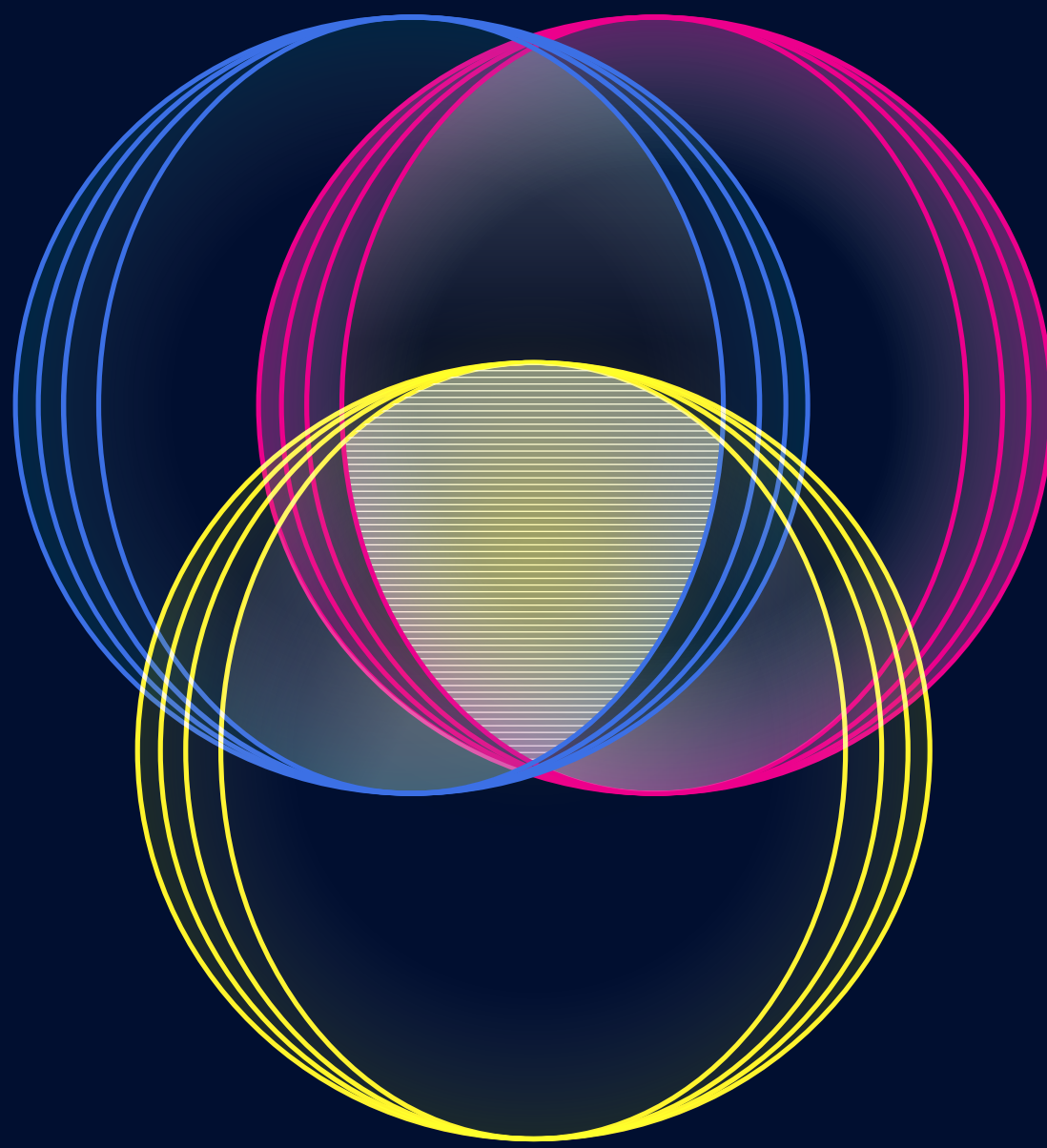


2026



# IMRA SUMMIT

همایش انجمن تحقیقات بازاریابی ایران

# START

## CONTENT

ABOUT IMRA  
SUMMIT 2024 AT A GLANCE  
IMRA SUMMIT 2026  
3 LEVELS OF SPONSORSHIP

**AGENCY** CO-THINK

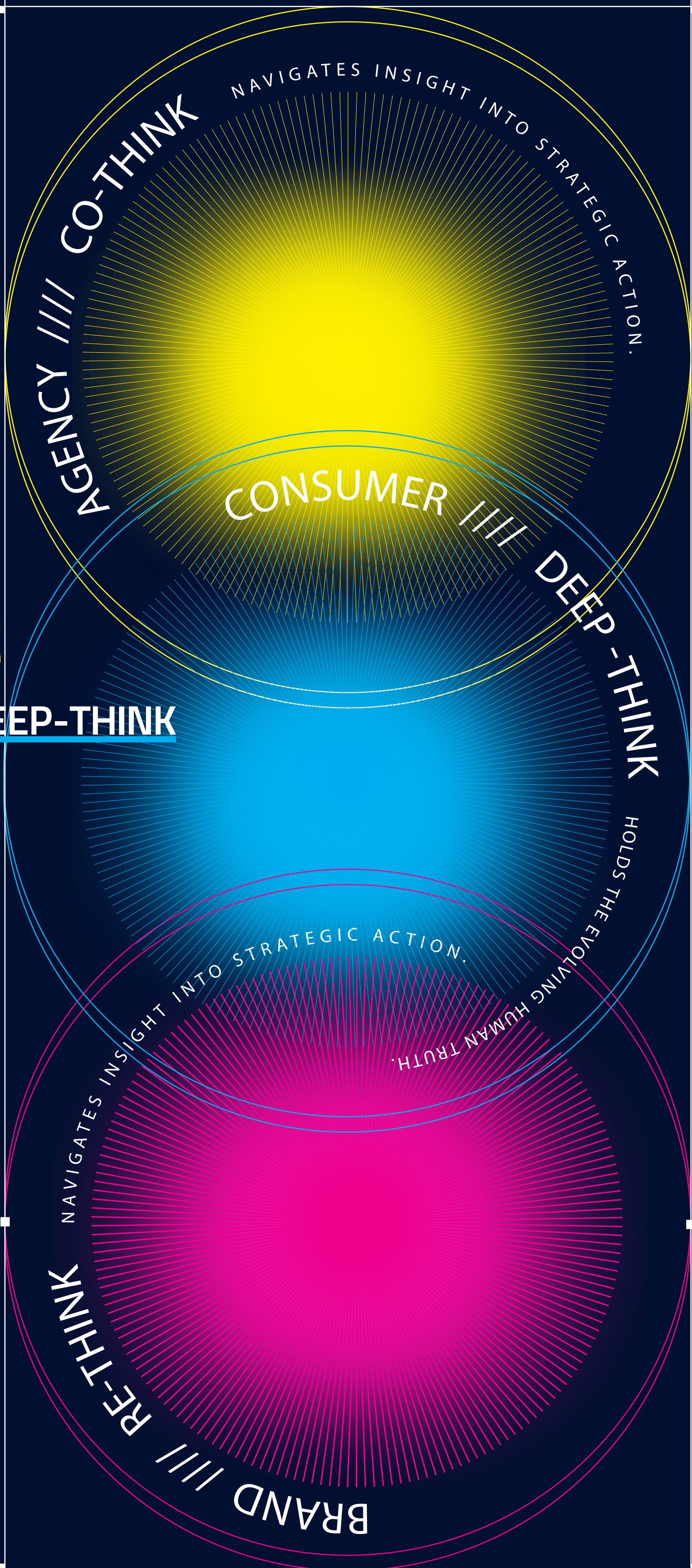
**CONSUMER** DEEP-THINK

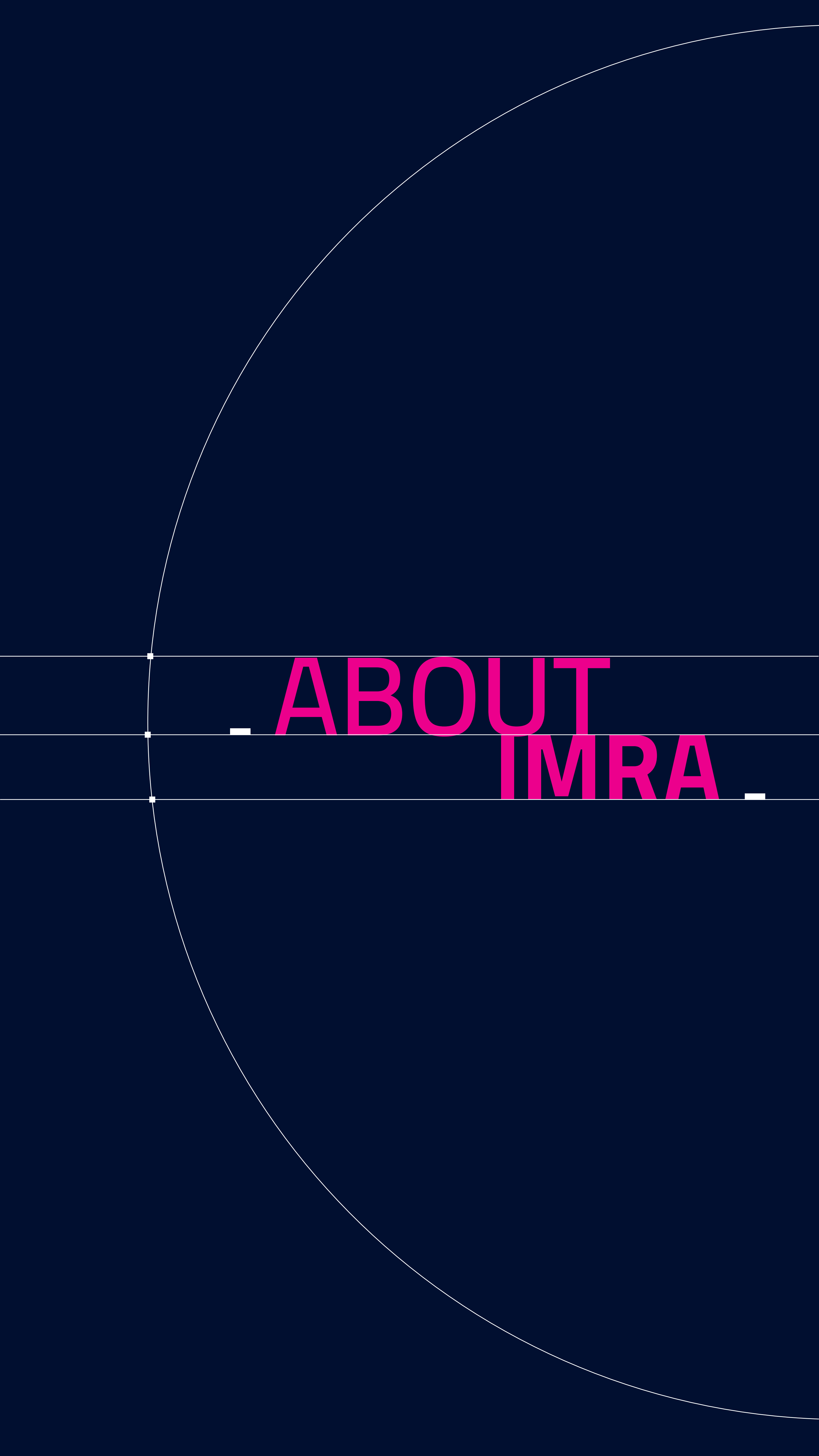
**BRAND** RE-THINK

آژانس هم اندیشی

مصرف کننده ژرف اندیشی

برند باز اندیشی





**ABOUT  
IMRA**

# IMRA AT A GLANCE

## IRANIAN MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (IMRA) OVERVIEW

### FOUNDATION & MISSION

THE IRANIAN MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (IMRA), FOUNDED IN 2005, IS IRAN'S LEADING PROFESSIONAL BODY DEDICATED TO DEVELOP MARKETING RESEARCH

### PURPOSES

- Promoting scientific standards in marketing research
- Empowering skilled researchers
- Enhancing research and education practices across the industry

### IMRA'S COLLABORATIVE ROLE

IMRA UNITES RESEARCH COMPANIES, EXPERTS AND INSTITUTIONS, IN COLLABORATION WITH INTERNATIONAL ASSOCIATIONS SUCH AS **ESOMAR**, TO ELEVATE THE QUALITY AND IMPACT OF MARKET INSIGHTS IN IRAN.

### نقش هم افزایی IMRA

این انجمن با گرد هم آوردن شرکت ها، متخصصان و نهادهای تاثیرگذار و با همکاری انجمن های بین المللی مانند «ایزومار کانکت»، کیفیت و اثر بخشی تحقیقات بازاریابی ایران را ارتقا می دهد.

### تأسیس و مأموریت

انجمن تحقیقات بازاریابی ایران (IMRA) که در سال ۱۳۸۴ تأسیس شده، یکی از معتبرترین نهادهای حرفه ای کشور برای ارتقای استانداردهای علمی و پژوهشی در حوزه تحقیقات بازاریابی است.

### اهداف

- توسعه و رشد صنعت تحقیقات بازاریابی
- تقویت ارتباطات در اکوسیستم بازاریابی (آژانس، مصرف کننده و برند)
- بهبود کیفیت فعالیت های پژوهشی در صنعت

# IMRA SUMMIT OVERVIEW

IRANIAN MARKETING RESEARCH ASSOCIATION  
(IMRA) SUMMIT OVERVIEW

## PURPOSE OF THE SUMMIT

THE PREMIER INDUSTRY CONVERGENCE DESIGNED TO SHARE INSIGHTS, SHOWCASE INNOVATIONS, AND DISCUSS CONSUMER BEHAVIOUR AND EMERGING TRENDS WITHIN IRAN'S MARKETING RESEARCH LANDSCAPE.

## SUMMIT AUDIENCES

- Research and marketing agencies
- Brands and corporate leaders
- Data-driven solution providers
- Service-based companies requiring marketing research

## هدف همایش

همایش انجمن تحقیقات بازاریابی، رویدادی برای ارائه بینش‌ها، معرفی نوآوری‌ها و فناوری‌های نوپهور و تقویت ارتباطات میان آژانس‌های تحقیقات بازاریابی و برندها برای شناخت و درک عمیق تر از بازار و مصرف‌کننده است.

## مخاطبان همایش

- پژوهشگران و آژانس‌های تحقیقات بازاریابی
- برندها، آژانس‌های تبلیغاتی و مدیران ارشد
- شرکت‌های فناوری و ارائه دهندگان راهکارهای داده محور
- شرکت‌های خدماتی نیازمند به تحقیقات بازاریابی

IMRA BOARD MEMBERS

اعضای هیئت مدیره انجمن



بابک اسماعیلیان  
BABAK ESMAEILIAN

رئیس هیئت مدیره  
CHAIRMAN OF THE BOARD



پریسا پروشانی  
PARISSA POROUSHANI

هم‌بنیان‌گذار و نایب رئیس هیئت مدیره  
CO-FOUNDER & VICE-CHAIR



علیرضا حاتمی فر  
ALIREZA HATAMIFAR

خزانه دار  
CHIEF FINANCIAL OFFICER



مهدی نجاری  
MEHDI NAJARI

دبیر انجمن  
SECRETARY GENERAL



شیوا ایروانی  
SHIVA IRAVANI

عضو هیئت مدیره  
BOARD MEMBER



علی پاشایی  
ALI PASHAIE

بازرس انجمن  
STATUTORY AUDITOR



**SUMMIT 2024**  
**AT A GLANCE**

# IMRA SUMMIT 2024

## NEW GENERATION, NEW INSIGHT

### HIGHLIGHTS

HELD IN MARCH 2024 IN TEHRAN, SPONSORED BY LEADING BRANDS.

### MAIN TOPICS

- New methodologies
- Future trends
- Collaboration across the ecosystem

### نکات برجسته

این همایش در اسفند ۱۴۰۲ در تهران برگزار شد و برندهای بنامی اسپانسر آن بودند.

### محورهای اصلی این دوره

- رویکردهای نوین
- آینده نگری
- فرصت‌های همکاری در اکوسیستم تحقیقات بازاریابی



The image features a dark blue background with a large, thin white arc on the left side. Three horizontal white lines cross the arc, with small white squares at their intersection points. The text 'IMRA' is positioned above the top line, and 'SUMMIT 2026' is positioned below the middle line, both in a bold, pink, sans-serif font.

**IMRA**  
**SUMMIT 2026**



# IMRA SUMMIT 2026

THE SECOND MAJOR GATHERING OF IRAN'S MARKETING AND RESEARCH COMMUNITY, BRINGING TOGETHER AROUND 450 PROFESSIONALS. ADDITIONALLY, THE SUMMIT WILL FEATURE DISTINGUISHED LOCAL AND INTERNATIONAL SPEAKERS.

## OBJECTIVES

- Elevating industry standards
- Expanding knowledge
- Strengthening collaboration

دومین همایش بزرگ انجمن تحقیقات بازاریابی ایران، میزبان حدود ۴۵۰ متخصص از حوزه های بازاریابی، برندینگ، پژوهشگران و... است. همچنین، این همایش با حضور سخنرانان برجسته ی داخلی و خارجی برگزار خواهد شد.

## اهداف

- ارتقا استانداردهای تحقیقات بازاریابی
- توسعه دانش
- تقویت همکاری

## CORE PHILOSOPHY

THE IMRA SUMMIT 2026 IS BUILT AROUND ONE ESSENTIAL PRINCIPLE: EFFECTIVE DECISIONS UNFOLD ONLY WHEN THREE FORCES WORK TOGETHER: THE AGENCY, THE CONSUMER, AND THE BRAND. INDIVIDUALLY, EACH ONE ILLUMINATES A PIECE OF THE TRUTH. TOGETHER, THEY CREATE CLARITY, DIRECTION, AND MEANING INSIDE A MARKET THAT IS OFTEN UNCERTAIN AND DARK.

هسته فکری همایش ۲۰۲۶ بر یک حقیقت ساده و عمیق بنا شده است: هیچ تصمیم مهمی بدون تعامل آژانس، برند و مصرف کننده به نقطه اثر نمی رسد. هر کدام به تنهایی بخشی از حقیقت را روشن می کنند اما وقتی کنار هم قرار می گیرند، در بازاری که اغلب تاریک است، شفافیت، جهت و معنا می آفرینند.

## CORE FOCUS

THIS YEAR, THE SUMMIT EXPLORES HOW THE SYNERGY BETWEEN AGENCY x CONSUMER + BRAND SHAPES THE FUTURE OF MARKETING RESEARCH IN IRAN.

تمرکز مرکزی در این دوره بر تاثیر هم افزایی آژانس، مصرف کننده و برند بر شکل گیری آینده تحقیقات بازاریابی ایران است.

# CONCEPTUAL FRAMEWORK

## CO-THINK

COLLABORATION  
FOR SHARED  
UNDERSTANDING

## DEEP-THINK

REPRESENTS THE SEARCH  
FOR DEPTH, REALITY, AND  
HUMAN TRUTH AT  
THE HEART OF EVERY  
RESEARCH DISCOVERY

## RE-THINK

CHALLENGING  
ASSUMPTIONS AND  
REFRAMING  
APPROACHES

OUR THEME IS EXPRESSED THROUGH  
THREE INTERCONNECTED PILLARS:

در این چهارچوب مفهومی، تم اصلی از طریق  
سه محور به هم پیوسته بیان می شود:

## هم اندیشی

همکاری برای دستیابی  
به فهم مشترک

## ژرف اندیشی

یافتن عمق،  
واقعیت و حقیقت  
انسانی در قلب هر  
پژوهش

## باز اندیشی

به چالش کشیدن  
پیش فرض ها و  
بازتعریف  
رویکردها

AGENCY x CONSUMER + BRAND

# SUMMIT 2026 INFORMATION

## DATE

19 JANUARY 2026

## LOCATION

HEART CONFERENCE CENTER, TEHRAN

## اطلاعات همایش ۲۰۲۶

### زمان

۲۹ دی ماه ۱۴۰۴

### مکان

سالن همایش قلب تهران

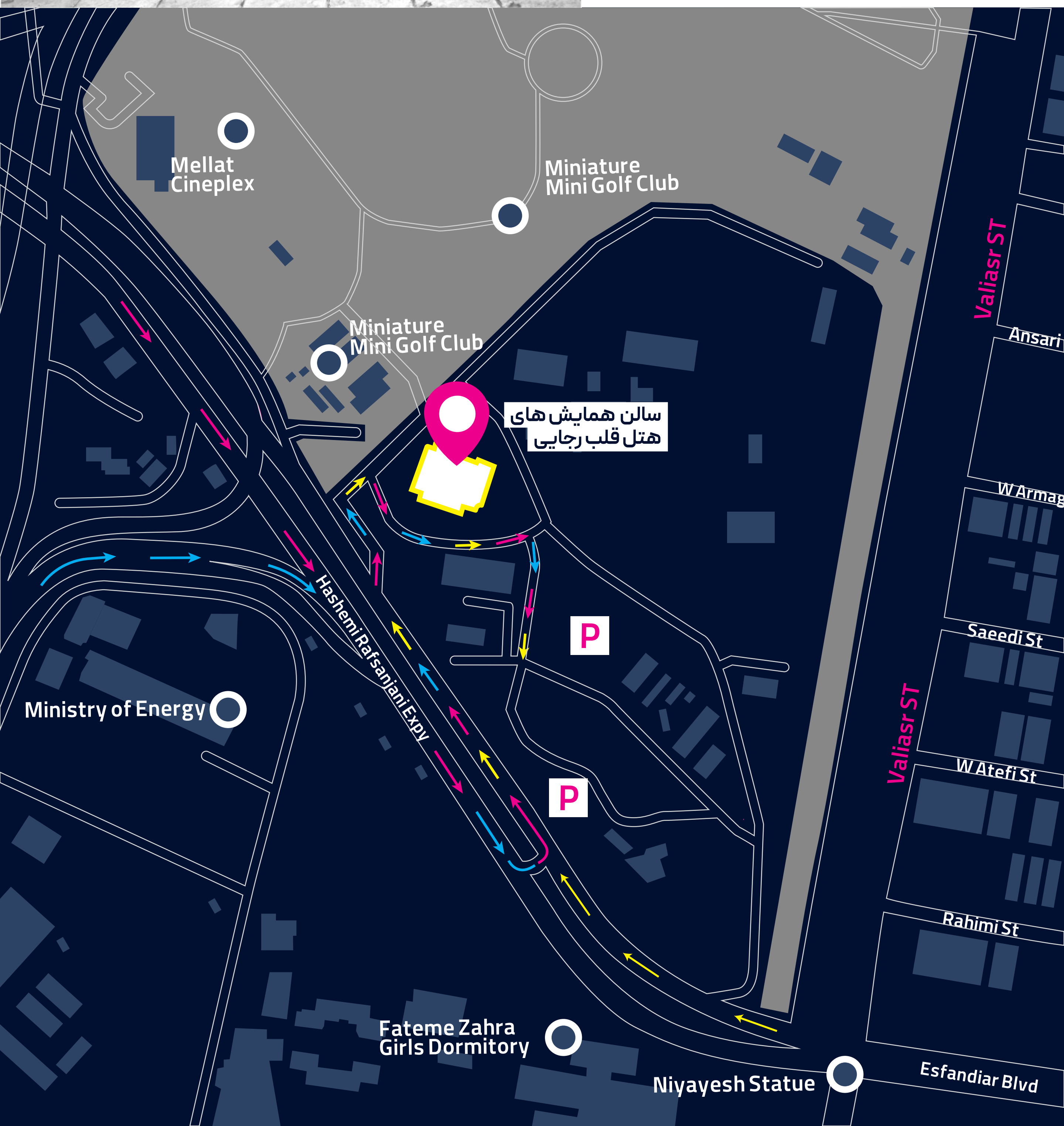


# HEART CONFERENCE CENTER, TEHRAN

سالن همایش قلب تهران

خیابان ولیعصر، ابتدای بزرگراه  
آیت الله هاشمی رفسنجانی  
مرکز قلب و عروق شهید رجایی

Rajaei Cardiovascular,  
Medical and Research Center  
Valiasr St., Hashemi  
Rafsanjani Expressway  
District 3, Tehran, Iran





SPONSORSHIP



IMRA, IRANIAN MARKETING RESEARCH ASSOCIATION

---

EVENT OWNER AND HOST ASSOCIATION. THE OFFICIAL BODY SHAPING THE FUTURE OF MARKETING RESEARCH IN IRAN.

[www.imra.ir](http://www.imra.ir)

**esomar**  
Connect

ESOMAR

---

OFFICIAL INTERNATIONAL PARTNER, ESOMAR CONNECT THE GLOBAL AUTHORITY CONNECTING THE SUMMIT TO INTERNATIONAL RESEARCH STANDARDS.

[www.esomar.org](http://www.esomar.org)

 **Zigma 8**

PRINCIPAL SPONSOR & ORGANIZER

ZIGMA8 CREATIVE AGENCY

---

PRINCIPAL SPONSOR, ORGANIZER AND CREATIVE PARTNER LEADING THE STRATEGIC, CREATIVE, AND EXPERIENCE JOURNEY OF THE SUMMIT.

[www.zigma8.com](http://www.zigma8.com)



انجمن تحقیقات  
بازاریابی ایران

[www.imra.ir](http://www.imra.ir)

انجمن تحقیقات بازاریابی ایران

میزبان رویداد، نهاد رسمی شکل دهنده آینده  
تحقیقات بازاریابی ایران.

esomar  
Connect

[www.esomar.org](http://www.esomar.org)

ایزومار

شریک رسمی بین‌المللی انجمن، پل ارتباطی  
همایش با استانداردهای جهانی تحقیقات بازاریابی

زیگما ۸

اسپانسر راهبردی

[www.zigma8.com](http://www.zigma8.com)

زیگما ۸

آژانس زیگما ۸، اسپانسر راهبردی،  
شریک خلاق، طراح و مجری همایش ۲۰۲۶.

## GOLD SPONSOR (TOP TIER)

A SINGLE, PREMIUM SPACE, THE LARGEST AND MOST PROMINENT LOCATION IN THE HALL RESERVED EXCLUSIVELY FOR ONE SPONSOR.

اسپانسر طلایی (رده برتر)

بزرگترین و شاخص‌ترین فضا که به طور انحصاری برای اسپانسر طلایی در نظر گرفته شده است.

## SILVER SPONSORS (MID TIER)

FIVE MEDIUM-SIZED SPACES WITH STRONG VISIBILITY, SMALLER THAN GOLD BUT POSITIONED FOR CONSISTENTLY HIGH ATTENDEE ENGAGEMENT FOR FIVE SPONSORS.

اسپانسر نقره‌ای (رده میانی)

پنج فضای متوسط در معرض دید، کمی کوچکتر از فضای اسپانسر طلایی اما در نقاطی قرار دارند که در تعامل دائم با برگزارکننده‌ها هستند، برای پنج اسپانسر نقره‌ای.

## BRONZE SPONSORS (ENTRY TIER)

TWENTY SMALLER SPACES ACROSS THE HALL AND LOBBY, OFFERING WIDER DISTRIBUTION WITH MORE LIMITED VISIBILITY FOR TWENTY SPONSORS.

اسپانسر برنزی (رده پایه)

بیست فضای کوچک (۱۲ فضا در سالن، ۸ فضا در لابی)، ویژه بیست اسپانسر برنزی.

## GOLD SPONSOR

### BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

بهره‌مندی از غرفه و حضور فیزیکی

BOOTH & PHYSICAL PRESENCE  
 جانمایی و اندازه غرفه

The most prominent and largest location in the hall  
 بهترین و شاخص‌ترین مکان در سالن پذیرایی

### ON-STAGE PRESENCE

حضور روی صحنه

SPEAKING OPPORTUNITY  
 3 دقیقه سخنرانی

لوگو اسپانسر در این مکان‌ها دیده می‌شود: Logo permanently displayed on:

- |  |  |
|--|--|
| ■ Main Poster                          | ■ پوستر اصلی همایش                       |
| ■ Stage Flag                           | ■ پرچم روی استیج                         |
| ■ Main Banner                          | ■ بنر اصلی                               |
| ■ Session Transitions                  | ■ حد فاصل بین ویدیوهای اصلی و سخنرانی‌ها |
| ■ Opening/Announcement Motion Graphics | ■ موشن گرافیک‌های معرفی و آغازین         |
| ■ Photo Booth                          | ■ غرفه عکاسی                             |

■ VIDEO & DIGITAL PRESENCE

■ SOCIAL MEDIA

■ FREE PASSES

---

 ■ BOOTH & PHYSICAL PRESENCE
 

---

## ■ ON-STAGE PRESENCE

---

**VIDEO & DIGITAL PRESENCE**


---

**حضور ویدیویی و دیجیتال**
**VIDEO EXPOSURE**

15–20 second brand video (played once during main break)

نمایش یک ویدیوی 15 تا 20 ثانیه ای از برند ( در زمان استراحت )

**DIGITAL PRESENCE**


---

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Clickable Logo on Summit's Website</li> </ul>                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ لوگو قابل کلیک در وب سایت همایش</li> </ul>                     |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Highlight in Registration Email</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ درج لوگو در ایمیل ثبت نام</li> </ul>                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mentioned in the Digital Invitation Card</li> </ul>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ درج لوگو در کارت دعوت دیجیتال</li> </ul>                       |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mentioned in the Summit Agenda or Brochure</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ درج لوگو در برنامه همایش یا بروشور رسمی</li> </ul>             |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mentioned in Appreciation Post (in the highest-visibility spot)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ درج لوگو در پست سپاسگزاری با بیشترین امکان دیده شدن</li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Mentioned in Summit's report on the IMRA website</li> </ul>                | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ معرفی در گزارش نهایی همایش در وب سایت IMRA</li> </ul>          |

## GOLD SPONSOR

- ON-STAGE PRESENCE
- VIDEO & DIGITAL PRESENCE

## SOCIAL MEDIA

### شبکه های اجتماعی

LinkedIn, Mention in 8 timeline posts Included in:  
 لینکدین، تگ و منشن در ۸ پست:

- |   |                                 |
|---|---------------------------------|
| ■ Event Announcement Post                                 | ■ پست اعلام رسمی همایش          |
| ■ Speaker reveals poster                                  | ■ پوستر معرفی سخنران ها         |
| ■ Summit countdown series (3 posts)                       | ■ پست های شمارش معکوس همایش     |
| ■ Highlights key moments of the sponsor's speech (1 post) | ■ یک پست ویژه از بخش سخنرانی ها |
| ■ Mentioned in 2 posts after the Event                    | ■ دو پست پس از برگزاری همایش    |

## FREE PASSES

### تعداد نفرات مجاز

- |                        |                    |
|------------------------|--------------------|
| ■ 2 VIP seats          | ■ ۲ صندلی VIP      |
| ■ 4 General attendance | ■ ۴ صندلی عادی     |
| ■ 4 Booth Staff        | ■ ۴ نفر پرسنل غرفه |

## SILVER SPONSORS

### BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

بهره‌مندی از غرفه و حضور فیزیکی

BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

جانمایی و اندازه غرفه

5 Medium-Sized Spaces with  
Strong Visibility

پنج غرفه با سایز متوسط  
و دید مناسب

### ON-STAGE PRESENCE

حضور روی صحنه

لوگو اسپانسر در این مکان‌ها دیده می‌شود: Logo permanently displayed on:

■ Main Poster

■ پوستر اصلی همایش

■ Stage Flag

■ پرچم روی استیج

■ Main Banner

■ بنر اصلی

■ Opening/Announcement Motion Graphics

■ موشن گرافیک‌های معرفی یا آغازین

■ Photo Booth

■ غرفه عکاسی

■ VIDEO & DIGITAL PRESENCE

■ SOCIAL MEDIA & PASSES

■ FREE PASSES

## SILVER SPONSORS

### BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

### ON-STAGE PRESENCE

### VIDEO & DIGITAL PRESENCE

#### حضور ویدیویی و دیجیتال

- Clickable Logo on Summit's Website    لوگو قابل کلیک در وب سایت همایش
- Mentioned in the Digital Invitation Card    درج لوگو در کارت دعوت دیجیتال
- Mention in Appreciation Post    درج لوگو در پست سپاسگزاری
- Mentioned in the Summit Agenda or Brochure    درج لوگو در برنامه همایش یا بروشور رسمی
- Mentioned in Summit's report on the IMRA website    معرفی در گزارش نهایی همایش در وب سایت IMRA

### SOCIAL MEDIA

#### شبکه های اجتماعی

LinkedIn, Mention in 4 timeline posts Included in:

لینکدین، تگ و منشن در ۴ پست:

- Event Announcement Post    پست اعلام رسمی همایش
- Summit countdown series (2 posts)    دو پست شمارش معکوس همایش
- Mentioned in 1 posts after the Event    یک پست پس از برگزاری همایش

### FREE PASSES

#### تعداد نفرات مجاز

- 1 VIP seats    ۱ صندلی اختصاصی
- 2 General attendance    ۲ صندلی عادی
- 3 Booth Staff    ۳ نفر پرسنل غرفه

## BORONZE SPONSORS

### BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

بهره‌مندی از غرفه و حضور فیزیکی

BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

جانمایی و اندازه غرفه

20 Small-Sized Spaces Visibility  
in the hall or lobby

بیست فضای کوچک  
(۱۲ فضا در سالن، ۸ فضا در لابی)

### ON-STAGE PRESENCE

حضور روی صحنه

لوگو اسپانسر در این مکان‌ها دیده می‌شود: Logo permanently displayed on:

■ Main Poster

■ پوستر اصلی همایش

■ Main Banner

■ بنر اصلی

■ Opening/Announcement Motion Graphics

■ موشن گرافیک‌های معرفی یا آغازین

### VIDEO & DIGITAL PRESENCE

حضور ویدیویی و دیجیتال

■ Clickable Logo on Summit's Website

■ لوگو قابل کلیک در وب سایت همایش

■ Mentioned in Appreciation Post

■ درج لوگو برنند در پست سپاسگزاری

■ SOCIAL MEDIA

■ FREE PASSES

---

## ■ BOOTH & PHYSICAL PRESENCE

---

## ■ ON-STAGE PRESENCE

---

## SOCIAL MEDIA

---

### شبکه های اجتماعی

LinkedIn, Mention in 2 timeline posts Included in:

لینکدین، تگ و منشن در ۲ پست:

■ Event Announcement Post

■ پست اعلام رسمی همایش

■ Summit countdown series  
(the last one)

■ پست های شمارش معکوس  
همایش (یک پست آخر)

---

## FREE PASSES

---

### تعداد نفرات مجاز

■ 2 General attendance passes

■ ۲ صندلی عادی

■ 2 Booth Staff


■ ۲ نفر پرسنل غرفه





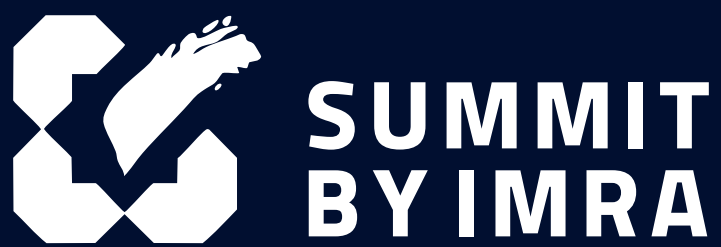
IN THE SPACE ALLOCATION PROCESS, PRIORITY  
WILL BE GIVEN TO MARKETING  
RESEARCH AGENCIES. ADDITIONALLY, A 50%  
DISCOUNT HAS BEEN CONSIDERED FOR  
ESTEEMED MEMBERS OF THE IRAN MARKETING

---



در فرآیند واگذاری فضاها، اولویت با آژانس‌های تحقیقات  
بازاریابی خواهد بود. همچنین، برای اعضای محترم انجمن تحقیقات  
بازاریابی، تخفیف ۵۰ درصدی در نظر گرفته شده است.

# THANKS FOR YOUR ATTENTION



IRANIAN MARKETING RESEARCH ASSOCIATION

---

**esomar**  
Connect

---



PRINCIPAL SPONSOR & ORGANIZER

---

[www.imra.ir](http://www.imra.ir)  
[www.esomar.org](http://www.esomar.org)  
[www.zigma8.com](http://www.zigma8.com)