

دهه اول ماه محرم، ایام اربعین حسینی و دهه پایانی ماه صفر، سه مقطع مهم در تقویم آیینی و مذهبی کشور به شمار می‌روند؛ روزهایی که میلیون‌ها دل، از کربلا تا مشهد، با فرهنگ عاشورا، زیارت و سوگواری پیوندمی‌خورند. در این میان، آستان قدس رضوی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای خود، تلاش کرد تصویری جامع از این حال و هوای معنوی، آیین‌های سوگواری، حضور زائران و خدمت‌رسانی به عزاداران ارائه کند. این عملیات رسانه‌ای در سه مقطع وب‌استفاده از قالب‌ها و ظرفیت‌های متنوع خبری، تصویری، تلویزیونی، رادیویی و فضای مجازی دنبال شد تا روایت آستان قدس رضوی از محرم تا پایان صفر، همزمان با رویدادها و متناسب با گستره مخاطبان، در رسانه‌های مختلف بازتاب پیدا کند.



تبلیغات
محیطی و
اکران شهر



ارتباط و
راهنمایی
مخاطبان



جریان‌سازی
مطبوعاتی



ویژه
برنامه‌های
تلویزیونی و
رادیویی



- ◀ تولید اینفوگرافیک خدمات و تولیدها پیر
- لیس و بی‌رول
- ◀ انتشار کلیپ‌های کوتاه و تولیدات گرافیکی
- ◀ تعامل‌سازنده و اثر بخش با سکوهای
- پیام‌رسان داخلی
- ◀ ایجاد بستر همراهی انسان رسانه‌ها

فضای مجازی و
شبکه‌های اجتماعی

- ◀ تولید یادداشت‌ها و مصاحبه‌های مختلف در
- تقاطع سیره رضوی با حوادث اخیر
- ◀ سرمقاله‌هایی از علما و مراجع عظام در
- تبیین ولایت‌پذیری به خصوص در شرایط حساس
- ◀ توجه به حرم مطهر به عنوان کانون و پایگاه
- اجتماعی و انسجام بخش به مردم در شرایط سخت
- ◀ برجسته‌سازی و روایت‌های نرم از برنامه‌های
- حرم مطهر رضوی
- ◀ تولید محتوای ویدیویی ترکیبی از
- موریت تاریخی حرم مطهر در طول تاریخ

جریان‌سازی
مطبوعاتی

- ◀ چاپ و نصب بیش از ۴۰۰ عدد بیل‌بورد، ۳۰۰ عدد
- استر‌بورد، پل شهری و داربست اکران شهری و بیش
- از ۶۵ عدد قاب مفاخر شهری مزین به تصاویر خدام
- رضوی در شهر مشهد
- ◀ طراحی، اجرا، چاپ و نصب ۱۶ عدد تابلو
- رینگ‌های ورودی حرم مطهر، ۷ عدد تابلو ورودی
- و خروجی زیرگذرهای حرم مطهر، ۸ عدد رول‌آپ
- فضاهای باز موسسات و سازمانهای آستان، ۲ عدد
- دیوارنگار شهری در چهارراه شهدا، ۲ عدد بیل‌بورد
- باغ ملک آباد
- ◀ بخش تیزر اختصاصی در هواپیماهای ماهان و
- قطارهای رجا

تبلیغات محیطی
و اکران شهری