



Losheh

## استراتژی کسب و کار فروشگاه آنلاین لوشه

### ۱. معرفی کسب و کار

نام برند: لوشه

حوزه فعالیت: فروش آنلاین لوازم آرایشی و بهداشتی، ارائه خدمات آموزشی در زمینه آرایشی بهداشتی ماموریت: ارائه محصولات باکیفیت آرایشی و بهداشتی با قیمت مناسب.  
چشم انداز: تبدیل شدن به یکی از برندهای برتر فروش آنلاین محصولات آرایشی در ایران  
ارزش های کلیدی: کیفیت، احترام به مخاطب، رضایت مشتری، نوآوری، مسئولیت پذیری

### ۲. تحلیل بازار و مشتریان هدف

#### ۲.۱ مشتریان هدف

- زنان و مردان علاقه مند به زیبایی و مراقبت از پوست و مو
- افراد ۱۸ تا ۴۵ سال که به خرید آنلاین علاقه دارند
- آرایشگران و متخصصان زیبایی (تعریف استند و کیوآر کد برای آرایشگاه ها)
- سازمان ها (تعریف بسته های هدیه و سبد کالا)
- دانشجویان (تخفیف، کمپین، سبد کالا)

#### ۲.۲ تحلیل رقبا

- بررسی سایت و اینستاگرام فروشگاه های آنلاین مشابه و ارائه گزارش هر ۱۵ روز یک بار. (خانمی، روژا و داروکده)

- شناسایی نقاط ضعف و قوت رقبا
- تعیین جایگاه برند لوشه در بازار

### ۲.۳ روندهای بازار

- رشد روزافزون خرید آنلاین در حوزه آرایشی و بهداشتی
- افزایش توجه به محصولات ارگانیک و دوستدار محیط زیست
- تمایل به خرید از برندهای معتبر و دارای اصالت
- ارائه محصولات خارجی در اینستاگرام

### ۳. مزیت رقابتی و پیشنهاد ارزش

- ارائه محصولات اورجینال با تضمین اصالت و کیفیت
- قیمت گذاری رقابتی و تخفیف های دوره ای
- ارسال سریع و روش های متنوع پرداخت
- پشتیبانی و خدمات قوی به مشتریان
- ارائه محتوای آموزشی و معرفی ترندهای زیبایی
- ایجاد امکان مقایسه محصول در سایت (نمونه: دیجیکالا)

### ۴. مدل درآمدی

- فروش مستقیم محصولات از طریق وبسایت
- فروش غیرمستقیم و قسطی محصولات از طریق وبسایت ها و فروشگاه های آنلاین دیگر ( ترب، اسنپ شاپ، تپسی شاپ، باسلام)

- همکاری با اینفلوئنسرها و سیستم افیلیت مارکتینگ
- فروش عمده به سالن‌های زیبایی و آرایشگاه‌ها
- ارائه اشتراک ماهانه محصولات منتخب (Beauty Box)
- تمرکز فروش روی محصولات موجود در انبار
- شرکت در ایونت‌ها
- اسپانسرینگ

## ۵. استراتژی بازاریابی

### ۵.۱ دیجیتال مارکتینگ و شبکه‌های اجتماعی

- فعالیت در اینستاگرام، تلگرام و ...
- استفاده از اینفلوئنسر مارکتینگ برای معرفی محصولات
- تولید محتوای آموزشی و تبلیغاتی در بلاگ و یوتیوب و ...

### ۵.۲ بهینه‌سازی موتور جستجو (SEO)

- تحقیق و استفاده از کلمات کلیدی مرتبط
- تولید محتوای باکیفیت
- بهینه‌سازی صفحات محصول و تجربه کاربری

### ۵.۳ تبلیغات آنلاین

- تبلیغات کلیکی (Google Ads، تبلیغات بنری)

- گذاشتن رپورتاژ بصورت منظم
- تبلیغات در اینستاگرام و تلگرام
- ایمیل مارکتینگ و SMS مارکتینگ برای پیشنهادات ویژه

#### ۵.۴ برنامه‌های وفاداری مشتریان

- ارائه تخفیف‌های ویژه برای مشتریان ثابت
- ایجاد سیستم امتیازدهی برای خریدهای مکرر
- پیشنهادهای اختصاصی بر اساس علاقه‌مندی‌های مشتریان
- معرفی و تبلیغات منظم و مداوم باشگاه مشتریان و گرفتن عضویت
- معرفی و تبلیغ بخش ویتترین سایت

#### ۶. عملیات و لجستیک

- ۶.۱ مدیریت موجودی و تأمین کالا
- همکاری با تأمین‌کنندگان معتبر داخلی و خارجی
- نظارت بر کیفیت محصولات و اصالت برندها

#### ۶.۲ سیستم ارسال و لجستیک

- ارسال سریع در تهران و شهرستان‌ها
- همکاری با پلتفرم‌های ارسال سریع مانند تیپاکس و پست پیشتاز
- پیرسال رایگان (اسنپ شاپ)

### ۶.۳ خدمات مشتریان

- پشتیبانی ۷/۲۴ از طریق چت آنلاین، واتساپ و تلفن
- سیاست بازگشت کالا و گارانتی رضایت مشتری

### ۷. تحلیل و بهبود مستمر

- استفاده از داده‌های فروش و رفتار مشتریان برای بهینه‌سازی استراتژی‌ها
- تحلیل نرخ تبدیل، میزان رضایت مشتریان و نرخ بازگشت کالا
- برگزاری نظرسنجی و اعمال بهبودهای مستمر بر اساس بازخورد کاربران

### ۸. برنامه اجرایی و زمان بندی

زمان بندی	اقدامات کلیدی	فاز
ماه ۱-۲	بهینه سازی وبسایت و تجربه کاربری	فاز ۱
ماه ۳-۴	توسعه شبکه‌های اجتماعی و تبلیغات دیجیتال	فاز ۲
ماه ۵-۶	همکاری با اینفلوئنسرها و اجرای کمپین‌های بازاریابی	فاز ۳
ماه ۷ به بعد	تحلیل داده‌ها و بهینه‌سازی استراتژی	فاز ۴

### نتیجه‌گیری:

با اجرای این استراتژی، فروشگاه آنلاین “لوشه” می‌تواند سهم بیشتری از بازار لوازم آرایشی و بهداشتی را به دست آورده و به برندی قابل اعتماد برای مشتریان تبدیل شود.

۱ | معرفی هویت برند



lshen

لوشه کلمه‌ای با ریشه‌ی مازندرانی به معنی لب‌ولوچه می‌باشد.  
در برند لوشه با ترکیب فرم گوزن و شاخه و برگ؛ زیبایی و لطافت در کنار قدرت نمایش داده شده است.  
لوشه قابل دسترس و در عین حال شیک و مستقل است.  
سعی بر این دارد در شاخه‌های مختلف آرایشی بهداشتی محصولات مورد نیاز مخاطب را تامین و عرضه کند.

برند لوشه از زیر مجموعه‌های شرکت نیک‌پردازش فرتاک‌نگر می‌باشد که در زمینه فروش آنلاین محصولات آرایشی، بهداشتی و عطر فعالیت دارد.  
لوشه با فراهم‌آوردن و گردآوری محصولات متنوع و مختلف آرایشی، بهداشتی و عطر از بهترین و با کیفیت‌ترین محصولات ساخته شده کشور عزیزمون ایران و فراهم‌آوردن بستری مناسب و مطمئن برای جست‌وجو، انتخاب و خرید مشتریان عزیز در سایت و صفحات شبکه‌های مجازی و همچنین تیم لجستیک مستقل با کمترین هزینه و بالاترین سرعت، به دنبال ایجاد حس خرید دلنشین و رضایت‌بخش در مشتریان خود است و قصد دارد در ادامه مسیر خود با ایجاد کردن تنوع کالایی مناسب خدمات بهتر و مناسب‌تری به مشتریان خود ارائه دهد. همچنین لوشه با داشتن تیم متخصص تولید محتوا در صدد ایجاد حس دوستی و انتقال دانش به مخاطب محترم خود می‌باشد.

**شعار لوشه**

**«به زیبایی بیاندیش»**

## ارزش‌های لوشه

مشتری محوری / مسئولیت‌پذیری / آموزش

## چشم‌انداز لوشه

چشم‌انداز لوشه، تبدیل شدن به بزرگ‌ترین و معتبرترین مرکز فروش حضوری و آنلاین، پخش و توزیع کالا در ایران است.

## شخصیت لوشه

**متعهد و پاسخگو:** لوشه خود را متعهد به ارائه خدمات و محصولات با کیفیت و حفظ احترام مخاطب می‌داند.  
**منظم:** لوشه با نظم خود به دنبال انتقال حس دلنشین در مخاطب می‌باشد.  
**لوکس:** لوشه خود را در قامت مخاطب خود می‌بیند که بسیار شیک و لوکس است و از منظر مخاطب خود به محصولات و بسته‌بندی و رفتار نگاه می‌کند.

## لحن لوشه

لوشه با ایجاد فرهنگ مناسب سازمانی به دنبال حفظ احترام مخاطب در همه رده‌های سازمانی می‌باشد.  
لوشه مخاطب را دوستانه و دلسوزانه راهنمایی می‌کند.  
لوشه با لحنی دوستانه و صمیمی توأم با احترام به دنبال رابطه بلند مدت با مخاطب خود می‌باشد.



Lashen





## نشانه استاندارد افقی و عمودی

در نشانه و نشان نوشته‌ی لوشه با هدف ارتباط با لطافت، سلامت و زیبایی از فرم‌های منحنی و نرم استفاده شده است.

گوزن که به عنوان نمادی مثبت در همه جوامع شناخته شده و در کشور عزیزمون ایران به عنوان نماد خیر و برکت و همچنین لوکس بودن شناخته می‌شود. در نگاه بعدی ترکیب گوزن و برگ نشانه‌ی قدرت، زیبایی و سلامتی است.

نشان و نشان نوشته‌لوشه را در حالت‌های عمودی و افقی استاندارد و قابل استفاده مشاهده می‌کنید.





## فضای امن نشانه

برای اطمینان از وضوح و خوانایی نشانه، فضایی اطراف آن باید خالی از هرگونه متن و عناصر گرافیکی مزاحم باشد. حداقل اندازهی این فضای خالی به مقدار دو واحد ال<sup>L</sup>، دور تا دور نشانه است.





### کوچک‌ترین سایز نشانه

طراحی نشانه به نحوی است که در هر سایز و موقعیتی عملکرد مناسب داشته باشد. هنگام تغییر سایز مهم است که نشانه و نشان نوشته به طور متناسب تغییر مقیاس دهند. کوچک‌ترین سایز نشانه برای صفحه‌های نمایشی ۹۵PX و برای چاپ ۳CM است.



لوگوی افقی و عمودی برای فضاهای مجازی و چاپی متناسب با فضا.

نشانه تصویری برای آیکون شبکه‌های اجتماعی و فضاهای کوچک.

## استفاده‌های درست و نادرست از لوگو

نسبت‌های نشانه را بهم نزنید.

نشانه را انچرخانید.

از افکت‌های تصویری مثل سایه، شیشه‌ای کردن یا محو کردن نشانه استفاده نکنید.

از رنگ‌های خارج از رنگ‌های تعریف شده استفاده نکنید.

فاصله بین نشانه و نشان نوشته را تغییر ندهید.

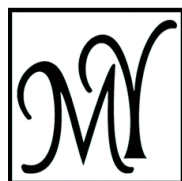
نشانه را تو خالی نکنید.

برای نشانه کادر قرار ندهید.



Losheh





## برندسازی مشترک

در موارد برندسازی مشترک، لوگوی لوشه و شریک باید طوری کنار هم قرار بگیرند که فاصله‌ی بین‌شان ۴ واحد ال باشد. ارتفاع خط جداکننده‌ی لوگوها نیز به اندازه‌ی دو واحد ال است و هر سه المان دقیقا از مرکز در امتداد هم قرار می‌گیرند.

۳ | رنگ



## رنگ اصلی لوشه



LAB	72	5	65	
RGB	210	172	43	
CMYK	20	30	100	0
HSB	46	79	82	
HEX	#d2ac2b			



LAB	28	-22	-6	
RGB	16	76	67	
CMYK	90	50	70	40
HSB	171	80	30	
HEX	#104c43			

برای لوشه، رنگ او لیه سبز در کنار طلایی برای برند چهره‌ای گرم، قدرتمند و شیک می‌سازد. ترجیح بر این است که بیشتر اوقات از نشانه‌ی دو رنگ اصلی لوشه (رنگ سبز و طلایی) استفاده شود. علاوه بر این در مواقع ضروری از دستورالعمل زیر نیز می‌توان پیروی کرد.

روی پس‌زمینه‌های تیره از رنگ سفید استفاده کنید.

روی پس‌زمینه‌های روشن از رنگ سبز استفاده کنید.

روی پس‌زمینه سفید از رنگ طلایی استفاده کنید.



## پالت رنگ‌های فرعی لوشه

شامل رنگ‌های متنوعی است برای ارتباط و هماهنگی بیشتر با رنگ‌های آرایشی، بهداشتی. استفاده از این رنگ‌ها زمانی که آگاهی از برند وجود دارد، و در تصویرسازی‌ها، عکاسی و دیگر محتوای ارتباطات برند توصیه می‌شود.





**lashah**  
تهران- خیابان آزادی، تقاطع اسکندری، پلاک ۱۱۶، ۱۱۶، ساختمان پانامال، طبقه سوم واحد ۳۰۳، شرکت نیکوپردازش فریادگر  
۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۵ / ۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۶

**lashah**  
تهران- خیابان آزادی، تقاطع اسکندری، پلاک ۱۱۶، ۱۱۶، ساختمان پانامال، طبقه سوم واحد ۳۰۳، شرکت نیکوپردازش فریادگر  
۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۵ / ۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۶  
www.lashah.com

**lashah**  
تهران- خیابان آزادی، تقاطع اسکندری، پلاک ۱۱۶، ۱۱۶، ساختمان پانامال، طبقه سوم واحد ۳۰۳، شرکت نیکوپردازش فریادگر  
۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۵ / ۰۲۱ - ۶۵۰۱۰۳۳۶

**lashah**  
www.lashah.com

۴ | هویت بصری



## هویت بصری و اوراق اداری

اوراق اداری شامل سربرگ‌ها، کارت ویزیت، پاکت‌نامه و مواردی از این دست هستند. سربرگ‌ها جهت مکاتبات اداری، کارت ویزیت به منظور تبادل اطلاعات لازم و مختصر در ارتباط دو طرفه و پاکت‌نامه به منظور ارسال مکاتبات اداری به سازمان‌های دیگر به کار می‌رود. همچنین برای لوشه ساک خرید و کارتن نیز با توجه به نوع فعالیت طراحی شده است.



## پترن یا موتیف لوشه

در طراحی هویت بصری یک برند، استفاده از پترن و موتیف‌های خاص می‌تواند به زیبایی و منحصر به فردی آن کمک کند. پترن‌ها، الگوهای تکراری از شکل‌ها، رنگ‌ها یا تصاویر هستند که در طراحی‌ها به کار می‌روند و به طراحی‌ها جذابیت و تنوع می‌بخشند. استفاده از پترن‌ها و موتیف‌های برند، نشانگر تمایز و شخصیت برند است و می‌تواند ارتباط بیشتری با مخاطبین برقرار کند. در طراحی آنها باید به تناسب و همخوانی با بقیه اجزای هویت بصری توجه شود و همچنین در نظر گرفته شود که آیا از آنها در انواع رسانه‌ها و فرمت‌ها استفاده قابلیت دارد یا خیر.

## تایپ فیس فارسی لوشه

«به زیبایی بیاندیش»	LIGHT
«به زیبایی بیاندیش»	REGULAR
«به زیبایی بیاندیش»	MEDIUM
«به زیبایی بیاندیش»	BOLD
«به زیبایی بیاندیش»	EXTRA BOLD
«به زیبایی بیاندیش»	Black
«به زیبایی بیاندیش»	EXTRA BLACK

تایپ فیس ری استفاده شده برای لوشه، مانند لوگو، ساختاری ساده و هندسی دارد، ری تایپ فیس معاصر فارسی است با حروف ساده و هندسی که به دقت در وزن‌های مختلف طراحی شده است. ری، حضور و انتقال پیام یکپارچه را در رسانه‌های مختلف از پرینت تا دیجیتال ممکن می‌سازد.

## تایپ فیس انگلیسی لوشه

"Think Of Beauty"	LIGHT
"Think Of Beauty"	REGULAR
"Think Of Beauty"	BOLD

Helvetica نیز تایپ فیس هندسی و مدرنیست با چند وزن. با همراهی تایپ فیس دانا، لوشه از سیستم تایپوگرافی منعطف و یکپارچه مناسب فضای دیجیتال و پرینت بهره می‌برد.

## آیکون‌های لوشه

آیکون‌های دسته‌بندی یا محصولات لوشه جهت کمک به مخاطب تا به سرعت محصولات یا خدمات برند را درک و دسته‌بندی کنند.

نکاتی که در طراحی آیکون‌های دسته‌بندی یا محصولات در نظر گرفته شده:

سادگی و وضوح

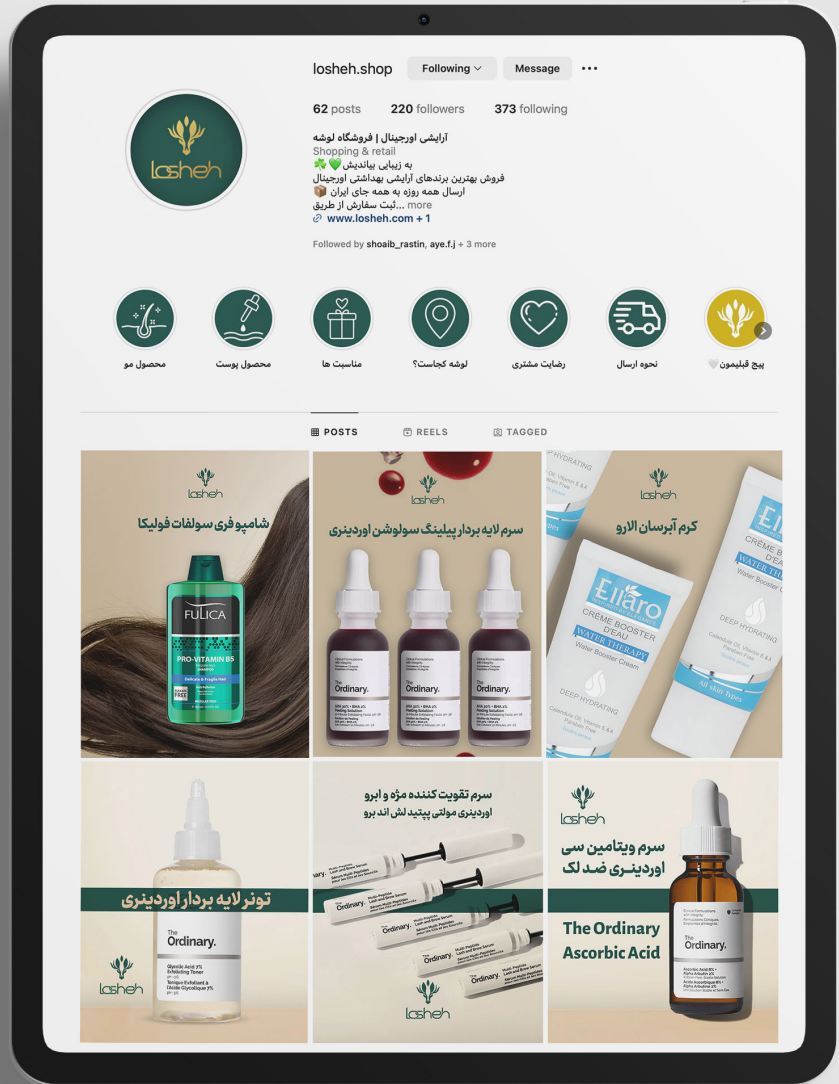
ارتباط با دسته‌بندی یا محصول

انسجام

استفاده از رنگ سازمانی

قابلیت استفاده اندازه‌های مختلف و با کیفیت بالا





۵ | سوشیال مدیا

## اینستاگرام

■ رعایت هویت بصری صفحه: هر سه پست یک نوار را با هویت واحد تشکیل دهند

■ استفاده از آیکون برای تعریف شده برای هایلایت‌ها

■ استفاده از ایموجی‌های مجاز:



■ درج آدرس سایت و شعار لوشه در تمامی کپشن‌ها

■ رعایت لحن لوشه طبق تعریف برندبوک.

losheh.shop 🌸 بهار لازمت میشه. 🌸

فصل جدید، حال جدید با لوازم آرایشی جدید ✨

با محصولات کالیستا، همیشه درخشان باشید. 💖

رژ لب کالر ریچ کالیستا که دارای رنگ‌های جذاب و ماندگار. 🎨

ریمل حجم‌دهنده اکستند ولوم کالیستا که مژه‌هایی پر حجم و خیره‌کننده بهتون میده. 👁️

پنک مولتی کالر کالیستا که پوستت رو مخملی می‌کنه. 💎

پس بهار امسال رو با به آرایش سبک و شاداب شروع کن 🌸

برای سفارش این محصول دایرکت پیام داده و یا وارد سایت لوشه شوید. 📦

www.losheh.com 🌐

#کالیستا #آرایش\_بهار #ریمل\_کالیستا #رژ\_کالیستا

#پنک\_کالیستا #لوازم\_آرایشی #آرایش\_روزانه

#ریمل\_حجم\_دهنده #لوشه #خرید\_لوازم\_آرایشی

1d See translation

losheh.shop 🌸 میکاپ بهاری لوشه  
میکاپ بهاری معمولاً باید سبک، طبیعی و شاداب باشه.

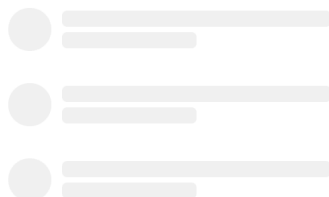
این نکته‌ها رو هم رعایت کن ✨  
قبلش حتما مرطوب‌کننده بزن  
رژگونه صورتی یا هلوئی خیلی مناسبه برای این میکاپ  
رژ لب نود یا رنگای شاد یادت نره.

ما در فروشگاه لوشه همه این محصولات رو داریم پس به سایت ما سر بزن.  
www.losheh.com

به زیبایی بیانیدش ✨

#میکاپ\_بهار #میکاپ\_نود #رژگونه\_هلوئی #کرم\_پودر #لوشه #بهار #آبرسان #کرمابرسان #ریمل

Edited · 5d See translation





Losheh

[www.losheh.com](http://www.losheh.com)