویدادهای آتی فراهم می‌آورد.

رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه ایران از پتانسیل بالایی برای دستیابی به قطب اصلی نمایشگاه‌های تجاری منطقه برخوردار است، گفت: تبدیل شدن به قطب نمایشگاهی منطقه‌ای، مزایای اقتصادی، فرهنگی و سیاسی فراوانی را برای کشور از جمله جذب



سرمایه‌گذاری خارجی، تسهیل تجارت و ارتقاء دیپلماسی اقتصادی به همراه خواهد داشت.

علی‌علیزاده، با تأکید بر اهمیت استراتژیک نمایشگاه‌های تجاری و بازرگانی در اقتصاد امروز، به تشریح جایگاه و پتانسیل‌های ایران در این حوزه پرداخت و گفت: نمایشگاه‌ها صرفاً بستری برای عرضه محصولات نیستند، بلکه ابزاری حیاتی برای معرفی و برندسازی شرکت‌ها در سطح داخلی و بین‌المللی محسوب می‌شوند.

وی به سطح کیفی و بین‌المللی نمایشگاه‌های برگزار شده در ایران اشاره کرد و گفت: بسیاری از این نمایشگاه‌ها توانسته‌اند جایگاه خود را تثبیت کرده، به شهرت قابل توجهی دست یابند و معیارهای بین‌المللی را برآورده سازند. نکته

مهرداد خسروی مدیرکل سابق خودرو وزارت صمت نمایشگاه بستر تعامل دولت و صنعت است

مهرداد خسروی مدیرکل سابق خودرو وزارت صمت ضمن تذکر به شرکت‌های خودروساز تجاری، خواهان توجه هر چه بیشتر این شرکت‌ها برای رفع نیازهای خاص کنونی بازار شد و گفت: شرکت‌های خصوصی باید تولید خودرو اقتصادی را اولویت اصلی خود قرار دهند.



مدیرکل سابق خودرو وزارت صمت با اشاره به اینکه در سال‌های اخیر نمایشگاه خودرو به دلیل ترکیبی از علاقمندی عمومی به این صنعت، پیشرفت فناوری و نقش اقتصادی آن به یکی از پرمخاطب‌ترین رویدادهای نمایشگاهی ایران تبدیل شده است، گفت: خودرو در ایران نه فقط وسیله نقلیه بلکه نمادی از سبک زندگی است و این موضوع باعث می شود بسیاری از افراد علاقمند باشند با جدیدترین برندها آشنا شوند. حضور شرکت‌ها با محصولات جدید و فناوری‌های روز مانند خودروهای برقی و هیبریدی و طراحی‌های مدرن، کنجکاوی و هیجان بازدیدکنندگان را بر می‌انگیزد. همچنین بازدیدکنندگان در نمایشگاه‌ها می‌توانند به طور مستقیم با نمایندگان شرکت‌ها صحبت کنند.

خسروی در خصوص تفاوت نمایشگاه‌های خودرو ایران با نمایشگاه‌های برتر جهان اظهار کرد: در نمایشگاه‌های جهانی تمرکز بر فناوری‌های نو مانند خودروهای برقی، خودران و سیستم‌های هوشمند حمل و نقل است. همچنین نمایشگاه‌ها با طراحی مدرن، بخش‌های تعاملی و تجربه‌های دیجیتال همراهند که در ایران هنوز بیشتر به شکل سنتی و کمتر تعاملی برگزار می‌شود که باید سعی کنیم در این جهت گام برداریم.

مدیرکل سابق خودرو وزارت صمت در پاسخ به سوال نقش سیاست‌گذاران بخش صنعت نمایشگاهی در اجرای سیاست‌های کلان خودرویی بیان کرد: برگزارکنندگان می‌توانند بستر تعامل میان صنعت و دولت ایجاد کنند و پلی ارتباطی میان تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و نهادهای حاکمیتی باشند. برگزارکنندگان نمایشگاه با هماهنگی حضور خودروسازان برای نمایش محصولات جدید، می‌توانند در شکل‌دهی به ذائقه و تقاضای بازار نقش مؤثری ایفا کنند. همچنین می‌توانند با اختصاص فضا و تریبون به استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و مراکز تحقیق و توسعه، زمینه‌ساز ارتقای فناوری در صنعت خودرو شوند. وی ادامه داد: برگزارکنندگان با نزدیک شدن به الگوهای بین‌المللی در طراحی، تبلیغ و برگزاری می‌توانند تصویر حرفه‌ای‌تری از صنعت خودرو ایران ارائه دهند.

خسروی با اشاره به اینکه بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی خودرو مشهد یکی از مهم‌ترین رویدادهای صنعت خودروسازی کشور محسوب می‌شد، گفت: این نمایشگاه فرصتی طلایی برای آشنایی با جدیدترین فناوری‌ها، محصولات و نوآوری‌ها در حوزه خودرو بود و شرکت ایده تجارت هرمس توانست به خوبی از اجرای آن برآید.

بهره‌گیری گسترده از ابزارهای دیجیتال برای بازدید مجازی و معرفی محصول از جمله موارد است. همچنین امکان جذب سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد پلتفرم‌های تبادل دانش با نمایشگاه‌های معتبر جهانی و توسعه فضاهای BYB برای مذاکره و قراردادهای صنعتی به‌طور کامل فعال نشده است.

مدیر پروژه واردات خودرو گفت: نمایشگاه‌های خودرو با گردهم‌آوردن خودروسازان، واردکنندگان، بانک‌ها، شرکت‌های لیزینگ، تأمین‌کنندگان قطعات و شبکه‌های خدمات پس از فروش، می‌توانند نقش مؤثری در تکمیل زنجیره تأمین واردات خودرو ایفا کنند. این رویدادها بستر لازم برای معرفی مدل‌های تأمین مالی، ایجاد ارتباط میان عرضه‌کنندگان و توزیع‌کنندگان، انعقاد قراردادهای همکاری و تقویت شبکه خدمات پس از فروش را فراهم می‌سازند و از طریق شفاف‌سازی اطلاعات، ارائه استانداردهای فنی و فروش مستقیم یا معرفی کانال‌های فروش معتبر، نمایشگاه‌ها زمینه تسهیل واردات، افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان و ارتقای رقابت‌پذیری در بازار خودرو را ایجاد می‌کنند.

ضیغمی سطح برگزاری نمایشگاه‌های کشور را رو به رشد خواند و بیان کرد: ظرفیت تهران فراتر از سایر شهرهایی است که نمایشگاه ملی یا استانی برگزار می‌کنند. بسیاری از نمایشگاه‌هایی که در نمایشگاه بین‌المللی و شهر آفتاب برگزار می‌شود، سطح ملی و بین‌المللی دارد و درخواست‌های برگزاری نمایشگاه‌های این‌چنینی در تهران زیاد است.

مهدی ضیغمی مدیر پروژه واردات خودرو وزارت صمت نمایشگاه‌ها فرصتی برای ارتقای برند

مهدی ضیغمی مدیر پروژه واردات خودرو درباره سهم نمایشگاه‌ها در رونق صنعت خودرو گفت: نمایشگاه‌های خودرو به‌عنوان بستری تخصصی برای ارائه فناوری‌های نوین، نقشی مؤثر در ارتقای صنعت خودرو ایفا می‌کنند. این رویدادها با ایجاد فضای تعامل میان



خودروسازان، قطعه‌سازان، شرکت‌های دانش‌بنیان و فعالان بازار، زمینه توسعه همکاری‌های صنعتی، معرفی محصولات جدید و دریافت بازخورد مستقیم از مصرف‌کنندگان را فراهم می‌سازند.

وی افزود: همچنین حضور رسانه‌ها و فعالان اقتصادی در نمایشگاه، فرصت مناسبی برای ارتقای برند و افزایش اعتماد ایجاد کرده و به تسریع فروش و توسعه شبکه‌های توزیع کمک می‌کند.

ضیغمی با تأکید بر جایگاه نمایشگاه‌های خودرو در ایران گفت: تمرکز محدود بر نمایش فناوری‌های نوین همچون خودروهای برقی و هوشمند، حضور کم‌رنگ شرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌های فعال و نبود



SCAN
QR CODE



شرکت ایده تجارت هرمس
با بیش از ۱۵ سال تجربه مستمر در صنعت نمایشگاهی
برگزارکننده نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و رویدادهای تخصصی و بین‌المللی در ایران و خارج از کشور



درباره هرمس

شرکت ایده تجارت هرمس به عنوان یکی از پیشروترین و باسابقه‌ترین شرکت‌های فعال در حوزه برگزاری نمایشگاه‌ها، همایش‌ها و رویدادهای تخصصی و بین‌المللی، با بیش از ۱۵ سال تجربه متمرکز و مستمر در این صنعت، توانسته است جایگاه ویژه‌ای در میان فعالان اقتصادی، صنعتی و فناورانه کشور به دست آورد. این شرکت به‌عنوان یک هلدینگ چندبعدی، علاوه بر فعالیت

تخصصی در صنعت نمایشگاهی، در حوزه‌های فناوری اطلاعات و سامانه‌های ابری (Cloud)، بهینه‌سازی مصرف انرژی، انرژی‌های نو و توسعه فعالیت‌های دانش‌بنیان نیز حضوری فعال و اثرگذار دارد. این تنوع حوزه‌های فعالیت باعث شده است هرمس بتواند با ترکیب تجربه نمایشگاهی و توانمندی‌های فناورانه، رویدادهایی با محتوای غنی، ساختاری مدرن و زیرساخت‌های هوشمند برگزار کند. از ابتدای فعالیت، این شرکت با بهره‌گیری از رویکردی خلاقانه، فناورانه و مشتری‌محور،

مسیر توسعه صنعت نمایشگاهی را با برگزاری رویدادهایی در کلاس جهانی هموار ساخته و تلاش کرده است تا نمایشگاه را از یک فضای صرفاً معرفی محصولات، به بستری اثرگذار برای تعاملات حرفه‌ای، شبکه‌سازی و خلق فرصت‌های تجاری و فناورانه تبدیل کند.

ایده تجارت هرمس در طول این سال‌ها، با برگزاری مجموعه‌ای متنوع از نمایشگاه‌ها و همایش‌ها در حوزه‌های گوناگون از جمله خودرو و قطعات خودرو، پتروشیمی، محیط‌زیست، انرژی، شهر هوشمند، صنایع خلاق، کسب‌وکار و فرانچایز و فناوری‌های نوین، نه تنها توانسته است نیازهای فعالان داخلی را پاسخ دهد بلکه در سطح بین‌المللی نیز با حضور و همکاری در رویدادهای معتبر، نقش مهمی در معرفی توانمندی‌های ایران ایفا کرده است.

این شرکت به پشتوانه تجربیات متعدد خود در برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی در داخل و خارج از کشور، از جمله نمایشگاه‌های برگزار شده در چین، امارات، فرانسه و عراق، امروز به عنوان یک برند معتبر در حوزه برگزاری رویدادهای تخصصی شناخته می‌شود. نمایشگاه‌های موفق همچون برق سلیمانیه عراق، نمایشگاه بین‌المللی هوش مصنوعی در کشورهای مختلف و همکاری در برگزاری رویدادهای اقتصادی و صنعتی فراملی، گواهی بر توان اجرایی، مدیریت حرفه‌ای و قدرت برندینگ این مجموعه است.

وجه تمایز هرمس در این است که هر نمایشگاه را به عنوان یک پروژه منحصربه‌فرد با هویت، ساختار، پیام و اهداف مشخص تعریف می‌کند. این نگرش منجر به طراحی کانسپت کلی یکپارچه و اجرای

هویت بصری هماهنگ برای تمامی بخش‌های رویداد می‌شود که شامل غرفه‌سازی، تبلیغات محیطی، محتوای رسانه‌ای و طراحی فضایی است. این یکپارچگی، تجربه‌ای متمایز و حرفه‌ای برای بازدیدکنندگان و مشارکت‌کنندگان ایجاد کرده و نمایشگاه را به یک برند مستقل تبدیل می‌کند.

از سوی دیگر، ایده تجارت هرمس با سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین مدیریت رویداد، مالک و بهره‌بردار اپلیکیشن اختصاصی irevent24.ir است که به عنوان یک پلتفرم پیشرفته برای مدیریت رویدادهای بزرگ طراحی شده است. این اپلیکیشن امکاناتی چون ثبت‌نام آنلاین، صدور کارت دیجیتال با QR، هماهنگی ملاقات‌های B2B، تطبیق هوشمند مخاطبان با استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی و اطلاع‌رسانی لحظه‌ای را فراهم می‌کند. استفاده از این ابزار در رویدادهای بزرگ به ویژه نمایشگاه‌های بین‌المللی، به شکل چشمگیری بهره‌وری، نظم و رضایت شرکت‌کنندگان را افزایش داده است.

رویدادهای شاخص برگزار شده

۱. نمایشگاه‌های تخصصی خودرو و قطعات خودرو

شرکت ایده تجارت هرمس سابقه برگزاری موفق نمایشگاه‌های تخصصی خودرو در تهران، مشهد، همدان، اهواز، اصفهان و شیراز را دارد. این رویدادها با حضور برندهای معتبر داخلی و خارجی، به بستری تخصصی برای نمایش تازه‌ترین محصولات و نوآوری‌های صنعت خودرو تبدیل شده‌اند.



تمرکز اصلی این نمایشگاه‌ها بر موارد زیر است:

- خودروهای سواری، تجاری، برقی و هیبریدی
 - معرفی قطعات و تجهیزات جانبی با فناوری‌های نوین
 - ارائه خدمات پس از فروش و راهکارهای نگهداری نوین خودرو
- در حاشیه این نمایشگاه‌ها، نشست‌های تخصصی، کارگاه‌های آموزشی و پنل‌های گفت‌وگو با حضور کارشناسان بین‌المللی و مدیران صنعت برگزار شده که فرصت انتقال دانش و بررسی بازار را فراهم کرده است.

۲. نمایشگاه‌های اسب و حیوانات همزیست:

این شرکت در سال ۱۳۹۷ برای اولین بار در کشور اقدام به برگزاری اولین نمایشگاه اسب و حیوانات همزیست کرد که در محل نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب در فضایی بالغ بر ۲۰ هزار متر مربع برگزار شد و در کنار آن بزرگترین همایش سگ‌های کار، اولین دوره جشنواره اسب اصیل، مسابقه زیبایی اسب عرب (با حضور داوران بین‌المللی)، مسابقات پونی سواران ایران و نمایشگاه هنرهای تجسمی حوزه اسب برگزار شد که مورد استقبال عموم مردم و مسئولین قرار گرفت.

۳. نمایشگاه‌های فرانچایز و توسعه کسب و کار

هرمس در سال ۱۳۹۶ برای اولین بار در کشور اقدام به برگزاری فرانچایز و توسعه کسب و کار با الهام از نمایشگاه بیزینس شو لندن کرد که این شرکت توانسته این نمایشگاه را ۵ دوره در تهران و دو دوره در شهرهای اصفهان و مشهد برگزار کند.

۴. نمایشگاه‌های ساختمان و مبلمان و لوستر و دکوراسیون

داخلی:

برگزاری دوره‌های مختلف نمایشگاه‌ها در مراکز مختلف:

۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰: مبلمان مشهد

۱۴۰۲: ساختمان مازندران

۵. نمایشگاه اینوکس و فاینکس مشهد

به‌عنوان بزرگ‌ترین رویداد مالی کشور، این نمایشگاه با مشارکت گسترده بانک‌ها، مؤسسات مالی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بازار سرمایه و بیمه‌ها برگزار شده است.

ویژگی‌های این رویداد:

- برگزاری بیش از ۴۰ پنل تخصصی در حوزه‌های مالی، سرمایه‌گذاری، بورس و بیمه
- ایجاد بستر برای معرفی پروژه‌های سرمایه‌پذیر و جذب سرمایه‌گذار داخلی و خارجی
- حضور شرکت‌های بین‌المللی و برگزاری نشست‌های همکاری اقتصادی

۶. نمایشگاه بین‌المللی هوش مصنوعی

این رویداد در ایران و کشورهای چین، امارات و فرانسه برگزار شده و هدف اصلی آن انتقال فناوری، معرفی نوآوری‌ها و ایجاد همکاری‌های علمی و تجاری بوده است.

حضور شرکت‌های دانش‌بنیان، استارت‌آپ‌ها، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی، همراه با کارگاه‌های تخصصی و نشست‌های B2B، باعث

شده این رویداد به یکی از مهم‌ترین گردهمایی‌های هوش مصنوعی در سطح منطقه تبدیل شود.

۷. نمایشگاه محیط زیست

نمایشگاه محیط زیست در راستای مسئولیت اجتماعی شرکت ایده تجارت هرمس به همراهی سازمان محیط زیست در سال ۱۴۰۳ در سایت نمایشگاهی شهر آفتاب در مساحتی بالغ بر ۸ هزار متر مربع و با بیش از ۲۵۰ غرفه‌دار برگزار شد. در کنار این نمایشگاه که تعداد زیادی از حافظان محیط زیست گرد هم آمده بودند تعداد زیادی پنل و سخنرانی به صورت آنلاین و در محل نمایشگاه برگزار شد. از جمله شاخص‌های متفاوت این نمایشگاه با سایر نمایشگاه‌های مشابه، وجود پنل‌ها و سخنرانی‌های متعدد و تعداد زیادی سازمان‌های مردم نهاد (NGO) بود.

همایش‌ها:

۱. همایش صنعت خودرو

این همایش‌ها به‌طور مستقل و با هدف تحلیل روندهای جهانی صنعت خودرو، معرفی فناوری‌های نو و بررسی سیاست‌های توسعه‌ای در ایران برگزار شده‌اند.

محورهای کلیدی این همایش‌ها:

- بررسی چشم‌انداز خودروهای پاک و برقی در ایران



• توسعه شبکه قطعه‌سازی داخلی و افزایش توان رقابتی در بازار جهانی

• انتقال فناوری از طریق همکاری با برندهای خارجی

حضور مدیران خودروسازان داخلی، فعالان قطعه‌سازی، شرکت‌های دانش‌بنیان، مقامات دولتی و کارشناسان خارجی، این رویدادها را به مرجع اصلی تصمیم‌گیری‌های استراتژیک در صنعت خودرو تبدیل کرده است.

۲. همایش شهر هوشمند

این همایش با هدف معرفی و ترویج فناوری‌های هوشمندسازی شهری و بهینه‌سازی سیستم‌های حمل‌ونقل و خدمات شهری برگزار شده است. موضوعات کلیدی شامل:

• طراحی و پیاده‌سازی زیرساخت‌های دیجیتال شهری

• هوشمندسازی حمل‌ونقل عمومی و کاهش ترافیک شهری

• به‌کارگیری فناوری‌های نوین در مدیریت پسماند، انرژی و امنیت شهری

این همایش با حضور شهرداران، مدیران شهری، مسئولان وزارتخانه‌ها، شرکت‌های فناوری و مشاوران بین‌المللی برگزار شده و بستری برای معرفی پروژه‌های موفق و بومی‌سازی فناوری‌های روز دنیا بوده است.

۳. همایش صنایع خلاق و نوآوری

با توجه به رشد سریع اقتصاد خلاق، این همایش‌ها با هدف حمایت از کارآفرینان و فعالان صنایع فرهنگی، طراحی، هنرهای کاربردی و استارت‌آپ‌های خلاق برگزار شده‌اند.

این رویدادها علاوه بر نمایش محصولات و ایده‌های نوآورانه، به مکانی برای:

- ایجاد ارتباط بین سرمایه‌گذاران و کارآفرینان
- شناسایی ظرفیت‌های صادراتی محصولات خلاق
- برگزاری نشست‌های آموزشی و تبادل تجربه بین فعالان داخلی و بین‌المللی تبدیل شده‌اند.

پایون‌های برگزارشده:

۱. پایون قطعات خودرو از کشور چین در اولین نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران:

اولین دوره نمایشگاه خودرو تهران پس از ۱۲ سال وقفه در سال ۱۳۹۵ در نمایشگاه بین‌المللی شهر آفتاب با حضور شرکت‌های داخلی و خارجی برگزار شد که در این نمایشگاه، شرکت‌های تولیدکننده قطعات خودرو از کشور چین به صورت پایون به متراژ ۶۰۰ متر حضور پیدا کردند.

۲. برگزاری پایون خودروسازان چینی در دومین نمایشگاه خودرو تهران:

پس از برگزاری موفق اولین نمایشگاه خودرو که با حضور قدرتمند شرکت‌های داخلی و خارجی برگزار شد، پایونی با حضور تولیدکنندگان و خودروسازان مطرح کشور چین در دومین نمایشگاه خودرو تهران شکل گرفت که این پایون با حضور شرکت‌های مطرح و معتبری مانند بورگارد، بایک، هایما، چانگان و... در نمایشگاه حضور پیدا کردند.

۳. اجرای پایون ایران در نمایشگاه Equip Auto فرانسه ۲۰۱۷

پس از بازدید مقامات Comexposium و رئیس انجمن قطعه‌سازان فرانسه از دومین نمایشگاه خودرو تهران، مجوز برگزاری پایون جمهوری اسلامی ایران در نمایشگاه Equip Auto به شرکت ایده تجارت هرمس واگذار شد. این شرکت پایونی با حضور شرکت‌های تولیدکننده و مدیران ارشد قطعه‌سازی کشور در نمایشگاه مذکور برگزار کرد. در حاشیه این نمایشگاه بازدیدهایی از کارخانه رنو و پژو و همچنین جلسات B2B مابین انجمن قطعه‌سازان ایران و شرکت‌های تابع با انجمن قطعه‌سازان فرانسه برگزار شد.

عضویت‌ها:

- عضویت در انجمن جهانی صنعت نمایشگاهی UFI
- عضویت در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- عضویت در انجمن صنفی برگزارکنندگان نمایشگاه بین‌المللی

شرکای تجاری:

شرکای بین‌المللی:

Fair Consult Company – Germany, International Exhibition Organizer

Automotive, messefrankfurt.com

Ray International Company – China, International Exhibition Organizer

www.Rayworld.com.cn



Cinomachint Company – China, International Exhibition Organizer

www.Cnaico.com.cn

شرکای داخلی:

- شرکت ونداد تجارت برنا
- شرکت مدیریت رویداد و نمایشگاهی رونق، برگزارکننده نمایشگاه
- موسسه فرهنگی هنری هیراد، موسسه فرهنگی و هنری چندمنظوره
- بهاران تدبیر کیش

چشم‌انداز و مأموریت

مأموریت‌ها:

- ارتقاء کیفیت صنعت نمایشگاهی کشور با استانداردهای بین‌المللی و فناوری‌های نو
- پیوند آموزش و صنعت از طریق رویدادهای مهارت‌محور و کارگاه‌های تخصصی
- گسترش همکاری‌های بین‌المللی برای معرفی توانمندی‌های ملی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی

چشم‌انداز:

تبدیل ایران به یکی از مقاصد اصلی برگزاری رویدادهای تخصصی در خاورمیانه و ایجاد بستری پایدار برای رشد مهارت‌ها، تبادل دانش و توسعه تجارت بین‌المللی



SCAN
QR CODE



مهدی اسدی مدیرعامل شرکت هرمس:

آینده نمایشگاه‌های ایران را

بسیار روشن می‌بینم

در این ویژه‌نامه در خصوص استانداردهای برگزاری نمایشگاه در کشور با محمد مهدی اسدی مدیرعامل شرکت ایده تجارت هرمس مصاحبه‌ای داشته‌ایم.



نمایشگاه‌ها شروع می‌شود. هنوز جای پیشرفت داریم تا نمایشگاه‌ها نقش کامل «هاب صادراتی» یا «مرکز نوآوری» را ایفا کنند، اما حرکت به این سمت آغاز شده و جایگاه آن‌ها روزبه‌روز در حال تقویت است.

بر اساس تجربه شما، آیا نمایشگاه‌ها توانسته‌اند اجزای زنجیره صنایع مثل خودرو، قطعه‌سازی و مصرف‌کننده را به هم متصل کنند؟
بله، در بسیاری از موارد نمایشگاه‌ها توانسته‌اند حلقه اتصال این اجزا باشند. تولیدکننده و قطعه‌ساز در یک فضای مشترک گفت‌وگو می‌کنند و حتی مصرف‌کننده نهایی بازخورد خود را مستقیم منتقل می‌کند. این ارتباط‌ها در عمل منجر به قراردادهای همکاری‌های جدی شده است. هنوز جای کار داریم، اما روندی که شکل گرفته نشان‌دهنده موفقیت نمایشگاه‌ها در ایفای این نقش است.

ایده تجارت هرمس چه گام‌هایی برای برگزاری حرفه‌ای و استاندارد نمایشگاهی برداشته و چه برنامه‌هایی برای آینده دارد؟
ما در هرمس از همان ابتدا به دنبال استانداردسازی بودیم؛ از



به نظر شما یک نمایشگاه با اهداف تجاری-بازرگانی چه استانداردهایی دارد؟ در اقتصاد کنونی ایران چقدر این استانداردها دست‌یافتنی است؟
چه موانع پیش‌روی یک نمایشگاه استاندارد در ایران وجود دارد؟

نمایشگاه موفق باید چیزی فراتر از یک ویتترین باشد. استانداردهای آن شامل جذب مخاطب هدفمند، ایجاد فضای مذاکره و قرارداد، ارائه خدمات حرفه‌ای و در نهایت خروجی قابل‌اندازه‌گیری برای شرکت‌کننده است. خوشبختانه در ایران توانسته‌ایم به بخش زیادی از این استانداردها برسیم. البته موانعی مثل پیچیدگی‌های اداری یا محدودیت زیرساخت وجود دارد، اما تجربه ثابت کرده هر جا همکاری و برنامه‌ریزی جدی باشد، نتایج مثبت به دست می‌آید.

جایگاه نمایشگاه‌های تجاری ایران در زنجیره فعالیت‌های اقتصادی و بازرگانی کجاست؟

نمایشگاه‌ها امروز به یک حلقه مهم در زنجیره اقتصاد کشور تبدیل شده‌اند. بسیاری از قراردادهای و ارتباطات تجاری از دل



طراحی حرفه‌ای فضا و اطلاع‌رسانی هدفمند گرفته تا ایجاد جلسات B2B و خدمات تخصصی برای غرفه‌داران. در آینده می‌خواهیم نمایشگاه‌ها را دیجیتال‌تر و داده‌محور کنیم و ارتباطات بین‌المللی را گسترش دهیم. هدف ما این است که هر نمایشگاه، به یک پلتفرم اقتصادی واقعی تبدیل شود.

شما به عنوان مدیرعامل ایده تجارت هرمس چه افقی برای آینده نمایشگاه‌های تجاری در ایران دارید؟

من آینده نمایشگاه‌های ایران را بسیار روشن می‌بینم. این صنعت ظرفیت دارد تا نمایشگاه‌های ما را به برند منطقه تبدیل کند. چشم‌انداز من این است که نمایشگاه‌ها به پایگاه اصلی معرفی محصولات ایرانی، جذب سرمایه و توسعه صادرات تبدیل شوند و شرکت‌های خارجی حضور در ایران را یک فرصت استراتژیک بدانند.

چه حوزه‌های اقتصادی با وجود ظرفیت، هنوز دچار خلأ نمایشگاهی هستند؟

بخش‌هایی مثل انرژی‌های تجدیدپذیر، صنایع دانش‌بنیان، کشاورزی هوشمند و لجستیک هنوز آن‌طور که باید نمایشگاه‌های تخصصی خود را پیدا نکرده‌اند. در حالی که این حوزه‌ها می‌توانند پیش‌ران اقتصاد آینده باشند. تمرکز روی این خلأها می‌تواند فرصت‌های بزرگی برای کشور ایجاد کند.

نمایشگاه خودرو مشهد که توسط تیم هرمس برگزار شد، چه اقدامات جدیدی به همراه داشت؟

ما تلاش کردیم این نمایشگاه را متفاوت برگزار کنیم. برای اولین بار بخش ویژه خودروهای برقی و وارداتی را ایجاد کردیم، ایجاد فضای تست خودرو برای بازدیدکنندگان، جلسات B2B ساختارمند برگزار شد، خدمات غرفه‌داران ارتقا پیدا کرد و ارتباط گسترده‌تری با رسانه‌ها برقرار شد. نتیجه این اقدامات، استقبال بسیار خوب و رضایت بالایی مشارکت‌کنندگان بود.

نمایشگاه خودرو مشهد در چه مترژی برگزار شد؟

این نمایشگاه در فضایی به وسعت حدود ۲۵ هزار مترمربع سروشیده و ۱۰ هزار مترمربع فضای باز برگزار شد. این گستردگی باعث شد بتوانیم تنوع قابل‌توجهی از برندها و محصولات را در معرض دید بازدیدکنندگان قرار دهیم.

تعداد بازدیدکنندگانی که در ۴ روز نمایشگاه از این رویداد بازدید کردند چه تعداد بود؟

استقبال از نمایشگاه فوق‌العاده بود. در طول چهار روز، حدود ۱۵۰ هزار نفر از این رویداد بازدید کردند. این حجم از بازدیدکننده، هم نشان‌دهنده علاقه عمومی به صنعت خودرو و هم بیانگر جایگاه ویژه نمایشگاه مشهد در تقویم رویدادهای تخصصی کشور است.



HERMES | The 25 th Specialized Exhibition of Iran Motor Show



HERMES TEAM IN MASHHAD AUTO SHOW



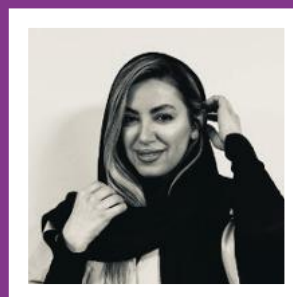
مدیر عامل: محمد مهدی اسدی



مدیر پروژه: اشکان شریعت



مدیر مالی: نسیم صفوی



تیم اجرایی: نسترن صفوی



تیم پشتیبانی: سهراب جعفری



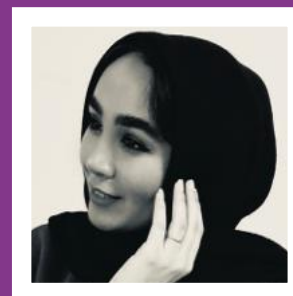
تیم اجرایی: محمدرضا کریمی



تیم پشتیبانی: الیا زاهدی



تیم پشتیبانی: زهرا بابایی



تیم طراحی و سایت: فائزه بابایی



تیم طراحی و سایت: زهرا عزتی

توانمندی فناوریانه - مالکیت اپلیکیشن

IREVENT24.IR

شرکت ایده تجارت هرمس مالک و بهره‌بردار اپلیکیشن تخصصی مدیریت رویدادها و نمایشگاه‌ها به نام irevent24.ir است. این اپلیکیشن به صورت اختصاصی برای مدیریت رویدادهای بزرگ توسعه داده و در پروژه‌های متعددی به کار گرفته شده است.

قابلیت‌ها:

ثبت نام آنلاین و مدیریت اطلاعات شرکت کنندگان

صدور کارت شناسایی و QR Code ورود

اطلاع رسانی لحظه‌ای برنامه‌ها و تغییرات

نمایش نقشه دیجیتال سالن‌ها و جانمایی غرفه‌ها یا رشته‌ها

پخش زنده و انتشار ویدئو و تصاویر روزانه

اعلام نتایج و امتیازات به صورت لحظه‌ای

معرفی حامیان و اسپانسرها در بخش ویژه اپلیکیشن



مزایا در رویدادهای بزرگ:

ایجاد نظم و کاهش ازدحام

تسهیل فرآیند پذیرش و هدایت شرکت کنندگان

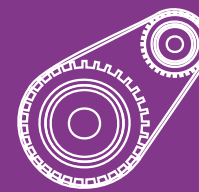
کاهش نیاز به چاپ بروشور و اطلاعیه‌ها

ارتقاء تجربه بازدیدکنندگان و شرکت کنندگان



خودرو

نمایشگاه‌هایی که هرمس
به صورت تخصصی اجرا می‌کند



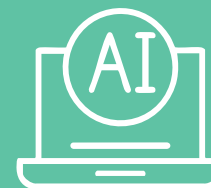
قطعات خودرو



محیط زیست



صنعت مالی



هوش مصنوعی

رویدادهایی که هرمس در آن‌ها پیشگام بوده است:



نمایشگاه اسب و حیوانات همزیست

INTERNATIONAL EXHIBITION

خودرو تهران

ششمین
نمایشگاه
بین‌المللی

و صنایع وابسته
۹ تا ۱۲ بهمن ۱۴۰۳
۱۰ صبح الی ۱۸ عصر

TEHRAN
AUTO SHOW
AUTO RELATED INDUSTRIES

مرکز نمایشگاه‌های بین‌المللی شهر آفتاب
DRIVING INTERNATIONAL THEKROUND SHIP CATTING COMPLEX
www.Hermesb.com | +98 91 54512
www.TEHRANMOTORSHOW2025.com

نمایشگاه خودرو تهران پس از ۱۲ سال وقفه



نمایشگاه‌های فرانچایز و توسعه کسب و کار

نمایشگاه اینوکس و فاینکس

نمایشگاه بین‌المللی هوش مصنوعی

همایش صنعت خودرو

همایش شهر هوشمند

همایش صنایع خلاق و نوآوری

EMPOWER

BD 460

کامیون ۲۸ تن کمپرسی



BAHMAN

شرکت بهمن دیزل



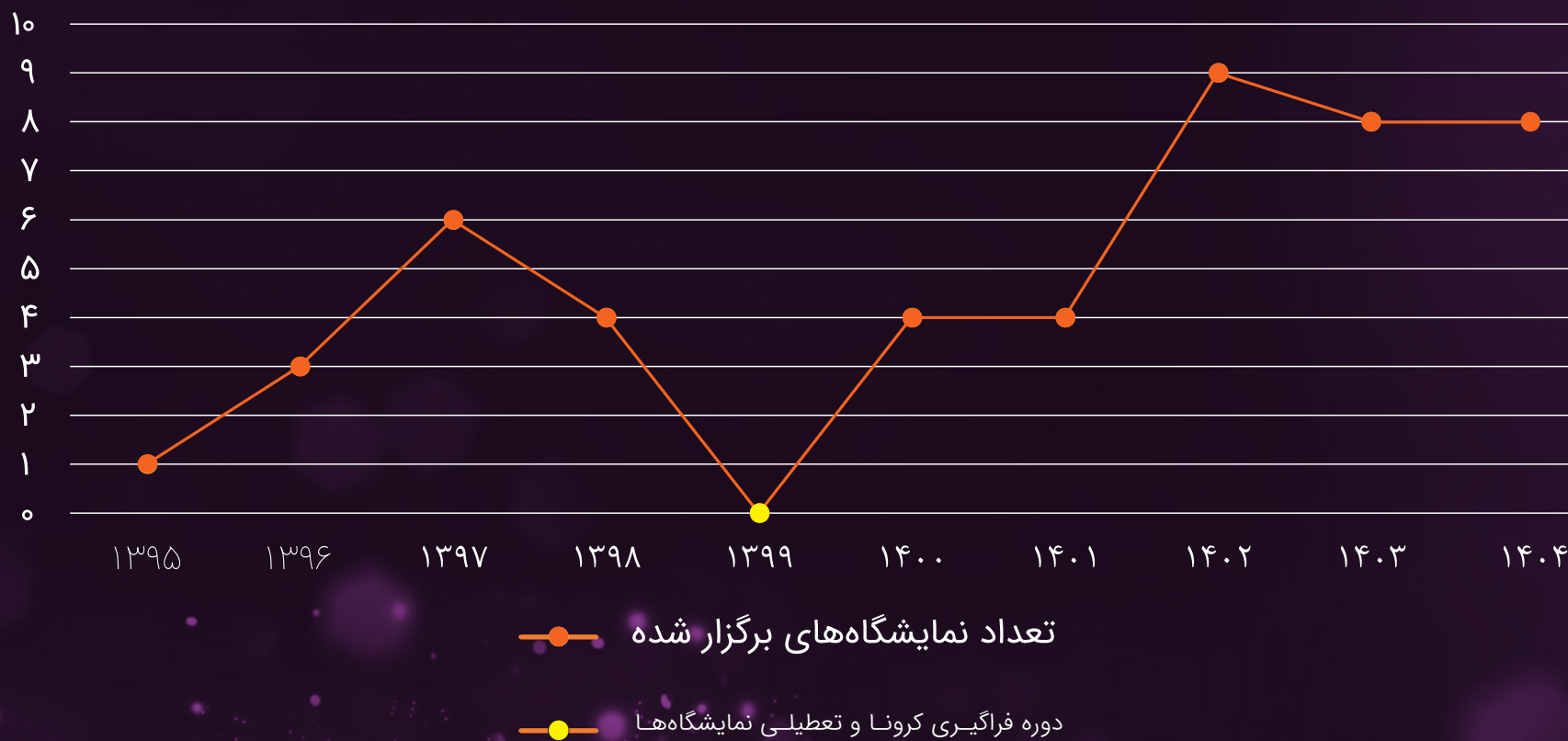
EMPOWER YOUR BUSINESS



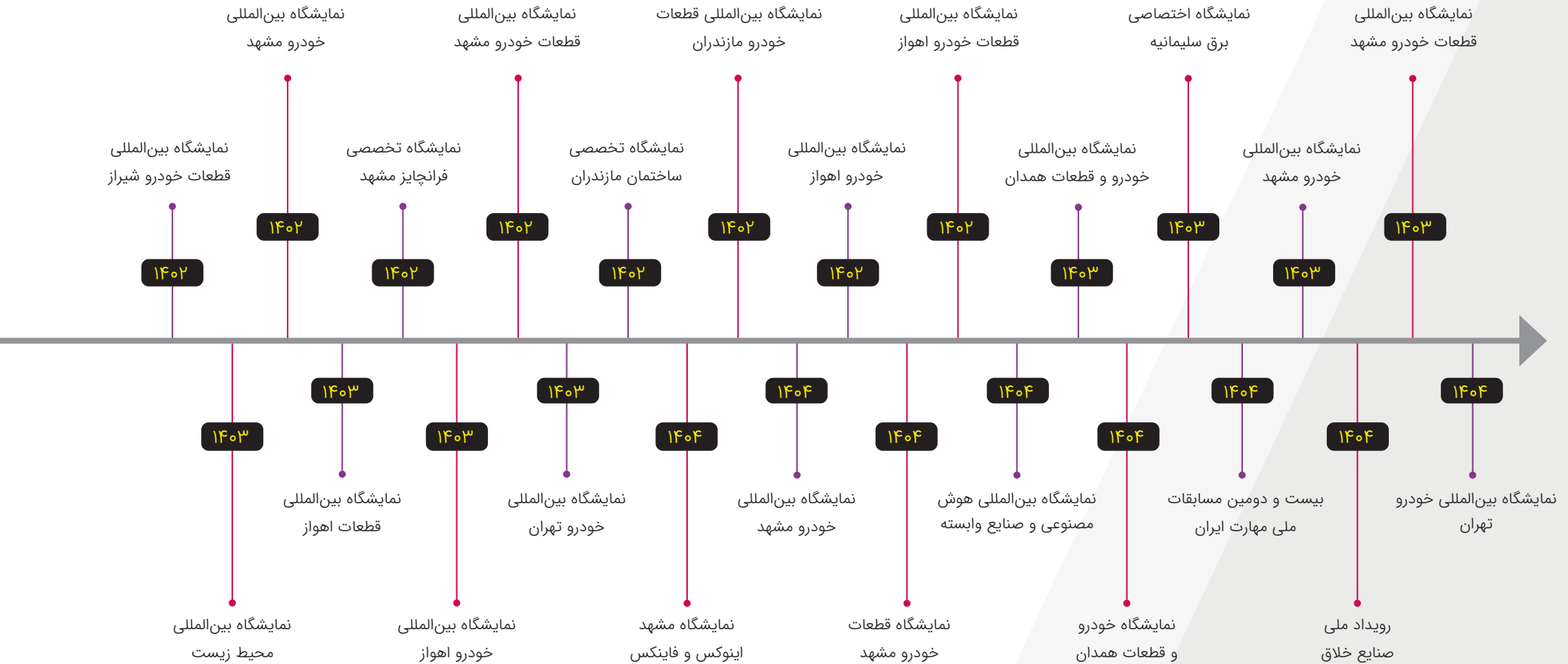
BHN.COMMERCIAL

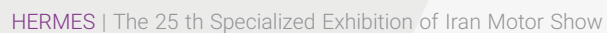
FOLLOW US ON INSTAGRAM

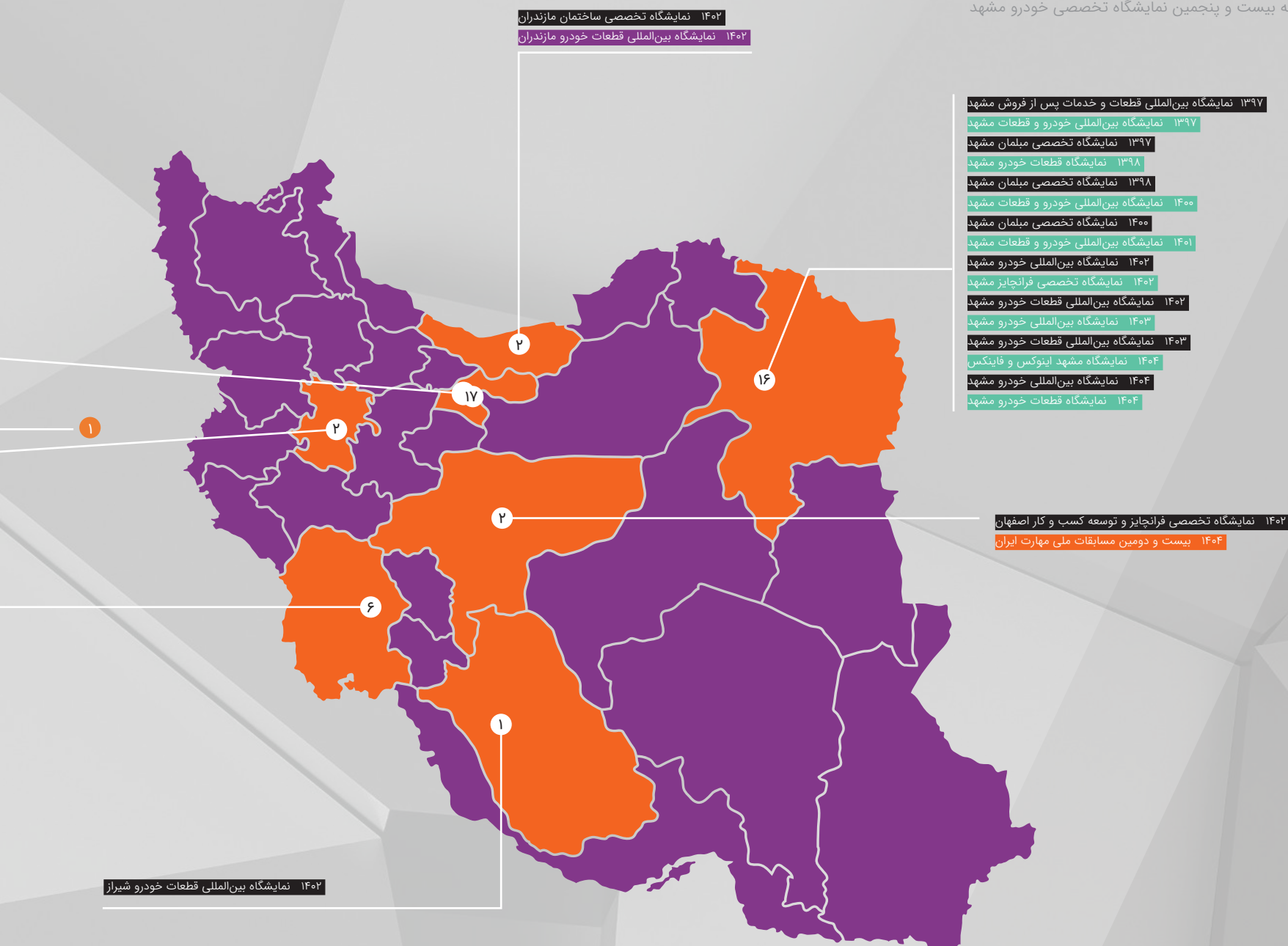
تعداد نمایشگاه‌های برگزار شده در هر سال



یک دهه تجربه برگزاری نمایشگاهی









پراکندگی جغرافیایی نمایشگاه‌های هرمس



۱۳۹۵ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۳۹۶ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۳۹۶ نمایشگاه تخصصی کسب و کار
 ۱۳۹۶ پنجمین همایش بین‌المللی صنعت خودرو
 ۱۳۹۷ نمایشگاه بین‌المللی اسپ
 ۱۳۹۷ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۳۹۷ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۳۹۸ همایش تخصصی تهران هوشمند
 ۱۳۹۸ نمایشگاه تخصصی کسب و کار تهران
 ۱۴۰۰ نمایشگاه تخصصی کسب و کار تهران
 ۱۴۰۱ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۴۰۱ نمایشگاه تخصصی فرانچایز و کسب و کار تهران
 ۱۴۰۳ نمایشگاه بین‌المللی محیط زیست
 ۱۴۰۳ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران
 ۱۴۰۴ نمایشگاه بین‌المللی هوش مصنوعی و صنایع وابسته
 ۱۴۰۴ رویداد ملی صنایع خلاق
 ۱۴۰۴ نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران

۱۴۰۳ نمایشگاه اختصاصی برق سلیمانیه

۱۴۰۳ نمایشگاه بین‌المللی خودرو و قطعات همدان

۱۴۰۴ نمایشگاه خودرو و قطعات همدان

۱۴۰۰ نمایشگاه بین‌المللی خودرو و قطعات اهواز

۱۴۰۱ نمایشگاه بین‌المللی خودرو و قطعات اهواز

۱۴۰۲ نمایشگاه بین‌المللی خودرو اهواز

۱۴۰۲ نمایشگاه بین‌المللی قطعات خودرو اهواز

۱۴۰۳ نمایشگاه بین‌المللی قطعات اهواز

۱۴۰۳ نمایشگاه بین‌المللی خودرو اهواز



هرمس | ویژه‌نامه بیست و پنجمین نمایشگاه تخصصی خودرو مشهد

نمایش شکوه برندهای خودرویی

در بیست و پنجمین نمایشگاه خودروی مشهد

برندهای خودرویی که به هرمس اعتماد کردند.





SCAN
QR CODE



ظهور نمایشگاه‌های چند بعدی طراحی پیست ماشین‌بازها

شرایطی را فراهم کرد تا علاقمندان خودرو بتوانند، بدون واسطه، رانندگی با جدیدترین محصولات شرکت‌ها را تجربه کنند. این ایده مورد استقبال مخاطبان و شرکت‌های حاضر قرار گرفت چرا که بهترین فرصت برای آشنایی بی‌واسطه با محصول در سمت مصرف‌کننده و همین‌طور فرصتی بی‌نظیر برای شرکت‌های خودروساز بود تا بتوانند محصولات جدید خود را به مشتری نهایی معرفی کنند.

هرمس در نمایشگاه مشهد این امکان را برای خودروسازی‌های ایران خودرو، سایپا، ایلیا و لوکانو مهیا کرد تا بتوانند محصولات منتخب خود را در معرض تجربه مشتری و علاقمندان خودرو قرار دهند. استقبال مخاطبان نمایشگاه از این ایده خوب و چشمگیر بود. صف‌های طولیل تجربه رانندگی با این خودروها مویید آن است که خودروبازها ترجیح می‌دهد پشت فرمان محصولات بنشینند تا خودروهای خاموش را تماشا کنند.

نمایشگاه خودرو جنس متفاوت دارد. اغلب مخاطبان آن حرفه‌ای و به قول معروف ماشین‌باز هستند. چنین رویدادی الزامات خاص خود را می‌طلبد و صرف نمایش تعدادی خودروی ایستا و ثابت نیاز علاقمندان خودرو را پاسخ نمی‌دهد. ماشین‌بازها از صدای موتور و ترمز اطلاعات زیادی بدست می‌آورند که در کاتالوگ‌ها وجود ندارد؛ آن‌ها باید حرکت خودروها را بدون واسطه تماشا کنند و خودشان پشت فرمان بنشینند. نسل جدید نمایشگاه‌های خودرو ابعاد متعددی از حواس و نظر مخاطبان را درگیر می‌کند. اگر در گذشته تنها مخاطب می‌توانست محصولات شرکت‌ها را تماشا یا لمس کند، با ایده پیست تجربه رانندگی این امکان فراهم شده تا مصرف‌کننده بتوانند حرکت خودرو را نیز تجربه کند.

هرمس در نمایشگاه خودروی مشهد با طراحی پیست تجربه رانندگی (تست درایو)،





SCAN
QR CODE



ارزیابی مدیران بازاریابی و ارتباطات شرکت‌های خودرویی از رویداد خودرویی مشهد



برخی از محصولات ایران خودرو دیزل به صورت قسطی به فروش رسیدند.

نمایشگاه ایده آل چه ویژگی‌هایی دارد؟

یک نمایشگاه خوب باید فضای تعاملی ایجاد کند - جایی که بازدیدکنندگان فقط تماشاگر نباشند، بلکه تجربه کنند. استفاده از فناوری‌های نوین واقعیت افزوده (AR)، نمایشگرهای هوشمند، شبیه‌سازهای رانندگی و تورهای مجازی شکلی از تجربه متفاوت را ایجاد می‌کردند. ایجاد ارتباطات تجاری (B2B)، برگزاری نشست تخصصی، کارگاه‌های آموزشی و ارائه‌های محصول نیز به عمق نمایشگاه می‌افزاید.

نمایشگاه مشهد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

متین کاکویی، مدیر ارتباطات گروه صنعتی ایران خودرو: گروه صنعتی ایران خودرو به عنوان یکی از پیشگامان صنعت خودروسازی کشور، حضور پررنگی در نمایشگاه خودرو مشهد داشت. این رویداد ارزشمند که یکی از مهم‌ترین گردهمایی‌های خودرویی ایران است، فرصتی مغتنم برای تعامل مستقیم با مشتریان، فعالان صنعت و علاقه‌مندان به فناوری‌های نوین صنعت خودرو فراهم آورد. علاوه بر نمایش محصولات، امکان تست‌درایو بخشی از خودروهای سواری برای بازدیدکنندگان فراهم شد تا تجربه‌ای واقعی از کیفیت و عملکرد خودروها به دست آورند. این نمایشگاه نه تنها بستری برای معرفی دستاوردهای نوآورانه ایران خودرو، بلکه فرصت شنیدن صدای مشتریان و بازخوردهای سازنده جهت بهبود خدمات‌رسان فراهم کرد.

گروه صنعتی ایران خودرو

گروه صنعتی ایران خودرو، به‌عنوان بزرگ‌ترین خودروساز خاورمیانه، با هدف توسعه صنعت حمل و نقل و ارتقای کیفیت زندگی مردم ایران و با تمرکز بر نوآوری، بهره‌گیری از فناوری‌های روز و توسعه محصولات - از سواری تا تجاری و هیبریدی - در مسیر رقابت‌پذیری جهانی گام برمی‌دارد.

ایران خودرو بعد از خصوصی شدن، با شعار «تلاش ما فردای بهتر»، در مسیر تبدیل شدن به خودروسازی هوشمند و رقابت‌پذیر منطقه‌ای گام برمی‌دارد که نمادی از توان صنعتی، اعتماد



ملی و آینده‌نگری در صنعت خودروی ایران است.

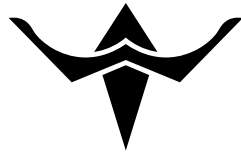
ایران خودرو با چه محصولاتی در مشهد حضور داشت؟

سفیر، شوال 2، ری‌را، تارا، بنز GLB، بنز C Class، کامیون کشنده فوتون، کامیونت آرنا پلاس، پیکاپ فوتون اتوماتیک، ون مسافری وانا، ون وانا (آمبولانس)، اتوبوس برقی E-Atros

کدام محصول در نمایشگاه مشهد برای اولین بار نمایش داده شد؟

خودروهای سفیر و شوال 2

چه طرح فروش ویژه‌ای داشتید؟



صنایع خودروسازی ایلیا

موسو گرند خان به صورت نقد و اقساط به فروش رسید.

آیا نوآوری مهمی در غرفه خود داشتید؟

رونمایی محصول جدید BAW 212 با حضور گروه بیت باکس بارکد و پارکورهای حرفه‌ای

نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

- اطلاع رسانی درست و به موقع در سطح شهر
- امکانات لازم جهت برگزاری رویداد به غرفه‌سازان و شرکت‌کنندگان
- امکان پارکینگ ویژه به غرفه‌داران
- تردد آسان غرفه‌داران پیش از شروع زمان بازدید

به طور کلی نمایشگاه مشهد چگونه برگزار شد؟

عقيل مصطفایي، معاون بازاریابی و فروش خودروسازی ایلیا: نمایشگاه باعث آشنایی مردم با شرکت‌ها و محصولات متفاوت می‌شود. ما در نمایشگاه‌ها می‌توانیم به ذائقه مردم پی ببریم و مردم هم می‌توانند به تکنولوژی‌ها و سیاست‌های شرکت‌ها پی ببرند. بهترین نقطه شناخت بازار در جهت تحقیقات میدانی خوب، نمایشگاه‌ها هستند. سطح تعامل مجری نمایشگاه خودرو مشهد با شرکت‌ها بالا بود و شاهد برگزاری رویدادی فاخر بودیم.

صنایع خودروسازی ایلیا

شرکت صنایع خودروسازی ایلیا با رویکردی پویا و با تجربه‌ای گران‌بها در خودروسازی فعالیت خود را با ارائه فروش و خدمات پس از فروش بورگوارد تا نماینده رسمی تولید، فروش و خدمات پس از فروش محصولات برندهای دایون و VGV (Sinotruk) از چین و KGM (SsangYong) از کره جنوبی و خودروهای سبک (سواری)،



پیکاپ و شاسی بلند) BAW 212 در ایران آغاز کرده است و توان تولید خودروهای گروه M1 و N1 (سواری سدان، CUV، SUV و وانت) را با بالاترین استانداردها و ظرفیت سالانه ۵۱ هزار دستگاه را دارد.

چه محصولاتی را در مشهد به نمایش گذاشتید؟

KGM (SsangYong)، BAW 212

کدام محصول برای اولین بار نمایش داده شد؟

BAW 212

در خصوص کدام محصول طرح فروش ویژه ایام نمایشگاه داشتید؟



آریا دیزل

تومان، کامیون کشنده C&C با پیش پرداخت ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان.

نمایشگاه ایده آل چه ویژگی‌هایی دارد؟

پنجاه درصد فضای نمایشگاه تجاری باشد و فضای تست خودروهای تجاری نیز همانند محصولات سواری در نظر گرفته شود. همچنین سمینارهای تخصصی لجستیک و حمل و نقل با حضور تصمیم‌گیران ناوگان برگزار شود و امکان عقد قراردادهای مستقیم B2B فراهم شود تا شرکت‌ها بتوانند از این فرصت استفاده کرده و سهم بازار خود را گسترش دهند.

تجربه حضور خود را در نمایشگاه خودروی مشهد بیان کنید؟

وحید مدیسا، مدیر مارکتینگ آریا دیزل: بیست و پنجمین نمایشگاه خودرو مشهد فرصتی برای ارزیابی پتانسیل بازار شرق کشور فراهم آورد که توانستیم از آن بهره ببریم. وجود برنامه‌های تخصصی مانند سمینارهای لجستیک و حمل و نقل پایدار می‌توانست بهره‌وری در حوزه تجاری را در این نمایشگاه افزایش دهد.

آریا دیزل



شرکت آریا دیزل نماینده انحصاری کامیون و کشنده‌های سنگین «رنو تراکس» فرانسه و «C&C Trucks» و «Kama» چین در ایران، با سر لوحه قراردادن رضایت مشتریان قدم به بازار رقابتی ایران گذاشته و مدعی است که با تکیه بر مزایای قابل توجه محصولات خود و با بهره‌گیری از نیروی انسانی مجرب، متعهد و متمایز از دیگران در امر خدمت‌رسانی هر چه بهتر به هموطنان عزیز گام بر می‌دارد.

با چه محصولاتی در نمایشگاه مشهد حضور داشتید؟

C&C U+480، C&C U+Lorry، KAMA 6T Cab، KAMA 6T

چه طرح‌های فروش ویژه‌ای در ایام نمایشگاه داشتید؟

فروش لیزینگ کامیونت ۶ تن بدون خواب KAMA با پیش پرداخت ۳۹۰ میلیون تومان، کامیونت ۶ تن خواب‌دار KAMA با پیش پرداخت ۳۹۰ میلیون تومان، کامیونت ۹/۲ تن KAMA با پیش پرداخت ۳۹۰ میلیون تومان، کامیون باری ۲۶ تن C&C با پیش پرداخت ۱ میلیارد و ۲۰۰ میلیون

تیگارد

۱ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان و شرایط فروش اقساطی عرضه شد. خودرو ونوسیا V-Online با قیمت ۲ میلیارد و هشتصد میلیون تومان به صورت نقدی اعتباری به فروش رسید.

از منظر شما نمایشگاه ایده آل چه ویژگی‌هایی دارد؟

نمایشگاه ایده‌آل رویدادی است که ضمن ارائه نوآوری‌های صنعت خودرو، بستری جامع برای تعامل میان تولیدکنندگان، واردکنندگان، قطعه‌سازان، شرکت‌های دانش‌بنیان، سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان فراهم کند، استانداردهای بین‌المللی طراحی، مدیریت و خدمات را رعایت کند و فضایی برای نشست‌های تخصصی، امضا تفاهم‌نامه همکاری و توسعه شبکه‌های تجاری فراهم سازد.

تجربه شما از حضور در نمایشگاه مشهد چگونه است؟

امین مهرزاد، مدیر مارکتینگ تیگارد: ما برای اولین بار بود که در نمایشگاه مشهد حاضر شدیم تا از این طریق با طیف گسترده مشتریان ارزشمند خود در این استان از نزدیک در ارتباط باشیم. خوشبختانه اهداف مدنظرمان، محقق شد.

تیگارد موتور



شرکت تیگارد موتور، با تکیه بر مدیرانی جوان و آشنا با تحولات بین‌المللی و تجارت جهانی و دارای شناخت کامل از بازار خودرو، راه برون رفت از وضعیت کنونی را تکیه بر شرکای قدرتمند و قابل اعتماد خارجی و نیز استفاده از ظرفیت تولید داخلی دانسته و با ایجاد شراکت راهبردی با طرف چینی و داخلی قدرتمند، اقدام به تولید محصولاتی مناسب با نیاز مشتریان، خود کرده است. تیگارد از ترکیب تایگر و لئوپارد برگرفته شده تا تداعی‌کننده این همکاری مشترک به منظور خلق ارزش برای مخاطبان شایسته خود باشد.

دیار خودرو، دنیای ماموت، Sinochain Co، BAIC Co، Venucia Motors، از جمله مهمترین شرکای تجاری تیگارد هستند.

تیگارد چه محصولاتی را در مشهد به نمایش گذاشت؟

Tigard L7 پیکاپ، Venucia V-Online، BYD Qin L، BYD Song Plus، X35 Plus

آیا طرح فروش ویژه‌ای داشتید؟

در بخش محصولات اقتصادی مونتاژی، کراس‌اوور Tigard X35 با قیمت رقابتی حدود



خودروسازان رایین

آیا نوآوری مهمی در نمایشگاه مشهد در غرفه خود داشتید؟

در نمایشگاه مشهد از هویت بصری جدید خودرو سازان رایین بعد از ۲۲ سال رونمایی شد.

نمایشگاه ایده آل چه ویژگی دارد؟

اطلاع‌رسانی کافی در خصوص نمایشگاه صورت گیرد و شرکت‌ها فروش ویژه نمایشگاهی داشته باشند. موضوع آموزش و فرهنگ‌سازی نیز می‌تواند به عنوان شکلی از مسئولیت اجتماعی مورد توجه قرار بگیرد. ارائه آمارهای شفاف و رایگان و نشر آن در جامعه می‌تواند به فرهنگ برگزاری نمایشگاه کمک کند و داده‌ها مورد استفاده شرکت‌ها قرار گیرند.

نمایشگاه خودروی مشهد، چگونه رویدادی بود؟

محسن خراسانی، مدیر بازاریابی شرکت خودروسازان رایین: مطابق انتظارات، نمایشگاه با نظم و استقبال خوبی برگزار شد. تیم برگزارکننده نهایت همکاری را از لحظه اطلاع‌رسانی تا خروج خودرو داشتند تا رویداد فاخری برگزار شود. البته نظارت بر روند ساخت غرفه، اجرا و زمان برگزاری رویدادهای حین نمایشگاه نیازمند هماهنگی بیشتر است.

شرکت خودروسازان رایین (RVMCO) ابتدا با هیوندای موتور کره جنوبی همکاری کرد و به تولید خودروهایی مانند هیوندای ورنه و آوانته پرداخت. پس از اعمال تحریم‌ها، رایین به همکاری با شرکت چینی گریت وال روی آورد و خودروهایی با کیفیت و قیمت مناسب به بازار عرضه کرد و از ابتدای دهه ۱۴۰۰ فعالیت خود را با برندهای فولکس واگن و سئات ادامه می‌دهد.



با چه محصولاتی در نمایشگاه خودروی مشهد حضور پیدا کردید؟

Seat Leon، Seat Arona، Seat Ateca، VW ID.4 Pro، RAPTUR Pickup

طرح فروش ویژه‌ای در روزهای برگزاری نمایشگاه داشتید؟

طرح فروش دو مدل برقی فولکس‌واگن ID.4 یعنی نسخه‌های Pro و Pure Plus به همراه کراس‌اوور سئات آتکا اجرا شد که امکان خرید نقدی با تخفیف ویژه نمایشگاه یا شرایط منعطف پرداخت مرحله‌ای محصولات را فراهم کرده بود.



گروه خودروسازی سایپا

کدامیک برای اولین بار نمایش داده شدند؟

Aircross Uni-K، Avatr 11، Avatr 12، 441P، C5 X، C5 شاهین آپشنال، آریا

آیا نوآوری مهمی در نمایشگاه مشهد داشتید؟

معرفی محصول مدرن آواتار ۱۱ و ۱۲ متناسب با فناوری‌های روز دنیا

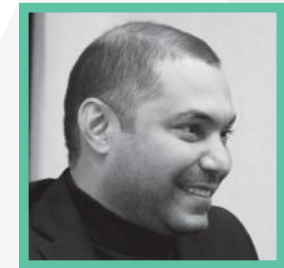
از نظر شما نمایشگاه ایده‌آل چه ویژگی دارد؟

نمایشگاهی که تعامل مستقیم با مشتریان را در اولویت قرار دهد و با فضاهای گسترده تست درایو، سمینارهای آموزشی و تمرکز بر نوآوری‌های داخلی، جایگاه برندهای ملی را بیش از پیش تقویت کند.

نظر خود را درباره نحوه نمایشگاه مشهد بیان کنید؟

رضا حسینی، مدیر ارتباطات گروه خودروسازی سایپا: گروه خودروسازی سایپا نمایشگاه خودرو مشهد را یکی از موفق‌ترین رویدادهای منطقه‌ای سال ۱۴۰۴ می‌داند؛ این نمایشگاه با حضور گسترده بازدیدکنندگان، تخصیص فضای مناسب به محصولات سواری و تجاری، برنامه‌ریزی دقیق تست درایو و همچنین تعامل سازنده با مشتریان شرق کشور، بستری مناسب برای معرفی دستاوردهای نوآورانه سایپا را فراهم آورد.

شرکت سهامی تولید اتومبیل سیتروئن ایران در سال ۱۳۴۵ تأسیس شد و با تولید انواع مدل‌های ژیان فعالیت رسمی خود را آغاز کرد. نام شرکت در سال ۱۳۵۱ به "شرکت سهامی ایرانی تولید اتومبیل" با نام اختصاری سایپا تغییر یافت و تبدیل به شرکت سهامی



عام شد. اکنون گروه سایپا توان تولید سالانه حدود یک میلیون دستگاه را دارد.

در نمایشگاه مشهد با چه محصولاتی حضور پیدا کردید؟

حوزه خودروهای تجاری (سایپادیزل و زامیاد):

Barad 6T، Zamyad EX، Padra+ Long Refrigerated، Padra+ Dumper، Hunter

حوزه خودروهای سواری (سایپا، سایپا سیتروئن و پارس خودرو):

Roewe eRX5، 421P، Uni-K، Avatr 11، Avatr 12، 441P، C5 X، C5 Aircross، C3-XR، شاهین آپشنال، آریا

سروش موتور



سروش موتور مبنای سال ۱۳۹۶ با تیمی از متخصصین صنعت خودرو متولد شد. هدف این برند از ابتدا، ایجاد تحولی بنیادین در خودروسازی بود. با این چشم‌انداز با انعقاد قرارداد انحصاری با شرکت هیوندای موتور کره جنوبی، به جدیدترین فناوری‌های روز دنیا

دست یافت. سروش موتور همواره با پویایی بازار همگام بوده و سبد محصولات خود را بر اساس نیازهای واقعی توسعه داد.

خودروهای تجاری: اتوبوس‌های بین شهری سروش-ایویکو، کشنده ایویکو Sway، کامیونت‌های ۶ و ۸ تن هیوندایی و مینی‌بوس H۳۵۰ هیوندایی.

خودروهای سواری: شاسی‌بلند UAZ روسیه و رنو آرکانا (Renault Arkana) از مبدا کره جنوبی.

خودروهای برقی آینده‌نگر: با قرارداد انحصاری با شرکت Voyah، واردات و در فاز بعدی مونتاژ خودروهای برقی پیشرفته (برد افزا) نظیر مدل‌های Free و Dream را در دستور کار است.

با چه محصولاتی در نمایشگاه مشهد حضور پیدا کردید؟

وویا دریم، وویا فری 2025، وویا فری 2023، رنو سامسونگ XM3، رنو سامسونگ QM6

کدام محصول برای اولین بار نمایش داده شد؟

وویا دریم، وویا فری 2025

کیفیت برگزاری نمایشگاه مشهد را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

کیارش افشاریان، مدیر بازاریابی سروش موتور: برگزاری نمایشگاه خودرو مشهد را می‌توان نشانه‌ای از تداوم اهمیت این رویداد در تقویم صنعتی و تجاری دانست. این دوره با حضور مجموعه‌ای از خودروسازان و واردکنندگان خودرو، فرصت ارزشمندی برای معرفی توانمندی‌های داخلی و تعامل میان فعالان صنعت فراهم کرده است. اگر چه فضای صنعت خودرو همچنان با چالش‌های ساختاری و محدودیت‌هایی مواجهه است، اما چنین رویدادهایی می‌تواند به تبادل تجربه، افزایش سطح رقابت، شفافیت اطلاعات و پیشبرد برنامه‌های نوسازی و توسعه بازار کمک کند.



شتابران خودرو

طرح فروش ویژه در نمایشگاه مشهد داشتید؟

تخفیف نقدی ۲۰ میلیون تومانی برای خرید مکسوس استار اچ و لیپ موتور T03

نمایشگاه ایده‌آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

- برگزاری در زمان و مکان مناسب (با توجه به ویژگی‌های فرهنگی و جغرافیایی هر شهر)
- حضور گسترده شرکت‌های فعال در صنف مربوطه
- فراهم بودن امکانات حمل‌ونقل و رفاهی جهت آسودگی خاطر بازدیدکنندگان و غرفه‌داران
- هدف‌دار بودن نمایشگاه و در موقع مناسب و برای دستیابی به یک هدف جمعی برگزار شود

نظر خود را درباره نمایشگاه مشهد و نحوه برگزاری بیان کنید؟

امیر رستمی، مدیر بازاریابی شرکت شتابران خودرو: استقبال پرشور بازدیدکنندگان از نمایشگاه خودرو مشهد مشهود بود. این استقبال گسترده نمایانگر آن بود که اقشار متفاوت جامعه در مشهد حضور فعالی در نمایشگاه داشتند و فرصتی ارزشمند برای معرفی برندها و محصولات متنوع خودرویی خلق شد.

شرکت شتابران خودرو پرشیا به عنوان شرکت تولیدی، با هدف بهره‌برداری بهینه از منابع و ظرفیت‌های موجود در صنعت خودرو توسط جمعی از مدیران باتجربه و موفق و تیمی مستعد، جوان و مشتاق تکنولوژی روز تشکیل شده است. در همین راستا شتابران خودرو



اقدام به اتحاد استراتژیک با شرکای معتبر در صنعت خودرو کرده است. این اتحاد استراتژیک، قابلیت چابکی، انعطاف‌پذیری و تطابق مناسب با شرایط گوناگون محیطی را مهیا ساخته که تداوم فعالیت‌های تولیدی و کسب و کار در این صنعت موثر در اقتصاد کشور را فراهم می‌سازد.

چه محصولاتی را در نمایشگاه مشهد به نمایش گذاشتید؟

Tank 500HEV، Tank 300، Tank 300 Sport Kit، Leap Motor T03، Maxus Star H

کدام محصول برای اولین بار نمایش داده شد؟

Tank 500HEV



کامل دیزل

آیا نوآوری مهمی در نمایشگاه مشهد در غرفه خود داشتید؟
در این رویداد از محصول PV رونمایی شد.

نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟
نمایشگاهی ایده آل است که تمامی شرکتها در حوزه صنعت مختص
نمایشگاه حضور داشته و با ارایه محصولات خود باعث تنوع در محصول،
کیفیت و قیمت شوند تا موجب شود بازدیدکنندگان و خریداران به
راحتی بتوانند انتخاب کنند.

نظر خود را درباره نمایشگاه مشهد و نحوه برگزاری بیان کنید؟
مهدی وحدت خواه، معاون فروش و بازاریابی شرکت کامل دیزل:
نمایشگاه خودرو مشهد از قدیمیترین، جذابترین و پربازدیدترین
نمایشگاههای کشور است که هم مخاطبان و هم شرکتها اقبال
خوبی نشان میدهند. تنها موضوع سایت نمایشگاه است که بخشی
از آن بسیار قدیمی شده که فکر میکنم به زودی تغییر کند.

شرکت کامل دیزل تولیدکننده کامیونهای
تجاری و معدنی واقع در استان البرز، شهرک
صنعتی کوثر است که محصولاتی با کیفیت
نسبت به رقبا تولید میکند. محصولات این
شرکت از برند معتبر از کشور چین به نام
شرکت XCMG است که رتبه جهانی در شاخص



تولید و کیفیت را به خود اختصاص داده است.

با چه محصولاتی در نمایشگاه مشهد حضور پیدا کردید؟

- کامیون کشنده کامل P۹
- کامیون با کاربری کمپرسی و میکسر کامل P۷

کدام محصول در نمایشگاه مشهد برای اولین بار نمایش داده شد؟

کامیون با کاربری کمپرسی و میکسر P۷

در روزهای برگزاری این رویداد طرح فروش ویژه‌ای داشتید؟

بله؛ طرحهای مختلف فروش به صورت نقدی، پیش فروش و تسهیلاتی اجرا شد.



گروه بهمن

بله، طرح فروش نقدی، نقدی مرحله‌ای و نقدی اعتباری برای برخی محصولات تجاری-باری اجرا شد.

آیا نوآوری مهمی در نمایشگاه مشهد در غرفه خود داشتید؟
طراحی غرفه به صورت مینیمال و با بکارگیری TV WALL CURVE انجام شد.

نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

نمایشگاه حرفه‌ای باید بتواند فضاهای تعاملی بین ذی‌نفعان صنعت را ایجاد کند و بستر تعاملی برای شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و فعالان اقتصادی و سیاسی محلی باشد. بامداد لاجوردی، مدیر ارتباطات گروه بهمن: نمایشگاه خودروی مشهد جزو مهمترین رویدادهای خودرویی به حساب می‌آید. موقعیت اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مشهد به عنوان یک کلانشهر، محدود بودن رویدادهای خودرویی در منطقه شرق کشور و همینطور زمان خاص این رویداد سبب شد تا گروه بهمن در سال ۱۴۰۴ تصمیم به حضور در این رویداد بگیرد.

گروه بهمن در این رویداد جدیدترین محصولات خود در دسته سواری، تجاری-باری و تجاری-مسافری را در معرض دید علاقمندان گذاشت.

در پایان نباید از این مهم غافل شد که اجرای دقیق زمان‌بندی امور نمایشگاه توسط مجریان باعث شد شرکت‌ها بتوانند اهداف خود را با اطمینان بیشتری پیش ببرند.

شرکت گروه بهمن از خودروسازان بخش خصوصی در تولید انواع محصولات سواری مونتاژی و وارداتی، موتورسیکلت و تجاری باری-مسافربری فعال است. اکنون گروه بهمن به عنوان یکی از پرچمداران خودروسازی ایران شناخته می‌شود.



چه محصولاتی را در نمایشگاه مشهد، معرفی کردید؟

در حوزه سواری: فیدلیتی XB1، هونگچی H5، مزدا3، مزدا EZ6، AVATR11، کاپرالا، هاوال H9، شوال 6

در حوزه تجاری باری: کامیون فورس ۳/۸ تن دوگانه سوز، کامیون BD460، کشنده BD560، کشنده فاو جفت محور، کشنده بایک X9، فورس ۱۲ تن، کامیون فاو کمپرسی

در حوزه تجاری مسافری: اتوبوس ۱۲ متری برقی درون شهری، اتوبوس ۱۲ متری بین شهری، اتوبوس ۹ متری بین شهری

کدام محصول را برای اولین بار در مشهد نمایش دادید؟

مزدا EZ6، AVATR11، شوال 6، H9

آیا طرحی برای فروش ویژه در نمایشگاه مشهد داشتید؟

**FARDA
DIESEL**

SAM

فردا دیزل و سام خودرو

چه طرح‌های فروش ویژه نمایشگاه مشهد داشتید؟

سام خودرو: طرح فروش ویژه نمایشگاه مشهد به صورت نقدی و اقساط (قطعی و علی الحساب) با تحویل ۴۵ روز الی ۱۲۰ روز کاری.

نمایشگاه ایده‌آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

شرکت‌های بیشتری حضور پیدا کنند. فضای غرفه از نظر گرما، سرما و پاکیزگی مناسب باشد.

تجربه حضور شما در نمایشگاه مشهد چگونه بود؟

محمدرضا آریان نژاد، مدیر بازاریابی فردا موتورز: نمایشگاه خودرو مشهد نشان داد که باوجود چالش‌های حوزه خودرو، این بازار همچنان برای مردم و فعالان صنعت اهمیت و جذابیت ویژه‌ای دارد. حضور پررنگ شرکت‌های داخلی همراه با نمایش محصولات جدید، حاکی از تلاش صنعت برای حرکت به سمت نوسازی و افزایش کیفیت است؛ با این حال، ارتقای سطح بین‌المللی نمایشگاه و افزایش مشارکت سایر برندها می‌تواند گام بعدی برای اثرگذاری بیشتر این رویداد باشد.

فردا دیزل: گروه صنعتی فردا پس از حضور موفق در تولید و عرضه خودروهای سواری، اکنون ارائه دهنده و تولید کننده خودروهای کار و تجاری در ایران با نشان تجاری فردا دیزل است.



سام خودرو: این شرکت با بهره‌گیری از تجربه طولانی، بیش از یک دهه پیش کار خود را آغاز کرد. سام خودرو به‌عنوان نماینده رسمی MG در ایران، پیش از این، تجربه تولید محصولات این برند معتبر بین‌المللی را نیز در کارنامه خود دارد و اکنون واردکننده و تولیدکننده خودروهای MG و Nevo است.

در نمایشگاه مشهد با کدام محصول خود حضور پیدا کردید؟

سام خودرو:

MG 5، MG GT، MG 4، Nevo A05

شرکت فردا دیزل:

FD 511 تک محور، FD 511 جفت محور



نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

نمایشگاه ایده‌آل رویدادی است که علاوه بر معرفی محصولات جدید، بستری حرفه‌ای برای توسعه همکاری‌های صنعتی، ارتقای شبکه تأمین و ارائه راهکارهای نوآورانه در حوزه حمل‌ونقل و خودروهای تجاری فراهم کند. چنین نمایشگاهی باید بر تعاملات B2B، انتقال فناوری، ارائه خدمات تخصصی به فعالان ناوگان و لجستیک و نمایش کاربردهای واقعی محصولات در صنعت حمل‌ونقل تمرکز داشته باشد.

کیفیت برگزاری نمایشگاه مشهد را چطور ارزیابی می‌کنید؟

بیست‌وپنجمین نمایشگاه خودرو مشهد فرصتی ارزشمند برای معرفی جدیدترین دستاوردهای حوزه کاربری‌های تجاری و آشنایی مستقیم با نیازهای فعالان حمل و نقل کشور بود. حضور گسترده مخاطبان تخصصی و گفت‌وگوهای هدفمند با شرکت‌های لجستیک و حمل‌ونقل، اهمیت این رویداد را به‌عنوان سکوی توسعه صنعت خودروهای تجاری و ارتقای زنجیره حمل‌ونقل داخلی بیش از پیش آشکار کرد.

مارال صنعت جاوید



هلدینگ مارال، بزرگترین زنجیره تولید تریلر، محور و قطعات یدکی خاورمیانه با در اختیار داشتن کامل‌ترین و فراگیرترین سبد محصولات صنعت حمل و نقل جاده‌ای با هدف دستیابی به بالاترین میزان رضایت‌مندی مشتریان و ارائه مطلوب‌ترین کیفیت ممکن در حال فعالیت است.

این گروه صنعتی با فعالیت در حوزه‌های مختلف صنعت حمل و نقل، قطعه‌سازی و صنایع غذایی و با داشتن پیشرفته‌ترین ماشین آلات در خطوط تولیدی خود، یکی از قطب‌های صنعتی منطقه محسوب می‌شود.

با کدام محصولات خودتان در رویداد خودرویی مشهد حضور پیدا کردید؟

مارال، با تریلرهای تانکر سوخت، ال.پی.جی، کمپرسی، تیغه کانتینر بر با برندینگ جدید و طرح‌های جدید در این رویداد حضور پیدا کرد.

طرح فروش ویژه‌ای در ایام نمایشگاه داشتید؟

اجرای طرح فروش با اقساط بلند مدت و پیش پرداخت ۲۰ درصد عملیاتی شد.



ماموت خودرو

نیکان به‌عنوان بازوی مسئولیت اجتماعی ماموت و البته سازمانی خوش‌نام در فعالیت‌های خیرخواهانه، با همکاری دیجی‌کالا کمپینی برای تأمین لوازم‌التحریر دانش‌آموزان کم‌برخوردار راه‌اندازی کرد.

نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

رویدادی است که علاوه بر معرفی آخرین محصولات و فناوری‌های روز، فرصتی برای تعامل مستقیم با مشتریان و شبکه فروش فراهم کند. چنین نمایشگاهی باید فضای حرفه‌ای برای تجربه رانندگی ایجاد و استانداردهای بین‌المللی در طراحی غرفه، مدیریت بازدیدکنندگان و پوشش رسانه‌ای را رعایت کند.

به نظر شما کیفیت برگزاری نمایشگاه مشهد چگونه بود؟

بابک چارباشیان، مدیر مارکتینگ ماموت خودرو: نمایشگاه خودرو مشهد فرصتی ارزشمند برای معرفی محصولات فولکس‌واگن و تعامل مستقیم با مشتریان و فعالان بازار بود. حضور پررنگ بازدیدکنندگان، امکان ارائه مشاوره فنی و اطلاع‌رسانی درباره خدمات پس از فروش، از جمله ویژگی‌های شاخص این دوره بود که آن را به رویدادی کارآمد برای توسعه برند و تقویت ارتباط با بازار خودروهای وارداتی تبدیل کرد.

ماموت خودرو از سال ۱۳۸۹ به عنوان نماینده انحصاری فولکس واگن در ایران فعالیت خود را آغاز کرده است. ماموت خودرو متعهد به ارائه خودروهای پریمیوم همراه با جدیدترین تکنولوژی‌ها و تجربه‌ای بی‌نظیر از رانندگی است و با تمرکز بر فروش و خدمات پس از فروش، بالاترین استانداردهای کیفیت و رضایت مشتری را



مطابق با شهرت جهانی فولکس واگن ارائه می‌دهد.

حضور گسترده ماموت در نخستین نمایشگاه پس از جنگ ۱۲ روزه، آن هم با سه شرکت اصلی خود، پیامی روشن برای صنعت خودرو داشت: نگاه بلندمدت یک شرکت خصوصی به بازار خودرو و تمرکز بر جذب مشتریان بالقوه آینده.

با چه محصولاتی در نمایشگاه مشهد حضور پیدا کردید؟

Tiguan L Pro، Tiguan L، T-Roc، ID.UNYX، ERES HM5، ERES HM7

آیا نوآوری مهمی در نمایشگاه مشهد خود داشتید؟

پویشی با شعار «مهر، مهربانی می‌خواهد» برگزار شد که هدف آن تأمین نیاز تحصیلی ۳۵۰۰ دانش‌آموز در سراسر کشور بود. به همین دلیل خیریه



مکت موتور



شرکت مکت موتور با مشارکت سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه محصولات جدید با برند "اکودا" و "لوکانو" را در سال ۱۴۰۳ آغاز کرد. این همکاری در قالب بومی‌سازی پلتفرم‌های جدید با قابلیت توسعه خودروهای انرژی نو، تعمیق ساخت داخل، توسعه زنجیره تامین قطعات اصلی پلتفرم، توسعه مراکز آزمون، توسعه حرفه‌ای خدمات پس از فروش و تحقق صادرات محصولات به بازارهای هدف پایه‌گذاری شده است.

چه محصولاتی را در نمایشگاه مشهد به نمایش گذاشتید؟

Lucano L7، Lucano L8، Lucano L8 PHEV، Ecodan E7، Ecodan E7 PHEV

کدامیک برای اولین بار نمایش داده شد؟

Lucano L8 PHEV، Ecodan E7، Ecodan E7 PHEV

چه طرح‌های فروش ویژه‌ای داشتید؟

فروش نقدی و نقدی اعتباری لوکانو L7 و فروش نقدی لوکانو L8

نوآوری مهمی در غرفه خود داشتید؟

در نمایشگاه خودرو مشهد، قهوه‌ای ارایه شد که منافع آن صرف احیای پوشش گیاهی طبیعی در مناطق مختلف ایران می‌شود.

نمایشگاه ایده آل از نظر شما چه ویژگی دارد؟

رویدادی که صرفاً به نمایش خودروها محدود نباشد، بلکه محور تبادل تجربه، نوآوری و ارتباط زنده با مشتریان و شرکای تجاری باشد.

نظر خود را درباره نمایشگاه مشهد بیان کنید؟

احسان میرکی، مدیر روابط عمومی مکت‌موتور (اکودا - لوکانو): نمایشگاه بین‌المللی خودرو مشهد ۲۰۲۵ برای ما در مکت‌موتور (اکودا - لوکانو)، صرفاً یک رویداد تجاری نبود.

از برگزارکنندگان نمایشگاه، رسانه‌های همراه، همکارانم در گروه ماموت و تمام بازدیدکنندگانی که با نگاه مثبت خود به شکل‌گیری این تجربه یاری رساندند، سپاسگزارم. آنچه در مشهد آغاز شد، صرفاً یک نمایش نبود؛ آغاز فصلی تازه در گفت‌وگوی لوکانو با جامعه‌ای است که به زیبایی و کیفیت، معنا می‌بخشد.

جیمز فنگ مدیر، مارکتینگ مکت‌موتور: هدف ما تنها فروش خودرو نیست؛ بلکه عرضه سبکی از زندگی است که ترکیبی از لوکس بودن و مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در بر می‌گیرد.



SCAN
QR CODE



نمایشگاه مشهد حلقه اتصال سیاست‌گذاران، خودروسازان و مصرف‌کننده



سید جواد موسوی - مدیرکل میراث فرهنگی خراسان رضوی
 سیدهادی شریعت یار- معاون دادستان عمومی و انقلاب مرکز خراسان رضوی
 دکتر امیررضا رجبی - رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی
 حجت الاسلام نصرالله پژمانفر- نماینده مردم مشهد و کلات و رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی



سیدحسن حسینی - فرماندار مشهد
صدیف بیگزاده - مدیرعامل شرکت سهامی نمایشگاه‌های بین‌المللی ج.ا.ایران
اعضای هیات مدیره انجمن برگزارکنندگان نمایشگاه‌های بین‌المللی ایران

علی آذری - رئیس مجمع نمایندگان خراسان رضوی
فیروز ابراهیمی - رئیس خانه صمت خراسان رضوی
موسی‌الرضا حاجی‌بگلو - رئیس شورای عالی استان‌ها



SCAN
QR CODE



نمایشگاه مشهد از نگاه اصحاب رسانه

در بیست و پنجمین نمایشگاه خودروی مشهد

بازتاب رسانه‌ای

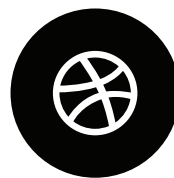
بازه در نظر گرفته شده: ۱ تا ۱۰ شهریور



توییتر: ۱۷ پست



تلگرام: ۸۲۴ پست



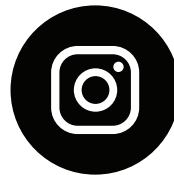
سایت: ۶۰۵ محتوا



ایتا: ۳۴۰ پست



روزنامه: ۴۲ مطلب



اینستاگرام: ۲۸۷ پست



رسانه تصویری: ۴۹ ویدئو



بله: ۱۲۲ پست



رویکا: ۱۳۹ پست

مجموع:
۲۴۲۵

امیرحسین برخورداری (روز نو)



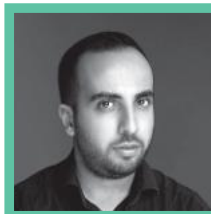
نمایشگاه خودروی مشهد در شرایط بلاتکلیفی برگزار شد و بسیار گمان می‌کردند به دلیل اوضاع حاکم بر جامعه این رویداد خودرویی مورد اقبال عمومی قرار نگیرد اما با هماهنگی‌هایی که شرکت هرمس انجام داد، نمایشگاه خودروی مشهد تبدیل به یکی از پررونمایی‌ترین رویدادهای خودرویی کشور شد.

هرمس با برنامه‌ریزی رویدادهای زمان‌بندی رونمایی محصولات شرکت‌ها و تعیین ساعت بازدید ویژه رسانه‌ها امکان تهیه گزارش‌هایی با کیفیت بالاتر برای رسانه‌ها را فراهم کرد. این هماهنگی بی‌سابقه بود و در نمایشگاه مشهد به اوج خود رسید.

هم افزایی هرمس و شرکت‌ها موجب شد نمایشگاهی که خیلی‌ها تصور می‌کردند، برگزار نشود، نه تنها انجام شد بلکه هماهنگی و زمان‌بندی خیلی ایده‌آل‌تر از وضعیت صنعت و بازار خودرو برگزار شد.

در پایان مسئولان هرمس همراه رسانه‌ها هستند و این هماهنگی و همکاری باعث می‌شود کار به خوبی پیش برود و از این منظر، من علاوه بر آن که لذت بردم، بسیار راضی بودم چرا که اصلاً تصور نمی‌کردم، نمایشگاه را به این خوبی اجرا کرد.

حسین دلاور (آخرین خودرو)



برای من قابل پیش‌بینی بود که تحت تاثیر فضای جنگ، شرایط اقتصادی، چالش‌های خودروسازان و جو عمومی جامعه برخی شرکت‌ها نتوانند در این رویداد حضور داشته باشند؛ از سویی دیگر قطع برق تبدیل به چالشی برای غرفه‌سازان و رسانه‌ها می‌شد و آن‌ها را در مضيقه زمانی ساخت‌وغرفه و تولید محتوای رسانه‌ای قرار می‌داد. با وجود همه این چالش‌ها در عمل نسبت به سال قبل در بحث غرفه‌سازی و فضای بازدید مخاطبان، رشد و بهبود خوبی را شاهد بودیم. به طور کلی می‌توان گفت اگر این شرایط واقعی جامعه را در نظر بگیریم، به خوبی برگزار شد؛ با وجود این جو منفی، اتفاق‌های خوبی در این رویداد رقم خورد. شرکت‌های بهمن، ایران خودرو، شتابران و... نیز با دست پر آمده بودند و صرف حضور نبود.

سعید روشن (پدال)

نمایشگاه مشهد ۱۴۰۴ از جمله رویدادهای خوب خودرویی بود که مورد استقبال مردم نیز قرار گرفت و شرکت‌ها نیز محصولات جدیدی را معرفی کردند. ای کاش تمامی شرکت‌های بزرگ و مهم نیز در کنار

شاهد حضور تیگارد، لوکانو و سروش موتور بودیم که هریک محصولاتی را رونمایی کردند و این رویداد برای علاقمندان خودرو جذاب شد.

متین نصیری (موتورانو)

قطعی برق موجب شده بود تا برخی غرفه‌ها در روز اول آماده نباشند و این مساله روند تولید محتوای رسانه‌ها را با مشکل مواجه می‌کرد. ولی در مجموع می‌توان گفت، این رویداد به خوبی برگزار شد.

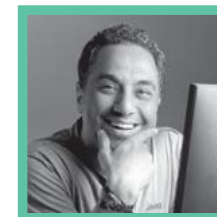


محسن آل طه (خودروبانک)

نمایشگاه مشهد ۱۴۰۴ اولین رویداد خودرویی بود که بعد از جنگ ۱۲ روزه برگزار شد که علیرغم نابسامانی بازار خودرو، مورد استقبال قرار گرفت. با وجود قطعی برق، شرکت‌ها غرفه‌های خودشان را به موقع آماده کرده بودند اما این مساله خواه ناخواه بر روند تولید محتوای رسانه‌ها اثر گذاشت. در این رویداد تعداد قابل توجهی خودرو معرفی شد که نسبت به ادوار گذشته باکیفیت بودند و منجر به جذابیت نمایشگاه شده بودند.

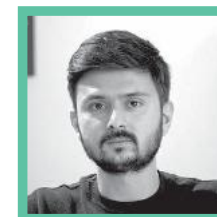


بهمن، ایران خودرو و شتابران و... شرکت می‌کردند و این رویداد با ارائه طرح‌های فروش جذاب‌تر می‌شد.



علی خیرخواه (car.ir)

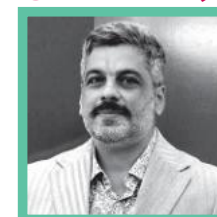
نسبت به سال‌های گذشته روند مثبتی در هماهنگی و در نظر گرفتن روز خبرنگاران دیده می‌شد. در نظر گرفتن دو روز برای رسانه‌ها و جایگاه ویژه برای خبرنگاران اقدام خوبی بود که کار تولید محتوا را تسهیل کرد. به برگزاری این



رویداد نمره ۹ از ده می‌دهم.

فرشید آصفی (پرشین خودرو)

نمایشگاه خودرو مشهد دقیقا در زمانی برگزار شد که هنوز تب و تاب جنگ وجود داشت اما توانست به یکی از جذاب‌ترین رویدادهای خودرویی سال تبدیل شود. شرکت‌های بزرگی همچون ایران‌خودرو، سایپا و بهمن حضور پیدا کردند و در کنار آن



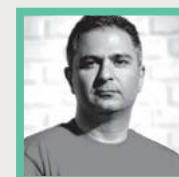


محمد مهدی تفضلی (اسب بخار)



باور نمی کردم در نمایشگاه مشهد ۱۴۰۴ بتوانیم این حجم بازدیدکننده و خودروی جدید داشته باشیم و این نشان دهنده مدیریت خوب شرکت هرمس (مجری نمایشگاه) است که این رویداد را تبدیل به یک پایگاه قوی کرده است و سبب شده همه آن را به عنوان رویدادی مهم قلمداد کنیم. با مدیریت هرمس غرفه‌ها به موقع آماده و در سطح شهر اطلاع‌رسانی خوبی انجام شده بود. به نظرم تعداد رونمایی از خودروها در نمایشگاه‌های ایران بالاتر از استاندارد است و باعث می‌شود محصولات در رسانه‌ها دیده نشود.

مهدی اسدی (پیش‌رانه)



نمایشگاه خودروی مشهد امسال علیرغم جنگ ۱۲ روزه به خوبی برگزار شد. حضور شرکت‌ها با محصولات جدید قابل قبول بود و شرکت‌ها محصولات متعددی را رونمایی کردند. تدارک ساعت ویژه بازدید رسانه‌ها اقدام خوبی بود که انجام شد. در ساعات عمومی نیز روند ورود و خروج مردم خوب بود اما انتظار داشتیم تمامی شرکت‌های شاخص حضور پیدا می‌کردند.

میلاد شبیری (خبر ماشین)



آماده بودن غرفه‌ها در زمان شروع نمایشگاه بسیار خوب بود؛ این موضوع مهم است چرا که باعث می‌شود روند افتتاحیه به خوبی انجام شود.



ا گزاریش تصویری |

SAFIR

THE AMBASSADOR OF ELEGANCE



IkcoPressOfficial

FOLLOW US ON INSTAGRAM