



اکران بیش از ۳۰ هزار مترمربع تبلیغات محیطی در سال ۱۴۰۴

امروزه رسانه‌های محیطی با قابلیت دسترسی گسترده و تأثیر گذاری بصری قوی، به ابزاری کلیدی در معرفی نهادها، ترویج ارزش‌ها و اطلاع‌رسانی رویدادها تبدیل شده‌اند. آستان قدس رضوی همواره بر اهمیت استفاده از ابزارهای نوین ارتباطی برای رساندن پیام خود به مخاطبان تأکید داشته است. به این منظور سال ۱۴۰۴ سالی بود که این ظرفیت با قدرت بیشتری مورد بهره‌برداری قرار گرفت.

استفاده هوشمندانه از فضاها و در اختیار، همکاری‌های سازنده با نهاد‌های شهری و توجه به مناسبت‌های مذهبی و رویدادهای خاص، همگی دست به دست هم دادند تا پیام آستان قدس رضوی با وسعت بیشتری در سطح جامعه طنین انداز شود.

اماکن و موسسات آستان قدس رضوی با مساحت و گستردگی بسیاری که دارند شامل فضا‌های بزرگی برای اکران‌های محیطی هستند. در سال ۱۴۰۴ حدود ۳۰ هزار مترمربع بنر تبلیغاتی به منظور تبلیغات محیطی در این اماکن متعلق به آستان قدس رضوی طراحی، چاپ و نصب شدند.

همچنین برخی فعالیت‌های تبلیغات محیطی هم در سال ۱۴۰۴ با همکاری شهرداری مشهدالرضا (ع) انجام شدند نظیر اطلاع‌رسانی‌های مرتبط با دهه کرامت، میلاد و شهادت حضرت رضا (ع) و دهه آخر صفر که شامل ۲۸ هزار و ۵۰۰ مترمربع تبلیغات مشارکتی بود. در کلانشهرهایی نظیر تهران و اصفهان آستان قدس رضوی در سال ۱۴۰۴ بیش از ۸ هزار مترمربع تبلیغات محیطی مشارکتی داشت.



بازدید بیش از ۳۰۰ هزار نفر در سال

بازدیدکنندگان مرکز همایش‌ها و نمایشگاه‌های آستان قدس رضوی در کنار بازدید کنندگان عمومی افرادی هستند که با اطلاع‌رسانی هدفمند از این مرکز بازدید می‌کنند نظیر حوزوی‌ها، روحانیون، مدیران، گروه‌های سرکشیک، خدام حرم، دانشجویان، دانش‌آموزان که در قالب تورهای ۲ ساعته به صورت روزانه از این مرکز بازدید می‌کنند. در سال ۱۴۰۴ بیش از ۳۰۰ هزار نفر از بخش‌های نمایشگاهی این مرکز بازدید کردند، سالن همایش این مرکز در این سال هر روز میزبان برنامه‌ها و مخاطبان بی‌شماری بود.