

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یادداشت

اقتصاد ایران در چنبره ابرچالش‌ها



وضعیت اقتصاد ایران بحرانی است یا بحرانی خواندن آن سیاه‌نمایی است؟ پاسخ به این سؤال و سؤالاتی از این دست که نگاهشان به اقتصاد مانند نگاه به شیئی معلوم‌الحال و دویعدی است نه سخت، که تقریباً ناممکن است. در حقیقت برای تحلیل اقتصاد یک کشور، اگر بخواهیم تصویر درستی از آن به دست بدهیم، باید حوزه‌های مختلف این اقتصاد را از هم جدا و هر حوزه را با شرایط خاص آن حوزه و البته به صورت کارشناسی تحلیل کنیم تا با جمع‌بندی همه نتایج بتوانیم تصویر درست و نسبتاً جامعی از کل آن اقتصاد ارائه دهیم. ذات اقتصاد به گونه‌ای است که نمی‌توان برای آن حکم کلی صادر کرد. اقتصاد یک کشور را می‌توان به یک انسان بیمار تشبیه کرد که برخی می‌گویند حالش خوب نیست و برخی هم اعتقاد دارند که رو به بهبود است، اما تشخیص درست حال این بیمار منوط به بررسی‌های تخصصی پزشکی است که همه اعضای بیمار را بررسی و حکم نهایی درباره وضعیت بیمار و درمان‌های مفید را برای بهبود او صادر کنند.

ادامه در همین صفحه



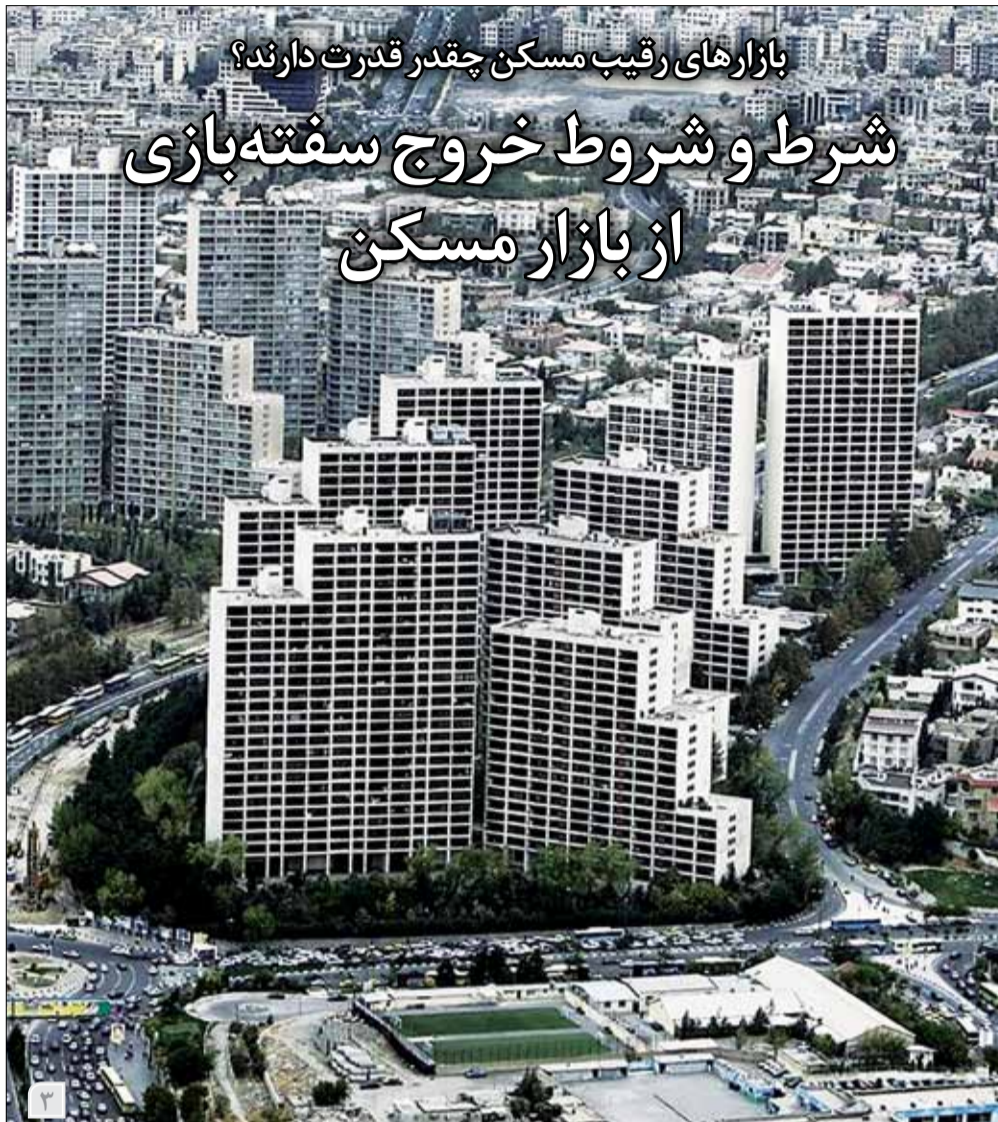
قراردادهای جوینت ونچر فرصت ماندگاری خارجی‌ها در ایران

از دو هفته گذشته تاکنون، بحث‌های گوناگونی درباره تأثیر نقض برجام بر قراردادهای خارجی مطرح است. در این بین اگر چه هنوز امیدواری‌هایی در زمینه پایبندی اروپایی‌ها به برجام و به دنبال آن تداوم این...

فرصت‌های اقتصادی برجام برای ایران و اروپا

ساز و کارهای اروپا در تقابل با آمریکا

با خروج آمریکا از برجام، اتحادیه اروپا راه خود را از واشنگتن جدا کرد و این اتحادیه ۲۸ عضوی در پی بررسی راهکارهایی با هدف تداوم اجرای برجام و تقابل با تحریم‌هایی است که به احتمال زیاد در ماه‌های آتی عملیاتی می‌شود. در تازه‌ترین اتفاق، کمیسیون اروپا اعلام کرده در حال ارائه پیشنهاد انتقال مستقیم پول به بانک مرکزی ایران برای دور زدن تحریم‌های آمریکا است. جین کلود جانکر رئیس کمیسیون اروپا گفته این اقدام نیازمند پیدا کردن یک میان‌بر از سیستم مالی آمریکا است تا به شرکت‌های اروپایی این اجازه را بدهد که پول صادرات نفت...



بازارهای رقیب مسکن چقدر قدرت دارند؟ شرط و شروط خروج سفته‌بازی از بازار مسکن

خودروسازان فرانسوی در ایران ماندنی شدند

مدیریت و کسب و کار



تیم کوک: ایل موزیک
۵۰ میلیون کاربر دارد

- قدم‌های دشوار کارآفرینان در ابتدای کار
- ۱۰ مهارتی که یک متخصص سئو باید داشته باشد
- ۳ باور اشتباه و مشکل‌ساز در بازاریابی
- ۶ ابزار ضروری برای بازاریابی در کسب و کارهای کوچک
- نحوه‌شناسایی اینفلوئنسرها
- ابزار تبلیغات

۱۶ تا ۸

اقتصاد ایران در چنبره ابرچالش‌ها

ادامه از همین صفحه

در حقیقت اینکه بیماری یک انسان مربوط به کدام قسمت بدن باشد و همچنین میزان پیشرفت این بیماری و تبعاتی که می‌تواند برای سایر اعضای بدن بیمار و زندگی او داشته باشد، می‌تواند توصیف متخصصان از وضعیت بیمار و نسخه‌ای را که برای بهبود او می‌پیشنند با تغییرات جدی همراه کند. البته تحلیل یک اقتصاد، حتی اگر آن را به انسان تشبیه کنیم باز هم از تحلیل وضعیت انسان سخت‌تر است. با وجود این، تحلیل حوزه به حوزه کمک می‌کند تا تحلیل جامع‌تر و درست‌تری از وضعیت کل اقتصاد داشته باشیم. با توضیحاتی که داده شد، اگر بخواهیم وضعیت اقتصاد ایران را توصیف کنیم، توجه به این نکته ضروری است که این اقتصاد با چندین ابرچالش مواجه است که اگر نتوانیم به درستی آنها را تحلیل و رفع کنیم، در آینده می‌تواند وضعیت حوزه‌های مختلف را به هم بریزد و چالش‌های جدی ایجاد کند؛ چالش‌هایی که در نهایت قادرند ناراضی‌های عمومی و تبعات غیراقتصادی به همراه بیاورند. بر این اساس اگر ابرچالش‌های اقتصاد ایران در حوزه‌های بانک، صندوق‌های بازنشستگی، تشدید نابرابری و فقر، بیکاری جوانان تحصیلکرده، آب، محیط‌زیست و ریزگردها، بدهی و کسری بودجه دولت و ضعف حکمرانی سامان نیاید یا جلوی شدت آنها گرفته نشود، این ابرچالش‌ها وارد فاز بحرانی می‌شوند و می‌توانند چالش‌های متعددی در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی، امنیتی و اجتماعی ایجاد کنند. در شرایط فعلی برخی از این ابرچالش‌ها قابل درمان هستند، برخی نیاز به جراحی‌های عمیق و اصلاحات نهادی سخت دارند و برخی هم کارشان به جایی رسیده که احتمالاً دیگر نمی‌توانیم برای رفع آنها کاری کنیم و مجبور به مدارا با آنها یا تحمل آسیب‌های آنها هستیم. مثلاً وضعیت ابرچالش بیکاری جوانان تحصیلکرده به جایی رسیده که دیگر نمی‌توانیم آن را با ایجاد شغل متناسب با تخصص برطرف کنیم، چراکه بخشی از دهه شصتی‌های معروف به شکم جمعیتی به دهه چهارم زندگی خود وارد شده‌اند و وضعیت اقتصاد نیز به گونه‌ای است که نمی‌تواند به شغل متناسب با تخصص خود دست پیدا کنند.

از سوی دیگر وضعیت برخی ابرچالش‌ها به جایی رسیده که اگر به خوبی درمان نشوند در آینده کار را سخت خواهند کرد. مثلاً ابرچالش بدهی‌های دولت که به حدود ۷۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده، اگر در شرایط فعلی با درمان‌های سطحی و ساده مدیریت نشود، در آینده نیازمند جراحی عمیق خواهد بود.

در حوزه نظام بانکی اما، واقعیت این است که ما نیازمند انجام جراحی عمیق هستیم، درحالی که شاید ۱۰ سال پیش می‌توانستیم با درمان‌های سریایی این ابرچالش را اصلاح کنیم. همچنین در حوزه صندوق‌های بازنشستگی با ابرچالشی مواجه هستیم که رفع آن جراحی عمیق می‌طلبد و اگر دیر بجنبیم مانند ابرچالش اشتغال دهه شصتی‌ها غیرقابل حل می‌شود و راهی برای رفع

منبع: آینده نگر

اگر توانیم لغت خدا بوده است



حرکت پایدار در مسیر موفقیت



بانک برتر ایران، برای سومین سال متوالی، بر اساس ارزیابی مؤسسه معتبر یورومانی



استارتاپ

نگاهی به استارت‌آپ‌های میلیارد دلاری

یونیکورن‌های ایرانی

شاید خیلی‌ها با شنیدن کلمه «یونیکورن» یاد اسب تک‌شاخ کارتون‌های کودکی‌شان بیفتند، اما این کلمه در دنیای استارت‌آپ‌ها و تجارت الکترونیک معنایی ویژه‌ای برای صاحبان استارت‌آپ‌ها دارد. اصطلاحی که برای استارت‌آپ‌هایی استفاده می‌شود که ارزش آنها به بیش از یک میلیارد دلار رسیده است؛ اتفاقی که هفته گذشته در فضای استارت‌آپی کشورمان هم رخ داد و بنیانگذار یکی از استارت‌آپ‌های ایرانی از یونیکورن شدن، این شرکت استارت‌آپی گفت. شهرام شاهکار که حالا مدیر اجرایی اسنپ است در نشست‌ای از تولد اولین یونیکورن استارت‌آپی ایران خبر داد و گفت: «ارزش اسنپ بین ۱.۴ تا ۱.۷ میلیارد دلار است.» او اعلام کرد: «بیش از ۳۵۰ هزار نفر از مجموع ۷۰۰ هزار راننده اسنپ، فعال هستند و آمار سفرهای روزانه ثبت شده در اسنپ بیش از یک میلیون است.» اما مسئولان شرکت اسنپ در شرایطی از یونیکورن شدن شرکت‌شان خبر دادند که سال گذشته (۹۶) برادران محمدی بنیانگذاران شرکت دیجی کالا هم از یونیکورن شدن شرکت‌شان در سال ۹۷ خبر دادند. آنها در جریان بازدید گروهی از رسانه‌ها از مجموعه دیجی کالا بعد از گذشت ۱۱ سال از تشکیل این استارت‌آپ که هم‌اکنون مهم‌ترین سایت خرید آنلاین فارسی محسوب می‌شود، اعلام کردند که به زودی دیجی کالا وارد بورس اوراق بهادار می‌شود و سال آینده (۹۷) تبدیل به نخستین یونیکورن ایران می‌شود. البته با گذشت دو ماه از سال هنوز برادران محمدی همچون شهرام شاهکار اعلام نکرده‌اند که شرکت‌شان به جرگه شرکت‌های یونیکورن پیوسته است و با این حساب به نظر می‌رسد دیگر این اسنپ است که جایگاه نخستین شرکت یونیکورن ایرانی را به دست آورده است و حالا باید در ماه‌های دیگر منتظر خبر برادران محمدی برای یونیکورن شدن، دیجی کالا بود. اما به جز دو استارت‌آپ اسنپ و دیجی کالا، کارشناسان و مسئولان دولتی امیدوار هستند در سال‌های آینده چند استارت‌آپ دیگر ایرانی هم بتوانند به جمع یونیکورن‌های ایران اضافه شوند. معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور سورنا ستاری اواخر سال گذشته در همایشی اعلام کرد به‌زودی شاهد استارت‌آپ‌های ۵ میلیارد دلاری ایرانی خواهیم بود. او گفت: «صاحبان شرکت‌های بزرگ دنیا «چه پولدار» نبودند و در ابتدای کار با پول توجیبی خانواده‌ها و از زیرزمین و زیرپله شروع کردند و ظرف دو الی سه سال به این جایگاه رسیدند. آنان اعتمادبه‌نفس، ایده و انتخاب خوبی داشتند و حتی یک ریال هم وام نگرفتند. واقعیت این است که برای کشوری که ۱۰۰ سال اقتصاد نفتی را تجربه کرده، سخت است جهت‌گیری اقتصاد خود را عوض کرده و با استفاده از نیروی انسانی جوان ثروت آفرینی کند. استارت‌آپ‌هایی داریم که در مرز یک میلیارد دلار بوده و اکثرشان هفته‌ای بیش از ۱۰ درصد رشد می‌کنند، این بدان معنی است که هیچ چیزی اقتصادی‌تر از سرمایه‌گذاری روی جوانان توانمند نیست.» به اعتقاد کارشناسان استارت‌آپ‌هایی مانند آپارات، فیلیمو، زودفود، نت برگ و... استارت‌آپ‌های با استعدادی هستند که در سال‌های آینده و بعد از اسنپ و دیجی کالا می‌توانند به جمع یونیکورن‌ها اضافه شوند.

خرم‌آبادی:

فعالیت صنفی در بستر تلگرام ممنوع است

معاون قضایی دادستان کل کشور می‌گوید در جلسهای که در معاونت امور فضای مجازی دادستانی کل کشور برگزار شده، مقرر شده است اگر واحدهای صنفی به فعالیت صنفی یا تبلیغاتی در تلگرام ادامه دهند، وزارت صنعت و مراجع صنفی اقدامات قانونی لازم را به‌عمل آورند. به گزارش خبرگزاری‌ها، عبدالصمد خرم‌آبادی در پیامی که در کانال خود در پیام‌رسان سروش منتشر کرده، آورده است: فعالیت صنفی در بستر تلگرام ممنوع است. واحدهای صنفی و کسب‌وکارهای اینترنتی باید فعالیت‌های خود را به شبکه‌های اجتماعی داخلی منتقل کنند. هفته گذشته جلسهای با حضور نمایندگان مرکز ملی فضای مجازی، مرکز امور اصناف و بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت، مرکز توسعه تجارت الکترونیک، اتاق اصناف ایران، پلیس اماکن ناچا و اتحادیه کسب و کارهای فضای مجازی در معاونت امور فضای مجازی دادستانی کل کشور برگزار شد. در این جلسه نحوه اجرای بخشنامه مورخه ۲۲ اسفند ۱۳۹۶ نیروی انتظامی در خصوص «ممنوعیت فعالیت واحدهای صنفی و تجاری کشور در بستر شبکه‌های اجتماعی بیگانه» مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در جلسه مذکور با تأکید بر اینکه فعالیت واحدهای صنفی در بستر تلگرام موجب ذخیره بخش عمده‌ای از داده‌های عظیم (big data) کشور در سامانه‌های رایانه‌ای خارجی و سوءاستفاده بیگانگان از این داده‌ها خواهد شد و با توجه به بحرمانه بودن اقداماتی که موجب دسترسی بیگانگان به داده‌های عظیم کشور می‌شوند، مقرر گردید: ۱- مسئولان ذی‌ربط در وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف ایران و اتحادیه‌های امور صنفی به کلیه واحدهای صنفی اعم از کسب و کارهای اینترنتی و غیراینترنتی سراسر کشور اعلام و ابلاغ نمایند از هرگونه فعالیت تبلیغاتی و خدماتی در پیام‌رسان فیلتر شده تلگرام اکیداً خودداری کنند و فعالیت‌های خود را به شبکه‌های اجتماعی بومی منتقل نمایند. ۲- در صورتی که واحدهای صنفی پس از اطلاع‌رسانی به فعالیت‌صنفی یا تبلیغاتی خود در بستر شبکه اجتماعی تلگرام ادامه دهند، وزارت صنعت، معدن و تجارت و مراجع صنفی اقدامات قانونی لازم را به‌عمل آورند.

شرط و شروط خروج سفته‌بازی از بازار مسکن

بازارهای رقیب مسکن چقدر قدرت دارند؟



جامعه وارد بازار مسکن شود و تقاضا برای خرید ملک به عنوان بازار با درجه ریسک کمتر، افزایش یابد. یزدانی عنوان می‌کند: در صورت عدم اندیشیدن تمهیدات مسود نیاز ممکن است رکود تورمی در بازار مسکن ایجاد شود. هرچند پیش‌بینی دقیق شرایط پیش رو فعلاً میسر نیست.

تقاضای سفته‌بازی از بازار خارج می‌شود

در همین حال، غلامرضا سلامی، تحلیلگر ارشد اقتصاد مسکن با تأکید بر اینکه فعلاً نمی‌توان تصویر دقیقی از آینده پیش روی بازار مسکن تحت تأثیر تصمیم جدید ترامپ برای خروج از برجام متصور شد، می‌گوید: احتمالات حاکی از آن است که تحت‌تأثیر خروج آمریکا از برجام، در کوتاه‌مدت حجم تقاضای سرمایه‌ای در بازار مسکن کاهش می‌یابد و بخشی از سرمایه‌گذاران ملکی تا زمان روشن شدن شرایط اقتصادی و سیاسی پیش رو فعلاً از ورود به بازار مسکن خودداری خواهند کرد.

وی می‌افزاید: خروج تقاضای سفته‌بازی از بازار مسکن در کوتاه‌مدت می‌تواند سطح فعلی قیمت‌ها را تحت‌تأثیر قرار دهد.

حواشی برجام تأثیری در قیمت مسکن ندارد

محمدرضا رضایی، رئیس کمیسیون عمران مجلس نیز معتقد است بازار مسکن بدون هیچ تغییری به مسیر خود ادامه خواهد داد، زیرا فرآورده‌های ساختمانی از خارج تهیه نمی‌شود که حواشی برجام بتواند تأثیری در قیمت مسکن داشته باشد. وی با بیان اینکه مسکن و پروژه‌های عمرانی هیچ ارتباطی به خروج آمریکا از برجام ندارد، تأکید می‌کند: با توجه به پایبندی سایر کشورهای طرف برجام به این توافق خللی در روند مرادفات ایران با کشورهای دیگر صورت نمی‌گیرد.

بازار مسکن معتقدند که تصمیم ترامپ روی این بازار بی‌اثر خواهد بود.

سیدکمال‌الدین شهریاری، عضو کمیسیون عمران مجلس با یادآوری خروج آمریکا از برجام، می‌گوید: فکر نمی‌کنم خروج آمریکا از برجام تأثیری بر مسکن داشته باشد، اما خروج ترامپ یک مقدار به لحاظ روانی نوساناتی را در بازار ایجاد می‌کند که باید کنترل شود. او با بیان این‌که کسانی که دارای نقدینگی هستند، ممکن است برای حفظ ارزش نقدینگی خود یک زمانی به سمت دلار رفته باشند، می‌افزاید: در برهه‌ای که نقدینگی به سمت دلار هدایت شود، دولت یکسری سیاست‌ها برای مقابله با بی‌نظمی در بازار اتخاذ کرد که این سیاست‌ها نقدینگی را به سمت طلا سوق داد. از این رو برای جلوگیری از حرکت نقدینگی به سمت مسکن باید مدیریت‌ها منسجم باشد.

به گفته شهریاری، اگر ما نتوانیم نقدینگی را از طریق ایجاد محیط کسب‌وکار و بهبود آن به سمت تولید و اقتصاد پایدار و همچنین تولید مولد و اشتغال‌زا سوق دهیم، این نقدینگی مانند سیلی است که برای جریان خود راهی را پیدا می‌کند.

عضو کمیسیون عمران مجلس با بیان این‌که بیشترین دغدغه در خصوص گرانی مسکن، هدایت نقدینگی به این بازار است، عنوان می‌کند: کسانی که صاحبان نقدینگی هستند، این حق را دارند که برای حفظ ارزش پول و برای جلوگیری از کاهش دارایی خود، پول را تبدیل به یک کالای مبادله‌ای مانند طلا و ارز کنند. از این رو مسئولان ما باید به جای کارهای ضربتی و نقطه‌ای، به فکر حل این بحران باشند. شهریاری با تأکید بر اینکه تا زمانی که اقتصاد، تولید و اشتغال شکل نگرفته و برای صاحبان سرمایه واجد سود نباشد، این سرمایه‌های سرگردان متأسفانه به این شکل در بازار جولان خواهند داد، تصریح می‌کند: سرمایه‌های سرگردان عامل ایجاد تنش در بازار هستند، بنابراین می‌تواند بازار مسکن هم یکی از بازارهایی باشد که بعد از طلا و ارز مورد هدف نقدینگی سرگردان قرار گیرد.

شاید قیمت‌ها کاهش یابد

یک صاحب‌نظر ارشد حوزه اقتصاد مسکن نیز با تأکید بر این‌که هم‌اکنون ارائه تحلیل کامل از وضعیت پیش روی بازار مسکن تحت‌تأثیر اقدام ترامپ امری دشوار است، می‌گوید: آینده بازار مسکن تحت‌تأثیر خروج ترامپ از برجام به عوامل مختلف سیاسی و اقتصادی بستگی دارد و با توجه به این‌که هنوز تصویر واضحی از فضای بین‌المللی چه در حوزه سیاست و چه در حوزه اقتصاد بعد از این اقدام رئیس‌جمهور آمریکا مشخص نیست، نمی‌توان با صراحت اعلام کرد که این تصمیم چه اثری بر بخش مسکن خواهد داشت.

فردین یزدانی می‌افزاید: با این حال احتمالاتی در خصوص وضعیت پیش روی بازار مسکن در کوتاه‌مدت و بلندمدت می‌توان در نظر گرفت که

دریچه

دولت بیش از ۲ میلیون کارمند دارد

دولت چه تعداد کارمند دارد؟ مرکز آمار ایران در پاسخ به این سوال و در تازه‌ترین گزارش خود با اعلام اینکه شمار کارمندان دولت در ۱۵ سال گذشته تغییری نداشته است، تعداد آنها را طبق سرشماری سال ۹۵، ۲ میلیون و ۳۴۱ هزار نفر اعلام کرده است. همچنین بنا به آنچه مرکز آمار ایران اعلام کرده است، در سال ۱۳۸۰، ۶۹ درصد کارمندان دولت مرد و ۳۱ درصد زن بوده‌اند که این نسبت در سال ۱۳۹۵ به ۵۹ درصد مرد و ۴۱ درصد زن تغییر یافته است.

به گزارش «فرصت امروز»، مرکز آمار ایران اعلام کرد: براساس سالنامه آماری سال ۱۳۹۵، کارمندان دولت تابع قانون خدمات کشوری و قانون کار، در مجموع ۲ میلیون و ۳۴۱ هزار و ۷۲۶ نفر در سال ۱۳۹۵ بوده‌اند، که نسبت به سال ۱۳۸۰، ۶ درصد رشد داشته که می‌توان گفت تغییر محسوسی نسبت به تعداد کارکنان سال ۱۳۸۰ (۲ میلیون و ۳۲۸ هزار و ۶۳۵ نفر) نداشته است.

در سال ۱۳۸۰، ۶۹ درصد کارمندان دولت مرد و ۳۱ درصد زن بوده‌اند که این نسبت در سال ۱۳۹۵ به ۵۹ درصد مرد و ۴۱ درصد زن تغییر یافته است. در سال ۱۳۹۵، ۴۳ درصد از کارمندان دولت در آموزش و پرورش، ۱۸ درصد در وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، فعالیت می‌کردند، یعنی ۶۱ درصد کارمندان دولت در این دو وزارتخانه و ۳۹ درصد در مابقی دستگاه‌های دولتی مشغول فعالیت بوده‌اند. در سال ۱۳۸۰، کارکنان تابع قانون خدمات کشوری و سایر مقررات استحضامی، از نظر تحصیلات ۲۰ درصد پایین‌تر از دیپلم، ۲۹ درصد دیپلم، ۲۱ درصد فوق دیپلم، ۲۷ درصد لیسانس، ۲ درصد فوق لیسانس و ۱۶ درصد دکترا بوده‌اند که در سال ۱۳۹۵، به ۵۵ درصد زیر دیپلم، ۱۷ درصد دیپلم، ۱۵ درصد فوق دیپلم، ۵۰ درصد لیسانس، حدود ۱۰ درصد فوق لیسانس و ۴ درصد دکترا، تغییر یافته است. در سال ۱۳۹۵، تحصیلات کارمندان وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۲۶ درصد لیسانس، ۱۹ درصد فوق لیسانس، ۲۶ درصد دکترا و وزارت بهداشت ۴۴ درصد لیسانس، ۳۸ درصد فوق لیسانس و ۱۲ درصد دکترا و تحصیلات کارمندان وزارت خارجه ۳۳ درصد لیسانس، ۳۶ درصد فوق لیسانس و ۳۶ درصد دکترا و تحصیلات کارمندان وزارت صنعت، معدن و تجارت ۳۰ درصد لیسانس، ۶ درصد فوق لیسانس، ۷ درصد دکترا و تحصیلات کارمندان وزارت دادگستری ۵۵ درصد لیسانس، ۱۰ درصد فوق لیسانس، ۱۶ درصد دکترا و تحصیلات کارمندان وزارت اقتصاد، ۴۸ درصد لیسانس، ۸ درصد فوق لیسانس و ۳ درصد دکترا بوده است.

اینترنت پرسرعت ثابت
#شتاب بگیر!

بدون محدودیت مکانی
قابل استفاده فوری

TD-LTE

۱۵۴۴ asiatech.ir

دریچه



مسافران جام جهانی چقدر و با چه قیمتی ارز می‌گیرند؟

به فاصله کمتر از یک ماه مانده تا شروع جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه، مسافران عازم تماشا برای مسابقات فوتبال، می‌توانند هر کدام فقط تا ۵۰۰ یورو، با بانک‌ها ارز مسافرتی تهیه کنند.

به گزارش ایسنا، با رویه جدیدی که بر بازار ارز ایران حاکم شده و بیش از یک ماه از آن می‌گذرد دیگر خبری از خرید و فروش رسمی ارز در بازار آزاد و صرافی‌ها نیست و متقاضیان باید ارز مورد نیاز خود را از طریق بانک‌ها یا سامانه یکپارچه ارزی (نیمنا) تهیه کنند. در رول اخیر اجرایی شده در بازار ارز، بانک مرکزی تنها یک نرخ را برای ارزها تعیین کرد و در معاملات ارزی در محدوده تعیین شده با نرخ مشخصی که ممکن است روزانه تغییر کند انجام می‌شود.

در سیاست جدید ارزی مسافران نیز با تغییر شرایط مواجه شده‌اند به طوری که دیگر نمی‌توانند با مراجعه به صرافی بانک‌ها و ارائه بلیت یا ویزا ارز مورد نیاز را دریافت کنند. تا پیش از این هر مسافر می‌توانست تا ۵۰۰ دلار به صورت سالانه از صرافی بانک‌ها ارز تهیه کند که با قیمتی حدود ۲۰ تا ۳۰ تومان ارزان‌تر از سایر صرافی‌ها بود. اما در وضعیت موجود و تغییر روش قبلی هر مسافر حداکثر ۱۰۰۰ یورو و یا معادل آن در ارزهای دیگر امکان دریافت ارز از بانک‌ها را دارد. همچنین ارز مسافرتی پرداختی به مسافران کشورهای هم‌مرز و مشترک‌المنافع به غیر از عراق ۵۰۰ یورو یا معادل به سایر ارزها است. کشورهای هم‌مرز و مشترک‌المنافع یعنی آنهایی که برای سفر فقط ۵۰۰ یورو به مسافر در ازای ارائه اسناد اختصاص پیدا می‌کند، عبارتند از: ارمنستان، آذربایجان، بلاروس، استونی، لتونی، لیتوانی، گرجستان، قزاقستان، قرقیزستان، مولدوای، روسیه، تاجیکستان، ترکمنستان، اوکراین، ازبکستان، ترکیه، بحرین، کویت، قطر، پاکستان، عمان، امارات و قبرس.

در روزهای نزدیک به شروع جام جهانی مسافران ایرانی که قصد سفر به روسیه و تماشای مسابقات را دارند، در تکاپو برای تهیه ارز مورد نیاز هستند. آنها در هر صورت فقط می‌توانند در چارچوب تعیین شده ارز پرداختی بانک مرکزی را دریافت کنند. با توجه به اینکه روسیه جزو کشورهای هم‌مرز و مشترک‌المنافع تقسیم‌بندی می‌شود در نهایت مسافران جام جهانی فقط ۵۰۰ یورو یا معادل آن امکان دریافت از شعب بانک‌های عامل را دارند.

مراجعه به شعب ارزی بانک‌های عامل (تجارت، ملت، ملی و سامان) از این حکایت دارد که مسافران می‌توانند در فاصله حداکثر هفت روز مانده به سفر خود با ارائه اصل گذرنامه و اصل شناسنامه و کارت ملی و همچنین اصل بلیت سفر فرآیند دریافت بلیت را انجام دهند. ارز فقط به یورو و یا معادل سایر ارزها خواهد بود، ولی در نهایت بستگی به ارزی که در آن زمان در اختیار بانک است، دارد. یعنی ممکن است یورو و یا معادل آن روبل به متقاضی سفر به روسیه پرداخت شود، اما مشخص آن است که اصلاً دلار در این سبب ارزی قرار ندارد. در حال حاضر قیمت هر یورو با نرخ مرجع حدود ۵۰۰۰ تومان است که برای ۵۰۰ یورو هزینه‌های نزدیک به دو میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای متقاضی به همراه دارد. تأکید بانک بر این است که طبق بخشنامه بانک مرکزی افراد زیر ۱۲ سال امکان دریافت ارز مسافرتی ندارند. در صورتی که قرار باشد مسافر جام جهانی روبل دریافت کند، اکنون قیمت اعلامی بانک مرکزی حدود ۶۸ تومان است.

با این‌که در اطلاعیه بانک مرکزی اعلام شده بود که متقاضیان ارز مسافرتی موظف هستند گذرنامه معتبر، بلیت هواپیما، ویزای کشور مقصد (کشورهایی که نیاز به ویزا دارند) و رسید پرداخت عوارض خروج از کشور را به بانک پرداخت کنند، گفت‌وگو با شعب ارزی از این حکایت دارد که نیازی به ارائه رسید پرداخت عوارض برای انجام فرآیند دریافت ارز سفر نیست. ارز خریداری شده از بانک عامل، در هنگام خروج از کشور و در فرودگاه از طریق شعب مستقر بانک به مسافر تحویل می‌شود. اما اینکه مسافر بخواهد بالغ بر ۵۰۰ یورو و یا ۱۰۰۰ یوروی اختصاص یافته بر اساس تقسیم‌بندی محل سفر، ارز تهیه کند موضوعی است که بانک‌ها عنوان می‌کنند امکان پرداخت بیش از این برای آنها وجود ندارد و مسافر باید به بازار آزاد و صرافی‌هایی که به طریقی ارز می‌فروشند مراجعه و مازاد مورد نیاز خود را تهیه کنند.

اروپا به دنبال انتقال مستقیم پول به بانک مرکزی ایران

رئیس کمیسیون اروپا گفت: کمیسیون اروپا در حال ارائه پیشنهاد انتقال مستقیم پول به بانک مرکزی ایران به دولت‌های اتحادیه اروپا برای دور زدن تحریم‌های آمریکا است. به گزارش می‌دیل ایست‌آی، جین کلود جانکر افزود: این اقدام نیازمند پیدا کردن یک میان‌بر از سیستم مالی آمریکا است تا به شرکت‌های اروپایی این اجازه را بدهد که پول صادرات نفت ایران را بازپرداخت و نیز دارایی‌های ایران را که در اروپا هستند به ایران انتقال دهد. این مقام ارشد اتحادیه اروپا گفت که جزئیات بیشتر در حال بررسی است. در حال حاضر اتحادیه اروپا یکی از بزرگ‌ترین مشتریان نفت ایران محسوب می‌شود و به دنبال خروج رسمی دونالد ترامپ رئیس‌جمهور آمریکا از برجام به دنبال پایبندی به توافق هسته‌ای و حفظ منافع شرکت‌های خود در ایران است. همچنین جانکر گفت: در حال حاضر نیاز به این داریم که چگونه پرداخت‌های نفت و بازگرداندن دارایی‌های ایران در اتحادیه اروپا را به بانک مرکزی ایران تسهیل کنیم.

بر همین اساس، کمیسر انرژی اروپا هم گفت: این ایده را با مقامات ایرانی در سفر این هفته خود به تهران بررسی می‌کنیم و سپس تصمیم‌گیری نهایی به عهده دولت‌های اروپایی خواهد بود.

سازوکارهای اروپا در تقابل با آمریکا



با خروج آمریکا از برجام، اتحادیه اروپا راه خود را از واشنگتن جدا کرد و این اتحادیه ۲۸ عضوی در پی بررسی راهکارهایی با هدف تداوم اجرای برجام و تقابل با تحریم‌هایی است که به احتمال زیاد در ماه‌های آتی عملیاتی می‌شود. در تازه‌ترین اتفاق، کمیسیون اروپا اعلام کرده در حال ارائه پیشنهاد انتقال مستقیم پول به بانک مرکزی اروپا برای دور زدن تحریم‌های آمریکا است. جین کلود جانکر رئیس کمیسیون اروپا گفته این اقدام نیازمند پیدا کردن یک میان‌بر از سیستم مالی آمریکا است تا به شرکت‌های اروپایی این اجازه را بدهد که پول صادرات نفت ایران را بازپرداخت و نیز دارایی‌های ایران را که در اروپا هستند به ایران انتقال دهد.

به گزارش ایرنا، با این همه، متأسفانه پس از خروج آمریکا از برجام بسیاری از عوامل خارجی و داخلی تلاش کردند تا فضای داخل ایران را نامناسب جلوه دهند. این رفتارها همیشه وجود داشته اما واقعیت این است که اقتصاد و سرمایه‌گذاری خارجی در ایران کمترین تأثیر را از این موضوع گرفته و مشکلی وجود ندارد. طرف آمریکایی پس از توافق هسته‌ای مشکلاتی را در این زمینه ایجاد کرد و رفتارهای بسیاری را مرتکب شد تا ایران را در این زمینه با چالش روبه‌رو کند. خوشبختانه تاکنون موفق به انجام چنین کاری نشده است.

با اینکه در جریان مذاکرات تسهیل امور سرمایه‌گذاری طرف‌های خارجی در ایران و انجام امور بانکی از مواردی بودند که بر سر آنها توافق شده بود، اما آمریکا در این زمینه سنگ‌هایی را جلوی پای ایران قرار داد. ایران به دلیل دسترسی به آب‌های آزاد و اتصال به کشورهای محاصره در خشکی به بازاری ۴۰۰ میلیون نفری دسترسی دارد. همچنین منابع بی‌شمار نفت و گاز و معادن بسیاری در ایران وجود دارد که همه اینها زمینه سرمایه‌گذاری کشورهای خارجی است. بر این اساس، کشورهای دیگر حاضر نمی‌شوند به سادگی دست از منافع اقتصادی خود در همکاری با ایران بردارند.

استدلال اصلی آن دسته از کسانی که معتقدند ایستادگی اروپا در برابر آمریکا به لحاظ اقتصادی، سربازی بیش نیست، به تراز تجاری اتحادیه با واشنگتن در قیاس با تهران بر می‌گردد. براساس آمار سال ۲۰۱۷، حجم تجارت کالا بین آمریکا و اتحادیه اروپا، رقمی در حدود ۷۱۸ میلیارد و ۴۵۰ میلیون دلار بوده است. حال آنکه رقم تجارت بین اتحادیه اروپا و ایران در سال ۲۰۱۷، نزدیک به ۲۱ میلیارد دلار بوده است. بنابراین براساس مولفه تراز تجاری، پاسخ این پرسش بی‌درنگ منفی است و هیچ عقل

معارفی نمی‌پذیرد که اروپا این حجم از تجارت را فدای تقابل با آمریکا کند. در مقابل اما این مسئله مولفه‌های تعیین‌کننده دیگری هم دارد که طیف پاسخ‌ها را از دوگانه مثبت و منفی خارج و احتمال وقوع سناریوهای بینابینی را تقویت می‌کند. این مولفه‌ها در ماه‌های اخیر پس از خروج ایالات‌متحده از چند پیمان بین‌المللی مهم و ورودش به نزاع تجاری و اقتصادی با اتحادیه اروپا و چین برجسته‌تر شده، مورد توجه بسیاری از تحلیلگران، تصمیم‌سازان و سیاستمداران در اروپا و آسیا قرار گرفته است. رضا نصری حقوقدان بین‌المللی به سه ابتکار اروپا پرداخته و نوشته است: «یکی از راهکارهای سه‌گانه پیشنهادی که وزیر اقتصاد فرانسه به آن اشاره کرد - احیای «قانون مسدودکننده» است که اتباع اروپایی را از گزند قوانین آمریکا تا حدودی مصون می‌دارد؛ راهکار پیشنهادی دوم، تأسیس سازوکارهای مالی و بانکی (احیاناً با تضمین بانک‌های مرکزی اروپا) برای خروج از دایره نفوذ آمریکا است و راهکار سوم تأسیس یک نهاد براساس الگوی «دفتر کنترل دارایی‌های خارجی» وزارت خزانه‌داری آمریکا است که بر مرادوات مالی و بانکی - با معیارهای «روپایی» - نظارت کند.» ریچارد نفیو، معمار شبکه تحریم‌های ایران در دولت اوباما نیز درباره نقش اتحادیه اروپا در ممانعت از تأثیر تحریم‌های ثانویه آمریکا بر منافع ایران می‌گوید: «اروپا به‌طور بالقوه می‌تواند این کار را انجام دهد، اما اگر بخواهد هم جلوی فشار تحریم‌های ایالات‌متحده بر شرکت‌های اروپایی را بگیرد و هم به شرکت‌های اروپایی اطمینان دهد، باید سریعاً و با شدت عمل کند.» روابط نزدیک اقتصادی ایران با اروپا در سال‌های اخیر به سود هر دو طرف تمام شده است. اروپایی‌ها با امضای برجام حجم روابط اقتصادی خود را با ایران به سرعت افزایش دادند و اقدام به سرمایه‌گذاری گسترده در کشور کردند. «کارل بیلست» نخست‌وزیر پیشین سوئد که هم‌اکنون معاون شورای روابط خارجی اتحادیه اروپاست، در این خصوص گفت «تحریم‌های آمریکا مسلمانان شرکت‌های آمریکایی را محدود خواهد کرد، اما اگر به سطح روابط تجاری با دقت توجه کنیم، پیداست که هدف اصلی این تحریم‌ها شرکت‌های اروپایی هستند.»

یک شرکت سرمایه‌گذاری در لندن نیز خودروسازان را به ادامه سرمایه‌گذاری در ایران تشویق کرده است. کارشناسان این شرکت عقیده دارند خودروسازان اروپایی آنقدر بزرگ هستند که بتوانند چنین ریسکی را متحمل شوند. این شرکت‌ها اگر بازار ۸۰ میلیونی ایران را

به چشم فرصتی برای توسعه می‌نگرند، باید با اطمینان به روند همکاری با ایران ادامه دهند و این موضوع را در قالب یک استراتژی بلندمدت ببینند و مطمئن باشند که اروپایی‌ها با ترامپ یا بدون او به همکاری با ایران ادامه خواهند داد. بسیاری از کارشناسان سیاسی و اقتصادی بر این باورند که اقدام آمریکا حداقل این حسن را داشت که اقتصاد ایران را از حالت بلاتکلیفی بعد از انتخاب ترامپ خارج کرد. گرچه باتوجه به ضرب‌الاجل ۱۸۰ روزه وزارت خزانه‌داری آمریکا به شرکت‌های خارجی برای پایان دادن به مرادوات نفتی خود با ایران، احتمال کاهش درآمدهای نفتی دولت ایران طی ماه‌های آتی دور از انتظار نخواهد بود. ولی بعید به نظر نمی‌رسد که این‌بار کاهش صادرات نفت ایران به اندازه میزان کاهش آن در دوران تحریم‌های قبلی (پیش از برجام) باشد. نباید از یاد برد که در لیست بزرگ‌ترین کشورهای واردکننده نفت از ایران، کشور چین در صدر قرار دارد که خود از بزرگ‌ترین مخالفان تحریم‌های

نرخنامه



نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۷۹۸,۴۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۸۳,۸۹۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۸۹۱,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۹۷۱,۰۰۰	▼
نیم سکه	۹۶۸,۰۰۰	▼
ربع سکه	۵۵۸,۰۰۰	
سکه گرمی	۳۵۲,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	
یورو اروپا	۷,۳۸۴	
پوند انگلیس	۸,۳۵۲	▼
درهم امارات	۱,۶۸۸	▼

اطلاعیه



میزان تأمین ارز رانندگان بین‌المللی ابلاغ شد مقصد رانندگان، مبنای تخصیص ارز

بانک مرکزی و گمرک در اطلاعیه‌های جداگانه‌ای میزان و شرایط ارز تخصیصی به رانندگان بین‌المللی را ابلاغ و اعلام کردند: بیشترین میزان ارز تخصیصی در این بخش ۴۵۰۰ یورو به مقصد انگلیس خواهد بود. بر اساس بخشنامه بانک مرکزی که به تأمین، انتقال یا پرداخت ارز بابت رانندگان کامیون‌های ایرانی به منظور خروج از کشور اختصاص دارد، رانندگان باید هنگام ارائه درخواست خرید ارز گذرنامه، دفترچه هندسه دولتمردان ایران نیست، چراکه بازگشت مبالغ حاصل از فروش نفت از درجه اهمیتی به‌مراتب بالاتر از فروش آن برخوردار است. تحریم‌های بانکی مانع بزرگی برای وصول مطالبات نفتی ایران به حساب می‌آید. گرچه ایران از ماه گذشته انجام معاملات نفتی بر پایه ارزی‌های جز دلار آمریکا را آغاز و اعلام کرده است که ارز مرجع خود را به یورو تغییر خواهد داد، ولی به گفته کارشناسان و کارشناسانی که در زمینه تحریم‌ها مطالعه می‌کنند، روی آوردن ایران فقط به یورو نمی‌تواند نقش زیادی در محافظت از شرکت‌های اروپایی که شدیداً به نظام بانکی بین‌المللی وابسته‌اند، داشته باشد. اگر ایران بتواند برای تحریم‌های بانکی نیز چاره‌ای بیندیشد ضربه به اقتصاد ایران از تیر رها شده چله دیوانه ترامپ کاهش چشمگیری خواهد داشت. اگر اتحادیه اروپا به حفظ شرایط حاضر ادامه دهد صادرات نفت خام ایران به هند تداوم خواهد داشت.

نوبت دوم

فراخوان مناقصه

وزارت امور
فرهنگ، هنر و تفریح آ.ایران
شرکت آب منطقه‌ای کردستان

شرکت آب منطقه‌ای کردستان در نظر دارد با رعایت قانون برگزاری مناقصات و آیین‌نامه اجرایی آن، مناقصه عمومی یک مرحله‌ای عملیات برق رسانی به تصفیه خانه آب شرب شماره ۲ شهر سنقر با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه را با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها را از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۹۷/۰۲/۲۹ می‌باشد.

- ۱- نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار: شرکت آب منطقه‌ای کردستان - سنندج - خیابان پاسداران - جنب مهابتسرای جهاتگردی - تلفن: ۳۳۶۲۲۹۴۹ - ۰۸۷ و دورنگار: ۳۳۶۲۲۹۴۷
- ۲- نام و نشانی واحد خدمات مهندسی مشاور: شرکت مهندسی مشاور موج آب به نشانی: تهران - بزرگراه همت - شهرک گلستان - میدان آتویش - خیابان بنفشه - پلاک ۵۲ - واحد یک - تلفن: ۰۲۱۴۴۷۳۶۶۶۹ و ۴۴۷۳۶۶۸۱ دورنگار: ۴۴۷۳۶۷۸۶
- ۳- شرح مختصری از کار: تهیه، حمل، نصب، تست و راه‌اندازی پست پاساز و حفاظت‌های شبکه به همراه کابل کشی‌های مربوطه و پست داخلی تصفیه خانه (شامل دو دستگاه ترانسفورماتور و تابلو MV مربوط به ترانس) و غیره مطابق با اسناد مناقصه.
- ۴- روش تأمین مالی پروژه: از محل تملک دارایی‌های سرمایه‌ای (عمرانی) - اسناد خزانه و اوراق مشارکت.
- ۵- برآورد کار: حدود ۳۹۶۱ میلیون ریال براساس فهرست بهای سال ۹۷
- ۶- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۲۰۰ میلیون ریال.
- ۷- مدت پیمان: ۶ (شش) ماه.
- ۸- محل اجرای پروژه: استان کردستان - شهرستان سنقر.
- ۹- شرایط شرکت‌کنندگان: شرکت‌کنندگان بایستی دارای حداقل پایه ۵ رشته نیرو و مورد تأیید شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان دارای ظرفیت آزاد باشند.
- ۱۰- تاریخ، مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه از سایت: از روز شنبه ۹۷/۰۲/۲۹ لغایت ۹۷/۰۳/۰۲
- ۱۱- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۹ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۳/۱۳ لازم به ذکر است مواردی از اسناد مربوطه را که لازم است تکمیل و در سایت بازگذاری نمایید و ضمانتنامه شرکت در مناقصه را در پاکت لاک و مهر شده به مدیریت حراست و امور محرمانه شرکت آب منطقه‌ای کردستان تحویل نمایید.
- ۱۲- زمانی بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۹۷/۰۳/۱۳

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۰۲۱۴۱۹۳۴
دفتر ثبت نام: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷

شرکت آب منطقه‌ای کردستان

شناخه آگهی ۱۷۵۹۲۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۰۲/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۰۲/۲۹

دریچه

چرا سکه فاکتور ندارد؟ سکه را وکیوم شده بخیریم یا بدون وکیوم؟

در سال‌های گذشته بارها بحث وکیوم سکه‌های طلا مطرح شده است، اما همچنان سرانجام خاصی برای این وضعیت وجود ندارد و خریداران سکه دچار مشکلات متعدد می‌شوند. محمد کشتی‌آرای، عضو هیأت رئیسه اتحادیه طلافروشان در این زمینه تأکید دارد بهتر است سکه بدون وکیوم خریداری شود. به گزارش ایسنا، اگرچه نرخ سکه و ارز هر روز به‌طور رسمی اعلام می‌شود اما گذری به بازار سکه‌فروشان گویای آن است که برخلاف تصور، قیمت واحدی در این بازار وجود ندارد و گاه حتی تا بیش از ۵۰ هزار تومان برای هر سکه بهار آزادی اختلاف قیمت مشاهده می‌شود. فروشنده‌گان هم در پاسخ به این سؤال که چگونه قیمت یک سکه در یک روز در چند واحد تا آن اندازه متفاوت می‌شود، تنها این پاسخ را می‌دهند که اگر نمی‌خواهید می‌توانید از واحدهایی که قیمت پایین‌ترین اعلام می‌کنند، خرید کنید. عضو هیأت رئیسه اتحادیه طلافروشان در پاسخ به اینکه چرا به گرانفروشی‌های سکه رسیدگی نمی‌شود، گفت واحدهای مجازی که تحت پوشش اتحادیه هستند از نظر قیمت قابلیت رسیدگی و نظارت دارند، بر این اساس اگر فردی دچار مشکل گرانفروشی شود، در صورتی که سکه خود را از طلافروشی‌های تحت نظارت اتحادیه طلافروشان خریداری کرده باشد، امکان پیگیری موضوع وجود خواهد داشت. اما به هر حال برخی واحدها تحت پوشش اتحادیه ما نبوده یا صرفاً با اعضای مجموعه ما محسوب نمی‌شوند. محمد کشتی‌آرای درباره اینکه از گذشته مرسوم بوده برای خرید سکه فاکتوری ارائه نشود، در چنین شرایطی چگونه می‌توان برای پرداخت هزینه‌ای که افراد می‌پردازند پشتوانه داشت؟ توضیح داد: سکه از گذشته دوران ارزانی هم فاکتور نداشته است، حال نیز چنین فاکتوری برای خرید در این بخش وجود ندارد. وی در پاسخ به این سؤال که با این شرایط اگر سکه خریداری شده، نقلی باشد خریدار چگونه می‌تواند حقوق خود را پیگیری کند؟ اظهار کرد: ما بارها خطاب به خریداران اعلام کرده‌ایم که خرید خود را از واحدهای مجازی که دارای جواز فعالیت هستند و جواز خود را در معرض دید قرار داده‌اند خرید کنند، در چنین شرایطی هیچ جایی برای نگرانی وجود ندارد، اما برخی واحدهای متفرقه، اجزای او... نیز هستند که ممکن است خرید از آنها مشکلاتی برای مردم ایجاد کند. بر همین اساس همچنان تأکید و توصیه ما به مردم آن است که برای خرید به واحدهای صنفی مجاز مراجعه کنند.

سبزیپوشی شاخص‌های تالار شیشه‌ای



افزایش قیمت سهام در بورس با دلایل غیراقتصادی بورس تهران در ماه‌های گذشته به دلایل غیراقتصادی با افت مواجه بود و در حال حاضر نیز بسیاری معتقد هستند که بعد از برطرف شدن این دلایل غیراقتصادی، قیمت‌ها به سطح گذشته نزدیک شده و رشد را تجربه خواهد کرد. همین نگرش موجب شده تا قیمت سهام‌ها در چند روز گذشته و از جمله در نخستین روز هفته با رشد همراه باشد. به گزارش ایسنا، چند روزی است که شاخص بورس اوراق بهادار تهران در حال رشد است. روز شنبه نیز بازار شاهد رشد قیمت سهام‌ها در تعدادی از گروه‌ها از جمله خودرو، نفت و فلزات اساسی بود. این در حالی است که قیمت سهام‌ها در بورس تهران در ماه‌های گذشته شاهد افت بی‌دری بود. از همین رو، عده‌ای به مباحث تکنیکالی اشاره می‌کنند و معتقدند بورس تهران در حال اصلاح سهام‌ها به سمت بالاست. آنها معتقد هستند که کاهش قیمت سهام‌ها و در نتیجه افت شاخص بورس تهران در ماه‌های گذشته به دلایل غیراقتصادی تا اندازه‌ای بوده که قیمت‌ها به کف رسیده‌اند و این موضوع سبب واکنش بازار شده است، در نتیجه طبیعتاً شاخص کل باید شرایط افزایشی را تجربه کند. علاوه بر این، فعالان بورس تهران هنوز نیم‌نگاهی به موضوع برجام و آینده آن دارند. در عین حال تصمیمات در بازارهای مالی کشور از جمله بازار پول نیز می‌تواند شرایط جدیدی را برای سهامداران به وجود آورد. در نخستین روز هفته نیز بیشتر سهام‌ها و در نتیجه شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس اوراق بهادار تهران ۱۶۲ واحد رشد کرد و به رقم ۹۵ هزار و ۱۰۳ رسید. همچنین شاخص کل هم‌وزن پس از ۱۱۰ واحد رشد تا رقم ۱۷ هزار و ۲۲۷ واحد بالا رفت. شاخص آزاد شتاب نیز ۱۶ واحد رشد کرد و تا رقم ۱۰۱ هزار و ۶۰۳ بالا رفت. شاخص بازار اول و بازار دوم نیز هر یک به ترتیب ۱۲۷ و ۲۸۲ واحد رشد کرد.

در این گروه ۴۸ میلیون سهم به ارزش ۱۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت.

در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز روز گذشته شاهد افزایش قیمت سهام‌ها بودیم. البته نمادهایی مانند ایران‌خودرو و صنایع پتروشیمی خلیج فارس به ترتیب ۴۳ و ۱۷ واحد تأثیر رساننده روی دماسنج بازار سرمایه داشتند.

در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای روند قیمت‌ها به جز در نماد نفت سپاهان افزایشی بود، هرچند که در این گروه بیشتر نمادها مورد یک درصد رشد قیمت داشتند. در این بین نمادی مثل پالایشگاه نفت لاوان ۴۹۸ درصد در قیمت پایانی رشد کرد، اما نفت پارس شاهد رشد فقط ۰۳ درصد بود.

استما در گروه فلزات اساسی تعداد بیشتری از نمادها نسبت به گروه فرآورده‌های نفتی با کاهش قیمت همراه بودند. در این گروه نوسان قیمت سهام‌ها عمدتاً کمتر از یک درصد بود.

ارزش معاملات بورس تهران در نخستین روز هفته به رقم ۱۸۴ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن بیش از ۸۵۹ میلیون سهم و اوراق مالی بود. تعداد معاملات نیز به رقم ۵۷ هزار و ۱۳ رسید.

ارزش معاملات بورس تهران در نخستین روز هفته به رقم ۱۸۴ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات فرابورس ایران به رقم ۳۳۶ میلیارد تومان رسید که حجم معاملات آن تا رقم ۳۲۷ میلیون سهم و اوراق مالی بالا رفت.

نگاه

خروج آمریکا از برجام تأثیر منفی بر عضویت ایران در آیسکو ندارد

جانشین رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در امور بین‌الملل، جزئیات حضور ایران در آخرین اجلاس سالانه آیسکو به عنوان عضو پیوسته را تشریح کرد. بهادار بیژنی در گفت‌وگو با سنا، درباره آخرین اجلاس آیسکو و حضور فعال ایران در این جلسات گفت: ما علاوه بر اینکه در کمیته رؤسا شرکت کردیم، در اجلاس هم که کمیته کشورهای اقتصادهای نوظهور است نیز حاضر شدیم. همچنین در کمیته منطقه‌ای آفریقا و خاورمیانه حضور داشتیم.

وی با اشاره به اینکه در جلسات مذکور نظرات ایران را تبیین کردیم، اظهار داشت: دکتر فلاح‌پور، معاون نظارت بر نهادهای مالی سازمان بورس که در مباحث مدیریت ریسک در ایران نظرات مطرح دارد، در این جلسات بحث‌هایی داشت و نظرات خود را مطرح کرد. ما در بحث امنیت سایبری نیز نقش داشتیم.

وی به عضویت ایران در کمیته سایبری هم در چند ماه گذشته اشاره کرد و گفت: این کمیته دوبار در سال جلسه برگزار می‌کند و ما برای جلسه بعدی آمادگی کامل داریم تا برنامه‌های خود را درباره امنیت سایبری آیسکو مطرح کنیم. بیژنی درباره خروج آمریکا از برجام و تأثیر آن بر عضویت سازمان بورس ایران در نهادهای مالی بین‌المللی گفت: رفتار آمریکا درباره خروج از برجام مغایر با قوانین بین‌المللی است. برجام منوط به مصوبه‌ای در قطعنامه سازمان ملل است و کلیه کشورهای عضو سازمان ملل باید در چارچوب این قطعنامه حرکت می‌کنند. با توجه به این قطعنامه، هیچ کشوری اجازه ندارد از این قرارداد خارج شود و آمریکا خلاف قانون بین‌الملل عمل کرده است. رفتار خلاف قوانین بین‌المللی آمریکا باعث شده تا به جز چند کشور خاص، هیچ کشوری از تصمیم ترامپ حمایت نکند.

او با اشاره به اینکه اروپا در حال تصمیم‌گیری و تعیین موضع در برابر رفتار آمریکا است، افزود: کشورهای اروپایی با دو رویکرد مختلف مواجهند: یا اینکه در مقابل تصمیم یکجانبه ترامپ کرنش کنند یا قدرت بحق خود را که منوط به مصوبه سازمان ملل است، نشان دهند.

Agencies and services listed in the left sidebar, including legal and consulting firms.

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی مزایده اموال غیر منقول مرحله اول).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به محمدرضا عزیززاده پاریوز).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی فقدان سند مالکیت).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به آقای اکبر صفرزاده‌مغانلو).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی حصر وراثت).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به آقای تریا محمدملک فرزند علی).

Advertisement for 'Agencies and services' (آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست و ضمانت به آقای اکبر صفرزاده‌مغانلو).

اگر جلوی دیجی کالا را بگیرید، آمازون وارد خواهد شد!



معاون علمی فناوری رئیس‌جمهور معتقد است که مقاومت در برابر شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان، پیامدی جز ورود خارجی‌ها به همراه ندارد و «تلگرام» را مثالی از این ماجرا می‌داند. به گزارش عصر ایران دکتر سورنا ستاری در بخشی از سخنانش گفت: «مدیریت کشور در حال حاضر به این نتیجه رسیده که اگر بخواهد در مقابل این بچه‌ها مقاومت کند، باید به خارجی‌ها اجازه ورود به کشور را بدهد. من این را در کنفرانس بانکداری هم گفتم. اگر جلوی دیجی کالا را بگیرید، آمازون وارد خواهد شد. اگر جلوی آپارات را بگیرید، یوتیوب وارد خواهد شد. اگر جلوی کافه بازار را بگیریم، پلی‌استور اینجاست، تلگرام حاصل بی‌عرضگی خودمان است.»

نگاه

برنامه‌ی هوشمندانه‌ی جف بزوس برای کارگران

بزوس در آخرین نامه خود به سهامداران آمازون، به این نکته اشاره می‌کند که آمازون کارمندان را در حوزه‌های جدیدی آموزش می‌دهد که فراتر از گستره فعلی فعالیت‌های این شرکت هستند. جف بزوس مدیرعامل آمازون ماه گذشته در نامه خود به سهامداران اعلام کرد که تعداد اعضای پرایم این شرکت (کاربرانی که با پرداخت حق اشتراک مخصوص، از مزایای ویژه‌ای بهره‌مند می‌شوند) به بیش از ۱۰۰ میلیون نفر رسیده است. البته این نامه حاوی جزئیات دیگری هم بود که توجه کمتری را به خود جلب کرد: یکی از برنامه‌های آمازون با نام Career Choice که در سال ۲۰۱۲ راه‌اندازی شده، در حال حاضر بیش از ۱۶ هزار عضو دارد. این برنامه به کارکنان ساعتی شرکت که حداقل یک سال سابقه دارند ۱۲ هزار دلار در سال کمک هزینه تحصیلی پرداخت می‌کند تا در یکی از ۴۰ رشته پیشنهادی مدرک خود را دریافت کنند. جالب اینجاست که برخی از این رشته‌ها نظیر مکانیک هواپیما و پرستاری، هیچ ارتباطی با کار این شرکت ندارند. هدف از این برنامه، رجحان دادن به فردیت کارمندان، فرای کاری که انجام می‌دهند و افزایش رضایت شغلی اعضای تیم‌ها است. اما نکته اصلی این نیست که چه افرادی، چرا، چگونه و به چه میزان از برنامه Career Choice منتفع می‌شوند. این جف بزوس است که با سیگنالی خیره‌کننده، به ما اشاره می‌کند که آینده شرکت خود را کجا می‌بیند: هم‌جا.

مأموریت و پیام واقعی

نخستین نکته قابل‌توجه این نامه هفت‌صفحه‌ای به سهامداران، این است که نیمی از آن به فلسفه بزوس اختصاص یافته و این بخش در ابتدای نامه آمده است. بزوس روی مسائلی فراتر از میزان رشد آمازون نسبت به سال گذشته متمرکز شده است. هنگامی که او در مورد مشتریان صحبت می‌کند، آنها را افرادی «همیشه ناراضی» یا «انتظاراتی که هرگز به‌ایستایی نمی‌رسند» می‌خواند او از این ویژگی‌ها شکایت نمی‌کند، بلکه آنها را ستایش می‌کند. او می‌نویسد: نمی‌توانیم به راهی که تا به امروز آمده‌ایم، قناعت کنیم. مردم با اشتیاق سیری‌ناپذیری منتظر روزهای بهتر هستند. خدماتی که تا دیروز فوق‌العاده به نظر می‌رسیدند، خیلی زود به سوزهایی عادی و پیش‌یافتاده تبدیل می‌شوند.

در نگاه اول به نظر می‌رسد که بزوس به مشتریان اشاره می‌کند، اما او بسا این اظهارات دید جهانی خود را بازتاب می‌دهد. اقدامات آمازون در طول دو دهه گذشته، کاملا رفتار مصرف‌کنندگان را پوشش داده است و بزوس معتقد است که این ذهنیت، در مورد کارمندان و کارگران نیز صادق است: نارضایتی شغلی و حرفه‌ای، تمایل به یافتن راه‌های بهتر و بالاترین استانداردها برای کاری که انجام می‌دهند. برنامه Career Choice تلاشی بی‌پایان برای خدمت به تقاضای بازار است، حتی اگر به معنی پرداخت کمک‌هزینه تحصیلی کارمندان و ارتقای مهارت‌های آنها در رشته‌هایی باشد که نهایتاً به ترک شرکت آمازون منجر شود.

آمازون با اجرای این برنامه، نیروی کار ماهر و متخصصی را در حوزه‌هایی پرورش می‌دهد که هنوز به آنها قدم نگذاشته، اما قصد دارد در آینده به آن زمینه‌ها نیز وارد شود. شکی نیست که در آن زمان، کارمندان آمازون که به لطف این برنامه‌های حمایتی پیشرفت چشمگیری داشته‌اند، ترجیح می‌دهند بازهم در کنار سازمان «مادر» خود باشند.

این اولین بار نیست که آمازون تفکر روبه‌جلوی خود را به مرحله اجرا درمی‌آورد. چند سال پیش هم این شرکت Amazon Go (نسخه خرده‌فروشی مواد غذایی روزمره) را راه‌اندازی کرد که مشتریان می‌توانستند پرداخت‌های خود را از طریق «حساب آمازون» خود انجام دهند. این سرویس خیلی زود با Amazon Fresh، سرویس تحویل مواد غذایی تکمیل شد. بسیاری از کارشناسان این دو سرویس را اجزای بی‌اهمیتی در دنیای بزوس می‌دانستند. اما آمازون پس از تحقیقات و آزمایش‌های هوشمندانه، مجموعه هول‌فودز را خریداری کرد و به یکی از بزرگ‌ترین کسب‌وکارهای مواد غذایی تبدیل شد. در سال ۲۰۱۳ نیز آمازون به یکی از سرویس‌های شکست‌خورده پستی آمریکا پیشنهاد داد که با سیستم تحویل این شرکت همکاری کند. امروزه این سرویس ۴۰ درصد از فرآیندهای حمل‌ونقل و تحویل این شرکت را پوشش می‌دهد. تصادفی نیست که آمازون پتنت پیک‌های روباتیکی را ثبت می‌کند که در خانه مشتریان را بازمی‌آورد و بسته‌ها را داخل خانه به مشتریان تحویل می‌دهند.

و در آخرین مرحله، درحالی‌که بسیاری از کارشناسان معتقدند آمازون برای ورود به برخی از صنایع نظیر داروسازی، با چالش‌های بسیار زیادی مواجه خواهد بود، اما تاریخ فعالیت‌های این شرکت به ما نشان می‌دهد که حتی کوچک‌ترین حرکت‌های آن را هم نباید دست‌کم بگیریم. درواقع برنامه‌هایی نظیر Career Choice نمودی از آینده‌نگری و هوشمندی بزوس هستند. او به کارمندان (مخصوصاً افرادی که از سطوح پایین دست‌مزد برخوردارند و توسط سایر شرکت‌ها نادیده گرفته می‌شوند) فرصت می‌دهد در ۴۰ رشته مختلف تحصیل کنند و مهارت‌ها و تخصص خود را بهبود دهند. مشخص است که بزوس برای آینده این شرکت، برنامه‌های جدیدی در ذهن دارد. تنوع و گستره فعالیت، معادل است با خلاقیت. آنچه بزوس «نارضایتی همیشگی مردم» می‌نامد، تعریف همه بازارهای امروزی است و بزوس بهتر از هر کسی می‌داند که موفقیت آینده، مستلزم فرهنگی خلاق و ذهنیتی باز است.

نگران نباشید، شما بازمی‌گردید!

آمازون همیشه در مورد «زمان مناسب» فکر می‌کند. این شرکت پول زیادی را روی دوره‌های زمانی بسیار طولانی، که سودآوری و درآمدزایی بالایی ندارند، سرمایه‌گذاری می‌کند. اما این تاکتیک همیشگی، بخشی از استراتژی بازی‌های بلندمدت بزوس است. به همین دلیل برنامه Career Choice نیز با فلسفه هوشمندانه او کاملاً همخوانی دارد. اگر فکر کنیم که این برنامه، به‌نوعی یک در خروجی است، زود قضاوت کرده‌ایم. کارمندی را در نظر بگیرید که با کمک این برنامه، تحصیلات و مهارت‌های خود را در رشته‌های دیگری تکمیل می‌کند و از آمازون به شرکت دیگری می‌رود که مرتبط با تخصص‌های جدید آنها است. اما در آینده، زمانی که آمازون فعالیت خود را در این حوزه‌ها آغاز کرد، از این کارمندان خلاق و متخصص نمی‌خواهد که به شرکت سابق خود برگردند، بلکه این کارمندان هستند که ترجیح می‌دهند به خانه قبلی خود بازگردند، یعنی همان‌جایی که چرخه ترقی خود را آغاز کرده‌اند. نامه بزوس به سهامداران، گویای این واقعیت است که او با پیش‌بینی فردایی بهتر، خدماتی فوق‌العاده را به ضعیف‌ترین و درعین‌حال خوش‌آهنگ‌ترین بخش نیروی کار ارائه می‌کند.

منبع FASTCOMPANY/zoomit

تیم کوک:

اپل موزیک ۵۰ میلیون کاربر دارد

در آخرین مصاحبه تلویزیونی بلومبرگ با تیم کوک، مدیرعامل شرکت اپل اعلام کرد کاربران اپل موزیک به بیش از ۵۰ میلیون نفر رسیده‌اند.

اخیراً مدیرعامل اپل مناظرهای تلویزیونی داشت که در آن از آمار و ارقام بسیار افتخار آمیزی صحبت کرده است. تیم کوک تأیید کرد کاربران اپل موزیک به بیش از ۵۰ میلیون نفر رسیده‌اند و این آمار، مجموع کاربران سرویس پولی و رایگان اپل موزیک را شامل می‌شود. در مقایسه با آمار منتشرشده در ماه آوریل که نشان از ۴۰ میلیون کاربر داشت، اپل پیشرفت مناسبی تجربه می‌کند.

به گزارش زومیت، به توجه به رشد اپل به نظر می‌رسد این شرکت در هر ماه ۴ میلیون کاربر سرویس رایگان را به کاربر سرویس پولی تبدیل می‌کند که این رقم بسیار قابل توجه است. با این اوصاف پیش‌بینی می‌شود که در سه سالگی سرویس اپل موزیک، اوایل فصل تعطیلات شاهد ۶۰ میلیون کاربر فعال باشیم. اسپاتیفای که اصلی‌ترین رقیب اپل به شمار می‌آید، اوایل ماه می اعلام کرد به ۷۵ میلیون کاربر رسیده است و پیش‌بینی می‌شود قبل از فصل تعطیلات به ۹۰ میلیون کاربر برسد. این در حالی خواهد بود که اپل به سه سالگی رسیده و اسپاتیفای ۸ ساله شده است.

اپل سعی دارد در حوزه تولید محتوا نقش پررنگ‌تری داشته باشد و این اولین باری است که تیم کوک در یک مصاحبه تلویزیونی به‌صورت مستقیم به آن اشاره دارد.

تیم کوک به بلومبرگ گفت: علاقه بسیار زیادی به کسب‌وکار تولید محتوا داریم و به اندازه‌ای که نام تجاری اپل اجازه می‌دهد، در این حوزه فعالیت خواهیم داشت. آماده نیستیم جزئیات بیشتری ارائه دهیم، اما به‌صورت جدی به حوزه محتوا نگاه می‌کنیم.

با توجه به اخبار منتشرشده در سال ۲۰۱۹، اولین اقدامات اپل در این زمینه به‌صورت رسمی معرفی خواهد شد. به‌طورقطع می‌توان گفت بخشی از تلاش‌های اپل در سال جاری مربوط به ورود قدرتمندتر به حوزه ویدئو برای سال آینده خواهد بود. نظر شما چیست؟ آیا اپل می‌تواند نتفلیکس را به چالش بکشد؟ در سال ۲۰۱۷ شاهد گزارش‌هایی از سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری اپل در زمینه ویدئو بودیم. این روند، زمانی رنگ و بوی خاص خود را پیدا می‌کند که گزارش‌های فعالیت جدی فیس‌بوک و یوتیوب جهت فراهم کردن استودیوهای سنتی برای رقابت سنگین‌تر با نتفلیکس منتشر شده است. مشارکت‌های اخیر اپل در تولید محتوای ویدئویی نشان می‌دهد که این شرکت در فکر ساخت پلتفرمی اختصاصی برای ویدئو است. ساختمان‌های کالیفرنیا توسط اپل خریداری شده که به‌احتمال زیاد مقر تولید محتوای ویدئویی است. فضایی که اپل برای آینده در نظر گرفته است، فضایی بسیار جدی و رقابتی‌تر برای تولیداتی بی‌نظیر در زمینه ویدئو به شمار می‌رود. ورود این شرکت می‌تواند ضمن گسترش و آشنایی بیشتر افراد با سرویس‌های ویدئویی، رقابت بسیار جالبی بین شرکت‌های فناوری شکل می‌دهد.

فعالیت کسب‌وکارهای اینترنتی در بستر تلگرام ممنوع شد

بستر تلگرام موجب ذخیره بخش عمده‌ای از داده‌های عظیم (big data) کشور در سامانه‌های رایانه‌ای خارجی و سوءاستفاده بیگانگان از این داده‌ها خواهد شد و با توجه به مجرمانه بودن اقداماتی که موجب دسترسی بیگانگان به داده‌های عظیم کشور می‌شوند، مقرر شد:



۱- مسئولان ذریع در وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف ایران و اتحادیه‌های امور صنفی به کلیه واحدهای صنفی اعم از کسب‌وکارهای اینترنتی و غیر اینترنتی سراسر کشور اعلام و ابلاغ کنند از هرگونه فعالیت تبلیغاتی و خدماتی در پیام‌رسان فیلتر شده تلگرام اکیداً خودداری و فعالیت‌های خود را به شبکه‌های اجتماعی بومی منتقل کنند. ۲- در صورتی که واحدهای صنفی پس از اطلاع‌رسانی به فعالیت صنفی یا تبلیغاتی خود در بستر شبکه اجتماعی تلگرام ادامه دهند، وزارت صنعت، معدن و مراجع صنفی اقدامات قانونی لازم را به‌عمل آورند.

دکتر عبدالصمد خرم‌آبادی در قالب یادداشتی در کانال خود در پیام‌رسان سروش نوشت: فعالیت صنفی در بستر تلگرام ممنوع است. واحدهای صنفی و کسب‌وکارهای اینترنتی فعالیت‌های خود را به شبکه‌های اجتماعی داخلی منتقل کنند.

به گزارش مهر، هفته گذشته جلسه‌ای با حضور نمایندگان مرکز ملی فضای مجازی، مرکز امور اصناف و بازرگانی وزارت صنعت معدن تجارت، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، اتاق اصناف ایران، پلیس اماکن ناچا و اتحادیه کسب‌وکارهای فضای مجازی در معاونت امور فضای مجازی دادستانی کل کشور برگزار شد. در این جلسه نحوه اجرای بخشنامه مورخه ۲۲ اسفند ۱۳۹۶ نیروی انتظامی در خصوص «ممنوعیت فعالیت واحدهای صنفی و تجاری کشور در بستر شبکه‌های اجتماعی بیگانه» مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در جلسه مذکور با تأکید بر اینکه فعالیت واحدهای صنفی در

طرح ملی توان‌افزایی زنان با رویکرد کسب‌وکار و کارآفرینی برگزار می‌شود

وی در خصوص شرایط شرکت‌کنندگان در این طرح با اشاره به رایگان بودن خدمات ارائه شده تصریح کرد: جوانان علاقه‌مند به خویش‌فرمایی، جوانان صاحب ایده و جوانانی که کسب و کار نوپا دارند می‌توانند در این طرح شرکت کنند.



محمدلو با بیان اینکه شرط سنی شرکت‌کنندگان ۲۰ تا ۴۰ سال است، متذکر شد: ثبت نام در این طرح، صرفاً از طریق سایت www.foundationed.ir انجام می‌شود و مخاطبان نهایی از بین ثبت نام‌کنندگان انتخاب خواهند شد. وی با اشاره به خدمات ارائه شده در طرح یادآور شد: افراد با شرکت در این طرح می‌توانند علاوه بر دریافت آموزه‌هایی در زمینه جست‌وجوی فرصت‌های کسب‌وکار و کارآفرینی، ایده‌یابی، بوم مدل کسب‌وکار و ترسیم نقشه راه با الگوی کارآفرینان موفق نیز آشنا شده و از خدمات مشاوره فردی و گروهی جهت تجاری سازی ایده خود بهره‌مند شوند.

فریبا محمدلو در حاشیه بازدید از کارگاه‌های تولیدی بانوان کارآفرین در اردبیل اضافه کرد: این طرح با هدف آگاه‌سازی مخاطبان از مزیت‌های اقتصادی و فرصت‌های کسب‌وکار بومی، آشنایی با فرآیند راه‌اندازی کسب و کار و ترغیب جوانان برای ورود به عرصه کارآفرینی برگزار خواهد شد.

به گزارش مهر، وی با اشاره به همکاری مشترک معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، دفتر امور بانوان و خانواده استانداری و بنیاد توسعه کارآفرینی زنان و جوانان در اجرای این طرح بیان داشت: در این طرح ۱۰۰ نفر از جوانان علاقه‌مند استان شناسایی و در سه روز از خدمات آموزشی و مشاوره‌ای طرح بهره‌مند می‌شوند.

مدیرکل امور بانوان و خانواده استانداری اردبیل ادامه داد: این طرح ویژه بانوان استان است و حداکثر ۳۰ درصد از سهمیه هر استان برحسب نیاز و علاقه‌مندی به مردان اختصاص پیدا می‌کند.

یک جامعه‌شناس:

ورود زنان به عرصه‌های کارآفرینی منجر به حل مشکلات می‌شود

یک جامعه‌شناس گفت: ورود زنان به عرصه‌های کارآفرینی منجر به حل بخش اعظمی از مشکلات می‌شود. دکتر فرهاد طهماسبی در گفت‌وگو با خبرنگار ایسنا، درباره موانع کارآفرینی زنان در استان اظهار کرد: سهم زنان در کارآفرینی بسیار اندک است که بخش اعظمی از این موضوع را می‌توان ناشی از موانع موجود در عرصه کارآفرینی آنان دانست. وی ادامه داد: زنان اگر امکان کارآفرینی داشته باشند قطعاً در کارهایی که تولید می‌کنند بیشتر از مردان به کار گرفته خواهند شد و به این ترتیب خودکفایی اقتصادی آنها افزایش خواهد یافت. طهماسبی خاطرنشان کرد: رشد سهم زنان در حوزه کارآفرینی منجر به رشد اقتصادی اجتماعی جامعه می‌شود.



دریچه



چطور می‌توانیم با داشتن درآمد متوسط، ثروتمند شویم؟

سرمایه‌گذاری و کمک کردن از قانون ۳۰/۷۰ استفاده می‌کند. او می‌گوید ۷۰ درصد درآمد خود را در کارهای مهم و ضروری خرج کنید و ۳۰ درصد را به ۳ قسمت ۱۰ درصدی تقسیم کرده و به سرمایه‌گذاری، پس‌انداز و کمک کردن به دیگران اختصاص دهید. این کار به شما امکان می‌دهد تا روی درآمد خود کنترل بهتری داشته باشید. باید کم‌خرج باشید، یعنی کمتر به رستوران‌های گران‌قیمت بروید، هدایای غیرضروری نخرید یا از وسایل نقلیه عمومی استفاده کنید.

در دخل و خرج و پس‌انداز کردن میان افراد پولدار و افراد فقیر تفاوت وجود دارد. به گفته ران، افراد فقیر ابتدا پول‌های خود را خرج می‌کنند و مابقی آن را پس‌انداز می‌کنند، اما افراد ثروتمند ابتدا سهم لازم را پس‌انداز کرده و مابقی آن را خرج می‌کنند. پس برای پولدار شدن باید قبل از این که محصولی بخرید، از خودتان بپرسید آیا واقعاً به این محصول نیاز دارم یا تنها دلم می‌خواهد آن را داشته باشم؟

یک برنامه مناسب برای سرمایه‌گذاری داشته باشید

افراد پولدار به خوبی می‌دانند برای زیاد کردن پول‌های‌شان نیاز است یک نقشه سرمایه‌گذاری داشته باشند. این نقشه باید متشکل از پرداخت منظم به حساب بوجه مشترک، حساب تجاری و حساب بانکیست. باشد. برای ثروتمند شدن و زیاد کردن میزان دارایی خود نیاز به سرمایه‌گذاری‌های ارزشمند و بزرگ دارید. پس می‌توانید روی یک کسب‌وکار، بازاریابی، فروش محصولات جدید یا یک شرکت و استارت‌آپ سرمایه‌گذاری کنید. البته قبل از اینکه اقدامی انجام دهید، ریسک کار را در نظر بگیرید و با دانش کامل دست به سرمایه‌گذاری نزنید. ابتدا اطلاعات خود را در حوزه امور مالی افزایش دهید و با دیگران در این باره حرف بزنید. باید سرمایه‌گذاری خود را از تمام جوانب مورد بررسی قرار دهید و به اطلاعات لازم دست یابید.

علاوه بر سرمایه‌گذاری، باید ۱۰ درصد از حقوق روزانه خود را به پس‌انداز اختصاص دهید. حتی می‌توانید از کارفرمای خود بخواهید تا این مبلغ را به حساب دیگری بریزد. پس‌اندازهای خود را راحت خرج نکنید، بلکه آن را برای روزهای سخت زندگی و حوادث غیرقابل پیش‌بینی کنار بگذارید. پس‌انداز کردن کمک می‌کند وقتی به پول نیاز دارید دست به حساب سرمایه‌گذاری خودتان نزنید.

به افراد نیازمند پول دهید

شاید خیلی برایتان سخت باشد به کس دیگری پول قرض دهید، اما باید بدانید این کار به قدر سرمایه‌گذاری برای ثروتمند شدن مهم است. وقتی به کسانی که نیاز به پول دارند قرض دهید، با افراد بیشتری ارتباط برقرار خواهید کرد و این می‌تواند به موفقیت مالی شما کمک کند.

وقتی به دیگران کمک کنید برای انجام این کار احساس خوشحالی و مفید بودن خواهید داشت. برای ثروتمند شدن تنها نباید پول‌ها را در یک حساب بانکی جمع کنید، بلکه باید کاری انجام دهید که برای تمام جامعه مفید باشد.

افراد می‌توانند کار را انجام می‌دهند باور دارند همان احساس خوبی که به دیگران منتقل می‌کنند، در آخر به زندگی خودشان برمی‌گردد و در زندگی احساس شادی و رضایت خواهند داشت.

منبع: entrepreneur/ucan

برای فعالان دانش بنیان؛ حذف شرط معدل از تسهیلات سربازی

استخدام درآیند. پرداخت حقوق دوره نظام‌وظیفه تخصصی، حداقل مطابق مقررات ستاد کل نیروهای مسلح صورت می‌پذیرد.

سید محمد صاحبکار با بیان اینکه طرح نظم وظیفه تخصصی برای افراد فعال در شرکت‌های دانش‌بنیان، شرکت‌های مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های فناوری از بهمن ماه ۹۵ آغاز شده است، خاطر نشان کرد: بدین واسطه افرادی که در شرکت‌های دانش‌بنیان هستند و زمان سربازی آنهاست می‌توانند از این تسهیلات بهره ببرند.

وی افزود: دانش‌آموختگان دوره‌های «دکترای حرفه‌ای» و نیز دوره‌های «تخصص بالینی، تخصص پزشکی و فوق تخصص» مورد تأیید وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی؛ به ترتیب



معادل با دانش‌آموختگان دوره «کارشناسی ارشد» و دوره «دکترای تخصصی» محسوب می‌شوند و می‌توانند از تسهیلات سربازی تخصصی استفاده کنند.

معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهور و بنیاد ملی نخبگان به منظور پشتیبانی از فعالیت‌های تخصصی دانش‌آموختگان برتر دانشگاهی که به فعالیت‌های فناورانه اشتغال دارند، تسهیلات نظام وظیفه تخصصی

را برای افراد فعال در شرکت‌های دانش بنیان، مستقر در مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در نظر گرفته است.

به گزارش مهر، در راستای افزایش اثر بخشی خدمت سربازی و نیز حمایت از نهادهای فناورانه شیوه‌نامه‌ای در چارچوب قوانین و مقررات کشور، برای بهره‌مندی از تسهیلات خدمت نظام وظیفه تخصصی نگاشته شد.

در این شیوه‌نامه آمده است: زمان دوره خدمت نظام‌وظیفه تخصصی حداقل برابر با نیمی از دوره رسمی نظام‌وظیفه سایر مشمولان هم‌تراز پس از کسر خدمت‌های

قانونی دیگر است که براساس مدت زمان اجرای طرح تعیین می‌شود. مشمولان این شیوه‌نامه مجازند قبل از دریافت کارت پایان خدمت و پس از طی دوره آموزش نظامی، در دستگاه‌های غیر نظامی به



کمبریج آنالیتیکا اعلام ورشکستگی کرد

مرسر، مالک کمبریج آنالیتیکا و یکی از حامیان اصلی دونالد ترامپ امضا شد. این درخواست در دادگاه ورشکستگی ایالات متحده در منطقه جنوبی نیویورک ارائه شد.

شرکت کمبریج آنالیتیکا در نامه اعلام ورشکستگی، داری‌های خود را حدود ۱۰۰ تا ۵۰۰ هزار دلار اعلام کرده و بدهی‌اش را نیز بین یک تا ۱۰ میلیون دلار ثبت کرده است. این شرکت که مقر آن در لندن قرار دارد سال ۲۰۱۳ با هدف تمرکز روی انتخابات ایالات متحده آمریکا تأسیس شد و خانواده مرسر با رقمی حدود ۱۵ میلیون دلار از این شرکت پشتیبانی کردند. نام کمبریج آنالیتیکا نیز به پیشنهاد مشاور قبلی دونالد ترامپ در کاخ سفید یعنی استیو بنن انتخاب شد.

بحران کمبریج آنالیتیکا ضربه بزرگی به فیس‌بوک و موسس آن مارک زاکربریگ وارد کرد. این شرکت از زمان انتشار اخبار بارها در آمریکا و اروپا مورد بازجویی قرار گرفته و در مورد حفظ حریم خصوصی کاربران مجبور به پاسخگویی شده است.

کمبریج آنالیتیکا که بیشتر نامش را با بحران اخیر ایجاد شده برای حریم خصوصی کاربران فیس‌بوک می‌شناسیم، به‌طور رسمی اعلام ورشکستگی کرد. به گزارش زومیت، کمبریج آنالیتیکا، شرکت مشاوره سیاسی بود

که در مرکز بحران ایجاد شده برای فیس‌بوک قرار داشت. این شرکت پنجشنبه گذشته به‌طور رسمی اعلام ورشکستگی کرد. نام کمبریج آنالیتیکا از مارس سال جاری میلادی بر سر زبان‌ها افتاد. در آن زمان، شایعاتی در مورد استفاده از اطلاعات خصوصی حدود ۸۷ میلیون کاربر فیس‌بوک توسط این شرکت منتشر شد. کمبریج آنالیتیکا در انتخابات سال ۲۰۱۶ توسط کمپین انتخاباتی دونالد ترامپ استخدام شده بود.

کمبریج آنالیتیکا و شرکت مادر آن یعنی SCL Elections Ltd در ابتدای ماه جاری میلادی اعلام کردند که قصد تعطیلی شرکت‌ها و اعلام ورشکستگی دارند.

تقاضانامه رسمی این شرکت پنجشنبه گذشته در غیاب هیات مدیره آن توسط ربکا و جنیفر مرسر، دختران میلیاردر مشهور رابرت



کارگاه برندینگ

BRAND

معرفی انواع برند: ۲۱ نوع مختلف
برند را بهتر بشناسیم (۴)

در شماره قبل تعدادی از انواع برندها را توضیح دادیم و در این شماره به چند نوع برند دیگر خواهیم پرداخت.

برند اخلاقی (Ethical)

به دو روش مورد استفاده قرار می‌گیرد. اولی توصیفی از آنکه برند چگونه کار می‌کند، خصوصا تکنیک‌هایی که به کار می‌گیرند و تعهداتی که در حوزه‌هایی مانند امنیت نیروی کار، مسئولیت اجتماعی شرکت (CSR) و مواردی از این دست دارند، مشخص می‌کند که به عنوان برندی اخلاقی شناخته می‌شوند یا خیر؟ دومی، مشخص کردن حداقل و محدوده کیفیتی که مشتریان به دنبال آن هستند تا از این طریق اطمینان حاصل کنند برندی که انتخاب می‌کنند، مسئولیت‌پذیر است. می‌توان با اطمینان عنوان داشت که موفق‌ترین برندهای اخلاقی، آنهایی‌اند که تجارت منصفانه‌ای دارند. این نوع نام‌های تجاری عموماً تحت عنوان NGOها شناخته می‌شوند.

برند سلبریتی یا اشخاص مشهور (Celebrity)
روشی است که اشخاص مشهور از ترکیبی از محتوای ارسالی در شبکه‌های اجتماعی، ظاهر، محصولات و حواسی، جهت حفظ موقعیت و هیجان بخشیدن به دنبال‌کنندگان برای برجسته بولد کردن ویژگی‌های خود، به کار می‌برند. مدل کسب‌وکار (تعجب نکنید که آن را مدل کسب‌وکار می‌خوانیم، افراد مشهور هم اگر برای خود بازاریابی نکنند و برنامه‌ای برای متمایز کردن خود از دیگران نداشته باشند، به زودی فراموش خواهند شد) برای این افراد از ظهور در تبلیغات رشد کرد و اکنون موارد دیگری از جمله جوایز و گواهینامه‌ها، تاییده‌ها، نقش سفیر یک برند بودن و برندهایی که بسته به مکان به وجود می‌آیند (مانند فرش قرمز) را شامل می‌شود. افراد مشهور و به خصوص فوتبالیست‌ها که عمر حرفه‌ای کمی دارند علاقه زیادی به برند کردن خود نشان می‌دهند زیرا از این طریق می‌توانند حتی پس از اتمام دوران حرفه‌ای خود کسب درآمد داشته باشند.



برند ملی (Nation Brand)

از آنجایی که برند مکان مربوط به نواحی خاصی مانند شهر یا روستا و ... می‌شود، برند ملی و قومی هم همانطور که از نامش پیداست، برای معرفی و ایجاد دیدگاه و شهرت در زمینه‌ای خاص برای کشورها است. مثلاً همه ژاپن را به سختکوشی و آلمان را به نظم می‌شناسند.

برندهای غیرانتفاعی یا NGO - Non - Governmental Organization

در برندهای غیر انتفاعی، مدل‌های ارزشی از اینکه صرفاً جنبه کمک مالی و قرض‌الحسنه باشند خارج می‌شوند و به سمت مأموریت‌های اجتماعی رو می‌آورند. این برندها، توسط برخی افراد در جامعه و انجمن‌های غیرانتفاعی، پذیرفته شده نیستند، چراکه آن را به عنوان نهادی می‌شناسند که به فکر فروش و سودآوری است.

برند لوکس (Luxury)

برندهای لوکس، نام‌های تجاری با پرستیژ هستند که وضعیت اجتماعی و تأییدیه‌ای را به مصرف‌کنندگان می‌رسانند. این برندها باید مرزی مشخص را بین واقعیت و ویژگی‌های انحصاری تعریف کنند. آنها این کار را با استفاده از کیفیت، ارتباطات و داستان‌سرایی انجام می‌دهند. این برندها انتقال تصویر و شور و شوق به بازار خود را تکمیل کرده‌اند، اما همچنان در مقابل انتظارات و اطمینان مصرف‌کنندگان آسیب‌پذیر هستند و از جانب برندهای «لوکس مقرون به صرفه» تحت فشار هستند. نکته‌ای که در خصوص این برندها وجود دارد ارزش ویژه برند است، این ارزش ویژه به واسطه باوری است که در ذهن افراد ایجاد شده است، مثلاً شاید کفشی بدون نام تجاری شناخته شده کیفیتی برابر با کفش زارا داشته باشد اما بسیاری ترجیح می‌دهند کفشی را بخرند که نام زارا بر روی آن درج شده باشد، چراکه می‌خواهند به واسطه این انتخاب خود را به دیگران معرفی کنند. بنابراین شناخته شدن به عنوان برند لوکس ملزم به آن است که داستان خود را به گونه‌ای در بازار تعریف کنید که افراد تمایل پیدا کنند برای معرفی خود به داستان شما رو بیاورند.

ادامه دارد. . .

منبع: belovedmarketing

از نقلیکس گرفته تا جنگ‌ستارگان و بی‌بی‌سی

برندهای بزرگ چگونه در حوزه روابط عمومی موفق ظاهر می‌شوند؟



در عرصه روابط عمومی به ارمان آورد.

براین اساس شرکت لیفت مسافراتی را که طرفدار این سریال هستند در موقعیت‌های شبیه به سکانس‌های وحشتناک سریال قرار می‌داد. شکی نیست که به عنوان طرفدار یک مجموعه تلویزیونی هیچ چیز به اندازه حضور در فضایی شبیه به آن مجموعه ما را هیجان‌زده نخواهد کرد.

HostleWorld: تغییر تصویر شرکت با استفاده از خواننده مشهور

گشت‌وگذار در چهارسوی دنیا تجربه‌های بی‌ظنیری را پیرامون زندگی در اختیار افراد قرار می‌دهد. با این حال تمام ماجرای سفرها مربوط به خاطرات خوش نیست. به‌طور معمول در سفرها خاطراتی هستند که همه ما دوست داریم آنها را برای همیشه از ذهن‌مان پاک کنیم. تجربه یک شب حضور در HostleWorld یکی از این تجربه‌های نه چندان لذت‌بخش است، با جست‌وجویی ساده در اینترنت فقط شرکت‌های بزرگ و موفق را مدنظر دارم. یکی از منابع مناسب برای اطلاع از شیوه فعالیت برندهای بزرگ در حوزه روابط عمومی سایت PR Examples نام دارد. در این مقاله به منظور صرفه‌جویی در زمان مخاطب به چند مورد از مهم‌ترین مثال‌های این پایگاه اطلاعاتی اشاره خواهم کرد. بدین ترتیب به هنگام مواجهه با مسئله‌ای در بخش روابط عمومی می‌توانید از مثال‌های ذکر شده نهایت استفاده را ببرید.

لیفت و نقلیکس: شوخی عجیب‌وغریب

ساخته‌های نقلیکس معمولاً جزو برنامه‌های پرمخاطب در جهان طبقه‌بندی می‌شود. بر همین اساس مجموعه Strange Things با آماري حدود ۳۶۰ هزار مخاطب در روز نخست انتشار رکوردی بی‌ظنیر را از خود به جای گذاشته است. یکی از دلایل موفقیت بسیار بالای سری دوم این سریال همکاری شرکت نقلیکس و شرکت حمل‌ونقل مسافر لیفت بود. این همکاری که بر پایه شوخی عجیب و غریبی بنا نهاده شده بود، موفقیت بی‌ظنیری را

پیام HostleWorld بسیار ساده و در عین حال روشن بود: اگر اقامتگاه‌های ما برای فردی مانند ماریا کرای مناسب

است، آنگاه برای دیگران نیز مناسب خواهد بود.

Lawyer. Com: انتخاب لیندسی لوهان به عنوان سخنگو

بی‌تردید انتخاب بازگیری مشهور مانند لیندسی لوهان به عنوان سخنگوی شرکت برای هر برندی موفقیتی چشمگیر در حوزه روابط عمومی محسوب می‌شود. همچنین اگر کسب‌وکارمان به نوعی خاص باشد، این همکاری بیش از پیش باعث افزایش شهرت، جذب مخاطب و در نهایت افزایش سود خواهد شد. مؤسسه Lawyer به عنوان برندی فعال در زمینه ارائه خدمات حقوقی و ارتباط افراد عادی با وکیل‌های مجرب به خوبی از این شیوه استفاده کرده است.

زمینه اصلی موفقیت کمپین مؤسسه Lawyer مشکلات حقوقی قبلی لوهان، به عنوان بازگیری مشهور است. براین اساس هنگامی که فردی با دغدغه‌های حقوقی بزرگ و پیچیده از خدمات مؤسسه ما بهره‌مند شده و از همه مهم‌تر رضایت خاطر نیز دارد، بنابراین سطح کیفی سرویس‌های شرکت تضمین شده به حساب خواهد آمد. شعار اصلی این کمپین نیز بر اساس القای یک پیام ساده استوار بود: شما (در مواجهه با مسائل حقوقی) تنها نیستید.

در هر صورت استفاده از چهره‌های مشهور به عنوان سوزنه‌های تبلیغاتی تأثیر انکارناپذیری روی جلب توجه مخاطب دارد. با این حال این شیوه نباید بیش از اندازه نخنما اجرا شود. به این ترتیب سلبریتی مدنظر شما باید حتما تجربه استفاده از خدمات برندان را داشته باشد، در غیر این صورت کمپین‌تان باورپذیر نبوده و به طبع موفقیت چندانی به بار نخواهد آورد.

لاجیتک: شوخی هوشمندانه در روز دروغ آپریل

ساعت‌ها پس از روز دروغ آپریل، تقریباً تمام شرکت‌ها در تلاش برای ارائه اخبار جعلی و استفاده از حقه‌های محبوب در این روز هستند. در این میان یکی از موفق‌ترین دروغ‌های امسال که نتایج مثبت بسیاری برای شرکت مربوطه به بار آورد، رونمایی از نسخه ویژه کسب‌وکار

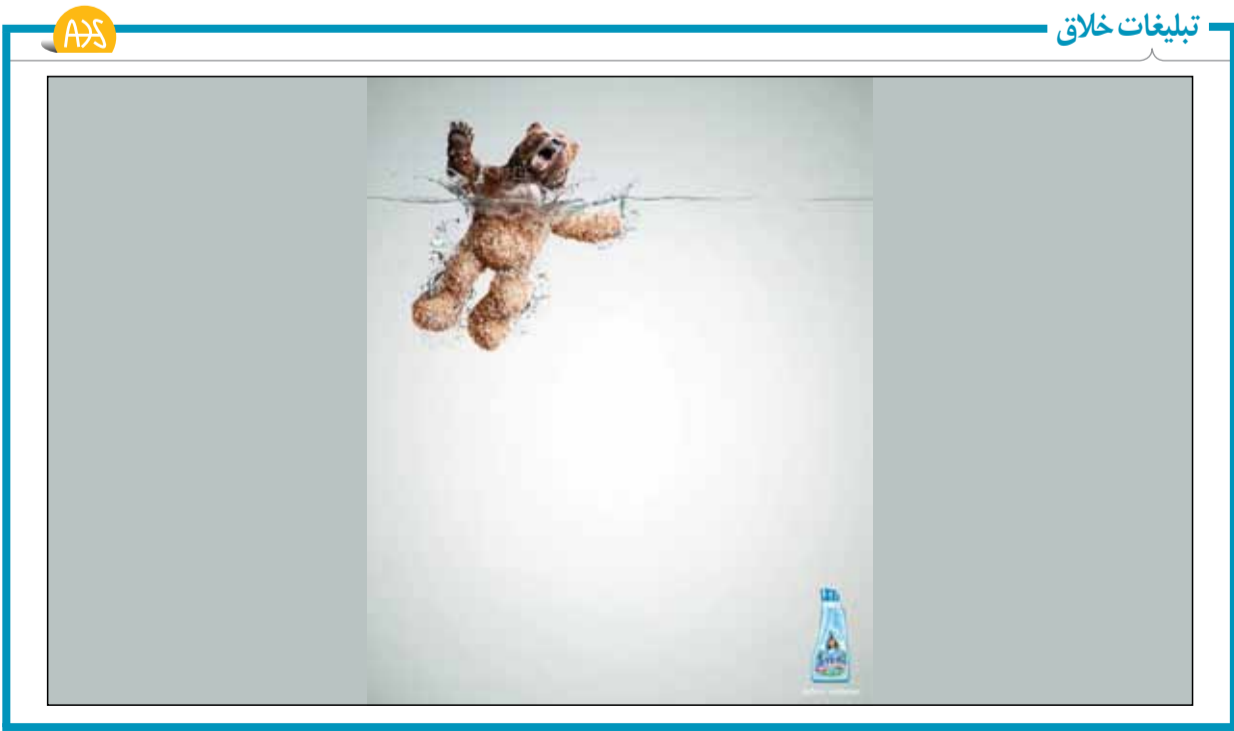
تشخیص ویدیویی صحبت‌های افراد بود. شاید در نگاه نخست این محصول بسیار جدی و کاربردی به نظر برسد. با این حال با ارائه یک نام کاملاً معمولی سیستم شروع به طرحی جوک و گفت‌وگوهای خنده‌دار پیرامون برندهای بزرگ دنیا می‌کند. استفاده از نام‌های واقعی به هنگام طراحی شوخی بیش از پیش بر محبوبیت این دستگاه تقریباً عاری از کاربرد حرفه‌ای افزوده است. به این ترتیب با ارائه شوخی‌های جالبی لاجیتک پیروز اصلی روز دروغ آپریل سال گذشته لقب گرفت.

Old Spice: ژاکت کاغذی تبلیغاتی

به‌طور معمول تبلیغات برندهای حوزه پوشاک در مجله‌ها محدود به ارائه تصاویری از تازه‌ترین تولیدات‌شان است. در این میان اگر از مدل‌های مشهور نیز استفاده کنید، دیگر به‌طور کامل کلیشه‌های این حوزه از تبلیغات را رعایت کرده‌اید. کشف بزرگ برند Old Spice عدم علاقه مخاطب‌ها در دهه دوم قرن ۲۱ به تبلیغات این چینی است. به عبارت ساده، خواننده‌های مجلات علاقه‌ای به ورق زدن صفحات تبلیغاتی ندارند. بر همین اساس تیم روابط عمومی این شرکت تبلیغ جدید و خلاقانه‌ای را ترتیب داد: استفاده از ژاکت‌های کاغذی به عنوان سوزنه تبلیغاتی در مجلات. براین اساس در برخی از مجلات منتخب این لباس‌های کاغذی قرار داده شد. به جای پر کردن صفحه تبلیغات با تصاویر مدل‌ها نیز توضیحاتی پیرامون مدل واقعی این ژاکت‌ها به مخاطب ارائه شد. به این ترتیب به عنوان خواننده مجله امکان استفاده از این ژاکت‌ها برای مشاهده ظاهرشان به‌طور فیزیکی وجود دارد.

بی‌تردید ایده Old Spice تحولی مهم در عرصه تبلیغات و روابط عمومی به حساب می‌آید. ایجاد تغییرات و ارائه ایده‌های تبلیغاتی جدید بی‌تردید همیشه موفقیت‌آمیز نیست، اما کیفیت طرح Old Spice به قدری بود که تقریباً نگاه تمام مخاطب‌ها را به خود جلب کرد.

ادامه دارد. . .
منبع: hubspot



مدرسه تبلیغات

ADS

واقعیت تبلیغات (۲۷)

ابزار تبلیغات - بخش دوم

به قلم راسر ریوز

اکنون چند مثال را بررسی خواهیم کرد:

تونیک مو

یواس بی یک تونیک مو ادعا می‌کرد که این محصول در مقایسه با سایر رقبا، از چربی کمتری برخوردار است. البته این یواس بی در تبلیغ رادیویی در قالب کلمات ارائه می‌شود ولی در ویدئو فشار بسیار بیشتر بود. در تبلیغ دو مرد حضور داشتند که یکی از آنها از محصول شرکت و دیگری از محصول سایر رقبا استفاده کرده بود. دو زن با استفاده از دستکش‌هایی بلند و زیبا موهای مردان را لمس می‌کردند. دستکش یکی از زنان چرب و کثیف شد اما دوربین دستکش‌های فرد دیگر را نشان می‌دهد که تمیز و کاملاً سفید باقی مانده است. در چنین تبلیغی کلمات هیچ اهمیتی نخواهند داشت. تصویر از طریق چشم به مغز ارسال می‌شود و پیام به بهترین شکل و بدون استفاده از هیچ کلمه‌ای ارائه خواهد شد. این تبلیغ را با تبلیغات ویرتینی که در آنها تنها تصویر محصول پخش می‌شود یا نمادهای بصری آقای مارتینیو اشتباه نگیرید. اکنون ظاهر و احساس برای ما هیچ اهمیتی ندارند و فقط بر روی ارائه یک یواس بی خاص تمرکز خواهیم کرد. مثال بعدی:

برنج

برای آسیاب کردن برنج باید از روندی خاص پیروی کرد. آسیاب معمولی بخش مغزی برنج را که سرشار از ویتامین ب است، از آن جدا خواهد کرد. چنانچه این تبلیغ به زبانی ساده و عامیانه بیان می‌شود، با چنین جمله‌ای مواجه می‌شدیم: «ما ویتامین ب بیشتری داریم». به جای استفاده از این جمله، دو دانه برنج به تصویر کشیده می‌شود. بر روی پوست هر دو برنج این کلمه به چشم می‌خورد: «ویتامین ب». دستگاهی پوست یکی از دانه‌ها، یعنی ویتامین ب، را جدا می‌کند. سپس دو پیوستون از پایین و بالا صفحه وارد کادر می‌شوند و کلمه «ویتامین ب» را وارد دانه دیگر می‌کنند. تبلیغ قبلی این محصول، که بدون استناد به واقعیت تبلیغات و با استفاده از تصاویر بی‌روح و تکیه بر انتقال احساس ساخته شده بود، با شکست عظیمی مواجه شد و تنها ۵ درصد از مردم ویژگی واقعی محصول را درک کردند. ویدئوی جدید درصد را به ۶۵ رساند. تبلیغ پیچیده، مبهم و فنی در یک چشم بهم زدن به موفقیتی بزرگ دست پیدا کرد. مثال بعدی:

خمیرندان

در ساخت یک خمیرندان از موادی خاص استفاده شده بود که از دندان در مقابل پوسیدگی محافظت می‌کردند. این مواد نامرئی بودند و مشکل اصلی شرکت «یافتن ویدیویی برای مادهای نامرئی» است. در تبلیغ، پدری در کنار فرزند و همسر خود ایستاده بود. حدوداً ۵۰ متر دورتر از این خانواده، فوتبالیستی به توپ ضربه می‌زند. توپ با حرکت آهسته می‌چرخد و بزرگ و بزرگ‌تر می‌شود و درست در لحظه‌ای که تصور می‌کنیم با صورت مرد برخورد خواهد کرد، به شیشه‌ای نامرئی خورده و متوقف می‌شود.

مرد رو به دوربین می‌کند و می‌گوید: «همانطور که این شیشه از من و خانواده‌ام محافظت کرد. . .»

این یواس‌بی‌ها بدون استفاده از کلمات و به بهترین شکل ممکن در ذهن میلیون‌ها بیننده ثبت شدند. تفاوت زمانی این تبلیغات شاید ۱۰ یا ۱۲ ثانیه باشد، ولی به قول فرانسوی‌ها، «زنده باد تغییر!». این تصاویر برای شرکت‌ها سودی چند میلیون دلاری به ارمان خواهند آورد. احتمالاً برخی از طراحان چنین خواهند گفت: «هولی تصاویر زیبا و جذاب من کاملاً نابود شده‌اند!» دلیل این اتفاق، استفاده از زیبایی و جذابیت اشتباه است؛ این افراد تنها به سلیقه و نیاز خود توجه دارند و واقعیت تبلیغات را نادیده می‌گیرند.

افراد فعال در حوزه تبلیغات باید درست مثل طراحان استعداد خود را کنترل و هدایت کنند. نباید از کمپین‌ها برای تحقق رویاها و آرزوهای خود استفاده کنید. کمپین یک ابزار است و باید در راستای دستیابی به هدفی خاص به کار گرفته شود. هدف کمپین، برقراری بهترین ارتباط با جامعه و انتشار مؤثر پیام تبلیغ است.

این هنر واقعی تبلیغات است. از بنونوتو چلینی، زرگر مشهور، درخواست شد که برای شاه فرانسویس اول نمکدان بسازد. امروز آن نمکدان در موزه نگهداری می‌شود. نمکدانی زیبا به شکل لاک‌پشت با لاک‌های از جنس طلا که امروز هزاران دلار قیمت خواهد داشت. ولی برای پادشاه فرانسویس این تنها یک نمکدان ساده بود و تنها در زمان صرف غذا از آن استفاده می‌کرد. چلینی مهندسی ماهر بود. مطمئناً چنین شخصی برای ساخت یک آچار ساده که تنها کاربرد آن سفت کردن پیچ و مهره‌های آهنین است، از طلا و جواهرات استفاده نخواهد کرد. قطعاً محصول نهایی چلینی بی‌شباهت به آچارهای امروزی نخواهد بود و در ساخت آن نیز از فلزات محکمی استفاده خواهد شد.

شاید نتیجه کار او بسیار زیباتر از یک آهنگر ساده باشد. به یاد داشته باشید که تبلیغ نیز یک ابزار است. ابزاری که ایده‌ها و اطلاعات یک محصول را به مخاطب انتقال خواهد داد. چنانچه تبلیغات مدرن را با چنین معیاری بسنجید، مطمئناً تعداد زیادی از تبلیغات نمره قبول کسب نخواهند کرد.

ادامه دارد. . .

منبع: کتاب reality in advertising

نحوه شناسایی اینفلوئنسر ها

اولین قدم در اینفلوئنسر مارکتینگ شناسایی اینفلوئنسر ها است. اینفلوئنسر ها به بخش های جداگانه خاصی در بازار تقسیم می شوند و به عنوان کانال برای کل بخش هدف مورد استفاده قرار می گیرند. در حالی که فهرستی از اینفلوئنسر های عمومی وجود دارد، اما به عنوان هدف برنامه یک تجارت در بخش خاص کمتر مورد استفاده قرار می گیرند. سایت هایی وجود دارند که هنگامی که کمپین خود را طراحی کرده اید می توانید اینفلوئنسر هایی را که مشتاق هستند در کمپین شما شرکت کنند، پیدا کنید همچنین با استفاده از شبکه های اجتماعی می توانید اینفلوئنسر ها را بر اساس کلیدواژه ها یا کسانی را که متعلق به صنعت خاصی هستند بیابید.

سرویس های تحت وب می توانند برای به دام انداختن سایت هایی که بر اساس شبکه های اجتماعی کار می کنند استفاده شوند. در این شبکه های اجتماعی کاربران می توانند روی مخاطبان خود تأثیر گذار باشند. در نهایت شرکت مارکتینگ تأثیر گذار از تأثیر گذاران می خواهد تا با استفاده از محصولات یا سرویس های یک شرکت خاص روی شبکه های اجتماعی خود محتوا ایجاد کرده و آن را به بحث بگذارند. سپس مشتریان می توانند استفاده از محصولات شرکت را از طریق کسی که روی آنها تأثیر داشته است ببینند. علاوه بر این، تکنیک های تحقیق در بازار می توانند برای شناسایی اینفلوئنسر ها، با استفاده از معیار های از پیش تعیین شده برای تعیین میزان و نوع اینفلوئنسر استفاده شوند.



بیشتر نوشته ها در مورد اینفلوئنسر ها متمرکز بر بازار مصرف کننده است و دید کمتری نسبت به اینفلوئنسر های B2B وجود دارد. تمایز کلیدی بین مصرف کننده و بازار های تجاری این است که بیشتر تمرکز بازار مصرف کنندگان بر نفوذ خود مصرف کننده است. این به این دلیل است که ارتباطات شفاهی در محیط مصرف کننده شایع است. در مارکتینگ B2B، اینفلوئنسر ها افرادی هستند که بر فروش تأثیر می گذارند، اما معمولاً از تصمیم خرید واقعی می شوند. مشاوران، تحلیلگران، روزنامه نگاران، دانشگاهیان، رگولاتورها، سازمان های استاندارد، نمونه هایی تأثیر گذار بر کسب و کار هستند.



همه عوامل تأثیر گذار بر کسب و کار یکسان نیستند. بعضی نفوذ بیشتری نسبت به دیگران دارند و برای ایجاد تمایز میان تأثیر گذار ترین و افراد کمتر تأثیر گذار، باید از مکانیسم رتبه بندی استفاده کرد. بدین ترتیب مدلی برای رتبه بندی تأثیر گذاری بر کسب و کار ایجاد شده است؛

- دسترسی به بازار: تعداد افراد واحدی توانایی ارتباط با آن را دارند.
- استقلال: آیا اینفلوئنسر علاقه مند به تبلیغ یک دیدگاه خاص است یا خیر.
- فراوانی تأثیر: تعداد فرصت هایی که یک فرد باید بر تصمیمات خرید تأثیر بگذارد.
- تخصص: چقدر اینفلوئنسر در آن موضوع تخصص دارد.
- متقاعدکنندگی: میزان نتیجه در نادیده گرفتن مشاوره اینفلوئنسر.
- سختی نقش: میزان تأثیری که در طول چرخه حیات تصمیم گیری اعمال می شود.

منبع: hormond

۶ ابزار ضروری برای بازاریابی در کسب و کار های کوچک

وقتی تکنولوژی به کمک بازاریاب ها می آید



به قلم مت دی آنجلو
ترجمه علی آلی

اگرچه ساخت اپ در Appy Pie رایگان است، اما استفاده از ویژگی های پیشرفته در اپ ها نیازمند پرداخت هزینه های مشخصی است. بر این اساس در این سرویس امکان طراحی نرم افزار به صورت رایگان و بهره مندی با ویژگی های جانبی با پرداخت حداکثر ۵۰ دلار برای هر اپ وجود دارد.

۲- ساخت ویدئو تبلیغاتی با Promo در دنیایی که به طور کامل تحت سلطه شبکه های اجتماعی است، استفاده از ویدئوهای تبلیغاتی خلاقیتی بدیع و نوآورانه محسوب می شود. بی تردید برای صاحب یک کسب و کار کوچک گردآوری امکانات لازم برای تهیه کلیت تبلیغاتی بسیار دشوار خواهد بود. به این مرحله اولیه فرآیند ضبط و ویرایش ویدئوها را نیز باید اضافه کرد. خوشبختانه نرم افزار Promo کار کارآفرینان تازه کار را برای ساخت ویدئوهای تبلیغاتی بسیار راحت ساخته است. با استفاده از این نرم افزار می توان به راحتی ویدئو هایی با کیفیت بالا برای بارگذاری در سطح اینترنت تهیه کرد. برای شروع می توان از آرشو این برنامه خیل عظیمی از ویدئوها را به منظور یادگیری تکنیک های جانبی مشاهده کرد. همچنین به منظور استفاده از موزیک های مختلف به همراه ویدئوی تان تنها کافی است سری به آرشو بزرگ Promo بزنید. در پایان نیز افزودن متن و استفاده از فونت مناسب را نیز از یاد نبرید.

متأسفانه این اپ به صورت رایگان عرضه نشده است. با این حال استفاده از آن هزینه چندانی ندارد. با پرداخت ۴۹ تا ۳۵۹ دلار (بسته به نوع خدمات دریافتی) امکان ساخت تعداد بی نهایتی ویدئو برای کاربران مهیا می شود.

۳- مدیریت شبکه های اجتماعی با Hootsuite بی تردید توجه به شبکه های اجتماعی یکی از ضرورت های بازاریابی مدرن است. بر همین اساس سرویس Hootsuite به کاربران اجازه مدیریت دقیق

اکانت های شان در شبکه های اجتماعی مختلف را می دهد. بر این اساس شما می توانید کارهایی از قبیل برنامه ریزی انتشار پست ها، اندازه گیری آمارهای کمی مربوط به لایک و کامنت و خلق استراتژی آنلاین ویژه بازاریابی در شبکه های اجتماعی را دنبال کنید. هزینه اشتراک این برند در بالاترین حد به ۴۹۹ دلار در ماه می رسد. با این حال برای کسب و کار های کوچک با پرداخت ۲۹ دلار امکانات مناسبی ارائه خواهد شد.

۴. دریافت اطلاعات تحلیلی با استفاده از Google Analytics

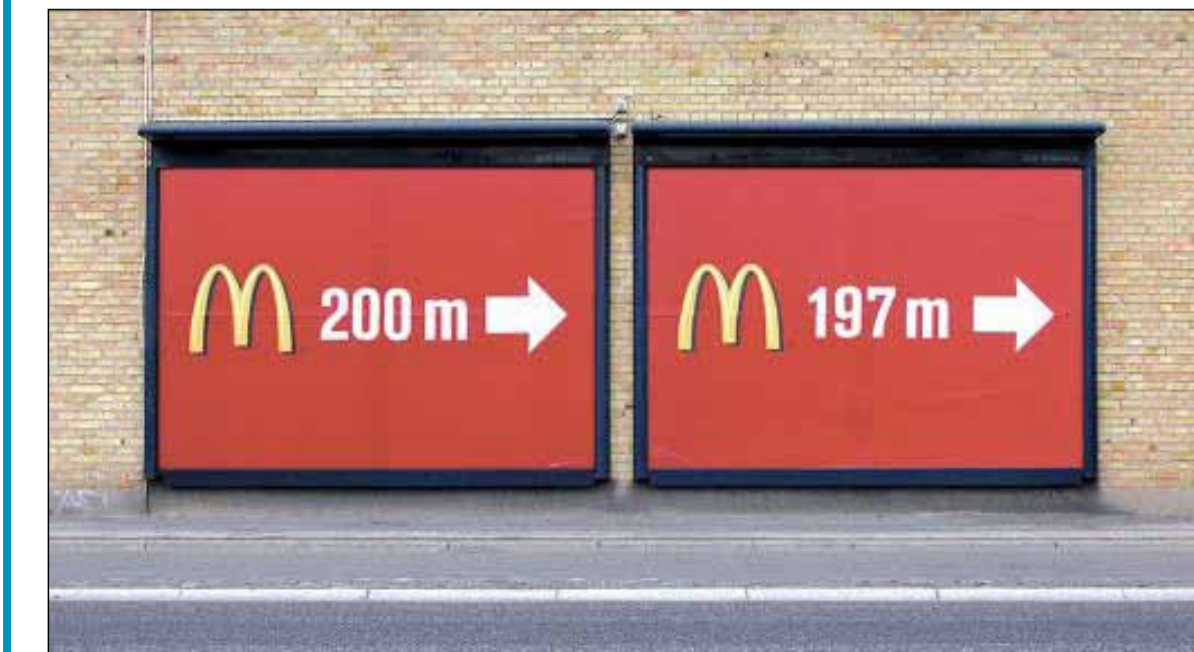
از این ابزار کاربردی امکان مشاهده و فهم آمارهای مربوط به ترافیک سایت های مان مهیا خواهد شد. همچنین با توجه به اینکه تحلیل داده های آنلاین روز به روز اهمیت بیشتری می یابد، این سرویس گوگل اطلاعات تحلیلی وسیعی را در اختیار کاربران قرار می دهد. بر این اساس شما می توانید به راحتی از اهمیت مخاطب هدف، ناحیه سکونت بیشتر مشتریان شرکت و بسیاری اطلاعات دیگر بهره مند شوید.

مزیت اصلی این ابزار در مقایسه با سایر نمونه های مشابه معرفی از سوی گوگل و همچنین ارائه رایگانش است. بر این اساس این پلتفرم اطلاعات دقیق پیرامون می توانند از ابزاری مطمئن و در عین حال رایگان استفاده لازم را ببرند.

همچنین در صورت نیاز تیم پشتیبانی گوگل نیز در کوتاه ترین زمان ممکن پاسخگوی پرسش ها و مشکلات کاربران در استفاده از این ابزار خواهد بود.

۵- با Canva برندگان را شخصی سازی کنید

Canva یک پلتفرم آنلاین برای طراحی لوگو، سربرگ های خبری و دیگر محتوای شخصی سازی شده مورد نیاز کسب و کارهاست. هدف اصلی توسعه دهندگان این اپ ارائه تجربه ای ساده و در عین حال پیشرفته به کاربرانی



بازاریابی خلاق

ایستگاه بازاریابی



۳ باور اشتباه و مشکل ساز در بازاریابی

به عنوان یک متخصص در حیطه کسب و کار خودتان، عقاید و باورهایی را درباره اهداف، وظایف، آرزوها و اقداماتی که باید انجام بدهید دارید. ممکن است برخی از این عقاید و باورها یا اهدافی که دارید نتهنها شما را به منزل مقصود نرساند، بلکه شما را گمراه سازد و با شکست مواجه کند. به همین دلیل بهتر است باورهای خود را مورد ارزیابی قرار دهید تا ببینید کدام یک از آنها اشتباه است و شما را از هدف تان دورتر می کند. به دلیل مهم بودن این موضوع، در این مقاله سعی می کنیم با باورهای اشتباهی که ممکن است شما را در کسب و کار تان دچار مشکل کند آشنا کنیم.

یک دیگران باید به سراغ من بیایند

برخی افراد ممکن است فکر کنند، به دلیل تخصصی که در یک زمینه دارند، در شأن آنها نیست که به کار بازاریابی برای کار و حرفه خود بپردازند. یکی از افکار اشتباهی که در ذهن آنهاست این است که فکر می کنند برای کالاهای بازاریابی انجام می شود نه برای حرفه و تخصص افراد!

بازاریابی کردن برای حرفه و تخصصی که دارید یکی از راههایی است که خودتان و توانایی های تان را به دیگران معرفی می کنید. تا زمانی که مردم، شما و توانایی های شما را نشانساند به سراغ شما و تخصص تان نمی آیند، پس در نتیجه به سود حاصل از توانایی های خود نیز نمی توانید برسید و بسیاری از فرصت های خود را از دست می دهید. همواره سعی کنید خودتان را برای ارتباط با مشتریان آماده کنید، از هر فرصتی برای معرفی خودتان و تخصص تان استفاده کنید و تمرکز اصلی را برای پیدا کردن افرادی که به تخصص شما نیاز دارند صرف کنید.



۶- Answer The Public

اصل اولیه و اساسی در طراحی استراتژی بازاریابی مناسب فهم آنچه مخاطب به آن می اندیشد، است. بر این اساس با آگاهی از افکار مخاطب امکان تصمیم گیری هوشمندانه فراهم خواهد شد. به علاوه موفقیت در اجرای کمپین های بازاریابی نیز معطوف به جمع آوری اطلاعات دقیق از مشتریان و مخاطب های هدف است. Answer The Public یک پلتفرم پیشرفته در زمینه ارائه خدمات جانبی برای جمع آوری اطلاعات مخاطب های کسب و کار های کوچک است. بر این اساس این پلتفرم اطلاعات دقیق پیرامون می توانید از ابزاری مطمئن و در عین حال رایگان استفاده لازم را ببرند.

همچنین در صورت نیاز تیم پشتیبانی گوگل نیز در کوتاه ترین زمان ممکن پاسخگوی پرسش ها و مشکلات کاربران در استفاده از این ابزار خواهد بود.

منبع: businessnewsdaily

دو فرصت برای بازاریابی کردن نیست

اگر فکر می کنید که زمان و فرصت لازم برای انجام دادن بازاریابی ندارید، باید به دو سؤال پاسخ بدهید؛ سؤال اول: آیا شما هنوز درگیر کارهای مشتری های قبلی خود هستید؟ سؤال دوم: آیا کارهای متعدد و زیادی برای انجام دادن دارید؟ اگر پاسخ این دو سؤال، مثبت بود یعنی واقعا شما زمان کافی برای برقراری ارتباط با مشتریان و بازاریابی ندارید، ولی اگر پاسخ شما منفی است پس باید به شما بگوییم که مرتکب خطای بزرگی شده اید. حتی اگر شما به قدری سرتان شلوغ باشد که فرصت کافی برای بازاریابی نداشته باشید باید سعی کنید در بخشی از زمان تان هر چند بسیار اندک به فعالیت های بازاریابی بپردازید، زیرا این بازاریابی و پیدا کردن مشتریان جدید است که به ادامه حیات شغلی شما منجر می شود.

سه من قادر به بازاریابی کارآمد نیستم

برخی از افراد ممکن است در پی شکست هایی که در بازاریابی تجربه کرده اند کاملاً دلسرد شده و با خود فکر کنند که توان کافی برای بازاریابی ندارند. اگر شما نیز از این دسته افراد هستید باید به شما بگوییم که در حال اشتباهید. اینکه تمامی فعالیت ها و کارهایی که در زمینه بازاریابی انجام داده اید به نتیجه دلخواه نرسد امری کاملاً عادی است.

بسیاری از فعالیت های بازاریابی هستند که حتی با صرف هزینه های بالا نیز آنچنان که باید تأثیر گذار نیستند و صاحبان کسب و کارها نمی توانند از آن به نفع خود استفاده کنند. در این گونه مواقع بهتر است به جای خالی کردن صحنه به فکر راه حل باشید. به اشتباه هایی که در بازاریابی مرتکب شده اید فکر کنید، شاید پیام های شما مبهم بوده، شاید جذابیت کافی را نداشته، شاید تکراری و کلیشه ای بوده است و شاید نتوانسته اید تفاوت و تمایز کار خود با دیگران را به درستی نشان بدهید. در نتیجه بهتر است علت را پیدا کنید نه اینکه کاملاً متغافلانه و بدبینانه رفتار کنید.

منبع: qmpmarketing

کارآفرینی

قدم‌های دشوار کارآفرینان در ابتدای کار

کارآفرینان تازه‌کار در ابتدای راه‌اندازی هر کسب‌وکاری با مشکلات مشترکی مواجه هستند که بهتر است به‌جای فرار، با برنامه‌ریزی مناسب آنها را حل و فصل کنند. کارآفرینان کسب‌وکارهای کوچک هر روز با انواع و اقسام فشارهای مختلف دست‌وپنجه نرم می‌کنند. این فشارها در نخستین تجربه‌های کاری بسیار شدیدتر هستند. نتیجه مطالعات موسسه یوپی‌اس استور نشان می‌دهد که با وجود دغدغه‌های مالی، یکی از بزرگ‌ترین موانع کسب وکارهای کوچک در سال ۲۰۱۸ ترس از شکست بوده است.

با منابع محدود و ترس از شکست، اغلب مدیران شرکت‌های کوچک ریسک‌های لازم را پشت گوش می‌اندازند. این اقدام شاید در کوتاه‌مدت مناسب باشد، ولی در بلندمدت مانع رسیدن به موفقیت‌های بزرگ خواهد شد. بهتر است به‌جای فرار از چالش‌های دشوار و ریسک‌های سخت، با صرف زمان و منابع لازم آنها را برای همیشه حل و فصل کنید.

نقطه ضعف مشترک کسب‌وکارهای کوچک در ابتدای کار بازاریابی، سرمایه‌گذاری و استخدام است که باید با برنامه مناسب آنها را حل و فصل کنند.

بازاریابی

آیا در چرخه باطل برنامه‌های بازاریابی منسوخ و بی‌فایده گیر کرده‌اید؟ اکنون زمان آن رسیده است که آنها را کنار بگذارید و از روش‌های جدید استفاده کنید. اگر برای شروع سردرگم هستید، بهتر است با ارزیابی طیف و علائق مشتریان‌تان شروع کنید. برای شروع می‌توانید صحبتی کوتاه با آنها داشته باشید. سعی کنید به شخصیت و علائق آنها پی ببرید. به‌عنوان مثال اینکه از چه شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند و برنامه‌های مورد علاقه آنها چیست. پس از شناختن آنها قادر خواهید بود برنامه‌های بازاریابی بهتری طراحی کنید. برای مثال رسانه‌های مجازی می‌توانند ابزار ارزان قیمت و هوشمندی برای تبلیغات باشند. با استفاده از این شبکه‌ها و قدرت رسانه‌های دیجیتال می‌توانید محصولات‌تان را معرفی کنید. آگهی‌های تبلیغاتی منتشر کنید و به ترغیب مخاطبان بپردازید. از مشتریان فعلی شروع کنید، ولی در کنار آن همواره حواستان به طیف مشتریان جدیدی که می‌خواهید جذب کنید باشد. با انجام این کارها قادر خواهید بود تلاش‌های کم‌هزینه و پربازدهی داشته باشید.



هویت دیجیتال

ظاهر کسب‌وکار‌تان چگونه به نظر می‌رسد؟ منظور ظاهر فیزیکی ساختمان شرکت نیست، بلکه وب‌سایت و حساب‌های شبکه‌های مجازی است. مطالعات نشان می‌دهد که ۸۸درصد مشتریان حتی قبل از خرید از فروشگاه‌های آنلاین، از طریق اینترنت به کسب اطلاعات درباره محصول می‌پردازند. اکثر سایت‌های تجاری ظاهر ساده و محتوای پیش‌پا افتاده‌ای دارند. با زیباسازی سایت به محصولات‌تان اعتبار می‌بخشید و مشتریان با گشت‌وگذار در سایت ناخودآگاه درباره محصول نیز ذهنیت مثبتی خواهند داشت. از توجه به حساب‌های شبکه‌های مجازی نیز غافل نشوید.

شراکت و استخدام

آیا تا به حال برای رشد کسب‌وکار، برون‌سپاری پروژه‌ها و استخدام نیروهای جدید را امتحان کرده‌اید؟ هرگز نباید از پذیرفتن کمک دیگران بترسید. از تعریف نیازهای خود برای جذب حمایت شرکت‌های دیگر شروع کنید. شاید برای زیباسازی سایت و تاثیرگذاری بیشتر به یک طراح نیاز داشته باشید یا برای انجام امور مالی نیازمند حسابدار هستید. بهتر است این کارها را به شرکت‌های ثالث برون‌سپاری کنید. وب‌سایت‌های برون‌سپاری و لینکدین محل مناسبی برای یافتن شرکت‌ها و افراد واجد صلاحیت هستند. همواره افراد بااستعدادی هستند که شما را از کمیت و کیفیت کار راضی نگه دارند.

اگر برای گسترش کسب‌وکار نیازمند راه‌اندازی خدمات پشتیبانی هستید، بهتر است به فکر استخدام نیروهای جدید باشید. پس از دریافت تقاضاهای استخدام افراد را به مصاحبه‌های کاری دعوت کنید. یک مصاحبه حضوری اطلاعات و شناخت بهتری از تماس تلفنی به شما خواهد داد. بعد از استخدام فرد شایسته برای آموزش او زمان و منابع کافی اختصاص دهید. پس از آموزش و کسب اطمینان از صلاحیت او، می‌توانید با اطمینان خاطر روی وظایف دیگر خود تمرکز کنید.

شاید اقدامات ذکرشده سخت و طاقت‌فرسا به نظر برسند، ولی در بلندمدت به رشد کسب‌وکار شما کمک زیادی خواهند کرد.

منبع: [ENTREPRENEUR/zoomit](#)

سیاست‌های ترامپ چگونه با ایجاد محدودیت برای ایرانیان به سیلیکون ولی ضربه می‌زند؟



در این راستا «یوید لئوپولد» مدیر سابق اتحادیه وکلای مهاجرت آمریکا اعلام کرد این‌گونه احساس می‌شود که دولت در تلاش است افراد را در بیرون آاز آمریکا نگه دارد. با این حال تعداد ویزاهای B-H۱ صادر شده برای نیروی کار حرفه‌ای همچنان به میزان ۸۵ هزار عدد در سال ثابت ماند. البته از آنجایی که اعمال فرآیند مرتبط با این قانون نیاز به زمانی ۶ تا ۱۸ ماهه داشت، انتظار می‌رفت که فرآیند استخدام در کمپانی‌های آمریکایی تا مدت‌ها با مشکل مواجه نشود. البته به ادعای لئوپولد شواهد حاکی از این موضوع بودند که فرآیند استخدام‌ها به میزان قابل توجهی کند شده است.

در این راستا «یوید لئوپولد» مدیر سابق اتحادیه وکلای مهاجرت آمریکا اعلام کرد این‌گونه احساس می‌شود که دولت در تلاش است افراد را در بیرون آاز آمریکا نگه دارد. با این حال تعداد ویزاهای B-H۱ صادر شده برای نیروی کار حرفه‌ای همچنان به میزان ۸۵ هزار عدد در سال ثابت ماند. البته از آنجایی که اعمال فرآیند مرتبط با این قانون نیاز به زمانی ۶ تا ۱۸ ماهه داشت، انتظار می‌رفت که فرآیند استخدام در کمپانی‌های آمریکایی تا مدت‌ها با مشکل مواجه نشود. البته به ادعای لئوپولد شواهد حاکی از این موضوع بودند که فرآیند استخدام‌ها به میزان قابل توجهی کند شده است.

چرا سیلیکون ولی نگران است؟

در مسابقه اقتصادی که بین شرکت‌های پیشرو و بزرگ در سراسر دنیا در جریان است، استعدادها نقش کلیدی بازی می‌کنند. درحالی‌که به نظر می‌رسد آمریکا در حال بستن درهای خود به روی این افراد است، کشورهای دیگر به‌گونه بهتری پذیرای آنها هستند. مدت کوتاهی پس از اینکه دونالد ترامپ از قصد خود برای اعمال محدودیت‌های سفر به آمریکا برای شهروندان ۷ کشور مسلمان خبر داد، قانون‌گذاران دویبی در امارات متحده عربی خیر از قصد خود برای جذب ایرانیان بیشتر دادند. همچنین «صادق خان» شهردار لندن که اصلیتی پاکستانی دارد در مورد گنجاندن نیروهای مهاجر را بیشتر در حوزه تکنولوژی سخن گفت.

لیست کارآفرینان و نیز مدیران ایرانی- آمریکایی فعال در ایالات متحده بلند است. پیر امیدیار eBay را تاسیس کرده و فرزند ایرانیان مهاجری بوده است. در این راستا «یوید لئوپولد» مدیر سابق اتحادیه وکلای مهاجرت آمریکا اعلام کرد این‌گونه احساس می‌شود که دولت در تلاش است افراد را در بیرون آاز آمریکا نگه دارد. با این حال تعداد ویزاهای B-H۱ صادر شده برای نیروی کار حرفه‌ای همچنان به میزان ۸۵ هزار عدد در سال ثابت ماند. البته از آنجایی که اعمال فرآیند مرتبط با این قانون نیاز به زمانی ۶ تا ۱۸ ماهه داشت، انتظار می‌رفت که فرآیند استخدام در کمپانی‌های آمریکایی تا مدت‌ها با مشکل مواجه نشود. البته به ادعای لئوپولد شواهد حاکی از این موضوع بودند که فرآیند استخدام‌ها به میزان قابل توجهی کند شده است.

همین حالا که این مقاله را می‌خوانید صدها هزار ایرانی- آمریکایی در رشته‌های مربوط به علوم پزشکی، مهندسی و حقوق مشغول به کارند. براساس گزارش‌ها بالغ بر ۹ هزار پزشک ایرانی در این کشور زندگی می‌کنند و بیش از ۷ هزار کسب‌وکار کوچک در خاک آن حضور دارند که مستقیماً توسط ایرانی‌ها اداره می‌شوند. همچنین گفته شده که ایرانیان بالغ بر ۴۰ هزار پنتون را در خاک آمریکا ثبت کرده‌اند.

دولت ترامپ همچنین همان اندک ارتباطاتی را که میان سیلیکون ولی و صنعت تکنولوژی ایران برقرار بود هم از میان برد؛ کشوری که به خاطر قشر تحصیل‌کرده و منابع طبیعی بسیار غنی‌اش می‌تواند یکی از امیدبخش‌ترین اقتصادها را در دنیا داشته باشد. تحریم‌ها در زمان باراک اوباما نیز وجود داشتند با این حال کم شدن از شدت آنها در سال ۲۰۱۵ (به خاطر برجام) و همچنین امید به آنکه بالاخره روزی از میان برداشته می‌شوند، جوانه امید را در دل ایرانیان همچنین آمریکایی‌های ایرانی تبار کاشته بود.

کارآفرینان ایرانی است که در زمان ریاست جمهوری باراک اوباما به سیلیکون ولی سفر کرده، اما در دوران ترامپ بارها ریجکت شد. «کریستوفر شرودر»، سرمایه‌گذار که دو بار به ایران سفر کرده و کتابی درباره ظهور استارت‌آپ‌ها در خاورمیانه به رشته تحریر درآورده، تحلیل جالبی درباره ایران دارد: آنچه در ایران اتفاق می‌افتد در جاهای دیگر نیز اتفاق می‌افتد. نسل جدید به موبایل‌ها و دستگاه‌های هوشمند دسترسی دارند. آنها اتفاقاتی را که در سراسر دنیا می‌افتد نظاره می‌کنند و می‌خواهند شرکت‌های عالی در خانه (کشور خود) و در سطح جهانی ایجاد کنند.

منبع: [CNBC/digiato](#)

سراسر از سیلیکون ولی یا سایر مناطق فناوری‌محور این کشور در می‌آورند. به‌عنوان نمونه می‌توان به آژانس فضایی ناسا را برای برخی از ایرانیان ایجاد کرده، ولی این تصمیم چه صدماتی به کمپانی‌های فناوری‌محور و سیلیکون ولی می‌زند؟

دونالد ترامپ در ماه‌های اخیر و در سال ۲۰۱۷ موضع سخت‌تری نسبت به ایرانیان به خود گرفته. او تحریم‌های بیشتری را علیه کشورمان وضع کرده و بسیاری از ایرانیان را از سفر به ایالات متحده باز داشته. همچنین «مایک پومپئو» که پیشتر ریاست سازمان سیا را به عهده داشته و اکنون سمت وزیر امور خارجه را بر عهده دارد، یکی از مخالفان اصلی ایران محسوب می‌شود.

با این حال تصمیماتی که در زمینه ایجاد محدودیت در این زمینه اتخاذ شده، آسیب‌های جانبی را نیز با خود به همراه داشته است. یکی از این مشکلات، جلوگیری از ورود استعدادهای ایرانی به آمریکا است. این موضوع ممکن است در ابتدا چندان به چشم نیاید، ولی نباید فراموش کرد که بسیاری از استعدادهای فعال در صنایع فناوری‌محور آمریکا را ایرانیان تشکیل می‌دهند.

بنا بر تحلیل‌ها به دنبال تصمیمات اخیر تعداد ویزاهای غیرمهاجرتی صادر شده برای دانش‌آموزان و نیز نیروی کاری متخصص از ۲۹ هزار و ۴۰۴ سال ۲۰۱۶ به ۱۹ هزار و ۸۰۱ مورد در سال ۲۰۱۷ کاهش یافته. همچنین بسیاری از صنایع فعال در حوزه فناوری تلاش کردند با مطرح کردن شکایت‌های خود در دادگاه‌ها با این تصمیمات مقابله کنند. این حال در نهایت در سپتامبر سال ۲۰۱۷ (شهریور تا مهر سال ۹۶) دادگاه عالی ایالات متحده رای به نسخه جدیدی از اعمال محدودیت‌ها در این مورد داد.

خبرگزاری CNBC شرایط ایران را این‌گونه توصیف می‌کند: ایران، کشوری با جمعیتی ۸۰ میلیون نفری با چندین دانشگاه‌ها بزرگ از جمله شریف در تهران است (موسسه فناوری ماساچوست، دانشگاهی که از مهم‌ترین مراکز علمی تحقیقاتی در آمریکا و جهان به شمار می‌رود) را می‌دهند. همچنین به دانشگاه تهران اشاره شده است.

CNBC ادامه می‌دهد: بسیاری از دانشجویان رشته‌های مرتبط با ریاضی و علوم این دانشگاه‌ها در نهایت به آمریکا راه پیدا می‌کنند و

که ابتدا به فرانسه و سپس به آمریکا مهاجرت کرده‌اند. «دارا خسروشاهی» در ایران متولد شده و اکنون مدیرعامل جدید اوبر است. از اقوام او «امیر خسروشاهی» است که موسسه فعال در زمینه هوش مصنوعی Nervana را تاسیس کرد و در نهایت شرکتش را به مبلغ ۴۰۰ میلیون دلار به اینتل فروخت و اکنون مدیرعامل اینتل است. «امید کردستانی» رییس هیأت‌مدیره تویتتر است و بازدهمین کارمندی بوده که در گوگل استخدام شده است.

هم‌اکنون بالغ بر ۱۲ هزار دانشجو ایرانی در آمریکا تحصیل می‌کنند که این رقم طبق اعلام موسسه آموزش بین‌الملل بیشترین تعداد در میان کشورهای تحت تحریم آمریکا محسوب می‌شود. البته اشاره کنیم که غیراز ترامپ، ایرانیان در دولت‌های پیشین آمریکا نیز برای دریافت ویزا با مشکلات عدیده روبرو بودند، اما حالا آمار و ارقامی که به تازگی در این باره منتشر شده نشان می‌دهد در دولت دونالد ترامپ موانع برای ورود به خاک این کشور سخت‌تر از هر زمان دیگری شده است.

دونالد ترامپ از قصد خود برای اعمال محدودیت‌های سفر به آمریکا برای شهروندان ۷ کشور مسلمان خبر داد، قانون‌گذاران دویبی در امارات متحده عربی خیر از قصد خود برای جذب ایرانیان بیشتر دادند. همچنین «صادق خان» شهردار لندن که اصلیتی پاکستانی دارد در مورد گنجاندن نیروهای مهاجر را بیشتر در حوزه تکنولوژی سخن گفت.

لیست کارآفرینان و نیز مدیران ایرانی- آمریکایی فعال در ایالات متحده بلند است. پیر امیدیار eBay را تاسیس کرده و فرزند ایرانیان مهاجری بوده است. در این راستا «یوید لئوپولد» مدیر سابق اتحادیه وکلای مهاجرت آمریکا اعلام کرد این‌گونه احساس می‌شود که دولت در تلاش است افراد را در بیرون آاز آمریکا نگه دارد. با این حال تعداد ویزاهای B-H۱ صادر شده برای نیروی کار حرفه‌ای همچنان به میزان ۸۵ هزار عدد در سال ثابت ماند. البته از آنجایی که اعمال فرآیند مرتبط با این قانون نیاز به زمانی ۶ تا ۱۸ ماهه داشت، انتظار می‌رفت که فرآیند استخدام در کمپانی‌های آمریکایی تا مدت‌ها با مشکل مواجه نشود. البته به ادعای لئوپولد شواهد حاکی از این موضوع بودند که فرآیند استخدام‌ها به میزان قابل توجهی کند شده است.

همین حالا که این مقاله را می‌خوانید صدها هزار ایرانی- آمریکایی در رشته‌های مربوط به علوم پزشکی، مهندسی و حقوق مشغول به کارند. براساس گزارش‌ها بالغ بر ۹ هزار پزشک ایرانی در این کشور زندگی می‌کنند و بیش از ۷ هزار کسب‌وکار کوچک در خاک آن حضور دارند که مستقیماً توسط ایرانی‌ها اداره می‌شوند. همچنین گفته شده که ایرانیان بالغ بر ۴۰ هزار پنتون را در خاک آمریکا ثبت کرده‌اند.

دولت ترامپ همچنین همان اندک ارتباطاتی را که میان سیلیکون ولی و صنعت تکنولوژی ایران برقرار بود هم از میان برد؛ کشوری که به خاطر قشر تحصیل‌کرده و منابع طبیعی بسیار غنی‌اش می‌تواند یکی از امیدبخش‌ترین اقتصادها را در دنیا داشته باشد. تحریم‌ها در زمان باراک اوباما نیز وجود داشتند با این حال کم شدن از شدت آنها در سال ۲۰۱۵ (به خاطر برجام) و همچنین امید به آنکه بالاخره روزی از میان برداشته می‌شوند، جوانه امید را در دل ایرانیان همچنین آمریکایی‌های ایرانی تبار کاشته بود.

کارآفرینان ایرانی است که در زمان ریاست جمهوری باراک اوباما به سیلیکون ولی سفر کرده، اما در دوران ترامپ بارها ریجکت شد. «کریستوفر شرودر»، سرمایه‌گذار که دو بار به ایران سفر کرده و کتابی درباره ظهور استارت‌آپ‌ها در خاورمیانه به رشته تحریر درآورده، تحلیل جالبی درباره ایران دارد: آنچه در ایران اتفاق می‌افتد در جاهای دیگر نیز اتفاق می‌افتد. نسل جدید به موبایل‌ها و دستگاه‌های هوشمند دسترسی دارند. آنها اتفاقاتی را که در سراسر دنیا می‌افتد نظاره می‌کنند و می‌خواهند شرکت‌های عالی در خانه (کشور خود) و در سطح جهانی ایجاد کنند.

منبع: [CNBC/digiato](#)



کلید

۱۰ مهارتی که یک متخصص سئو باید داشته باشد

چه یک کسب‌وکار کوچک باشید یا کسب‌وکاری بزرگ، اگر به ترافیک وب برای فروش یا بازاریابی متکی هستید، خواه ناخواه باید بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو یا به طور اختصار «سئو» را در دستور کار خود قرار دهید و یک متخصص سئو را استخدام کنید. در ادامه ۱۰ مهارتی را که یک متخصص سئو باید داشته باشد برای شما لیست کرده‌ایم. اگر می‌خواهید یک متخصص سئو را استخدام کنید یا فعالیت‌های سئو کسب‌وکار خود را به یکی از شرکت‌های فعال در زمینه سئو بسپارید، حتماً این ۱۰ صلاحیت را مدنظر داشته باشید.

۱- سال‌ها تجربه در زمینه سئو

هر کسی می‌تواند یک شبه یک آژانس سئو تاسیس کند و خود را متخصص سئو بنامد. اما این به این معنا نیست که آنها می‌دانند در حال انجام چه کاری هستند. سئو فرآیندی است که در پس پرده خود ریزه‌کاری‌های فراوانی دارد و اطلاع از این ریزه‌کاری‌ها سال‌ها تجربه و آزمون‌وخطا را می‌طلبد. هر سایت برای موفقیت در سئو به تاکتیک‌ها و نقشه راه مخصوص به خود نیاز دارد. یک متخصص سئو که سال‌ها در این زمینه تجربه دارد با نگاه کردن به سایت می‌تواند بفهمد چه کارهایی برای جذب ترافیک بیشتر لازم است انجام شود. اما شخصی که در سئو بی‌تجربه باشد، یک استراتژی را برای تمامی سایت‌ها به کار می‌برد که تأثیرات محدودی دارد.

۲- درک سه سطح سئو

بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو شامل سه سطح است: - فنی (ساختار سایت) - بهینه‌سازی On-page (چگونگی استفاده موثر از عناصری مانند کلمات کلیدی یا تگ‌های HTML) - بهینه‌سازی Off-page (مانند لینک بیلدینگ) شما به شخصی نیاز دارید که اولاً به تمامی این سطوح مسلط باشد و ثانیاً تمامی این سطوح را در استراتژی‌های خود رعایت کند. اگر موتورهای جست‌وجو نتوانند به تمام محتوای یک سایت دسترسی داشته باشند، قطعاً در این صورت هر کاری که برای موفقیت سئو انجام شود بی‌اثر است. این به این معناست که تمامی مشاوران سئو یا شرکت‌های فعال در این حوزه باید تمام محدودیت‌های فنی و مشکلاتی را که موتورهای جست‌وجو ممکن است داشته باشند درک کنند و این نگرانی‌ها را به توسعه‌دهندگان سایت انتقال دهند تا مشکلات به حداقل برسد.

۳- سابقه پروژه‌های موفق سئو

صحبت کردن در مورد سئو آسان است، اما به عمل کار برآید نه به حرف. اگر جست‌وجویی در اینترنت داشته باشید می‌بینید که پسندت‌های وبلاگی بسیار زیادی در زمینه سئو وجود دارد که هر کسی می‌تواند آنها را بخواند، اما داشتن مشتریان خوشحال مسئله دیگری است. هر کسی که می‌خواهد یک متخصص سئو را استخدام کند باید نگاهی نیز به سوابق گذشته او و پروژه‌هایی که در گذشته انجام داده است نیز بیندازد تا مطمئن شود که این شخص یا شرکت صلاحیت لازم برای استخدام را دارا است.

۴- درک بازاریابی

اگر از مسائل فنی سئو بگذریم، این فرآیند بسیار شبیه بازاریابی سنتی است. محتوای یک سایت باید به‌گونه‌ای نوشته شود که در عین برجسته کردن مزیت‌ها به کاربر، آنها را به سمت خرید سوق دهد. این محتواها همچنین باید برای موتورهای جست‌وجو نیز جذابیت‌های خاص خود را داشته باشند تا بتوانند در رتبه‌های ابتدایی صفحه نتایج ظاهر شوند.

۵- چشم‌انداز و آگاهی جامع

سئو در این سال‌ها نسبت به گذشته بسیار تغییر کرده و افراد متخصص در این زمینه باید درک عمیقی از بازاریابی، روان‌شناسی انسان، فرهنگ شخصی که در حال بازاریابی به او هستند، چشم‌انداز شبکه‌های اجتماعی، آنالیز وب، طراحی و توسعه وب، بازاریابی ویروس‌ی، محتوا، بیزنس مدل و... داشته باشند. وقتی ارتباط سئو را با سایر فعالیت‌های حیاتی قطع می‌کنیم، در واقع تصمیماتی کوتاه‌مدت را می‌گیریم که ضررشان بسیار بیشتر از منفعت‌شان است.

۶- داشتن دید بلندمدت

آیا استراتژی سئو روی بهبود نرخ تبدیل متمرکز است یا بهبود رتبه در موتورهای جست‌وجو؟ تمرکز هر استراتژی سئو رتبه روی کامل کردن یک هدف باشد و نه دستیابی به یک رتبه مشخص در صفحه نتایج.

۷- هماهنگی و تناسب با فرهنگ شرکت

متخصص سئو باید با بخش‌های مختلفی از شرکت از جمله IT، بازاریابی، سرویس‌دهی مشتریان، آنالیز و فروش در ارتباط باشند. توانایی کار کردن با سایر اعضای تیم‌ها یک خصیصه ضروری است. شخصیت، ادغام و ارتباط سبک سئو باید با سازمان هماهنگ باشد، وگرنه پیشرفتی حاصل نمی‌شود.

۸- مهارت‌های ارتباطی بالا

داشتن مهارت‌های ارتباطی بالا برای متخصصان سئو یک ضرورت است. این متخصصان باید به‌گونه‌ای نیاز به انجام تغییرات در سایت را توضیح دهند که برای همه قابل فهم باشد. اگر متخصصان سئو نتوانند به خوبی منظور خود را منتقل کنند، قطعاً در همکاری با سایر اعضا و بخش‌ها به مشکل خواهند خورد.

۹- تمایل به اجرا

متخصصان کاربلد سئو همیشه راه‌هایی برای مقابله با چالش‌ها و موانع پیدا می‌کنند و تخصصی‌کننده تمایل داشته باشند فعالیت‌های سئو را طوری موثر انجام دهند معمولاً در کار خود موفق تر هستند. در مسیر اجرای فعالیت‌های سئو، تمام بخش‌ها سازمان، به‌خصوص بخش‌هایی که با سئو ارتباطی نزدیکی دارند و مدیران باید پشتیبان سئو باشند. زیرا موفقیت سئو یعنی موفقیت کل سازمان.

۱۰- کنجکاوی

در کنار دانش، کنجکاوی نیز عنصر مهمی است که باید در ذات متخصص سئو وجود داشته باشد. ذهن یک متخصص سئو باید همیشه تشنه یادگیری نکات و ترفندهای جدید باشد و این متخصص باید بتواند خود را با آخرین تغییرات حوزه سئو به‌روزسانی کند.

منبع: [daartagency](#)

قسم مهبیای رمضان می شود

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز- معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد قشم از آمادگی جزیره قشم برای برگزاری با شکوه آداب و فرائض ماه رمضان و افزایش امنیت و آرامش معنوی جامعه در این ماه مبارک خبر داد. به گزارش روابط عمومی سازمان منطقه آزاد قشم، رسول اکبری گفت: آداب و فرائض ماه مبارک رمضان با قداست ویژه خود، ریشه در فرهنگ مردم این مرز و بوم و نقش مهمی در ایجاد همبستگی بین مسلمانان جهان دارد. وی ادامه داد: برگزاری جلسات قرآن در شهرهای قشم، سوزا، درگهان و هرمز، برگزاری دوره های آموزشی در مساجد با هدف ترویج فرهنگ افطاری ساده با مشارکت های مردمی و برگزاری جشن رمضان با محوریت آشنایی با مفاهیم قرآنی با حضور فرهیختگان در شهرهای قشم و درگهان ویژه کودکان بخشی از این برنامه هاست. معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد قشم از همکاری با مساجد جهت برگزاری مراسمات شب اقامت در دهه آخر ماه مبارک رمضان با دعوت از سخنرانان و مداحان کشوری خبر داد و بیان کرد: در این ایام همراه با برگزاری نماز جماعت در هفت مکان از نمازخانه های سازمان منطقه آزاد قشم به سوالات شرعی مراجعین نیز پاسخ داده می شود. به گفته اکبری، برگزاری مراسم تجلیل از مبلغین ماه مبارک رمضان و مسابقه ضیافت از برنامه های دیگر این معاونت در بزرگداشت رمضان الکرام است. معاون فرهنگی، اجتماعی و گردشگری سازمان منطقه آزاد قشم با اشاره به مشارکت مدیریت امور فرهنگی، هنری و آموزشی سازمان در اجرای برنامه های ماه مبارک رمضان، خبر از برپایی مسابقات جام رمضان توسط اداره کل ورزش و جوانان این سازمان داد و عنوان کرد: تیم های فوتسال چمنی ادارات در مسابقاتی که به مناسبت این ایام برگزار می شود به مصاف یکدیگر می روند.



شهردار سمنان: رسالت اصلی روابط عمومی شهرداری ارتباط با اقشار مختلف شهروندان و اطلاع رسانی از جنس مردمی است

سمنان - حسین بامحمدی: شهردار سمنان در مراسم تجلیل از پرسنل مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری سمنان گفت: روابط عمومی یکی از مهم ترین بخش ها و مدیریت ها در هر ارگان و نهادی است و عملکرد موثر آن می تواند رضایت درون و برون سازمانی را در پی داشته باشد. سید محمد ناظم رضوی با اشاره به گستردگی حوزه عملکرد روابط عمومی ها اظهار داشت: تقویت سازمان و اطلاع رسانی فعالیت ها از جمله مهم ترین رسالت های این حوزه است. وی ارتباط با ذی های مختلف مردمی را یکی دیگر از فعالیت های روابط عمومی برشمرد و اظهار داشت: روابط عمومی شهرداری ها از جمله مهم ترین روابط عمومی ها در بین دستگاه های اجرایی هستند چون با طیف وسیعی از اقشار جامعه در ارتباط هستند. به گفته وی روابط عمومی موفق باید خلاق و ایده پرداز باشد و با نگاه نو و جدیدی در زمینه اطلاع رسانی به مخاطبان و ارتباطات گام بردارد. دکتر رضوی از مدیران روابط عمومی شهرداری سمنان و سازمان های زیرمجموعه خواست تا در بحث اطلاع رسانی عامه مردم را مورد توجه قرار داده و شهروندان را از همه فعالیت های انجام شده و در دست انجام شهرداری مطلع کنند. وی همچنین خواست مشارکت بیشتر شهروندان در فعالیت های شهری شد و افزود: از این پس محلاتی که مردم آنها مشارکت بیشتری در امور شهری داشته باشند خدمات بیشتری هم دریافت می کنند و اتفاقات خوبی برای محلات فعال می پویا خواهد افتاد. وی برگزاری جلسات در مساجد و محلات را یک راه ارتباطی خوب با شهروندان بیان و تصریح کرد: جلسات باید با حضور مدیران مناطق و دیگر مدیران شهری در همه تقاطعی که شهروندان تقاضا کنند برگزار شود. شهردار سمنان همچنین خواستار واکاوی و آسیب شناسی و ایجاد یک نگرش نو و به روز در حوزه روابط عمومی شد و اظهار داشت: راه اندازی استودیو شهر، چاپ رسانه کاغذی از جمله فعالیت هایی است که امیدواریم به زودی در مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری سمنان صورت بگیرد. مدیر ارتباطات و امور بین الملل شهرداری سمنان هم در این مراسم گزارشی از فعالیت های شش ماه اخیر این مدیریت ارائه داد. سمیه قاسمی گفت: روابط عمومی شهرداری سمنان از طریق سایت شهرداری سمنان ، فضای مجازی، اینستاگرام، آپارات و رسانه شوش اخبار و اطلاعات خود را در اختیار شهروندان قرار می دهد و وی از ارتباط خوب این مدیریت با اصحاب رسانه خبر داد و در شش ماه گذشته بیش از ۵۰ مورد گزارش خبری، تصویری، تولیدی و رادیویی را از فعالیت های شهرداری سمنان در بخش های مختلف عمرانی، فرهنگی، ورزشی و گردشگری را روی آنتن شبکه استانی و سراسری برده است. قاسمی خاطر نشان کرد: در ایام نوروز نیز عوامل برنامه صبح بخیر ایران در سمنان حضور یافته و یک برنامه ۲۰ دقیقه ای از جاذبه های گردشگری سمنان و فعالیت های شهرداری سمنان تهیه کرده و روز آنتن شبکه یک برندن.



مدیرکل دامپزشکی استان در جمع اعضای هیات رییس خانه مطبوعات:

خانه مطبوعات آذربایجان شرقی به عنوان مرجع رسمی در جامعه رسانه ای و اطلاع رسانی استان نقش آفرینی می کند



گفت: امروز نمایندگان خانه مطبوعات در قالب اعضای هیات رییس و بازرسان، با این عظمت و اعتبار در جمع پرسنل، مدیران و خادمان این اداره کل حضور یافته است و ما نیز علاقمندیم تا خانه مطبوعات استان، میزبان ما باشد. مدیرکل دامپزشکی استان در ادامه با تکیه بر تبیین عملکرد این اداره کل، خاطر نشان کرد: جایگاه و مأموریت خانه مطبوعات در حوزه رسانه ای استان ما را به سمت تعامل هرچه بهتر و بیشتر با این نهاد فعال و فراگیر مطبوعاتی تشویق و ترغیب می کند. بهداد در همچنین از احساس وظیفه و حضور اسد فلاح رییس هیات مدیره خانه مطبوعات آذربایجان شرقی، مریم خدابخش نایب رییس خانه مطبوعات و همچنین سعید ایریلوژادیان از بازرسان اصلی این تشکل رسانه ای استان برای توسعه و گسترش سطح همکاری های فیصله بخش خانه مطبوعات استان و اداره کل دامپزشکی آذربایجان شرقی تشکر و قدردانی کرد. لازم به ذکر است این دیدار متعاقب انتخاب دکتر امیرحسین بهداد مدیرکل دامپزشکی استان آذربایجان شرقی به عنوان مدیرکل نمونه و ممتاز در سطح ملی بر اساس ارزیابی صورت گرفته توسط سازمان دامپزشکی کشور در خصوص عملکرد سال ۹۶ ادارات کل دامپزشکی استان های ایران انجام گرفت و لوح یادبودی به همین مناسبت از طرف خانه مطبوعات آذربایجان شرقی به مدیرکل دامپزشکی استان تقدیم شد.



صنف خود، اخلاقیات و ادب را در همه مراحل مراعات کنند. مدیرکل دامپزشکی استان با بیان اینکه بهتر است در حوزه اطلاع رسانی و مطبوعات، امکانات را در موزات ظرفیت و جایگاه ها قرار دهیم، ابراز داشت: این موضوع، همانند دادن یک چاقوی تیز به یک پزشک جراح برای نجات یک بیمار و دادن همان ابزار به یک جانی برای گرفتن جان یک انسان می ماند؛ از این رو، بهتر است امکانات به تناسب ظرفیت حضور بزرگان خانه مطبوعات در مجموعه ما، یک مزیت بزرگ و رزومه فاخر برای اداره کل دامپزشکی استان محسوب می شود. وی با اعلام اینکه خبرنگاران بهترین یاوران و آئینه داران عملکردمدیران می باشند و خانه مطبوعات بی تردید پرچمدار این مأموریت خطیر و متعهدانه در جامعه رسانه ای نقش آفرینی می کند، افزود: اگر به خبرنگاران بها و ارزش دهیم و از آنان نترسیم و خبرنگاران هم در انعکاس نقاط ضعف و مثبت، صادقانه رفتار کنند، کسی بهتر از خبرنگار برای یک مدیر نمی توان یافت. وی در همین راستا با اظهار بر اینکه به تعبیری دیگر بهترین بازرس برای ما مدیران، خبرنگاران می باشند، ادامه داد: به یقین یک عکاس و اهل قلم می تواند بهتر ببیند و دیده های خود را به نحو احسن به تصویر بکشد و به شیوه زیبا بیان کند و بهتر است متوجه باشیم که در این مسیر ابزار مهم نیست و مهم، هدف و گام برداشتن در مسیر اصلاح جامعه است. بهداد با تأکید بر لزوم رعایت ادب، اخلاق و سواد رسانه ای افزود: بهتر است متوجه باشیم که غلط انجام دادن، پایان راه نیست و مهم ارزیابی و در نظر گرفتن امکانات، اعتبارات و انتظار متناسب با همان امکانات و اعتبارات و داشتن نگاه منصفانه است. وی با اظهار بر اینکه ریشه تمام مشکلات در وهله اول نبود فرهنگ سازی است، متذکر شد: ریشه تمام مشکلات اجتماعی و فرهنگی ما به حلقه گمشده ای به نام ادب بر می گردد و جا دارد این بحث در جامعه ترویج یابد و آداب و رعایت اصولی اجتماعی، حتی نحوه بیان نه گفتن را به ما آموزش دهند تا همه در کسوت و

با رای هیات داوران و برای چندمین سال متوالی؛

روابط عمومی اتاق بازرگانی به عنوان روابط عمومی برتر استان اصفهان انتخاب گردید.

پیدا شده تا بتوانیم درون داد، پردازش و برون داد خود را گسترش دهیم. زمانی که آبلشنت داده‌ها در معرض دسترسی دیگران قرار گیرد، این امکان وجود دارد که دریافت کنندگان، پردازش‌های بهتری داشته باشند. منتظر القلم اظهار کرد: بحران‌ها و آسیب‌های ناشی از تکنولوژی، به این دلیل است که به ظروف و ابزارهای آن، اشراف کاملی نداریم. این درحالی است که تمامی این تولیدات در لایه‌های مختلف مصرف کنندگان، تاثیراتی خواهند داشت، اما شناخته شده نیستند. وی افزود: هر جامعه‌ای که زودتر و جدی تر از آینده آگاهی کسب کند که چه نوع تکنولوژی می‌تواند اثرات مثبت‌تری داشته باشد و این آگاهی را به دستورالعمل تبدیل کند، می‌تواند به طور نسبی اثرات مثبت در جامعه را افزایش دهد و از اثرات منفی هم جلوگیری کند. این استاد ارتباطات گفت: ظرفیت تکنولوژی‌های ارتباطی که در طول تاریخ اختراع شده اند، با یکدیگر به شدت متفاوت است و دیگر دنیای رسانه‌های رسمی با وجود شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های غیررسمی از بین رفته است. وی با اشاره چستی شبکه‌های اجتماعی گفت: این ها شبکه‌هایی است که از توده مردم ایجاد شده اند و یک پیام را می‌توانند به توده‌ای از مردم ارسال کنند. این استاد ارتباطات اضافه کرد: امروز یک پیام از سوی یک کنشورز با یک فرد عادی به اینوهی از مردم با هزینه‌ای کم آسانی می‌شود، درحالی که پیش از این، این امکان فراهم نبود. در این فضا، انسان‌ها فارغ از محدودیت مکانی و زمانی به هم وصل می‌شوند.



اصفهان - قاسم اسد- با رای هیات داوران سیزدهمین جشنواره روابط عمومی استان اصفهان روابط عمومی اتاق بازرگانی به عنوان روابط عمومی برتر استان در سه بخش انتشارات، تبلیغات و مراسم‌نواوری و فعالیت های خلاقانه و روابط عمومی الکترونیک و رسانه ای انتخاب گردید. در سیزدهمین جشنواره روابط عمومی استان اصفهان که با حضور اصحاب رسانه و مدیران روابط عمومی دستگاه های دولتی و خصوصی برگزار گردید از فعالیت ها و برنامه های روابط عمومی اتاق بازرگانی تقدیر گردید. مهدی منتظرالقائم در سیزدهمین جشنواره روابط عمومی اصفهان که در سالن همایش های اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد، اظهار کرد: بحران آب، انباشت صنایع و همزیستی با حوزه کشاورزی و سایر مشکلات، باعث شده استان اصفهان، اهمیت ویژه‌ای در حوزه ارتباطات داشته باشد. وی با اشاره به شبکه‌های اجتماعی و چالش‌های آنها افزود: زمانی که سال‌ها قبل، در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌شد، ذهنیت امروز در مورد استفاده حداکثری از این شبکه‌ها وجود نداشت. فیلتر شدن تلگرام هم، بزرگ ترین چالش برای جامعه روابط عمومی نبوده، بلکه استمرار فعالیت پیام رسان‌ها، چالش روابط عمومی خواهد بود. منتظرالقائم اضافه کرد: اگر روند عملکردی این پیام رسان‌ها کنترل نشود، بیش از پیش فعالیت روابط عمومی با چالش مواجه می‌شود. وی در ادامه صحبت‌هاش با بیان اینکه "انسان موجودی است شدنی" گفت: در مباحث فلسفی،

برگزاری دوره آموزشی قانون ارتقای سلامت اداری



در دوره علاوه بر شناخت فساد با چگونگی مبارزه با فساد در درون سازمان نیز آشنا شوند. مدرس این دوره، اکبر صفیری مدرس دوره های مبارزه با پولشویی و مبارزه با فساد، دارای مدرک دکترای بانکداری و دارای ۱۴ کتاب تالیفی در زمینه مبارزه با فساد، پولشویی و امور مالی بوده است. علاوه بر دوره آموزشی قانون سلامت اداری ویژه مدیران، دوره آموزشی مبارزه با پولشویی ویژه روسای اداره، گروه و قسمت در شرکت برق منطقه‌ای خوزستان برگزار شد.

مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی:

مراسم گرامیداشت روز جهانی مخابرات و جامعه اطلاعات در مخابرات منطقه آذربایجان غربی



ارومیه - خبرنگار فرصت امروز- در آستانه ۲۷ اردیبهشت ماه روز جهانی مخابرات و جامعه اطلاعاتی مراسمی به این مناسبت درسالن آملی تئاتر مخابرات منطقه آذربایجان غربی با حضور مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی ، معاونین و حضور گسترده همکاران برگزار شد . در این مراسم مدیر مخابرات منطقه آذربایجان غربی به مناسبت روز جهانی مخابرات و ارتباطات از تلاشهای همکاران مخابرات منطقه قدردانی نمود ودر اشاره به شمار روز جهانی وجامعه اطلاعات با عنوان «فراهم سازی استفاده مثبت از هوش مصنوعی برای همه» گفت :فراهم نمودن بسترهای فناوری اطلاعات وایجاد خدمات الکترونیک برای عموم مردم یکی از الویت های اساسی مخابرات است که بتواند نیازهای اساسی

جشن بزرگ خوابگاه های دانشجویی در دانشگاه علوم پزشکی مازندران



ساری - دهقان - جشن بزرگ خوابگاه های دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در هفته ملی خوابگاه های دانشجویی برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران ، جشن بزرگ خوابگاه های دانشجویی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در هفته ملی خوابگاه های دانشجویی با حضور رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران ، معاون دانشجویی فرهنگی ، مسئول نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری و جمعی از مدیران معاونت دانشجویی فرهنگی دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد. در این مراسم که با استقبال پر شور دانشجویان روبرو

آبفا گلستان موفق به کسب رتبه "سوم رشد" در اجرای برنامه های مدیریت مصرف انرژی شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- شرکت آب و فاضلاب شهری استان گلستان موفق به کسب رتبه "سوم رشد" در اجرای برنامه های مدیریت مصرف انرژی در بین شرکت های آب و فاضلاب شهری سراسر کشور شد.به گزارش روابط عمومی آبفا گلستان در همین راستا مهندس "شاهین پاکروچ" معاون راهبری و نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور با اهدای لوح تقدیری از خدمات ارزنده آبفا گلستان در این زمینه قدردانی کرد.مدت لوح تقدیر اهدایی به شرح ذیل می باشد: "با توجه به تلاش های ارزشمندی آن شرکت در راستای بهبود راندمان انرژی تناسبات آب و فاضلاب تحت پوشش و براساس ارزیابی حوزه معاونت راهبری و نظارت بر بهره برداری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، در سال ۱۳۹۵ امور انرژی شرکت آب و فاضلاب شهری استان گلستان در بین شرکت های آب و فاضلاب شهری، موفق به اجزای رتبه "سوم رشد" در اجرای برنامه های مدیریت مصرف انرژی گردیده است. لذا بدین وسیله از تلاش های صادقانه و بی دریغ همکاران آن شرکت تقدیر و تشکر می گردد. امید است در برتو عنایت حضرت حق تعالی، با بهره گیری از تجارب موجود و بکارگیری دانش روز شاهد پیشرفت روزافزون صنعت آب و فاضلاب کشور باشیم."

پروژه مسکن مهر استان گلستان تا پایان سال جاری نهایی میشود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- معاون امور عمرانی استانداری گلستان در اولین جلسه شورای مسکن استان گفت در سالجاری با حضور و تلاش مضاعف دستگاههای عضو شورا پروژه مسکن مهر استان نهایی و به سرانجام میرسد . به گزارش روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی گلستان در اولین جلسه شورای مسکن که به ریاست مهندس غراوی معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری گلستان و مهندس محبوبی مدیرکل راه و شهرسازی استان و سایر مدیران کل عضو شورای مسکن استان برگزار شد.ضمن اعلام این مطلب افزود شورای مسکن با هدف ارتقاء خدمات زیرساختی و بهبود فرایند تکمیل مسکن خصوصا پروژه مسکن مهر در استان برگزار میگردد و از سایر دستگاه های عضو انتظار می رود در این راستا همکاریهای لازم را داشته باشند. در ادامه این جلسه مهندس محبوبی مدیرکل راه و شهرسازی استان گلستان و دبیر شورای مسکن استان گفت : در این جلسه تعیین تکلیف هزینه های صدور پروانه ویابانکار شهرداری در پروژه های مسکن مهر در شهرهای گرگان و رامیان و تعیین تکلیف بهای فروش عرصه در برخی از پروژه های مسکن استان و بررسی مسائل مربوط به تعاونی های مسکن مهر و تامین اعتبار دیوار حائل سایت الازمن علی آباد کنول و اجرای انشعابات فاضلاب پروژه های مسکن مهر و مسائل حقوقی ای بودن عرصه مسکن مهر سعد آباد گرگان از موضوعاتی بود که در این جلسه بررسی و مطرح و تصمیمات لازم اتخاذ گردید .

مدیر امور آبفای شهرستان قدس خبر داد:

نصب انشعابات فاضلاب خیابان جانبازان

شهر قدس - خبرنگار فرصت امروز- ۲۰ رشتنه انشعاب فاضلاب در خیابان جانبازان در شهرستان قدس نصب شد.مدیرامور آبفای شهرستان قدس با اعلام این خبر گفت: این عملیات به منظور تحقق اهداف این شهر، در سال ۹۷ و جمع آوری فاضلاب های خانگی و پارکروانی آن انجام شد. و افزود: اجرای شبکه فاضلاب شهری یکی از الزامات زندگی شهری به منظور حفظ بهداشت و سلامت از یک سو و استفاده بهینه از چرخش آب گرانبها از سوی دیگر به شمار می رود، این روزها در ادامه اجرای پروژه های سالیهای اخیر، در شهرستان قدس در حال پیاده سازی است. بهزاد رضوانی خاطر نشان کرد: شهروندان با خرید انشعاب و پرداخت به موقع اقساط و اتصال به شبکه داخلی منازل به شبکه اصلی، این شرکت را در تحقق توسعه و تکمیل شبکه فاضلاب تهران و همچنین حفاظت ازمنابع آب و محیط زیست یاری کنند.



"گردهمایی رهایی" سر آغاز فعالیت کمیته سلامت شرکت پتروشیمی شازند

اراک- مینورستمی - با برگزاری نشست با عنوان "گردهمایی رهایی" کمیته سلامت شرکت پتروشیمی شازند به طور رسمی آغاز به کار کرد. در این گردهمایی که با حضور جناب آقای مهندس پورمحمدریست محترم مجتمع، تعدادی از مدیران و روسای امور و جمع کثیری از همکاران، همچنین تعدادی از مسئولین ادارات و نهادهای استان و شهرستان و نیز جمعی از اعضای انجمن مردم نهاد NVA استان مرکزی و تعدادی از بهبودیابانگان مصرف سوء مواد مخدر در محل آملی تئاتر مجتمع برگزار شد. جناب آقای رجعی رئیس محترم روابط عمومی و از اعضای کمیته سلامت شرکت پتروشیمی شازند با بیان اهداف و برنامه های کمیته سلامت گفتند که در حال حاضر در شرکت و در سطح کشور معضلات و مشکلات ناشی از مصرف سوء مواد مخدر گریبان گیر تعداد زیادی از خانواده ها شده است و امروزه مسئله اعتیاد در جامعه به عنوان یک معضل و بیماری تلقی می شود و هدف از تشکیل این کمیته اطلاع رسانی در زمینه فرهنگ سازی و کمک به آسیب دیدگان اجتماعی است که در درجه اول خانواده ها و آشنایان و بستگان به مصرف مواد مخدر سوق داده نشوند و در درجه دوم اگر افرادی به این مشکل گرفتار شده اند چگونه می توان به آنها کمک کرد و آنها را نجات داد. ایشان یادآور شدند این کمیته با عضویت مسئولین مختلف مرتبط با سلامت و با حضور مدیران و روسای امور شرکت تشکیل شده است و همه همکاران می توانند در این زمینه با اعضای کمیته سلامت همکاری نمایند و نظرها و پیشنهادهای خود را بیان نمایند.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۳۰ اردیبهشت ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۶۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز توزیع: نشر گستر امروز

آدرس: میزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲

فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱

امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

درنگ

اینتل با معرفی OpenVINO هوش مصنوعی را کاربردی تر می کند

اینتل روز چهارشنبه از یک ابزار جدید با عنوان OpenVINO رونمایی کرد که استفاده از بینایی ماشین و یادگیری عمیق را در کاربردهای مختلف تسهیل می کند. اینتل از ابزار جدیدی با عنوان OpenVINO رونمایی کرده که استفاده از ابزارهای یادگیری ماشین را ساده تر می کند. این ابزار جدید که با عنوان OpenVINO (Open Visual Inference Neural Network Optimization) معرفی شده به توسعه دهندگان این امکان را می دهد تا یک هوش مصنوعی را روی بستری ابری - مانند TensorFlow، MXNet و Caffe - بسازند، آموزش دهند و در محصولات مختلف به کار ببرند.

به گزارش زومیت، این می تواند فواید سرمایه گذاری های اخیر اینتل برای بهبود و شتاب فناوری های هوش مصنوعی را بیش از پیش مشخص کند.

آدام برنز از اینتل می گوید: بیشتر از یک معماری برای هوش مصنوعی وجود دارد.

ابزار OpenVINO مجموعه ای از قابلیت های بهینه سازی و موتورهای اجرایی را در اختیار توسعه دهندگان قرار می دهد که او را قادر می سازد تا مدل خود را روی معماری که برای کاربرد مورد نظرش بهتر است، اجرا کند. این معماری می تواند یک FPGA بهینه شده یا یک VPU بهبود یافته باشد. برای مثال در یک کاربرد مرتبط با خرده فروشی توسعه دهنده ممکن است بخواهد به صورت همزمان اطلاعات مربوط به گیت های ورود و خروج و دوربین ها را پردازش کند.



اینتل می گوید حوزه اینترنت اشیا بازارهای وسیعی در سراسر جهان پدید آورده است، بخشی از این بازار به دلیل رشد کاربردهای مربوط به بینایی ماشین و هوش مصنوعی است. کسب و کارهای مختلف برای مقاصد گوناگون مختلف به هوش مصنوعی نیاز دارند. برن می گوید: این کسب و کارهای شاید بخواهند اطلاعات کمتری را برای طولانی مدت ذخیره کنند، شاید محدودیت هایی در پهنای باند داشته باشند یا ممکن است بخواهند تصمیماتی سریع مبتنی بر اطلاعاتی که در اختیار دارند بگیرند. کسب و کار مربوط به اینترنت اشیا اینتل در چهارماهه اول سال رشد ۱۷ درصدی نسبت به سال پیش داشته و ۸۴۰ میلیون دلار درآمد برای این شرکت به ارمغان آورده است.

ابزار OpenVINO می تواند در کاربردهای وسیعی در بازار مورد استفاده قرار گیرد. برن می گوید همین حالا هم این ابزار به صورت وسیع مورد استفاده قرار می گیرد. برای مثال شهر دوبی از آن برای مدیریت شهر هوشمند و راهکارهای ترافیکی استفاده می کند. شرکت های دیگری مانند جنرال الکتریک، AgentVI، خدمات وب آموزون، دل و هانیول.

بسته بندی خلاق



برای مطالعه ۹۷۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب و کار

پرسش: صاحب کسب و کاری هستیم که به منظور جذب مشتری از تبلیغات پیامکی استفاده کرده ام اما مدتی است که پیامک ها ارسال شده ولی نتیجه دلخواه را به دست نیاورده ام. به نظر شما آیا باید شیوه تبلیغاتی خود را تغییر دهیم؟ چه توصیه ای برای سنجش اثربخشی این شیوه دارید؟

ارزیابی تبلیغات پیامکی

پاسخ کارشناس: معمولاً به شرکت ها توصیه می شود که قبل از شروع تبلیغات، اثربخشی آنها را مورد سنجش قرار دهند. گاهی تبلیغ قبل از شروع باید روی نمونه کوچکتری مورد سنجش قرار گیرد. هرچند تبلیغات پیامکی معمولاً به منظور فروش کالا مورد استفاده قرار نمی گیرد، این سبک تبلیغات بیشتر به منظور جمع آوری داده ها و اطلاعات استفاده می شود. برای مثال در تبلیغات پیامکی به عنوان نخستین سوال پرسیده می شود،

آیا تمایل دارید با محصولات این برند آشنا شوید؟ از این طریق مشخص می شود که چه دسته ای به محصولات علاقه مند هستند و چه دسته ای تمایلی به محصولات ندارند که بعد از این نباید برایشان پیامک ارسال شود. حال بعد از ارسال و دریافت اطلاعات لازم، واحد ارتباط با مشتریان شرکت باید با مخاطبان علاقه مند تماس بگیرند و روش های دیگر را اجرا کنند. با این حال، این سبک تبلیغات در داخل کشور به این شکل مورد استفاده قرار نمی گیرد و شرکت ها به صورت تصادفی پیامی را به هدهای از مشتریان ارسال می کنند. بعد از ارسال

به امید اینکه شاید کسی با آنها تماس بگیرد، منتظر می مانند. در واقع شرکت ها در داخل به این سبک تبلیغات با هدف فروش تمرکز می کنند. در حالی که تبلیغات پیامکی جذب مشتری نخواهد کرد. البته شرکت های خدماتی مانند آژانس ها و موسسات آموزشی از این شیوه به منظور جذب مشتری نیز می توانند استفاده کنند. مشتریان پیامکی چنین شرکت هایی امکان بیشتری وجود دارد که مشتری به منظور خرید تماس بگیرد و گر نه مابقی شرکت ها نباید به منظور فروش محصول چنین پیامک هایی ارسال کنند.

مدرسه مدیریت

واقعیت مجازی پیشرو در دنیای بازاریابی امروز

مشتریان می توانند محصول را از نزدیک تجربه کنند. امروزه ورزش، پزشکی، آموزش و دنیای بازاریابی از این فناوری استفاده می کنند. واقعیت افزوده آینده را می سازد. بسیاری از فروشندگان برای تاثیر گذاشتن روی تصمیم گیری مشتریان شان از واقعیت افزوده استفاده می کنند. خیلی از آنها اپلیکیشن هایی درست کرده اند تا مشتریان پیش از خرید بتوانند نمونه های مورد نظرشان را ببینند (مثلاً تماشای دیوار با رنگ دلخواه مشتری پیش از اقدام به خرید رنگ).

ویدئوهای ۳۶۰ درجه هم این روزها خیلی باب شده اند. استفاده از ویدئو در استراتژی بازاریابی یکی از عوامل موفقیت است، حال تصور کنید که چاشنی واقعیت افزوده هم داشته باشد. به عنوان مثال برند طراحی اتاق D-۳ Amikasa به مشتریان اجازه می دهد نقشه کامل شده اتاق های شان را در ویدئوهای ۳۶۰ درجه ببینند. هتل ها هم برای نمایش داخل هتل از این فناوری استفاده زیادی می کنند. کاربران می توانند با اپلیکیشن های هتل اتاق ها، رستوران، استخر و تسهیلات رفاهی هتل را مشاهده کنند.

اما فقط هتل ها و برندهای مربوط به خدمات خانه و دکوراسیون نیستند که از این فناوری استفاده کرده اند. Lipton هم در کمپین Matcha Tea از واقعیت افزوده استفاده کرد. ویدئوی برند امکان تجربه ای متحرک را به دوستداران چای می دهد. مشتریان می توانند زندگی یک کیسه چای را از زمان درست شدنش تا زمان فروش در فنان چای تجربه کنند. شبکه های اجتماعی هم انقلابی در استراتژی های بازاریابی ایجاد کرده اند. Snapchat، Instagram و Facebook از بازاریابی واقعیت افزوده برای درگیر کردن مخاطبان بهره می گیرند. تمام این فیلترهای مخصوص عکس که کاربران با آن برای خود گوش های حیوانات مختلف را امتحان می کنند، از این فناوری استفاده می کند.

واقعیت این است که مردم با وجود فناوری هایی مثل واقعیت افزوده هر چه بیشتر از کامپیوتر دور می شوند و به زندگی خود در گوشی هاشان ادامه می دهند.

منبع: mbanews

مسیر موفقیت

عادت های افراد موفق برای حفظ موفقیت

دستیابی به موفقیت سخت است، ولی سخت تر از آن حفظ موفقیت است. افراد پیشرو عادت های مشترکی برای حفظ موفقیت و بقا در میدان رقابت دارند. حقیقت ساده ای که وجود دارد این است که اغلب ثروتمندان عادت های متفاوتی از مردم عادی دارند. البته که این عادت ها برای همه قابل دستیابی است. پرورش این عادت ها احتمال پیدا کردن موفقیت را افزایش می دهند. شاید در نگاه اول این کار سخت به نظر برسد، ولی با تلاش اندکی هر کسی می تواند خود را با آنها وفق دهد.

اگر بخواهیم دقیق تر موضوع را بررسی کنیم باید به این نکته توجه کنیم که افراد پس از موفقیت چگونه آن را حفظ می کنند. در ادامه نگاه عمیق تری به عادت های مشترک اغلب افراد ثروتمند نه تنها برای کسب ثروت، بلکه بعد از آن نیز خواهیم داشت. با پرورش این عادت ها در زندگی شخصی می توان به موفقیت های قابل توجهی دست یافت.

سحرخیزی

اغلب افراد موفق چون اوپرا وینفری مجری معروف، ریچارد برانسون بنیان گذار ویرجین گروپ، جک دورسی هم بنیانگذار توییتر و تیم کوک مدیر عامل اپل عادت مشترکی دارند. همه آنها صبح زود قبل از ساعت ۵ از خواب بر می خیزند. افراد ذکر شده همواره سحرخیز هستند، زیرا روزهای کاری آنها مملو از مسئولیت های فشرده و تصمیم های سخت است. آنها می دانند که به طور معمول سحرخیزی زمان خالی بیشتری قبل از شروع کار می دهد و برای هر کاری آماده تر از دیگران خواهند بود.

هدفمندی

شاید گمان کنید که بعد از کسب موفقیت زمان لذت بردن از زندگی فرارسیده است و هدفمندی بی معنی خواهد بود. افراد موفق به هر چه می خواهند رسیده اند، ولی در واقع یکی از رازهای موفقیت بلندمدت ثروتمندان این است که آنها همواره هدف های خود را تنظیم می کنند و پیوسته تلاش می کنند. شاید زمانی هدف آنها میلیونر شدن بوده است، اما پس از رسیدن به آن هدف های بعدی را متناسب با وضعیت فعلی تنظیم می کنند. این هدف ها می توانند مادی یا بشردوستانه باشند. صرف نظر از هر چه که می تواند باشد، ثروتمندان همواره به اهمیت اهداف و روحیه تلاش پیوسته تاکید دارند.



یادگیری مستمر

کسب موفقیت در وهله اول نیازمند یادگیری تخصص های بسیاری است. اشخاص باید در ابتدا تخصص صنف خود را یاد بگیرند، از بزرگان پیشه خود درس گرفته و همواره اطلاعات خود را به روز نگه دارند. بنابراین عادت به یادگیری پیوسته نباید هرگز به فراموشی سپرده شود. به گفته آلبرت انیشتین، «هرگاه یادگیری را متوقف کنید مرگ شما آغاز می شود». ثروتمندان پیشرو می دانند که چگونه در حوزه کاری خود دوام بیاورند. بدین منظور آنها باید پیوسته یاد بگیرند و خود را با شرایط جدید وفق دهند. آنها همواره از جریان وقایع جدید مطلع می شوند و به دنبال منابعی برای یادگیری بیشتر و عمیق تر هستند.

استراحت

اغلب ثروتمندان پیشرو راز و رمزهای موفقیت خودشان را دارند. همه این موارد مربوط به پول نیست، بلکه درباره لذت بردن از زندگی و حفظ انگیزه برای تلاش مستمر است. بدین منظور آنها استراحت های منظمی دارند تا بتوانند همواره سرزنده بوده و خلاقیت خودشان را حفظ کنند.

هرگز نباید تعطیلی کار را احمقانه تصور کرد. استراحت های منظم باعث می شود آنها بتوانند بازدهی خود را حفظ کنند. ثروتمندان پیشرو می دانند که با اندکی استراحت می توان کارها را بهتر و خلاقانه تر انجام داد. بنابراین چه به تعطیلات می روید یا با دوستان خود وقت گذرانی می کنید یا خرید برای شما لذت بخش است، ارزش کنار گذاشتن کار و پذیرفتن اندکی خسارت مادی را دارد.

شبکه سازی

کمتر کسی را می توان یافت که بدون کمک دیگران به موفقیت رسیده باشد. کسب ثروت و موفقیت مستلزم حجم عظیمی از تلاش و روابط است. برای حفظ موفقیت افراد بزرگ همواره به شبکه سازی پرداخته و روابط اجتماعی خود را حفظ می کنند. شبکه سازی نه فقط به منظور برپاسازی کسب و کاری عظیم بلکه برای درک رابطه روابط اجتماعی و موفقیت پایدار بسیار ضروری است.

تعهد

اغلب افراد گمان می کنند که برای موفقیت های بزرگ باید بی رحم بود. اما اگر درست نگاه کنیم ثروتمندان پیشرو (البته کسانی که با رنج و زحمت به جایی رسیده اند)، همواره به مسئولیت های اجتماعی پایبند بوده اند. به قول معروف از هر دستی بدهی از همان دست خواهی گرفت. کمک به دیگران به معنای هدر کردن پول نیست، بلکه منفعت های مادی و معنوی بلندمدتی به همراه دارد. خرید ماشین های لوکس لذت بخش است، ولی اگر جامعه رشد نکند درد آسیب های اجتماعی لذت این خوشی را تلخ خواهد کرد.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit