





دریچه

جهانگیری در جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی:

## ایران در برابر تحریم‌های آمریکا دست بسته نخواهد بود

**فرصت امروز:** اسحاق جهانگیری در جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی، ادعای آمریکا برای متوقف کردن صادرات نفت ایران را واهی خواند و گفت ایران در برابر تحریم‌های آمریکا دست بسته نخواهد بود. جهانگیری ابتدای هفته نیز در مراسم روز ملی «صنعت و معدن» تحریم نفت ایران را یک جنگ روانی دانسته و از عرضه نفت خام ایران در بورس داخلی خبر داده بود. معاون اول رئیس‌جمهور روز گذشته در جلسه ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی با اشاره به شرایط جدید پیش روی کشور و احتمال آسیب دیدن طبقات و اقشار ضعیف جامعه، بر ضرورت توجه ویژه به این اقشار و کمک برای تامین نیازهای اصلی زندگی‌شان تاکید کرد و گفت: در شرایط جدید کشور و افزایش قیمت برخی از کالاها، طبقات ضعیف جامعه در تامین نیازهای اصلی زندگی با مشکل مواجه می‌شوند و درآمد آنها کاهش پیدا می‌کند که ضرورت دارد به طور جدی به این طبقات توجه و از آسیب رسیدن به آنها جلوگیری شود. او از رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور و وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی خواست جلساتی را در این خصوص برگزار و راهکارهای تامین منابع لازم را برای کمک به اقشار کم‌درآمد جامعه در جهت جلوگیری از آسیب دیدن طبقات ضعیف پیدا کنند.

به گزارش پایگاه خبری معاون اول رئیس‌جمهور، جهانگیری با بیان اینکه دولت برای شرایط تحریم برنامه‌ریزی دقیق دارد، یکی از برنامه‌های دولت برای تامین کالاهای وارداتی مورد نیاز را استفاده از ساز و کار تهاتر دانست و افزود: ایران در مقابل تحریم‌های آمریکا دست بسته نخواهد بود و از روش‌های مختلف برای بی‌اثر کردن تحریم‌ها استفاده خواهد کرد. معاون اول رئیس‌جمهور خواستار تشکیل کارگروهی تحت عنوان کمیته تهاتر با عضویت وزارتخانه‌های نفت، صنعت، معدن و تجارت، امور خارجه، امور اقتصادی و دارایی، جهاد کشاورزی و سازمان برنامه و بودجه شد و افزود: لازم است کارگروهی با محوریت وزارت نفت تشکیل شود و برای تهاتر نفت با کالاهای اساسی برنامه‌ریزی و ساز و کار آن تعیین و نتیجه تصمیمات گزارش شود.

رئیس ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی در ادامه با تاکید بر اینکه دولت در تحریم‌های پیش رو روش‌های مختلفی را به کار خواهد گرفت تا صادرات نفت کشور کاهش پیدا نکند، تصریح کرد: استمرار صادرات نفت کشور نماد پیروزی ملت ایران در مقابل تحریم‌های آمریکا است و با برنامه‌ریزی و مدیریت توانمند وزارت نفت، امیدوارم شاهد این موفقیت بزرگ باشیم و ثابت کنیم که ادعای آمریکا مبنی بر متوقف کردن صادرات نفت ایران واهی است. معاون اول رئیس‌جمهور با تاکید بر اینکه در شرایط تحریم واردات کالا نباید متوقف شود و روند صادرات نیز باید با رونق همراه باشد، گفت: باید تلاش کنیم تحت هر شرایط کالاهای اساسی مورد نیاز به کشور وارد شود و ذخایر کالاهای اساسی وضعیتی اطمینان‌بخش داشته باشد.



این مقام آگاه دولتی با تاکید بر اینکه در سناریوهای مختلف بودجه‌ای که پیش‌بینی شده به‌شدت صرفه‌جویی و کاهش هزینه‌های جاری لحاظ شده است، گفت: همه قوا و دستگاه‌ها شرایط موجود کشور را باید درک کنند. اگر مدیریت مصرف و صرفه‌جویی که برای دستگاه‌ها طراحی شده عملی نشود باید بدانند با کاهش بودجه از سوی سازمان برنامه و بودجه روبرو خواهند شد. وی در پاسخ به این سوال که یکی از محورهای سخنرانی رئیس‌جمهور به سفرهای خارجی دستگاه‌ها و شرکت‌های دولتی بازمی‌گشت و بنابراین برای نظارت بر شرکت‌ها و مباحث اینچنینی چه تدبیری اندیشیده شده، گفت: تابستان، فصل برگزاری مجامع شرکت‌های دولتی است و نمایندگان دولت بر شرکت‌ها اشراف دارند تا هزینه‌های برگزاری همایش‌های غیرضروری و سفرهای خارجی لغو و موارد مشابه به‌شدت کنترل شود.

گفت: تامین انرژی مطمئن برای مردم از دیگر رویکردها و سناریوهای طراحی شده است. وی ادامه داد: با توجه به خشکسالی و شیوه بد مصرف انرژی در کشور، تدابیری در بخش‌های آب، برق و سوخت اندیشیده شده است. نباید اجازه دهیم هر کسی هر طور که می‌خواهد انرژی مصرف کند. پرمصرف‌ها باید رعایت کنند چون هدررفت زیادی در حوزه انرژی داریم.

وی با بیان اینکه مباحثی مانند کاهش مصرف آب، برق و انرژی و هزینه‌های مصرفی به دستگاه‌ها ابلاغ شده است، خاطرنشان کرد: بسته‌های تهیه‌شده برای دستگاه‌ها را در ستاد اقتصاد مقاومتی مصوب کردیم و با دستگاه‌هایی که رعایت نکنند برخورد بودجه‌ای خواهد شد. صرفه‌جویی در اعتبارات این بخش برای ایجاد اشتغال، تولید و امنیت غذایی اقشار آسیب‌پذیر مصرف خواهد شد.

### دارایی‌های مازاد دولت واگذار می‌شود

این مقام مسئول ارشد دولت چهارمین بسته آماده‌شده را موضوع واگذاری دارایی‌های مازاد دولت دانست و گفت: پنجمین بسته حمایتی و سیاستی نیز به جلب مشارکت خصوصی در اقتصاد بازمی‌گردد. در بودجه سال جاری ظرفیتی در قالب مشارکت عمومی و خصوصی برای اجرای طرح‌های عمرانی در کشور ایجاد شده که با مشوق‌های در نظر گرفته شده بتوان شاهد افزایش سهم بخش خصوصی باشیم.

**تامین کالاهای استراتژیک برای مقابله با تأثیرات نوسان ارز**  
او به ششمین بسته تحول اقتصادی دولت برای مقابله با نوسانات ارز اشاره کرد و یادآور شد: بسته‌ای کامل برای امنیت غذایی متشکل از کالاهای استراتژیک و اساسی در نظر گرفته شده است.

وی گفت: همچنین هفتمین بسته تدوین شده مربوط به تولید و اشتغال است که اکنون در جریان بوده و هدف‌گذاری‌های خوبی دارد. این مقام مسئول تصریح کرد: اکنون نیز کارشناسان روی این بسته‌ها آخرین اقدامات و پیشنهادهای تکمیلی را با همکاری دستگاه‌های متولی انجام خواهند داد و ظرف دو تا سه روز آینده برنامه‌های عملیاتی به دولت و مجلس خواهد رفت.

**اگر دستگاه‌ها مصارف را مدیریت نکنند با کاهش بودجه مواجه خواهند شد**

وی با بیان اینکه بخشی از سیاست‌های تهیه‌شده از جنس طرح در جلسه سران قوا است، بیان داشت: همچنین بخشی از آن در تفاهم دولت و مجلس به‌صورت طرح یا لایحه برای قانون‌گذاری آماده خواهد شد و قسمتی دیگر در حیطه اختیارات دولت بوده که پس از طرح و تصویب در هیات وزیران، اجرایی خواهد شد.

وی تاکید کرد: تمام ظرفیت کارشناسی برای تهیه اجرای سیاست‌ها در بسته‌های پیشنهادی به کار گرفته شده است و دستگاه‌ها و مجلس نیز همفکری می‌کنند.

**فرصت امروز:** گفته می‌شود دولت هفت بسته اقتصادی برای مقابله با اثرات تحریم و نوسانات ارزی تدوین کرده که از جمله آنها، جهت‌دهی به نقدینگی برای ورود به بخش تولید، تامین انرژی مطمئن و امنیت غذایی، واگذاری دارایی‌های مازاد دولت، جلب مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد و هدف‌گذاری تولید و اشتغال است. به گفته یک مقام آگاه دولتی، این هفت بسته اقتصادی در سازمان برنامه و بودجه و با همفکری کمیسیون اقتصادی و مرکز پژوهش‌های مجلس در حال تدوین است و تا چند روز آینده برای تصویب به دولت ارائه می‌شود.

البته عملیاتی‌شدن این بسته اقتصادی تنها شامل اراده دولت نمی‌شود و اجرای بخشی از این سیاست‌ها نیز به هماهنگی روسای قوای سه‌گانه و به‌ویژه قانون‌گذاری در مجلس دارد. در این خصوص، یک مقام ارشد دولتی که نتوانست نامش فاش شود با اشاره به اظهارات رئیس‌جمهور درباره ثبات اوضاع اقتصادی و هم‌دلی برای رونق بازارها و حمایت از تولید و فضای کسب‌وکار گفت: به سازمان برنامه و بودجه کشور مأموریت داده شد تا برای بهبود شرایط اقتصادی برنامه‌ها و سیاست‌هایی در بخش‌های مختلف تهیه و تدوین کند و اکنون مطلع هستیم که تدوین این برنامه‌ها مراحل نهایی را طی می‌کند.

### تدوین بسته‌های بودجه‌ای با سه سناریو

به گزارش فارس، او با بیان اینکه بسته سیاست‌های بودجه‌ای به‌طور کامل آماده شده است و باید تصویب شود، گفت: این بسته با سناریوهای مختلف تحریمی، رونق و ثبات اقتصادی تدوین شده و روز چهارشنبه گذشته با نمایندگان کمیسیون اقتصادی برنامه و بودجه و مرکز پژوهش‌های مجلس مرور شد و به نظر می‌رسد در روزهای آتی به دولت ارائه خواهد شد.

### بسته هدایت نقدینگی با تمرکز بر جهت‌دهی به تسهیلات

این مسئول ارشد دولت دومین بسته تهیه‌شده را مربوط به هدایت و مدیریت نقدینگی در بازار دانست و افزود: در این راستا با همکاری وزارت اقتصاد، بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه سیاست‌های اجرایی و نظارتی تهیه شده که در روزهای آینده جزئیات کامل آن مشخص خواهد شد.

وی در مورد بسته هدایت و مدیریت نقدینگی گفت: قطعاً به دنبال هدایت این حجم از نقدینگی به سمت تولید و بخش‌های مولد اقتصاد هستیم تا ثبات و آرامش به قیمت‌ها و ارز بیخشد. مدیریت ارز، جهت‌دهی به تسهیلات، تشدید نظارت بانکی، رتبه‌بندی و ارزیابی بانک‌ها از سرفصل‌های این بخش است؛ البته در جلسه سران قوا نیز دربره آن بحث خواهد شد و احتمالاً بخش‌هایی از آن نیاز به قانون‌گذاری داشته باشد.

### بسته تامین انرژی با تمرکز بر مدیریت مصرف

این مقام ارشد دولتی در مورد سومین بسته عملیاتی اقتصادی دولت

پول‌های سرگردان عامل گرانی است

## احتمال ریزش نرخ ارز

معاون سازمان توسعه تجارت پول‌ها و نقدینگی سرگردان را عامل گرانی در بازار دانست و گفت: از آنجا که هماهنگی میان نرخ رسمی و آزاد ارز وجود ندارد، هیچ تضمینی برای ثبات نرخ نیست و حتی ممکن است باوجود تقاضا برای خرید یک نوع ارز، نرخ آن ریزش پیدا کند و در چنین شرایطی مردم متضرر می‌شوند.

در پی افزایش قیمت برخی از محصولات در بازار و اینکه گفته می‌شود حتی برخی از کالاهایی که با ارز دولتی ۴۲۰۰ تومانی وارد می‌شود، با ارز آزاد فروخته شده و با افزایش قیمت همراه شده‌اند، محمدرضا مودودی، معاون سازمان توسعه تجارت به ایسنا اینگونه توضیح داد که به نظر می‌رسد نقدینگی سرگردانی که در کشور وجود دارد، این ظرفیت را برای ایجاد شوک در اقتصاد و بازار دارد و یکی از دلایل اصلی افزایش قیمت‌ها و تورم کنونی است.

معاون سازمان توسعه تجارت تصریح کرد: در چنین شرایطی ضرورت دارد دستگاه‌های نظارتی هرچه دقیق‌تر و حساس‌تر در بازار ورود کنند، چراکه در این شرایط که منابعی به صورت هدفمند از یک‌سری مجاری خاص به بازار ارز تزریق می‌شود، شناسایی آن نباید خیلی سخت باشد و وقتی گفته می‌شود که صدها هزار سکه توسط گروه کوچکی از بخش خصوصی خریداری می‌شود، شناسایی کردن آن و درآمد ناگهانی‌اش که باعث برهم زدن بازارهای مختلف از ارز تا خودرو، سکه و... می‌شود، کار سختی نیست.

وی افزود: نقدینگی سرگردان می‌تواند بسیار اثرگذار باشد و تقاضای کاذبی در بازار ایجاد کند تا از این طریق افزایش قیمت به بار آورد و صاحبان این نقدینگی سرگردان صاحب سودهای بیشتر شوند. به عنوان مثال شاید عده‌ای بخواهند منابع مالی خود را به ارز تبدیل کنند تا ارزش نقدینگی خودشان را حفظ کرده و افزایش دهند.

وی تاکید کرد: دستگاه‌های نظارتی باید جلوی گردش‌های ناسالم در اقتصاد را بگیرد.

# آسیاتل

تلفن ثابت نسل نو!!!



۱۵۴۴  
asiatech.ir

آسیاتل

دریچه

بازار قابل پیش‌بینی نیست

سکه به ۳ میلیون تومان رسید

به‌رغم کاهش قیمت جهانی طلا و همچنین کاهش تقاضا و قیمت ارز در روزهای اخیر، قیمت سکه به کمتر از ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان کاهش یافته بود، اما از روز یکشنبه با توجه به افزایش تقاضای مجدد و همچنین قیمت ارز، قیمت طلا و سکه رو به افزایش گذاشت؛ به طوری که دوشنبه قیمت سکه تمام به ۳ میلیون تومان هم رسید.

محمد کشتی‌آرای، عضو اتحادیه فروشندگان طلا و جواهر با بیان اینکه در حال حاضر قیمت فروش سکه به ۳ میلیون تومان رسیده است، به ایسنا گفت: تمام قطعات سکه و طلای ۱۸ عیار به نسبت یکشنبه با افزایش قیمت مواجه شده‌اند. در حال حاضر سکه تمام طرح جدید ۳ میلیون تومان، سکه تمام طرح قدیم ۲ میلیون و ۹۲۰ هزار تومان است. نیم‌سکه یک میلیون و ۴۴۵ هزار تومان و ربع سکه ۷۷۰ هزار تومان در بازار معامله می‌شود.

به گفته وی، هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲۴۳ هزار تومان، هر مثقال طلای ۱۷ عیار یک میلیون و ۵۳ هزار تومان و هر مثقال طلای ۱۸ عیار یک میلیون و ۱۷۰ هزار تومان قیمت دارد. همچنین سکه‌های یک گرمی ۴۲۰ هزار تومان فروخته می‌شوند.

او درباره علت افزایش تقاضای طلا و سکه توضیح داد: بانک مرکزی فعلا عرضه سکه ندارد و عرضه و تقاضا و معاملات با توجه به سکه‌های موجود در بازار انجام می‌شود. وضعیت طلا و سکه تحت تاثیر واگذاری سکه‌ها قرار گرفته و همین موضوع باعث شده



بازار با افزایش تقاضا مواجه شود. با توجه به طرحی که درباره واگذاری سکه‌ها در حال بررسی و اقدام است مبنی بر اینکه به ثبت‌نام‌کنندگان تعداد بالای سکه فقط ۱۰ قطعه سکه داده شود، تقاضا برای خرید فیزیکی سکه افزایش پیدا کرده است. کشتی‌آرای درباره چگونگی روند قیمت طلا و سکه در روزهای آینده گفت: عوامل متعددی روی قیمت تاثیرگذار است و با توجه به قیمت ارز و عرضه و تقاضا این مباحث قابل پیش‌بینی نیست؛ به همین دلیل هم حتی برای یک ساعت آینده نمی‌توان قیمت سکه و طلا را پیش‌بینی کرد، اما با توجه به افزایش قیمت طلا و سکه به مردم توصیه می‌کنیم از واحدهایی داد و ستد کنند که دارای مجوز باشند و از خرید طلا و سکه از واحدهای غیرمجاز خودداری کنند.

بانکنامه

نامی از بانک‌های ایرانی نیست

بانک‌های برتر آسیا معرفی شدند

در تازه‌ترین رده‌بندی نشریه معتبر بنکر از هزار بانک برتر جهان، نام هیچ بانک ایرانی به چشم نمی‌خورد و نکته جالب این رده‌بندی در منطقه آسیا و اقیانوسیه، بانک‌های استرالیایی هستند که چهار بانک نخست منطقه آسیا و اقیانوسیه را به خود اختصاص داده‌اند. به گزارش ایسنا، نشریه معتبر بنکر در رده‌بندی جدید خود، ۱۰۰۰ بانک برتر جهان را معرفی کرد که بانک «کامن‌ولث» استرالیا با ۴۰.۵۲۴ میلیارد دلار سرمایه در رده برترین بانک آسیایی و چهل و پنجمین بانک برتر جهان قرار گرفته است. لازم به ذکر است که این رده‌بندی بدون در نظر گرفتن بانک‌های چینی و ژاپنی منتشر شده است.

پس از بانک کامن‌ولث، بانک‌های «وست‌پک»، «ای ان زد» و بانک ملی استرالیا در رده‌های دوم تا چهارم قرار گرفته‌اند و به ترتیب ثروتی معادل ۳۹.۹۸۰، ۳۸.۵۳۴ و ۳۷.۰۴۵ میلیارد دلار سرمایه دارند. پس از این چهار بانک استرالیایی، بانک «دی بی اس» سنگاپور با سرمایه ۳۲.۴۰۷ میلیارد دلار در رده پنجم قرار دارد.

استیت بنک هند، «کی بی فاینانشیال»، بانک توسعه و «شینهان» هر سه از کره‌جنوبی و بانک «یونایتد اورسسیز» از سنگاپور نیز به ترتیب در رده‌های ششم تا دهم این رده‌بندی جای دارند. همچنین موفق‌ترین عملکرد مربوط به بانک ملی ازبکستان بوده است که طی سال گذشته سرمایه خود را ۱۸۸.۰۰۲ درصد افزایش داده است. بانک زمین و مسکن تایلند، بانک رفاه ویتنام، «آر بی ال» هند و بانک اتحادیه تایوان نیز با افزایش سرمایه ۱۲۴.۸۴ درصدی، ۷۳.۵۲ درصدی، ۵۴.۱۹ درصدی و ۴۸.۶۱ درصدی به ترتیب در رده دوم تا پنجم موفق‌ترین بانک‌ها از نظر عملکردی قرار گرفته‌اند. بالاترین نرخ بازگشت سرمایه نیز متعلق به بانک «کاسپی» قزاقستان با نرخ ۴۹.۵۲ درصد است و پس از آن، بانک ملی ازبکستان با ۴۸.۸۲ درصد، «ساوث سفیک» گینه نو با ۴۸.۳ درصد، «تک کام بانک» ویتنام با ۳۹.۲۳ درصد و بانک مردم سریلانکا با ۳۵.۱۱ درصد به ترتیب در رده‌های دوم تا پنجم قرار دارند.

**فرصت امروز:** در حالی که این روزها نقدینگی‌های سرگردان در جامعه موجب التهاب در بازارهای موازی شده و به همین خاطر، گمانه‌زنی‌هایی درباره احتمال افزایش نرخ سود بانکی و جذب این نقدینگی به وجود آمده است، اما رئیس کل بانک مرکزی در آخرین اظهار نظرش در این باره، این مهم را رد کرد و گفت که تصمیم و برنامه‌های برای افزایش نرخ سود بانکی وجود ندارد و نظام بانکی همچنان براساس نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار عمل می‌کند. ولی‌الله سیف در عین حال به برخی از بانک‌هایی که این روزها نرخ‌های دیگری را به کار گرفته‌اند هشدار داد و از برخورد بانک مرکزی با این دسته از بانک‌ها و ایجاد تعادل در نرخ سود بانکی سخن گفت. در واقع، با اظهار نظر رئیس کل بانک مرکزی درباره عدم افزایش سود بانکی، به نظر می‌رسد که دیگر نباید منتظر افزایش نرخ سود در شرایط فعلی بود، هرچند که کاهش آن هم در حال حاضر منتفی است. به گزارش ایسنا، نرخ سود سپرده بانکی طی سال‌های ۱۳۹۲ تاکنون با توجه به روند نزولی تورم، در شیب کاهشی قرار گرفت و از نرخ‌هایی که به ۳۰ درصد در بانک‌ها می‌رسید، تا ۱۵ درصد کاهش یافته است. سود تسهیلات نیز در حد ۱۸ درصد قرار دارد. در سال گذشته و در جریان انحرافات که برخی بانک‌ها در اجرای نرخ سود داشتند، بانک مرکزی دستورالعملی را برای الزام به منظور رعایت نرخ سود تا ۱۵ درصد و حذف نرخ‌های بالاتر به بانک‌ها ابلاغ و در دستور کار قرار

داد. این تکلیف موجب شد تا در ادامه و با نوسانی که در نیمه دوم سال گذشته در بازار ارز اتفاق افتاد، برخی کارشناسان و تحلیلگران بر این موضوع تاکید داشته باشند که کاهش نرخ سود موجب خروج نقدینگی از بانک‌ها و به جریان افتادن در بازار ارز و البته تحریک نوسان شده است. در مدت اخیر با توجه به شرایطی که در بازار ارز ایجاد شده و افزایش قیمت دلار که در نتیجه تقاضا برای خرید شدت یافته است، برخی کارشناسان و حتی مسئولان موضوع افزایش نرخ سود بانکی را مطرح کردند و معتقد بودند که اگر بانک مرکزی نرخ سود را تا حدی افزایش دهد، می‌تواند عاملی برای نگرانی داشتن منابع در بانک‌ها و حرکت از بازار ارز و سکه باشد. در حالی این گمانه‌زنی‌ها ادامه داشت که اخیرا ولی‌الله سیف -رئیس کل بانک مرکزی- به صراحت این موضوع را رد کرده و گفته است که بانک مرکزی تصمیمی برای افزایش نرخ سود بانکی ندارد و در این راستا بخش نظارتی با بانک‌هایی که نرخ سود را به طور غیرمعارف تغییر دهند، برخورد خواهد کرد. این در حالی است که برخی مدیران بانکی نیز در مورد احتمال افزایش نرخ سود معتقدند که اگر قرار باشد نرخ سود سپرده افزایش یابد، باید بار دیگر نرخ سود تسهیلات نیز به دنبال آن رشد کند که این موضوع به طور حتم مورد قبول فعالان اقتصادی قرار نخواهد گرفت، بنابراین دست زدن به نرخ سود در شرایط فعلی ناهنجاری نمی‌تواند موجب



ترمیم فضای موجود شود، بلکه بانک‌ها را در وضعیتی نامناسب قرار می‌دهد. باید یادآور شد که بانک مرکزی در یک هفته در بهمن‌ماه سال گذشته تجربه افزایش نرخ سود را داشت و اوراق گواهی سپرده با نرخ ۲۰ درصد یعنی ۱۲ هزار میلیارد تومان اوراق فروش رفت و مشتربان بانک‌ها حدود ۲۴۰ هزار میلیارد تومان اوراق فروش رفت و مشتربان بانک‌ها حساب‌های خود را جابه‌جا کردند. با توجه به اختلاف ۵ درصدی سود، حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان هزینه به بانک‌ها تحمیل شد و این در حالی است که بانک مرکزی با وجود وعده‌ای که برای حمایت برای جبران این زیان داده تاکنون اعلام رسمی برای اقداماتی در این زمینه نداشته است. کارشناسان معتقدند که در همان زمان نیز افزایش نرخ سود بانکی حتی برای مدت یک هفته‌ای اقدام نادرستی بود و بانک مرکزی نباید این‌گونه عمل می‌کرده است، بنابراین در شرایط فعلی همانطور که رئیس کل بانک مرکزی تاکید کرده هرگونه افزایش نرخ سودی بعید به نظر می‌رسد. همچنین کاهش نرخ سود تسهیلات نیز که بارها مورد خواست مسئولان و فعالان اقتصادی بوده، اکنون زمانی برای آن وجود ندارد، چراکه باید به دنبال آن کاهش نرخ سود سپرده اتفاق افتد که این موضوع نیز با توجه به وضعیت کنونی و نگرانی از خروج منابع از بانک‌ها و ورود به بازار ارز برای آینده‌ای نزدیک منتفی خواهد بود.

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی شرکت نفت فلات قاره ایران در نظر دارد نسبت به انجام ارزیابی کیفی جهت خرید تامین کالای مورد نیاز خود از طریق مناقصه عمومی دومرحله‌ای اقدام نماید. بدین‌وسیله از شرکت‌هایی که سابقه و توانایی ارائه پیشنهاد را دارند جهت شرکت در فراخوان ارزیابی کیفی دعوت به عمل می‌آید. شماره مناقصه: FSD-9505301-FS/MK

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای. مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه چهارمحال و بختیاری. موضوع مناقصه: مناقصه تامین خودروهای استیجاری و ایاب و ذهاب کارکنان. تاریخ، مهلت، نشانی محل دریافت اسناد مناقصه و مهلت تحویل پاکات الف، ب، ج، الف) ارائه درخواست کتبی شرکت در مناقصه و معرفی نماینده جهت اخذ دریافت اسناد مناقصه و قرم های ارزیابی، تا تاریخ ۹۷/۴/۱۷ به آدرس شهرکرد - کیلومتر ۵ جاده شهرکرد - اسفهان - شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه چهارمحال و بختیاری واحد امور اداری - آگهی فوق قابل مشاهده در سایت های: monaghese.niopdc.ir, http://iets.mporg.ir, chaharmahal.niopdc.ir





## ممنوعیت واردات خودرو مسبب اضمحلال کیفیت خودروهای داخلی در آینده

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت در خصوص ممنوعیت واردات خودرو، اظهار داشت که از چند زاویه می‌توان به این تصمیم نگاه کرد؛ چنانچه از دیدگاه حمایت از تولید داخل و تولید اشتغال به این مقوله نگاه کنیم کاهش واردات خودرو در شرایط کنونی و بنا توجه به بازگشت تحریم‌ها، می‌تواند موثر واقع شود، اما در طولانی‌مدت ممنوعیت واردات خودرو اثرات مفیدی ندارد.

ابوالفضل خلخالی در گفت‌وگو با خبر خودرو در ادامه افزود: چنانچه بازار رقابتی در کشور وجود نداشته باشد، کیفیت خودروهای تولید داخل کاهش خواهد یافت، به طور مثال زمانی که قطعه‌ساز داخلی تولید قطعات مورد نیاز خودرو پژو ۲۰۰۸ را برعهده می‌گیرد مجاب به کسب تکنولوژی‌های جدید و به‌روز می‌شود که این امر منجر به تقویت زنجیره تامین می‌شود.

این کارشناس صنعت خودرو کشور افزود: به عنوان نمونه قطعات پژو ۲۰۰۸ نیاز به تکنولوژی‌های خاص دارد مثلا برای تولید عایق دیواره آتش در روش‌های قدیمی با کاهش ضخامت دیواره آتش در مناطقی میزان جذب صدا افزایش پیدا می‌کند، اما در تکنولوژی جدید میزان جذب صدا در تمام ضخامت‌ها در مناطق مختلف یکسان است، وی تصریح کرد: در مقابل زمانی که قطعه‌ساز فقط قطعات خودرویی مانند پراید را تولید می‌کند از آنجا که نیاز به تکنولوژی خاصی ندارد برای کسب دانش روز تلاش و حرکت نمی‌کند.

خلخالی با اشاره به اهمیت بازار رقابتی افزود: تنها بازار رقابتی است که می‌تواند موجب حرکت به سوی کسب دانش و تکنولوژی روز شود، به همین دلیل برای حمایت و تقویت زنجیره تامین باید بازار را تا حدودی با واردات خودرو رقابتی ساخت تا تولیدکنندگان به این سمت حرکت کنند.

وی با اشاره به احترام به حق مردم تصریح کرد: نباید مردم را از حق خریداری خودروی باکیفیت محروم ساخت، به هر حال نباید حقوق افرادی که این نوع خودروها را می‌پسندند و توان مالی خرید را دارند پایمال شود.

وی خاطر نشان کرد: برای حمایت از تولید داخل نباید ممنوعیت واردات اعمال شود و از سوی دیگر برای ایجاد رقابت نباید به واردات افسار گسیخته و بدون نظارت روی آورد چراکه هر دو روش بدون منطق بوده و در بلندمدت برای صنعت خودرو مضر است.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت با بیان اهمیت برنامه‌ریزی در زمینه واردات خودرو گفت: متولیان امر واردات خودرو باید طبق یک برنامه‌ریزی نظام‌مند در دوره‌های بلندمدت ۵ یا ۱۰ ساله تعریف واردات خودرو را با یک شیب ملایم کاهش دهند تا در این دوره زمانی صنعت خودرو امکان دستیابی به صادرات را پیدا کند.

## اعضای جدید هیأت‌مدیره انجمن واردکنندگان خودرو انتخاب شدند

عصر دیروز اعضای جدید هیأت‌مدیره انجمن واردکنندگان خودرو و اعضای علی‌البدل انتخاب شدند. به گزارش پدال نیوز، عصر دیروز ترکیب جدید هیأت‌مدیره دومین دوره فعالیت انجمن واردکنندگان خودرو مشخص شد. مهدی دافتر، دبیر انجمن واردکنندگان خودرو به‌خبرنگار خودرو کار گفت: جلسه انتخاب اعضای جدید هیأت‌مدیره انجمن واردکنندگان خودرو، با حضور ۲۶ نفر از ۳۲ عضو این انجمن تشکیل شد.

او ترکیب جدید هیأت‌مدیره انجمن را این گونه عنوان کرد: آقایان فرهاد مشهدی محمدی، مصطفی خدری، فضلعلی زاده، سپندرامز بلورچی، کورش مرشدسلوک، هادی سلیمانی ملکان و علی عزیزی به عنوان اعضای اصلی انجمن واردکنندگان انتخاب شدند. دافتر تأکید کرد: در اعضای علی‌البدل نیز آقایان مسعود منصور و رضا عظیمی انتخاب شدند.

## لاستیک خودرو هم گران شد

سخنگوی انجمن صنفی تائرسازان گفت پس از بررسی‌های سازمان حمایت، با درخواست تائرسازان موافقت شد و ستاد تنظیم بازار مجوز افزایش حدود ۹ درصدی قیمت تایر را صادر کرد. مصطفی تنها درباره نتیجه درخواست تائرسازان برای افزایش قیمت، اظهار کرد: پس از بررسی‌های سازمان حمایت، با درخواست تائرسازان برای افزایش قیمت موافقت شد و ستاد تنظیم بازار مجوز افزایش حدود ۹ درصدی قیمت تایر را صادر کرد.



سخنگوی انجمن صنفی تائرسازان افزود: این افزایش قیمت ابلاغ شده و در حال طی کردن تشریفات این کار برای اعمال قیمت‌های جدید هستیم. وی با بیان اینکه افزایش بیش از مصلوبه ستاد تنظیم بازار تخلف است، گفت: کارخانه‌های تولیدی باید ابتدا قیمت‌های جدید را به سازمان حمایت اعلام کرده و پس از آن محصولات خود را با قیمت‌های جدید در بازار عرضه کنند.

تنها درباره تأمین ارز برای تهیه مواد اولیه خاطر نشان کرد: طبق اولویت‌بندی جدیدی که صورت گرفته برای تهیه مواد اولیه اصلی می‌توانیم ارز ۴۲۰۰ تومان بگیریم در حالی که پیش از این باید اقلام خود را از ارز حاصل از صادرات تأمین می‌کردیم. به گزارش میزان، سخنگوی انجمن صنفی تائرسازان اظهار کرد: با شرایط به وجود آمده تهیه مواد اولیه نسبت به گذشته راحت‌تر شده است و تولیدکنندگان با مشکلات کمتری روبه رو هستند.

# رمز گشایی وقایع خودرویی پس از نقض برجام



اشاره کرد، آشفته‌گی بازار خودرو و افزایش قیمت‌ها بود. طی یکی، دو ماه گذشته، قیمت خودروهای داخلی به شدت افزایش یافت و از آن سو شورای رقابت نیز رای به افزایش حدوداً ۷ درصدی قیمت‌ها داد. شرایط به شکلی پیش رفت که بازار از مصرف‌کنندگان واقعی خالی شد و دل‌ها و واسطه‌ها عنان کار را در دست گرفتند. در این اوضاع و احوال، شایع شد که خودروسازان محصولات خود را احتکار کرده و با کم‌فروشی، سبب افزایش شدید قیمت‌ها شده‌اند. حالا وزیر صنعت ضمن رد ماجرای احتکار، از ورود سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به بازار خودرو خبر داده است. شریعتمداری با بیان اینکه خودروسازان نمی‌توانند محصولات‌شان را احتکار کنند، تأکید کرد که به رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان دستور داده قیمت و افزایش قیمت خودروسازان داخلی را کاملاً کنترل کند.

به گفته وی، افزایش قیمت خودرو در داخل کشور به دلیل افزایش نقدینگی است و به خرید و فروش میان مشتریان مربوط می‌شود. وزیر صنعت همچنین در ادامه نشست خبری خود به موضوع واردات خودرو و بازار بهم ریخته خودروهای وارداتی نیز اشاره کرد و گفت که تصمیمات اتخاذ شده درباره ممنوعیت واردات خودرو، متناسب با شرایط و نیاز کشور (محدودیت منابع ارزی) اتخاذ شده و ربطی به تولید داخل ندارد. گفته‌های وی در شرایطی است که واردکنندگان اعلام کرده‌اند می‌توانند نسبت به تأمین ارز برای واردات اقدام کنند، با این حال، شریعتمداری در نشست خبری تأکید کرده که باید منشأ ارز واردکنندگان (آنها که مدعی واردات با ارز خود هستند) مشخص شود. وی این را هم گفته که وقتی هنوز ارزی در بازار غیرمشکل پولی کشور ایجاد نشده، قطعا واردکنندگان از سبب ارزی برای واردات خودرو استفاده کرده‌اند نه ارز خودشان.

## ۱۰ میلیارد دلار برای نوسازی ۲۰۲ هزار خودرو فرسوده جاده‌ای

وی ادامه داد: در بخش برون‌شهری از مجموع ۱۴۰ هزار دستگاه کامیون فرسوده ۱۲۰ هزار دستگاه، از ۱۳ هزار اتوبوس فرسوده ۹ هزار دستگاه، از ۵۷ هزار دستگاه مینی‌بوس فرسوده ۴۸ هزار و ۵۰۰ دستگاه و ۶ هزار دستگاه وانت نوسازی خواهند شد.

این مقام مسئول افزود: در این طرح ۲۰۲ هزار دستگاه اتوبوس، مینی‌بوس، کامیون و کامیونت فرسوده درون و برون‌شهری با اعتبار ۱۰ میلیارد و ۶۶۶ میلیون دلار نوسازی خواهند شد. مابه‌التفاوت صرفه‌جویی هم از سوی وزارت نفت به ازای اسقاط یک خودرو فرسوده و جایگزینی یک خودرو نو، محاسبه و پرداخت می‌شود.

حسن‌نیا افزود: پس از تحویل خودرو نو به خریدار، شرکت ملی نفت ایران مکلف است در مقاطع شش‌ماهه و بسته به نوع خودرو، در نوسازیهای بازپرداخت مبالغ اعلامی در جداول، معادل صرفه‌جویی سوخت حاصله تا سقف کل مبلغ جدول مصوب، پس از تخصیص سازمان برنامه‌بودجه کشور از محل سرجمع درآمد حاصل از صادرات مجموع نفت گاز یا کاهش واردات فرآورده‌های نفتی، از طریق بانک

## اختصاص ۷۰۰ میلیارد تومان اعتبار به قطعه‌سازان در ۷ هفته

چهرودی یادآور شد: امروز تمام کسانی که گمان می‌کردیم شرکای تجاری مطمئنی برای ایران هستند زنده زنده خارج از ایران را سر داده‌اند، این شرایط نشان می‌دهد آنچه برای کشور باقی می‌ماند تولیدکنندگان داخلی هستند، بنابراین در فضای فعلی هیچ‌کسی را غیر هم‌نداریم این در حالی است که هم‌اکنون سایپا با ۴۳۰ هزار قطعه‌ساز به صورت مستقیم همکاری می‌کند. وی با اشاره به قرار گرفتن قطعات منفصله در فهرست تحریم‌های جدید اظهار کرد: در دور جدید تحریم‌ها قطعات منفصله در اشل اقتصادی در فهرست تحریم‌ها قرار گرفته که نشان می‌دهد اشتغال را هدف گرفته‌اند.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا ادامه داد: با توجه به چنین شرایطی نظرات خود را به وزیر صنعت، معدن و تجارت ارائه کرده‌ایم و قطعه‌سازان مرتبط را به گروه یک کالایی منتقل کردیم که دلیل این اقدام خودکفایی ۹۰ درصدی برخی از مجموعه‌ها بود.

وی در ادامه در تشریح سیاست‌های حمایت از قطعه‌سازان نیز گفت: براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده تا هفت هفته، هفته‌ای ۱۰۰ میلیارد تومان به قطعه‌سازان منابع مالی پرداخت خواهد شد که این رقم جدا از مبلغی است که به صورت روزانه پرداخت می‌شود. چهرودی دلیل پذیرفتن بار این هزینه را برداشتن باری از روی دوش

در روزهایی که بازار خودروی کشور کماکان در تنهایی نسبی قرار دارد و خودروسازان خارجی نیز به دلیل نقض برجام از سوی آمریکا، در آستانه خروج از کشور قرار گرفته‌اند، محمد شریعتمداری وزیر صنعت، معدن و تجارت در جمع خبرنگاران حاضر شد و به پرسش‌هایی درباره وقایع اخیر پاسخ داد.

به گزارش پدال نیوز، خروج آمریکا از برجام و احتمال قطع ارتباط خودروسازان خارجی با شرکای ایرانی، ممنوع شدن ثبت‌سفارش خودرو، افزایش قیمت شدید و آشفته‌گی در بازار خودرو و همچنین پرونده قاچاق خودروهای خارجی، مهم‌ترین مسائلی هستند که طی دو، سه ماه گذشته گریبان صنعت و بازار خودروی ایران را گرفته و بر پرسش‌ها و ابهامات زیادی را پدید آورده‌اند. در این مدت هر چند وزیر صنعت، معدن و تجارت و برخی معاونان وی واکنش‌هایی نصفه و نیمه به اتفاقات صنعت و بازار خودرو نشان دادند، اما اظهارات آنها برای افکار عمومی چندان ایهام‌زدا و قانع‌کننده نبود. در نهایت، وزیر صنعت تصمیم گرفت خود در جمع خبرنگاران حاضر شود و پاسخگوی پرسش‌های متعدد درباره وقایع اخیر شده و راهکارهای وزارتخانه متبوعش برای عبور از مشکلات فعلی و آتی را ارائه دهد.

یکی از اصلی‌ترین مسائلی که در نشست خبری وزیر صنعت مطرح شد، ماجرای خروج آمریکا از برجام و احتمال رفتن خودروسازان خارجی از ایران به دلیل بازگشت تحریم‌ها از سوی این کشور بود. به فاصله کوتاهی از اعلام رئیس‌جمهوری آمریکا مبنی بر خروج این کشور از برجام، برخی خودروسازان خارجی چمدان‌های‌شان را آماده کردند تا با پایان ضرب‌الاجل آمریکایی‌ها برای بازگشت تحریم‌های مرتبط با صنعت خودرو (از نیمه مرداد امسال)، ایران را ترک کنند. چراغ اول را در این ماجرا پژوسیترون روشن کرد و پس از آن، برخی دیگر از خودروسازان مانند هیوندای و کیا موتورز کره نیز خبر از رفتن دادند. در

معاون وزیر راه جزئیاتی از طرح ۱۰ میلیارد دلاری نوسازی ۲۰۲ هزار خودروی فرسوده جاده‌ای و چگونگی تأمین مالی شرکت‌های قطعه‌ساز اعلام کرد.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، عبداله‌اشم حسن‌نیا از احتمال آغاز عملیات نوسازی ناوگان فرسوده برون‌شهری و درون‌شهری در آینده نزدیک خبر داد و گفت: با توجه به تسریع فرآیند پیگیری و تصویب شورای اقتصاد، مصوبه صندوق توسعه ملی، صدور ابلاغیه از جانب معاون اول رئیس‌جمهوری به کلیه بانک‌ها و صدور ابلاغیه از جانب بانک مرکزی به بانک‌های عامل این طرح با سرعت بیشتری در دستور کار قرار گرفته است.

عبداله‌اشم حسن‌نیا از آغاز عملیات نوسازی ناوگان فرسوده برون‌شهری و درون‌شهری در آینده نزدیک خبر داد و گفت: با توجه به تسریع پیگیری و تصویب شورای اقتصاد، مصوبه صندوق توسعه ملی، ابلاغیه معاون اول رئیس‌جمهور و بانک مرکزی به بانک‌ها، این طرح با سرعت بیشتری در دستور کار قرار گرفته است.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا از آمادگی برای واگذاری قطعه‌سازی زیرمجموعه این گروه خبر داد و گفت استراتژی گروه خودروسازی سایپا خالی شدن از قطعه‌سازی است و هر چند قصد نداریم چوب حراج به درایی‌های خود بزنیم، اما قطعه‌سازی را به خریداران باصلاحیت واگذار می‌کنیم.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، محسن قاسم‌چهرودی در نشست هم‌اندیشی قطعه‌سازان خودرو سراسر کشور وضعیت فعلی این گروه خودروسازی را ناشی از ورود به حوزه‌هایی از جمله خرید اموال مازاد، سهامداری و قطعه‌سازی عنوان کرد و افزود: در دوره‌ای از زمان قطب صنعتی کشور به جوان ۲۶ ساله‌ای واگذار و این گروه جولانگاه کسانی شد که به صنعت، قطعه و رفتار با کارگر آگاهی نداشتند. وی ادامه داد: در آن دوران منابع به سمت دارایی‌های غیرمولد رفت در عین حال وارد حوزه‌هایی از جمله قطعه‌سازی شد در حالی که ورود به آنها خارج از تخصص بود.

مدیرعامل گروه خودروسازی سایپا با تأکید بر اینکه عدالت در پرداخت مطالبات قطعه‌سازان از رؤس اصلی این گروه خودروسازی است، تصریح کرد: تا روزی که بنده در سایپا هستم عدالت در پرداخت‌ها رعایت خواهد شد.



## دانشگاه علامه میزبان نشست آموزشی توسعه اکوتوریسم و کار آفرینی

دانشکده مدیریت و حسابداری دانشگاه علامه طباطبائی با همکاری اتاق بازرگانی ایران و دانشگاه «گریفت» استرالیا، روز ۲۶ تیرماه نشست آموزشی «توسعه اکوتوریسم و کار آفرینی» را برگزار می‌کند. به گزارش ایسنا، محمود ضیایی، عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی و دبیر علمی نشست آموزشی «توسعه اکوتوریسم و کار آفرینی»، ضمن اعلام این مطلب و با بیان اینکه شناخت شکاف موجود میان مبانی نظری و واقعیت‌های عملی موجب می‌شود تا مدیران و برنامه‌ریزان صنعت گردشگری طرح‌های کاربردی و مؤثرتری برای تحقق توسعه پایدار گردشگری کشور ارائه کنند، افزود: این نشست فرصتی را فراهم می‌کند تا شرکت‌کنندگان با مهارت‌های پیمایش میدانی از جمله شیوه جمع‌آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده هدفمند و نیز چالش‌های مدیریتی توسعه اندیشیده شده گردشگری بیشتر آشنا شوند.

## دریچه

## کار آفرینی درون‌سازمانی، از افسانه تا واقعیت

امانمی‌توان بخش نوآوری را از سایر بخش‌های کسب‌وکار جدا کرد. تجربه نشان می‌دهد زمانی که انکوباتورهای شرکت و لابراتوارهای نوآوری در بخش جداگانه‌ای از سازمان واقع می‌شوند، به موفقیت‌های محدودی دست پیدا می‌کنند، چراکه ارتباط خود را با یک سیستم بزرگ‌تر از دست می‌دهند. نوآوری‌های متحول‌کننده و موفق، مستلزم یک رویکرد جامع در سراسر سازمان هستند. اندرو کوربت و تیم او، طی دو دهه بیش از ۶۰۰ مصاحبه با شرکت‌های لیست فورچن ۱۰۰ مانند جنرال‌الکترونیک، دوپون، کورنینگ و پپسی داشتند و این شرکت‌ها را با دقت مورد مطالعه قرار دادند. نتایج تحقیقات نشان می‌داد که سازمان‌ها به‌منظور توسعه، شتاب‌دادن و مقیاس‌دهی نوآوری‌های موفق، به یک سیستم مدیریت نوآوری گسترده نیاز دارند که شامل ۸ عنصر اصلی است:

- رهبری و فرهنگ متعهد به نوآوری
- منابع وسیع و سامان‌مند
- پروسه مدیریتی شفاف
- اختیارات و محدوده موردنیاز برای نوآوری
- ساختار سازمانی که بخش‌های مختلف را به یکدیگر متصل و مرتبط نگه می‌دارد
- فرآیندها و ابزارها
- متریک‌ها و پاداش‌های موردنیاز برای یک سیکل نوآوری، که بیش از پروسه تولید محصول طول می‌کشد
- نیروهای ماهر و متخصصی که با نیروهای R&D سنتی و همچنین مسئولین توسعه محصول متفاوت هستند.

محققان متوجه شدند که این عناصر، به شیوه‌های متفاوتی در شرکت‌های مختلف شکل می‌گیرد. باین‌حال آنچه در همه این شرکت‌ها مشترک بود، ساختاری بود که نوآوری را نهادینه می‌کرد و موجبات پیشرفت متخصصین نوآوری را فراهم می‌ساخت. آنها انتظار نداشتند که یک نیروی متخصص، تنها یک‌بار، یک نوآوری را به‌عنوان وظیفه شغلی خود ارائه دهد و ماجرا به پایان برسد. شرکت‌ها باید برای نوآوری، فرصت حرفه‌ای فراهم کنند، نه اینکه آن را به‌عنوان یک وظیفه موقت ببینند. تحقیقات نیز از این ایده پشتیبانی می‌کند که کارمندان، مهم‌ترین سرمایه نوآوری شرکت‌ها هستند. مفهوم کار آفرینی درون‌سازمانی، نقش کارمندان را نادیده نمی‌گیرد، ولی انتظار دارد یک فرد نابغه، در طول یک روز کاری شگفت‌انگیز خلق کند. واقعیت این است که ما باید نوآوری را به‌عنوان یک ظرفیت ببینیم که به حمایت گسترده سازمانی نیاز دارد. متخصصان نوآوری درست مانند حسابداران و مدیران منابع انسانی، باید شغل‌ها، نقش‌ها، مسئولیت‌ها، انگیزه‌های عملکرد و مسیرهای حرفه‌ای تعریف‌شده‌ای داشته باشند و همچنین از فرصت‌های آموزشی و توسعه هدفمندی برخوردار شوند.

اگر صرفاً چند نیروی متخصص و مستعد را استخدام کنید و بدون اینکه تغییری در ساختار شرکت به وجود آورید، منتظر خلق بهترین نوآوری‌ها باشید، راه به‌جایی نمی‌برد. شرکت‌ها به‌منظور حرفه‌ای کردن و نهادینه‌سازی نوآوری، به یک برنامه استراتژیک نیاز دارند. این تنها راه پرورش نوآوری‌های فوق‌العاده و متحول‌کننده‌ای است که سلامت آینده کسب‌وکار را رقم می‌زنند.

منبع: HBR/zoomit

# آیا فیس‌بوک می‌تواند آینده شما را پیش‌بینی کند؟

به نظر می‌رسد که فیس‌بوک ماموریت دارد تا تمامی وجوه زندگی یک کاربر را دنبال کرده و اطلاعات زیادی از او به‌دست آورد. کار حتی به جایی رسیده که شنیده می‌شود این کمپانی راهی پیدا کرده تا زمان مرگ کاربر را نیز به درستی تخمین بزند.

به گزارش دیجیاتو به نقل از نیویورک تایمز، پنتنت جدیدی از فیس‌بوک به‌دست آمده که از توسعه موتور پیش‌بینی تغییرات زندگی خبر می‌دهد که قادر است رویدادهای بزرگ زندگی یک کاربر فیس‌بوک را مشخص کند.

بدین ترتیب الگوریتم اشاره شده قادر است زمان تغییرات احتمالی نظیر وضعیت تاهل، تولد فرزند، شغل جدید، فارغ‌التحصیلی یا مرگ یک شخص را به دست آورد.

موتور پیش‌بینی تغییرات زندگی از یادگیری ماشینی و تاریخچه ثبت شده کاربر در فیس‌بوک استفاده می‌کند تا احتمال وقوع هر اتفاق در آینده کاربر را محاسبه کرده و دقیق‌ترین نتیجه را به‌دست آورد.

همانطور که پیش‌بینی می‌کنید مهم‌ترین دلیل طراحی چنین الگوریتمی تبلیغات است. این شبکه اجتماعی با دانستن خصوصی‌ترین جزئیات زندگی یک کاربر قادر خواهد بود که بهترین گزینه تبلیغاتی را انتخاب کرده و برای وی به نمایش بگذارد.

برای مثال اگر این الگوریتم بتواند زمان حامله‌بودن یک کاربر را با مشاهده پست‌های ارسال شده توسط وی تخمین بزند، می‌تواند تبلیغات زیادی درباره لباس‌های کودک برای او به نمایش بگذارد.

بدین ترتیب این الگوریتم قادر خواهد بود تمامی اطلاعات موجود یک کاربر در شبکه اجتماعی نظیر پست‌ها، پیغام‌های سریع، ایمیل و ... را بخواند و تشخیص بدهد که چه واقعه بزرگی در انتظار اوست تا روند زندگی‌اش را تغییر دهد.

علاوه بر این الگوریتم، پنتنت دیگری هم از فیس‌بوک به‌دست آمده که به جاسوسی از طریق میکروفون گوشی کاربران اختصاص دارد. براساس جزئیات نوشته‌شده در این پنتنت به نظر می‌رسد میکروفون گوشی هر فرد می‌تواند با بررسی صدای موجود پیرامون کاربر، برنامه تلویزیونی یا موزیک مورد علاقه وی را بشناسد تا محتوایی شبیه به او پیشنهاد دهد.

با این حال به نظر می‌رسد که فیس‌بوک قصد دارد استفاده از دیتای کاربران را به مرحله بالاتری ببرد تا بتواند حتی برای آینده فرد نیز تصمیم‌گیری کند.

## از ایده‌های ارزش آفرین و نوآورانه معدن و صنایع معدنی حمایت می‌شود

این جشنواره با حمایت ستاد توسعه مواد و ساخت پیشرفته معاونت علمی، سازمان توسعه و نوسازی معدن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) و دانشگاه تهران در روزهای ۲۳ و ۲۴ تیر ماه

سال جاری برگزار می‌شود. این رویداد تخصصی برای حمایت از ایده‌های نوآورانه معدن و صنایع معدنی است و توسط مؤسسه پژوهشی و آموزشی یونیدرو برگزار می‌شود. علاقه‌مندان برای شرکت در این رویداد تا ۱۸ تیرماه فرصت دارند طرح‌های خود را به دبیرخانه ارسال کنند.

همچنین فناوری‌های نوین اکتشاف، استخراج، فرآوری و صنایع معدنی با تأکید بر فاوا، نانو و بایو، مدیریت انرژی و آب در معدن و صنایع معدنی، ایمنی، بهداشت و محیط‌زیست در معدن و صنایع معدنی، محصولات نوین و کاربردهای جدید مواد معدنی، مدیریت پسماند و باطله معدن و صنایع معدنی و خدمات پشتیبان زنجیره معدن و صنایع معدنی محورهای این رویداد است.

جشنواره ایده‌های ارزش آفرین معدن و صنایع معدنی ۲۳ و ۲۴ تیرماه سال جاری برای حمایت از ایده‌های نوآورانه برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری

ریاست جمهوری، حمایت از ایده‌های نوآورانه راهی برای حرکت در مسیر پیشرفت کشور است، حرکت در مسیری که با برگزاری جشنواره‌هایی در حوزه‌های مختلف می‌توان تحقق آن را لمس کرد. در این راستا ستاد توسعه مواد و ساخت پیشرفته معاونت علمی حمایت از جشنواره ایده‌های ارزش آفرین معدن و صنایع معدنی (اینوماین) را انجام می‌دهد.

رویدادی که با هدف شناسایی نوآوران فناوری بخش معدن و صنایع معدنی، فرصت‌سازی برای صاحبان ایده‌های معدنی و صنایع معدنی، تجاری‌سازی ایده‌های برتر، حل مسائل ملی مبتنی بر اندیشه ایرانی، جلب و هدایت سرمایه‌گذاری، همگرایی صاحبان صنعت و پژوهشگران فناوری و توسعه فضای تعامل، همفکری و خلاقیت برگزار می‌شود.



## بیمه اجتماعی برای روستاییان و عشایر کار آفرین

واعظ مهدوی با اشاره به اینکه گسترش کمی و کیفی بیمه در برنامه پنجم و ششم آمده است، گفت: در نظام لایه‌بندی رفاه اجتماعی در سطح اول مساعدت‌ها شامل افرادی است که قدرت کار ندارند که

این افراد معمولاً تحت پوشش نهادهای حمایتی امداد و بهزیستی هستند و در لایه دوم بیمه‌های پایه است که در این بیمه کارفرما رکن مهمی برای روستاییان و عشایر است که بیمه این افراد در صندوق روستائیان طراحی شده است که شامل بازنشستگی، ازکارافتادگی، فوت و درمان خواهد بود. وی با اشاره به اینکه در بیمه اجتماعی دولت سهم کارفرما را پرداخت می‌کند، افزود: افراد با داشتن ۶۵ سال سن و ۱۵ سال سابقه می‌توانند بازنشسته شوند. مدیرعامل صندوق بیمه اجتماعی

روستاییان، تصریح کرد: با این تفاهم‌نامه روستائیان و عشایری که کار آفرین شده و شغل پیدا کرده‌اند، می‌توانند تحت پوشش بیمه قرار گیرند و دولت نیز سهم کارفرما را پرداخت می‌کند.

محمد مهدوی واعظ مهدوی در مراسم امضای تفاهم‌نامه با صندوق کار آفرینی امید گفت قرارداد منعقد شده میان ما و صندوق امید شامل ۱۷ بند است که بر اساس آن افراد روستایی

و عشایری که از تسهیلات صندوق امید استفاده می‌کنند، می‌توانند توسط صندوق روستاییان و عشایر بیمه شوند. به گزارش مهر، وی افزود: در شرایطی که با تحریم‌ها مواجه خواهیم شد و شاهد اقدامات هنجار شکنانه رئیس‌جمهوری آمریکا برخلاف عهد و پیمان‌شان هستیم، مهم‌ترین استراتژی باید رسیدگی به گروه‌های محروم و توانمندسازی آنها باشد که در این شرایط روستائیان و عشایر بیش از همه آسیب‌پذیر هستند، به همین دلیل باید چتر حمایتی و اشتغال را برای آنها افزایش دهیم

و بیمه اجتماعی یا خود اشتغال را به همراه خواهد داشت. وی گفت: رشد و گسترش بیمه اجتماعی راهکار اثربخشی در شرایط موجود کشور خواهد بود.





## شرکت‌های کار آفرین خودمختار کوچک بسیار اشتغال‌زاتر هستند

یک جامعه‌شناس گفت شرکت‌های کار آفرین خودمختار کوچک بسیار اشتغال‌زاتر هستند. فرهاد طهماسبی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: در راستای کار آفرینی تحقیقاتی انجام گرفته است. شونز-کورت در تحقیقی تحت عنوان رویدادهای حیاتی برای کار آفرینان در شرکت‌های خودمختار کار آفرین سوئد، مهم‌ترین رویداد در این شرکت‌ها را ایجاد جو خلاقیت و افزایش درجه کار آفرینانه و تحریک کارکنان و افزایش علاقه به کار معرفی می‌کند. وی ادامه داد: او سازمان‌های خودمختار کار آفرینانه را مهم‌ترین عامل در توسعه و پیشرفت سازمان مادر می‌داند. این جامعه‌شناس خاطر نشان کرد: تحقیقات نشان می‌دهد که شرکت‌های کار آفرین خودمختار کوچک بسیار خلاق‌تر، اشتغال‌زاتر و ثروت آفرین‌تر از شرکت‌های بزرگ هستند و در نهایت بقای شرکت‌های مادر را وابسته به نقش کار آفرینانه شرکت‌های خودمختار کوچک می‌داند.



### یادداشت



## بهترین ویژگی‌های آفیس ۲۰۱۹ برای کسب‌وکار

خواهد شد.

**ورد:** یک تم مشکی جدید اضافه خواهد شد، صداهای جدیدی در این برنامه گنجانده شده و ابزارهای یادگیری و قابلیت‌های متن به گفتار (Text-to-speech) جدیدی معرفی خواهد شد. همچنین بهبودهای متنوعی برای سهولت استفاده و دسترسی پذیری برنامه برای افراد دارای نیازهای خاص (Accessibility) اعمال خواهد شد.

**پاورپوینت:** قابلیت‌های پیشرفته بزرگنمایی (Zoom) به پاورپوینت اضافه خواهد شد، می‌توانید عکس‌های سه‌بعدی را به صورت تعاملی داخل پاورپوینت استفاده کنید و تجربه کار با قلم نیز بهبود یافته و ویژگی‌های جدیدی دریافت خواهد کرد.

**وان‌نوت:** بیشترین تغییرات و به‌روزرسانی‌ها برای برنامه وان‌نوت ارائه خواهد شد. مایکروسافت در بیانیه خبری دیگری گفته بود که قصد دارد بهترین ویژگی‌های وان‌نوت ۲۰۱۶ را با کارایی‌های ویندوز ۱۰ ادغام کند. این ویژگی‌ها شامل تبدیل نوشته به متن تائپی (Ink-to-text) و بهبودهای همگام‌سازی و تجربه کاربری می‌شود.

### نحوه دریافت پیش‌نمایش آفیس ۲۰۱۹

کسب‌وکارها برای دریافت نسخه‌های پیش‌نمایش آفیس ۲۰۱۹ باید از طریق پورتال Collaborate که توسط مایکروسافت تعبیه شده ثبت‌نام کنند. شرکت‌هایی که یکی از اشتراک‌های آفیس ۳۶۵ را دارند نیازی به برنامه پیش‌نمایش آفیس ۲۰۱۹ ندارند. به گفته مایکروسافت، همه قابلیت‌هایی که در به‌روزرسانی آفیس ۲۰۱۹ اضافه خواهد شد هم‌اکنون در برنامه‌های آفیس ۳۶۵ وجود دارند.

برای اینکه بتوانید پیش‌نمایش آفیس ۲۰۱۹ را دریافت کنید، شما و شرکت‌تان باید در پورتال Collaborate ثبت‌نام کنید. این پورتال که توسط مایکروسافت اداره می‌شود بستری است برای به اشتراک‌گذاری محتوا و مطالب کاری سیستم‌های مهندسی. همچنین باید ویندوز ۱۰ را نصب داشته باشید.

بعد از ثبت‌نام، از منوی گوشه‌چپ روی گزینه Overview کلیک کنید. سپس گزینه Engagements و بعد هم Office 2019 Commercial Preview را انتخاب کنید. روی Join کلیک کرده، ضوابط و شرایط را بپذیرید و دوباره بر روی Join کلیک کنید. سپس باید از بخش Packages در منوی گوشه‌چپ فایل‌های Office Deployment Tool - Commercial Preview Doc و - mentation را دانلود کنید.

### مخلس کلام

بعد از اتمام دوره پیش‌نمایش و انتشار عمومی آفیس ۲۰۱۹ جزئیات کامل‌تری در خصوص ویژگی‌های اضافه شده مشخص خواهد شد. اگر کسب‌وکار شما اشتراک آفیس ۳۶۵ دارد، برنامه‌های شما پس از عرضه عمومی خودبه‌خود به‌روزرسانی شده و تمامی ویژگی‌های جدید را دریافت خواهد کرد، لذا نیازی نیست کار خاصی بکنید. برنامه‌های پیش‌نمایش آزمایشی اینچنینی عمدتاً مختص توسعه‌دهندگان و برنامه‌نویسان است و باگ‌ها و مشکلاتی در این برنامه‌ها وجود دارد. نرم‌افزارهای بتا برای استفاده روزانه در دستگاه‌های اصلی شما مناسب نیستند، لذا اگر نمی‌توانید تا زمان عرضه عمومی جلوی خود را بگیرید، روی رایانه اصلی خود نصب نکنید.

منبع: businessnewsdaily

نویسنده: مت دی آنجلو نویسنده متخصص B2B

مترجم: حمید بهرام‌پور

مایکروسافت برنامه دارد اواخر امسال آفیس ۲۰۱۹ را که تازه‌ترین به‌روزرسانی این بسته نرم‌افزاری تجاری و تولیدی است منتشر کند. نسخه پیش‌نمایش هم‌اکنون در اختیار برخی کسب‌وکارها قرار دارد و ویژگی‌های جدید را امتحان می‌کنند. شما هم اگر طاقت نداشتید می‌توانید پس از ثبت‌نام به این جمع بپیوندید.

این نسخه اولین به‌روزرسانی بزرگ پس از آفیس ۲۰۱۶ محسوب می‌شود و تغییرات چشمگیر بسیاری به نسخه نصبی آفلاین اضافه می‌کند. با اینکه در چند سال اخیر مشترکان آفیس ۳۶۵ ابری همواره به‌روزرسانی‌های برنامه‌ها و ویژگی‌های جدید را دریافت کرده‌اند، اما همچنان نرم‌افزار آفیس پرچم‌دار مایکروسافت در حوزه کسب‌وکار است.

آفیس ۲۰۱۹ پس از معرفی رسمی به صورت مادام‌العمر عرضه خواهد شد. یعنی کسب‌وکارها یک بار نرم‌افزار را می‌خرند و تمامی ویژگی‌ها و به‌روزرسانی‌های جدید را دریافت خواهند کرد. مایکروسافت در یک بیانیه خبری گفت این مدل جدید برخلاف شیوه فروش اشتراک که در آفیس ۳۶۵ اجرا می‌شود، به درد کسب‌وکارهایی می‌خورد که هنوز آمادگی فضای ابری را ندارند.

در این بیانیه آمده که «آفیس ۲۰۱۹ برای مشتریانی که ترجیح می‌دهند همه یا بخشی از برنامه‌ها را روی سرورهای داخلی خود داشته باشند بسیار ارزشمند خواهد بود».

در کنار آفیس ۲۰۱۹ که نسخه دائمی و رسمی برنامه محسوب می‌شود، ویژگی‌های جدید پس از معرفی در دسترس مشترکان آفیس ۳۶۵ نیز قرار خواهد گرفت. افرادی که در برنامه پیش‌نمایش ثبت‌نام کرده‌اند به ویژگی‌های جدید اکسل و وان‌نوت جدید مخصوص ویندوز ۱۰ و همچنین سایر ویژگی‌های امنیتی و فنی دسترسی دارند.

### ویژگی‌های جدید

مایکروسافت در نسخه بتای آفیس ۲۰۱۹ روی تجربه کار با قلم تمرکز داشته است و در تمامی برنامه‌ها از جمله پاورپوینت و ویژگی‌هایی برای این منظور اضافه کرده است. کاربران می‌توانند اشیا و اشکال را داخل یک فایل پاورپوینت به وسیله قلم جابه‌جا کنند و یا مستقیماً روی اسلایدها بنویسند.

تجربه نصب و راه‌اندازی هم دستخوش تغییراتی شده است. مثلاً فناوری Click-to-Run بهبود یافته است، آپدیت‌های امنیتی ماهانه ارائه خواهد شد و مصرف داده پایین‌تر خواهد بود. فهرست کامل ویژگی‌های هر برنامه در ادامه آمده است.

اکسل: تابع‌های جدید به این برنامه اضافه شده، ویژگی‌های پاورپوینت (Power Pivot) و پاور کوئری (Power Query) بهبود یافته، و نقشه‌های دویبعدی جدید اضافه شده است که می‌تواند برای کسب‌وکارها مفید باشد. همچنین کاربران آفیس ۲۰۱۹ قادر خواهند بود کارهای خود را از اکسل مستقیماً بر روی بستر Power BI منتشر کنند.

**اوتلوک:** کارت‌های مخاطبان در این برنامه به‌روزرسانی خواهد شد، منشن کردن با @ درون اوتلوک میسر خواهد بود، و ویژگی‌هایی برای قابلیت صندوق ورودی متمرکز (Focused Inbox) ارائه



## شناسایی ۱۵ هزار کسب و کار جدید

رئیس سازمان امور مالیاتی گفت هیچ استارت‌آپی تاکنون یک ریال مالیات بر درآمد پرداخت نکرده و صرفاً مالیات بر ارزش افزوده از سوی این کسب و کارها پرداخت شده است.

سیدکامل تقوی‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا، درباره وضعیت مالیاتی استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوین گفت: سازمان امور مالیاتی کشور با توجه به اهمیت موضوع و جلسات برگزار شده با معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و سازمان فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در حال بررسی ارتباطات و ایجاد قوانین برای این دسته از کسب‌وکارها است و انتظار می‌رود که به‌زودی محصول بررسی‌های انجام شده به صورت رسمی اجرایی شود. رئیس کل سازمان امور مالیاتی افزود: اگر بحث دریافت خدمات مطرح باشد، مالیات «زرش‌افزوده» باید پرداخت شود و در صورتی که درآمد کسب کنند، مشمول «مالیات» یا همان مالیات بر درآمد خواهند شد که برای پرداخت آن بر اساس فعالیت تجاری اجباری است. معاون وزیر اقتصاد تأکید کرد: اعتقاد داریم که با ایجاد قوانینی در



وی با اشاره به بررسی‌های انجام شده از سوی سازمان امور مالیاتی برای کسب و کارهای استارت‌آپی گفت: بر اساس آخرین بررسی‌های سازمان امور مالیاتی بالغ بر ۱۵ هزار کسب و کار در حوزه فضای مجازی توسط سازمان امور مالیاتی کشور شناسایی و رصد شده است.

بر اساس بررسی‌های انجام شده از سوی سازمان فناوری اطلاعات ۱۵ مشکل و چالش اساسی برای استارت‌آپ‌ها شناسایی شد که بزرگ‌ترین مشکلات استارت‌آپ‌ها در حوزه مالیات و بیمه است که محمد جواد آذری جهرمی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در ابتدای دولت دوازدهم وعده داده بود تا این مشکلات را بر اساس مذاکره و ایجاد قوانینی در دولت برای فعالان کسب و کارهای نوپا رفع کند.

## مدرسه اشتغال دانشگاه تهران راه‌اندازی شد

مدرسه اشتغال به عنوان قوی‌ترین مرکز آموزش حوزه کسب‌وکار کشور در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران راه‌اندازی شد. به گزارش ایسنا، این مرکز که هم‌اکنون تحت نظارت معاونت پژوهشی دانشکده مدیریت قرار دارد، فعالیت خود را با تمرکز بر ارائه خدمات به دانش‌آموزان، دانشجویان و سازمان‌ها در راستای بهبود ارتباط صنعت و دانشگاه و آماده‌سازی افراد برای ورود به بازار کار از تابستان ۹۷ آغاز خواهد کرد. از مهم‌ترین برنامه‌های این مرکز استعدادیابی دانش‌آموزان و دانشجویان، برگزاری دوره‌های توانمندسازی، مهارت‌آموزی و کار آفرینی برای گروه‌های هدف مختلف و کارایی و معرفی افراد توانمند به سازمان‌ها است. دکتر امین، مسئول دفتر ارتباط با صنعت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و مدیرسه اشتغال، رسالت اصلی این مدرسه را



افزایش روحیه ارزش آفرینی و کار آفرینی در بین دانش‌آموزان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، شناسایی استعدادها و توانمندی‌های آنها و ارائه برنامه‌های توسعه فردی به افراد در راستای بهبود سطح معلومات عمومی و تخصصی در حوزه کسب‌وکار و کار آفرینی و توانمندسازی و توسعه شایستگی‌های افراد برای ورود به بازار کار دانست. وی افزود: مدرسه اشتغال همچنین خدمات ارزنده‌ای را به سازمان‌ها شامل معرفی افراد مستعد و توانمند جهت استخدام در سازمان، توانمندسازی افراد متناسب با نیاز سازمان و ارائه برنامه توسعه فردی در راستای بهبود عملکرد افراد، ارائه بسته‌های متنوع به سازمان‌ها در راستای توانمندسازی و ارزیابی کارکنان و... ارائه خواهد داد. سازمان‌های متقاضی با مراجعه به سایت مدرسه اشتغال و ثبت‌نام می‌توانند از این خدمات استفاده کنند. مدرسه اشتغال تهران مجموعه‌ای است که دانش‌آموزان در تمام رده‌های سنی، دانشجویان و دانش‌آموخته‌های مستعد را برای ورود به دنیای کسب‌وکار آماده می‌کند. در این دوره، دانشجویان استعدادهای خود را می‌شناسند، مهارت‌های رفتاری و کسب‌وکار برای ورود به بازار کار را یاد می‌گیرند و با کارآموزی در شرکت‌های همراه مدرسه اشتغال، زندگی حرفه‌ای خود را آغاز می‌کنند.

مدرسه اشتغال به عنوان قوی‌ترین مرکز آموزش حوزه کسب‌وکار کشور در دانشکده مدیریت دانشگاه تهران راه‌اندازی شد. به گزارش ایسنا، این مرکز که هم‌اکنون تحت نظارت معاونت پژوهشی دانشکده مدیریت قرار دارد، فعالیت خود را با تمرکز بر ارائه خدمات به دانش‌آموزان، دانشجویان و سازمان‌ها در راستای بهبود ارتباط صنعت و دانشگاه و آماده‌سازی افراد برای ورود به بازار کار از تابستان ۹۷ آغاز خواهد کرد. از مهم‌ترین برنامه‌های این مرکز استعدادیابی دانش‌آموزان و دانشجویان، برگزاری دوره‌های توانمندسازی، مهارت‌آموزی و کار آفرینی برای گروه‌های هدف مختلف و کارایی و معرفی افراد توانمند به سازمان‌ها است. دکتر امین، مسئول دفتر ارتباط با صنعت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران و مدیرسه اشتغال، رسالت اصلی این مدرسه را افزایش روحیه ارزش آفرینی و کار آفرینی در بین دانش‌آموزان، دانشجویان و فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌ها، شناسایی استعدادها و توانمندی‌های آنها و ارائه برنامه‌های توسعه فردی به افراد در راستای بهبود سطح معلومات

شیوه‌های مدیران موفق برای جلوگیری از بحران چگونه امنیت برندگان را تضمین کنیم؟

به قلم: کارولین کیک‌برد  
ترجمه: علی آلی

پس از آنکه تبلیغات کوکاکولا، لورنل و Protector & Gamble به عنوان مصادیق محتوای خشونت‌آمیز و نامناسب آنلاین شناسایی شدند، امنیت برند برای بازاریاب‌ها بدل به مسئله‌ای حیاتی شده است. چندماه پس از این حوادث، گردوخاک ابتدایی فرونشسته است. با این حال همچنان برندهای گوناگون به‌طور عمیق در حال گفت‌وگو و ایده‌پردازی پیرامون معنای امنیت برند هستند. همچنین گمانه‌زنی‌ها پیرامون تغییرات موردنظر به منظور جلوگیری از بحران‌های آتی همچنان ادامه دارد. چندی قبل در برنامه ویژه eMarketer به نام «عصر دیجیتال: اعتماد در محل تلافی» جاشوا پالو، نایب رئیس برند Bayer، لویس اسپنسر فریتاس، بازاریاب دیجیتال در مؤسسه پرورد ریکارد و الیس بوراک، رئیس بازاریابی برند Boxed به همراه تحلیلگر ارشد مؤسسه eMarketer، نیکول پرین، پیرامون شیوه‌های جلوگیری از سقوط برند، کاهش نوسان‌های این عرصه و از همه مهم‌تر چگونگی پیشگیری از سر بردن حوصله مخاطب‌هایشان در سال ۲۰۱۸ به گفت‌وگو پرداختند. در ادامه این مقاله به چهار راهکار این کارآفرینان سابقه‌دار پیرامون شیوه‌های تأمین امنیت برند خواهیم پرداخت.

#### ۱- واکنش احساسی ممنوع

واکنش بازاریاب‌ها پیرامون بحران‌های امنیت برند به اندازه آن بحران مورد توجه خبرنگارها قرار می‌گیرد. براین اساس هر سه مدیر اجرایی حاضر در برنامه eMarketer روی عدم ایجاد بحران داخلی بزرگ‌تر با واکنش احساسی تأکید دارند. فریتاس اظهارنظر خود پیرامون این موضوع را اینگونه بیان می‌کند: «در اغلب اوقات برندها بیشتر از مشتریان وحشت‌زده می‌شوند. امروزه ما در محیطی زندگی می‌کنیم که تقریباً همه چیز احساسی و بیش از حد اغراق‌آمیز است. براین اساس هر اتفاقی هرچند کوچک توانایی ایجاد هرج و مرج در کسب‌وکار را دارد.» نگهداری محتوای برند دور از متغیرهای نامن یی‌تردید نگرانی اصلی بسیاری از اهالی کسب‌وکار به حساب می‌آید. پالو در این مورد روی سطح‌بندی اقدامات و تعیین برنامه‌ای دقیق به جای اعمال تغییرات فوری تأکید دارد. اختصاص زمان مناسب برای تفکر پیرامون بحران، به جای واکنش غیرمنطقی، تأثیر مثبت بسیار بیشتری به همراه خواهد داشت. بوراک پیرامون واکنش احساسی به ضرورت اقدام سنجیده به جای صبر بیش از حد اشاره می‌کند. فریتاس نیز اینگونه اظهارنظر بوراک را تکمیل می‌کند: «درست به مانند تست‌های A/B که در بخش‌های مختلف کسب‌وکار انجام می‌شود، در اینجا نیز باید با استفاده از آزمایش‌های دو متغیر به عامل بی‌ثباتی پی برد.»

#### ۲- با مشتریان صادق باشید

حمله کاربران در شبکه‌های اجتماعی به برندها و شخصیت‌های مختلف امری تازه نیست. با این حال در دنیای کسب‌وکار باید به سرعت عامل اصلی دریافت چنین حمله‌هایی را شناسایی کرد. پالو در این مورد به اهمیت شناخت کاربران اکانت شرکت اشاره دارد: «واکنش شما باید براساس تحلیل واکنش کاربر یا گروهی از کاربران که اعتراض‌ها را ایجاد کرده باشد. آیا این اعتراض‌ها از سوی برخی افراد بیگانه سازماندهی شده که تعدادشان نزدیک به ۲۰۰ نفر است؟» در این صورت می‌توان واکنش‌ها را تا حد زیادی نادیده گرفت. در حقیقت بوراک معتقد است همیشه چنین افراد معترضی وجود دارند. با این حال اگر این افراد شامل هسته مرکزی مشتریان شرکت نیستند، باید اعتراض‌ها را نادیده بگیرید و با مشتریان اصلی‌تان صادقانه به گفت‌وگو بپردازید. بوراک مثال جالبی پیرامون همکاری برند P&G با مسابقات لیگ فوتبال آمریکایی ایالات متحده بیان می‌کند. ماجرا مربوط به زانو زدن برخی از بازیکنان آمریکایی هنگام پخش سرود ملی بود. این حرکت در واقع حالتی اعتراضی داشت. در پی این حرکت‌های اعتراضی برند Boxed ندهای فراوانی را از سوی کاربران در شبکه‌های اجتماعی دریافت کرد. با این حال کارشناس‌های این فرسگاه آنلاین دریافتند که اغلب اعتراض‌ها از سوی کاربرانی به جز مشتریان شرکت سازماندهی می‌شود. براین اساس چند روز پس از اوج جنجال‌ها همه اعتراض‌ها فروکش کرد. به همین راحتی و بدون نیاز به بحرانی تر ساختن اوضاع برند Boxed از دل اعتراض‌هایی سهمگین جان سالم به در برد. فریتاس در عین موافقت با بوراک به نوعی صحبت وی را تکمیل کرده است: «کنه اصلی در اینجا شناخت مخاطب اصلی است. همچنین باید به پیش‌نهاد مرکزی‌مان برای بهبود شرایط نیز توجه خاصی داشته باشیم.»

#### ۳- به جای حرف زدن، عمل کنید

توییت‌های کاربران در توییت همیشه جزئی از دنیای شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. هر اتفاقی که رخ دهد، کاربران توییت به سرعت توییت‌هایشان را آماده می‌کنند. با این حال برندها در مواجهه با اتفاق‌های جدید باید به چیزی بیشتر از توییت ساده فکر کنند. در واقع آنها نیازمند ترک عرصه صحبت و اقدام عملیاتی هستند. بوراک در این زمینه به تفاوت کاربران عادی با شرکت‌ها اشاره می‌کند: «هردم همیشه در مورد شرکت‌های مختلف صحبت می‌کنند. با این حال هیچگاه کار خاصی پیرامون صحبت‌های ساده و روزمره‌شان انجام نمی‌دهند.» در مورد برندها اما داستان کاملاً متفاوت است. اگر یک برند قصد دارد واکنش تأثیرگذاری نسبت به یک حادثه داشته باشد، باید دست به عمل بزند. پالو در مورد واکنش عملیاتی نظر جالبی دارد: «در دنیای آنلاین همه ما محتوای جذاب زیادی مشاهده می‌کنیم، اما این محتواها بدون استراتژی عملیاتی از سوی شرکت‌ها واکنش چندانی از سوی کاربران دریافت نمی‌کند. در حقیقت حرف زدن برای تأثیرگذاری روی مخاطب کافی نیست.» براساس اظهارنظر مدیران اجرایی سه شرکت باید علاوه بر واکنش رسانه‌ای برنامه‌ای منسجم برای عکس‌العمل اجرایی نیز داشته باشیم. به قول بوراک: «باید دست به عملی پیرامون مشکل‌تان بزنید یا دیگر پیرامونش صحبت نکنید.»

#### ۴- تنش پایدار نخواهد ماند

همانطور که بوراک اشاره کرد، توییت و سایر پلتفرم‌های اجتماعی در چند سال گذشته کاتال اصلی بیان اعتراض‌های کاربران پیرامون شرکت‌ها و حتی مسائل مختلف سیاسی و اجتماعی بوده است. فریتاس در این زمینه با بوراک هم عقیده است، اما نکته دیگری را نیز یادآور می‌شود: «همگام با ورود هر تکنولوژی و سیستم انتقال داده جدید امور برای مدتی به حالت تنش و ناآرامی در می‌آید. با این حال پس از گذشت اندک زمانی اوج التهاب‌ها رفع می‌شود و اوضاع به شرایط پایدار خواهد رسید.» بر همین اساس پس از گذشت زمانی اندک شاید آنچه در ابتدا بحرانی شدید تلقی می‌شد، تغییر ماهیت دهد. به عبارت بهتر، گاهی اوقات با گذشت زمان متوجه خطا در شناخت بحران می‌شویم. بدین ترتیب حادثه‌های کوچک را با بحران امنیت برند اشتباه می‌گیریم. در پایان مراسم پرین از بوراک، پالو و فریتاس در مورد امتیازدهی به میزان بحران امنیت برند شرکت‌هایشان پرسید. براین اساس به ترتیب مدیران اجرایی این شرکت‌ها امتیاز ۱.۳، ۱.۰ را از ۱۰ به این پرسش دادند.

منبع: emarketer

# جام جهانی ۲۰۱۸ روسیه و تبلیغات



از توییت در ابتدای فرآیند برای یادگیری در مورد رفتار مردم در طول سال‌های جام جهانی استفاده کرد و با شبکه اجتماعی همکاری کرد تا موضوعاتی که بیشتر مورد بحث بود، بررسی شود.

#### چین، پیروز رقابت اسپانسر

درست است که تیم ملی چین به جام جهانی راه پیدا نکرد، ولی شرکت‌های چینی به منظور تبلیغات قدرتمند وارد این بازی‌ها شدند. چهار اسپانسر از ۱۲ حامی مالی بزرگ‌ترین نمایش ورزشی در جهان، چینی هستند. به‌طور خلاصه، شرکت‌های چینی گفته‌اند که بزرگ‌ترین خریدار آگهی جام جهانی هستند. برآوردها حاکی از آن است که بیش از ۸۰۰ میلیون دلار در مسابقات پراکنده شده‌اند. این کمپین‌ها ظاهراً بخشی از ابتکار رئیس‌جمهور چین جین‌پینگ برای تسویق جهانی شدن برندهای چینی است. وی به عنوان یک فن بزرگ فوتبال شناخته شده است. مقامات چینی اظهار داشته‌اند که اسپانسرهای چینی سعی دارند به مصرف‌کنندگان در خانه بگویند که برندهای آنان اکنون جهانی هستند. تابلوها و بنرهای تبلیغاتی برندهایی از جمله کنگره املاک و مستغلات گروه دالیان واندا و تولیدکننده لبنیات Mengniu Dairy را به وضوح نشان می‌دهند و آنها تبلیغات چشمگیری داشته‌اند. Mengniu هم نام محصولات خود را به زبان چینی نشان می‌دهد. «واندا» تنها حامی چینی است که به عنوان یک شریک FIFA طبقه‌بندی شده است. درحالی‌که بسیاری از مردم جهان نمی‌توانند تبلیغات Wanda و Mengniu را بخوانند، شرکت لوازم خانگی Hisense و سازنده گوشی‌های هوشمند Vivo فناوری ارتباطات، لوگوهای رومی‌زی خود را در اطراف زمین نمایش می‌دهد. Hisense، چینی -Diking؛ لوسی، یک شرکت واقعیت مجازی و Yadea، تولیدکننده اسکووتر الکتریکی - با توجه به وب‌سایت فیفا، به عنوان طرفداران ملی فیفا محسوب شده‌اند.

#### شکست در کمپین تبلیغاتی

مستر کارت کمپینی را راه‌اندازی کرده که به ازای هر گلی که می‌شود و تیمار در جام جهانی به ثمر برسانند به ده هزار کودک گرسنه غذا بدهد. واقعا کسی در مستر کارت به این موضوع فکر نکرده بوده که این یک ایده نامناسب است. تصور کنید هزاران کودک گرسنه پشت پنجره رستوران‌ها منتظر گل زدن مسی و نیمار هستند و با هر موقعیتی که از دست برود آهی می‌کشند. از نظر بسیاری از متخصصان بازاریابی، این رسیدن تیم ملی کشورشان به بازی پنجم در جام جهانی مشابه قهرمانی در آن است و این یک مانع روانی برای آنها محسوب می‌شود. این برند

مک دونالد همچنین مردم کل دنیا را به تصویر کشیده و موقعیت‌های مختلفی را نشان می‌دهد که بسیار جالب است. نکته ظریفی که در این تیزر تبلیغاتی مورد هدف بوده، حضور مک دونالد در شرایط گوناگون کنار مردم است و بیان می‌کند که مردم در هر حال و وضعیتی مک دونالد را از یاد نمی‌برند و آن را در کنار خود دارند. همچنین بیان می‌کند که برند هم به مردم وفادار است و در این روزهای پرتلاطم و پرهیجان مردم را تنها نمی‌گذارد و به صورت ۲۴ ساعته آماده ارائه خدمات به مشتریان است.

در واقع علاوه بر این، مک دونالد بسیار هوشمندانه حضور شعبات



خود در سرتاسر دنیا را هم نشان داده است و به نوعی به وجه اشتراک این روزهای مردم جهان و حال و هوای آنها در جام جهانی ۲۰۱۸ می‌پردازد که تماشای آن حس قشنگی از اتحاد و همدردی در مخاطب ایجاد می‌کند.

#### توییت و جام جهانی

یک برند تجاری نوشیدنی، در تاریخ اول دسامبر فعالیت‌های خود را در راستای تبلیغات جام جهانی آغاز کرد. ایجاد یک تجربه رویداد زنده با ورودی از مشاهیر و ورزشکاران و واکنش به گروه مکزیک قرار گرفت. معاون بازاریابی این شرکت به این نکته اشاره کرد که برای مکزیک‌ها رسیدن تیم ملی کشورشان به بازی پنجم در جام جهانی مشابه قهرمانی در آن است و این یک مانع روانی برای آنها محسوب می‌شود. این برند

امسال با برگزاری جام جهانی فوتبال، اکثر برندها و شرکت‌های بزرگ به دنبال گسترش کسب‌وکار به وسیله تبلیغات خود در این رویداد بودند. همه آنها سعی کردند با بودجه‌ای حتی ناچیز در این مسابقات دیده شوند. در این مقاله سعی کردیم از زوایای مختلف به فعالیت‌های تبلیغاتی انجام شده در این بازه زمانی نگاهی بیندازیم.

#### برنامه مارکتینگ فیفا

در ماموریت «با توسعه بازی، جهان را لمس کنید، آینده‌های بهتر بسازید»، FIFA به‌طور مداوم برنامه‌های بازاریابی را توسعه و به طرفداران فوتبال در جهان اجازه می‌دهد با وقایع FIFA ارتباط برقرار کنند. FIFA Fan Fest™ یک مطالعه موردی قوی است که نشان می‌دهد فیفا به صورت جدی به دنبال آن است که رویدادها را برای طرفداران، قابل دسترس و خاطره‌انگیز کند.

برنامه‌های بازاریابی نیز باعث می‌شود که دیدگاه گسترده‌تری نسبت به رویدادهای فیفا و دارایی‌های بازاریابی داشته باشیم. این رویداد اولین بار در سال ۲۰۱۰ در شش شهر بزرگ و معروف دنیا، ریو دو ژانیرو، مکزیکو سیتی، رم، پاریس، برلین و سیدنی برگزار شد که در آن تمامی ۶۴ بازی انجام شده توسط شهروندان در میادین اصلی شهر دیده می‌شد و حال و هوای آفریقای جنوبی را برای آنها تداعی می‌کرد و آنها از تجربه جام جهانی واقعی لذت می‌بردند. موفقیت برنامه‌های بازاریابی FIFA به دلیل مشارکت همکاران FIFA، حامیان جام جهانی FIFA و دیگر وابستگان تجاری FIFA به دست آمد. همانطور که بازی فوتبال با توجه به محبوبیت و اهمیت اجتماعی آن همچنان رشد می‌کند، فیفا نیز به توسعه برنامه‌های بازاریابی متحصربه‌فرد و ابتکاری که به نفع همه اعضای خانواده فوتبال باشد، می‌اندیشد.

#### کوکاکولا، پیش‌تاز در تبلیغات

کوکاکولا امسال هم با یک تیزر ویدئویی متفاوت و خاص وارد میدان شد.

در این ویدئو افراد مشغول تماشای مسابقه فوتبال هستند که متوجه می‌شوند نوشیدنی ندارند و برای خرید کوکا، به بیرون می‌روند و همزمان تیم مورد علاقه‌شان گل می‌خورد. در این لحظه، این پیام به مخاطب منتقل می‌شود که «چهار سال برای خرید کوکا وقت داشتی». این ویدئو به مخاطبانش القا می‌کند که خرید کوکا آنقدر مهم است که بینندگان برای خرید نوشیدنی، از تماشای مسابقه جام جهانی ۲۰۱۸ منصرف می‌شوند.

مک دونالد هم سعی کرده از رقابت عقب نماند و ویدئویی طراحی کرده که در آن شرح حال مردم سرتاسر دنیا را نمایش می‌دهد. هیجان، استرس، ناراحتی و شادی، احساساتی است که این روزها لحظه به لحظه تغییر می‌کند و این عواطف را به خوبی در شرایط مختلف داخل ویدئو می‌بینیم.

## دریچه



## چگونه ایده‌ها را به محصول تبدیل و آنها را روانه بازار کنیم

مترجم: علی اکبری

هر محصولی که در زندگی روزمره خود استفاده می‌کنید، چند سال پیش صرفاً یک ایده بوده است. بدون داشتن افرادی که با اعتمادبه‌نفس، مفاهیم و طراحی‌های مدنظر خویش را انتشار دهند، مسلماً جامعه بشری پیشرفت چندانی نمی‌کرد. نوآوری می‌تواند برگ برنده شما در بازار کار باشد و فرصت‌هایی را ایجاد کند که پیش از آن حتی به ذهن‌تان هم خطور نکرده است. البته این روند چندان هم ساده نیست، چراکه اولین مرحله تبدیل ایده به محصول، به اشتراک گذاشتن آن است. در اینجا موارد لازم برای ایجاد و اشتراک ایده‌ها ارائه شده است.

## چالش‌های ابداع

در دنیای خلاقیت و نوآوری، موفقیت در گرو زمان‌بندی صحیح است. اگر بیش از حد صبر کنید، فرد دیگری روی ایده‌ای مشابه سرمایه‌گذاری می‌کند و فرصت‌تان را از بین می‌برد. از سوی دیگر اگر نوآوری مدنظرتان، در نوع خود اولین باشد، ممکن است بازار آمادگی لازم را نداشته و برای ایجاد پتانسیل فروش، تلاش‌های بسیاری موردنیاز باشد. هنری هلگسن (Henry Helgeson)، مدیر و مؤسس شرکت سایان (Cayan)، در سال ۲۰۱۱ به‌عنوان مدیر یک شرکت تکنولوژی پرداخت همراه با مشکلاتی از این دست روبه‌رو شد. توصیه او به شرکت‌های نوپایی که از نرم بازار جلوتر هستند، این بود که در شرایط کساد بازار، با تلاش و پشتکار از رقبای خود پیشی بگیرند. هلگسن درمورد شرکت‌هایی که از روند کار عقب مانده‌اند نیز می‌گوید: «این دست از نوآوران باید نحوه رقابت در بازار را مشاهده و اگر همچنان قصد ادامه دادن داشتند، ایده‌های خود را در مسیری مجزا پیاده کنند.» همواره احساس اضطرار است که موجب ایجاد موارد موردنیاز، پیاده‌سازی تغییرات لازم و بازگشت به بازار می‌شود. او می‌گوید: «تا زمانی که کارها را سریع پیش می‌برید، مشکلی به‌وجود نمی‌آید.» یکی دیگر از دغدغه‌های مبتکران، نحوه معرفی محصول خود به عموم مردم است. ممکن است ایده محشری در سر داشته باشید، اما بدون طرح‌ریزی برای بازاریابی محصول، هیچ‌کس اطلاعی از آن پیدا نخواهد کرد. هلگسن می‌گوید «ما در بررسی روندها و رخدادهای گذشته، بسیار بر ایده‌ها متمرکز بودیم و تصور می‌کردیم یک ایده به‌صرفه بودن، فروش می‌کند.» اما شما برای یافتن بازار نیاز به طرح‌ریزی دارید. نیکول لینینجر (Nicole Lininger)، سرپرست ارتباطات و بازاریابی، در مصاحبه پیشین خود با اخبار روزمره کسب‌وکار گفت: «بسیاری از کارآفرینان، کار خود را با سرمایه تبلیغاتی کمی آغاز می‌کنند. اما این قضیه نباید مانع از کار آنها شود.» لینینجر بهترین استراتژی تبلیغاتی برای شروع کار و معرفی محصول را استفاده از روش‌های بازاریابی در شبکه‌های مجازی می‌داند، چراکه از لحاظ هزینه‌ای مقرون‌به‌صرفه است و دسترسی گسترده‌ای دارد.

## نکاتی در جهت موفقیت

آیا برای تبدیل ایده‌های‌تان به واقعیت آماده هستید؟ متخصصان راهکارهای زیر را برای مبتکران و کارآفرینان مشتاق پیشنهاد می‌کنند.

## تنها کار نکنید!

در مسیر نوآوری، مراحل بسیار زیادی وجود دارد و ممکن است بررسی و کنترل انفرادی تمامی این مراحل، دشوار باشد. توصیه لینینجر، درخواست کمک از افراد متخصص است، چراکه در این‌صورت می‌توانید اطمینان حاصل کنید که امان‌های کلیدی در کارتان، به‌دست افرادی باتجربه و توانا کنترل می‌شوند. برای مثال، اگر قصد ساخت نمونه آزمایشی محصول خود را داشته باشید، باید تولیدکننده پیدا کنید یا اگر با مسئله‌ای حقوقی درگیر هستید، به وکیل حرفه‌ای نیاز دارید. چودری (Chowdhury) می‌گوید: «به‌دنبال شریکی باشید که به ایده یا محصول شما باور دارد و قابلیت‌های حرفه‌ای را که خودتان ندارید داراست. شرکت‌های مشارکتی در مقایسه با شرکت‌های قطبی (شرکت‌هایی که یک کارآفرین دارند) احتمال موفقیت بیشتری دارند.»

## زمانی را به تحقیق اختصاص دهید

لینینجر می‌گوید: «ابداع یک محصول نیازمند تحقیقات بنیادین فراوان، صبر و انعطاف است.» پیش از آغاز روند، باید از داشتن زمان کافی برای انجام تحقیقات پیوسته، اطمینان حاصل کنید. این مسئله زمانی اهمیت بیشتری می‌یابد که قصد محافظت از انحصار ایده خود را داشته باشید. آیا طراحی شما به حق کپی‌رایت یا حقوق معنوی طرحی دیگر تعدی می‌کند؟ لینینجر می‌گوید: «درمورد مالکیت معنوی، تحقیق کنید و با ادبیات حوزه حرفه‌ای مدنظرتان که شامل انحصار، حق کپی‌رایت و علامت تجاری می‌شود، آشنا شوید. سازمان‌های بسیاری وجود دارند که می‌توانند اطلاعات موردنیاز در زمینه حق مالکیت معنوی و انحصاری محصول را در اختیارتان بگذارند. از جمله این نهادها می‌توان به سازمان تجارت جهانی، سازمان مالکیت معنوی جهانی و دفتر علامت‌های تجاری و انحصار ایالات متحده اشاره کرد. اگر مبحث محافظت از حقوق انحصاری برای‌تان جذاب است، می‌توانید با وکیلی که در این حوزه تخصص دارد، مشورت کنید.» از وب‌سایت دفتر علائم تجاری و انحصار ایالات متحده (USPTO) دیدن کنید تا درمورد علائم و محصولات انحصاری‌ای که مشابه با ایده‌تان هستند، اطلاع کسب کنید. اگر سؤال خاصی دارید یا می‌خواهید از قانونی بودن تولید و فروش محصول خود مطمئن شوید، با وکیل متخصص حقوق انحصاری و معنوی مشورت کنید. مسئله دیگری که باید درمورد آن تحقیق کنید، شرایط بازار رقابتی است. مارکو سیریلو (Marco Cirillo)، شریک و سرپرست فناوری شرکت کیبی (Kibibi) می‌گوید: «باید درمورد رقبای خود و مخاطبان محصول‌تان تحقیق کنید و بفهمید که این مخاطبان چه چیزهایی را درمورد کالاهای حال حاضر بازار دوست دارند و چه چیزهایی را نمی‌پسندند.»

سیریلو می‌گوید: «بسیاری از مؤسسان و صاحبان کسب‌وکار به فرآیندهای بازاریابی نگاه پس‌اندیشه‌ای دارند. برای دستیابی به حداکثر نتایج باید حتی قبل از انتشار محصول، تحقیقات لازم را صورت دهید. این کار به حفظ نظم تیم و داشتن افق مشترک کمک و موفقیت محصول را تضمین می‌کند.»



من به دنبال یافتن کسی هستم که نقش خودش را به عنوان فروشنده‌ای که یخ به اسکیمو می‌فروشد، نبیند، بلکه نقش خودش را به عنوان یک مشاور ببیند. او باید مشکلات و مسائل منحصربه‌فرد مشتری بالقوه را به‌خوبی درک کند تا بتواند بهترین گزینه را بنا بر نیازهای وی پیشنهاد دهد.

## ۱۰- روابط گسترده و اطلاعات زیاد در رابطه با محصول

فروش رابطه‌ای با توانایی در برقراری و مدیریت ارتباط آغاز می‌شود. فروش نرم‌افزار به یک سازمان برای استارت‌آپی که در حوزه فناوری فعالیت می‌کند، تا حد زیادی به سطح ارتباط و رفتار افراد شاغل در آن سازمان بستگی دارد. به دنبال یافتن فروشنده‌ای هستم که سببی از روابط را به من عرضه کند، محصول ما را به‌خوبی درک کند و به‌خوبی قادر به انتقال ارزش‌های خالص از استفاده از آن محصول باشد.

## ۱۱- مهارت‌های ارتباطی با مردم

یک فروشنده نیاز به داشتن چیزی دارد که پدر من همواره از آن تحت عنوان مهارت‌های ارتباطی با مردم یاد می‌کرد. به‌طور خلاصه، او باید در صحبت کردن با دیگران راحت باشد، به آنها احترام بگذارد، خونسرد باشد و به نکات اجتماعی واقف باشد. شاید به نظر ساده بیاید، اما هرگز نمی‌خواهم با فروشنده‌ای کار کنم که به صحبت‌های مخاطب گوش نمی‌دهد. عموماً فروشنده‌ها، سخنران هم هستند. من به دنبال یک شنونده هستم. من کسی را می‌خواهم که بتواند نیازهای واقعی یک مشتری را به راه‌حل‌های ناشی از پیشنهادهای ما ربط دهد.

بریان مورن - Fans ۱۰۰۰۰ Get

## ۱۲- سرسختی

من پیش از اینکه کسی را به عنوان فروشنده استخدام کنم، از هر طریق ممکن به تست کردن وی اقدام می‌کنم؛ مثلاً یک تماس از پیش هماهنگ شده با وی را پاسخ نمی‌دهم تا رفتار وی را ببینم، در طول جلسه مصاحبه از وی می‌خواهم یکی از محصولات ما را معرفی کند و آن را به من بفروشد، به وی ایمیل می‌زنم و در ایمیل نام وی را اشتباه تایپ می‌کنم تا ببینم چگونه عکس‌العمل نشان می‌دهد، پیشنهاد یا خواسته وی را رد می‌کنم تا ببینم در برابر طرد شدن چه برخوردی نشان می‌دهد. هدف من از این کارها این است که ببینم آیا فروشنده مورد نظر واقعاً سرسخت هست و تمایلی به برنده شدن دارد یا خیر.

جون لویازا - www.JunLoayza.com

## ۱۳- اعتماد به نفس (همراه با قدری غرور)

بهترین فروشنده‌هایی که تاکنون ملاقات کرده‌ام، شخصیتی قابل ستایش داشته‌اند، اعتماد به نفس داشتند و به چیزی که می‌گفتند کاملاً باور داشتند. هرگز فرصتی را از دست نمی‌دادند.

آدام دِیِرِد - Astonish

منبع: ibazaryabi

## ۱۳ ویژگی یک فروشنده ممتاز

وقتی فروشنده‌ای را استخدام می‌کنید، در واقع در حال استخدام آینده شرکت خودتان هستید

من با او در جلسه ما حضور پیدا می‌کند - هر کاری که خواست، خیلی سریع برای او انجام دهم. یک فروشنده هر مهارتی را می‌تواند به‌دست آورد، هر اطلاعاتی که بخواهد را می‌تواند در مورد محصول کسب کند، اما اینکه بخواهیم به او یاد دهم که کاری کند که دیگران او را دوست داشته باشند، فوق‌العاده سخت است و اگر یک فروشنده در قلب دیگران جا باز نکند، فروختن با وی کار فوق‌العاده سختی می‌شود.

ثرزدی برام - Hyper Modern Consulting

## ۵- اینکه آیا وی یک جنگنده باهوش است؟

اینکه برای چه عنوان یا نقشی مورد استفاده قرار می‌گیرید، اصلاً اهمیتی ندارد، بلکه معمول‌ترین ویژگی لازم برای هر فروشنده‌ای انگیزش محض است. من همواره دنبال یک جنگنده با انگیزه هستم؛ کسی که حاضر به شنیدن «نه» نباشد؛ کسی که بداند چگونه باید با کمال ادب و احترام، پیگیر باشد؛ و البته کسی که در کارهایش سریع باشد. بدون انگیزه و چارچوب‌های قوی کاری، هیچ میزان از آموزش یا حقوق و دستمزد بالا موجب موفقیت فرد در حوزه فروش نمی‌شود.

بن رابنستین - Yodle

## ۶- سه خصوصیت شخصیتی: هوش، شخصیت و انگیزه

برخلاف دیگر نقش‌های سازمانی که در آنها یک مهارت تخصصی برای موفقیت کفایت می‌کند، فروشنده‌های موفق باید باهوش، با شخصیت و با انگیزه باشند. ترکیب این ویژگی‌های شخصیتی به ما این اطمینان را می‌دهد که آنها نه‌تنها قادر به خوب ظاهر شدن در برابر خریداران هستند، بلکه به‌خوبی می‌توانند یک فروش را به نتیجه برسانند و در ادامه روابطی را شکل دهند که نتایج و سودهای قابل توجهی را در درازمدت برای خودشان و ما به ارمغان بیاورند.

کریستوفر کلی - Sentry Conference Centers

## ۷- انعطاف‌پذیری

عدم پذیرش یک بخش جدایی‌ناپذیر از فرآیند فروش هر محصولی است، خصوصاً زمانی که تمرکز ما بر تماس‌های از قبل هماهنگ نشده باشد. یک فروشنده خوب و فوق‌العاده پراحتی دلسرد نمی‌شود و به آن عدم پذیرش به صورت شخصی نگاه نمی‌کند.

رابرت جی. مور - RJMetrics

## ۸- هم‌حسی

فروشنده‌گان باید بتوانند با مشتری ارتباطی نزدیک برقرار کند و با ارائه راهکارهای مناسب‌از وی حمایت و پشتیبانی به‌عمل آورد، بنابراین هم‌حسی در سطحی شخصی یکی از مهم‌ترین ویژگی‌ها است. این خصوصیات در قالب کمتر صحبت کردن و بیشتر گوش دادن، توجه ویژه داشتن به فرد و نگران انتخاب و نتیجه برای وی بودن خودش را نشان می‌دهد، بنابراین هم‌حسی برای یک فروشنده یا تیم فروش بسیار حیاتی است.

کلی آژودو - She's Got Systems

۹- من به دنبال یک فروشنده نیستم؛ من یک مشاور می‌خواهم

مطلب زیر به ویژگی‌ها و خصوصیاتی اشاره دارد که موسسان جوان استارت‌آپ‌ها می‌گویند در استفاده فروشنده‌ها در جست‌وجوی آن ویژگی‌ها هستند. در این مطلب از ۱۳ تن از موسسان عضو در انجمن کارآفرینان جوان پرسیدیم که احساس می‌کنند کدام ویژگی یا خصوصیت موفقیت یک استخدام در حوزه فروش را تضمین می‌کند؟ سرسختی؟ شاش بودن و خوش مشرب بودن؟ ... تنبلی؟ بهتر است به پاسخ‌ها توجه کنیم، چرا که برخی از آنها مطمئناً شما را شگفت‌زده خواهد کرد:

## ۱- ذهنیت یک شکارچی

ما کسی را می‌خواهیم که برای برد بزرگ هیجان‌زده شود؛ کسی که بی‌وقفه برای آمادگی خودش تلاش می‌کند و خودش را در بین انبوهی از اطلاعات، تماس‌ها و سرنخ‌ها برای قرار دادن خودش در جایگاهی مناسب برای موقعیت فروش فوق‌العاده غرق می‌کند. چنین انگیزه‌ای موجب می‌شود تا هرگز این فرد به استراحت کردن فکر نکند و همواره در پی کسب موفقیت بعدی باشد.

آلکس لورتون - me.Cater۲

## ۲- تنبلی

من به دنبال شخص تنبلی هستم که سابقه‌ای از فروش‌های بزرگ و فوق‌العاده داشته باشد. فروشنده‌های فوق‌العاده عموماً تنبل هستند و به نظر می‌رسد که تمایل خاصی به اختلال کمبود توجه دارند. شما فقط و فقط باید اجازه دهید که آنها کار خودشان را بکنند و در ترکیب با میل ذاتی آنها به عدم پذیرش «نه» به عنوان یک پاسخ نهایی، امید به کسب بهترین توسط آنها داشته باشیم. برای یک آزمون سریع می‌توانید به آنها بگویید که ویژگی‌ها یا استانداردهای لازم را ندارند یا اینکه نتیجه خوبی کسب نکرده‌اند، اگر در پاسخ با شما به بحث و جدل پرداختند، بدانید که فرد برنده را پیدا کرده‌اید.

لیام مارتین - Staff.com

## ۳- رعایت نظم و انضباط در پیگیری

من به این نتیجه رسیده‌ام که پیگیری‌های مستمر یکی از با ارزش‌ترین کارهایی است که یک فروشنده می‌تواند انجام دهد. تیم فروش من با داشتن استراتژی فوق‌العاده استراتژیک فروش‌های بسیار خوبی را از آن خود کرده است که فروشنده‌گان می‌توانند به‌راحتی از آن تقلید کنند. هر گاه اعضای تیم فروش از این استراتژی پیروی نمی‌کنند، نتیجه آن در عملکرد آنها حدود دو ماه بعد مشخص می‌شود. به نظر من هر مهارتی آموختنی است، غیر از پیگیری‌های فروش که فقط و فقط وابسته به نظم و انضباط است.

لارنس واتکینز - Great Black Speakers

## ۴- کاربزم

هر فروشنده‌ای را که برای استخدام شدن مدنظر قرار می‌دهم، باید بتواند کاری کند که من - یا هر شخص دیگری که در زمان ملاقات

## ۶ راه برای به حداکثر رساندن بهره‌وری و کسب موفقیت درخشان



جلسه دارید، قبل از آن به ایمیل‌های‌تان جواب دهید. اگر پروژه مهمی در دست دارید، به جای خلوتی بروید و تلفن خود را خاموش کنید. هر چه بیشتر بتوانید ساعات کاری خود را بدون حواس‌پرتی بگذرانید، بیشتر می‌توانید توجه‌تان را پرورش داده و به موفقیت‌های بزرگ برسید. به یاد داشته باشید که لازم نیست این کار را به حد کمال انجام دهید، اگر در ۸۰ درصد از وقت خود موارد بالا را رعایت کنید مزایایش را خواهید دید. در طی این فرآیند به بهبود و ارتقای آن نیز بپردازید. خود من یاد گرفته‌ام بین قسمت‌های مختلف برنامه‌ها چند فرصت استراحت بگذارم چون از زیادی فعالیت‌های پی‌درپی سرگیجه می‌گیرم. واقع‌بین باشید و از خود بپرسید «آیا واقعا بهره‌وری دارم یا بیهوده سرم شلوغ است؟»

### ۵- مراقب خودتان باشید

افراد پرجوش و خویشتن می‌توانند خیلی راحت هر شب تا دیروقت کار کنند و خیلی زود دچار خستگی و افسردگی شوند. واقعیت این است که فرهنگ فرسودگی شغلی بین شما و هدف‌تان در زندگی فاصله بیشتری ایجاد می‌کند. سلامت جسمی، ذهنی و روحی شما کلید رسیدن به بیشترین میزان بهره‌وری و کسب موفقیت فردی است. چه از دیدگاه هرم سلسله مراتب نیازهای مازلو و چه از دیدگاه پژوهش‌های دانشگاهی که تندرستی فردی را با شادی در خانه و محل کار مرتبط می‌دانند، مراقبت از سلامت فردی قطعه اصلی پازل موفقیت است.

خبر خوب اینکه ما اغلب به سلامتی و تندرستی خود زیاد فکر می‌کنیم. ممکن است با خودتان بگویید وقتی نمی‌خواهم یک ورزشکار حرفه‌ای باشم، پس چرا خودم را به زحمت بیندازم؟ به جای این تصورات، راه‌های ساده‌ای را برای مراقبت از خود و بالابردن سلامت عمومی‌تان پیدا کنید. مثلا فقط ۲۰ دقیقه تمرین فیزیکی روزانه سلامت قلبی و عروقی شما را بهبود بخشیده و خطر مرگ زودرس را کاهش می‌دهد. همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ورزش اضطراب را کم می‌کند و وقتی اضطراب کمتری داریم، سالم‌تر و خلاق‌تر هستیم و بهره‌وری بیشتری داریم.

### ۶- خودآگاهی‌تان را تقویت کنید

خودآگاهی در شناخت، تنظیم و کنترل احساسات و رفتارهای‌مان به ما کمک می‌کند. وقتی از اعتمادبه‌نفس، شادی و تسلط بر خود برخوردار باشیم، بیشترین بهره‌وری را خواهیم داشت. به دنبال ابزارهایی باشید که به شما کمک کنند خود شهودی و غریزی‌تان را عمیق‌تر درک کنید. وقتی بفهمید چطور باید از قدرت‌های ذاتی خود استفاده کنید، می‌توانید تمام پتانسیل درونی خود را مهار کنید. تصور کنید خودآگاهی ماهیچه‌ای در مغز شماست که دائما می‌توانید آن را بسازید و پرورش دهید. مدیریتین ابزار قدرتمندی برای انجام این کار است. یک مطالعه در دانشگاه هاروارد نشان داده است که مدیریتین حقیقتا بخش‌هایی از مغز را که با خودآگاهی، یادگیری و حافظه مرتبط است تغییر داده و عملکرد شناختی مغز را بهبود می‌بخشد. براساس تجربیات من در این مسیر، داشتن چشم‌انداز، هدف و قواعد واضح و مشخص - به همراه کمی شناس - مواد اصلی موفقیت هستند. شما هم امتحان کنید!

منبع: inc

سراغ عادت‌های خوب برویم، حتی وقتی که خیلی خوب می‌دانیم با چنین تغییراتی به شادی و بهره‌وری بیشتری می‌رسیم. من مدت‌های مدیدی به فکر شروع کردن مدیتیشن بودم. راجع به فوایدش تحقیق کردم و شیوه آغاز تمرین‌ها را یاد گرفتم، اما سال‌ها طول کشید تا بالاخره به انجام هر روزه آن متعهد شوم.

پس از ۱۲ سال تمرین هر روزه مدیتیشن و هر دو سال یک بار مراقبه سکوت، می‌توانم بگویم که به عنوان یک فرد و یک رهبر به رشد دست یافته‌ام. شرکت‌م نیز به سطوح تازه‌ای از موفقیت رسیده است. امسال به این فکر افتادم که کتابی بنویسم و درباره فایده و تأثیری که تمرین مدیتیشن برایم داشته است صحبت کنم.

آیا تمرین مدیتیشن دلیل موفقیت‌م بوده است؟ نه، این فقط یکی از چندین و چند دیگر است. عادت‌های سالمی را که بیش از همه به سود خودتان و هدف‌تان هستند شناسایی و اهدافی واقع‌بینانه تعیین کنید. انسجام و مداومت کلید شکل دادن به عادت‌های خوب و مؤثر است. اگر تصمیم گرفته‌اید مدیتیشن را آغاز کنید، توصیه تیم فرس را یادتان باشد: «از کم شروع کنید، برای اینکه از پس تمرین‌ها برآید کمی در آنها دست ببرید و در پنج جلسه اول، قبل از اینکه وسوسه شوید زیادی طولش بدهید، سعی کنید در تمرین‌ها موفق شوید. باید در جلسات اول عملکرد خوبی داشته باشید تا تمرین برای‌تان تبدیل به یک عادت شود.»

### ۳- یاد بگیرید چه وقت باید «نه» بگویید

وقتی در پی موفقیت هستید، «بله» گفتن به هر موقعیتی وسوسه‌برانگیز است. هر چه باشد، فرصتی که اکنون رد می‌کنید، می‌تواند شکست بزرگ بعدی‌تان باشد. این میل به قبول بیش از حد مسئولیت یک رفتار اجتماعی در فرهنگ آمریکایی است. افراد معتاد به کار به خاطر «یاد کار کردن» خود مسود تمجید قرار می‌گیرند و آدم‌هایی بلندپرواز و موفق پنداشته می‌شوند. به جای زیاد کار کردن، هوشمندانه کار کردن را یاد بگیرید. جای اینکه به همه فرصت‌ها پاسخ مثبت بدهید و امیدوار باشید با این کار به توفیقی دست می‌یابید، هدف‌تان را به یاد بیاورید. آیا این کار هدف‌تان را برآورده می‌کند؟ آیا شما را به تحقق چشم‌انداز فردی‌تان نزدیک می‌کند؟

### ۴- برای خود «زمان تمرکز» در نظر بگیرید

در مطالعات اخیر مشخص شده است که هر فرد به‌طور متوسط نیمی از ساعات کاری خود را صرف فکر کردن به چیزی غیر از کاری که در دست دارد می‌کند؛ این آشفتگی ذهنی اغلب آنها را ناراحت می‌کند. نکته دیگری که به همین اندازه اهمیت دارد این است که مزاحمت‌های زندگی مدرن شما را از انجام کارتان به نحو احسن باز می‌دارد و توانایی‌تان را برای مقابله با چالش‌سازترین پروژه‌ها کاهش می‌دهد. دانشمندان به این وضعیت «کار عمیق» می‌گویند؛ کاری که نزدیک‌ترین پیوند را با هدف و موفقیت نهایی‌مان دارد.

من ذهن بسیار شلوغی دارم، پس تصمیم گرفتم «زمان تمرکز» به خودم اختصاص بدهم که عاری از هرگونه عامل مزاحم باشد. برنامه خود را طوری تنظیم کنید که بتوانید تا حد ممکن، تمام تمرکز خود را فقط روی کاری که در حال انجامش هستید بگذارید. اگر بعدازظهر

مترجم: نسیم حسینی

در پیش گرفتن رفتارهای زیر از شما رهبر بهتری می‌سازد؛ غیر از این، احتمالا شادی بیشتری هم برای‌تان به همراه دارد.

راب دوب عضو **Entrepreneurs' Organization** در دیترویت، سخنران، نویسنده و طرفدار رهبری ذهن‌آگاه است. او رئیس و یکی از مؤسسان شرکت **imageOne** ارائه‌دهنده مدیریت چرخه حیات اسناد و یکی از شرکت‌های کوچک برگزیده از سوی مجله فوربس است. راب علاقه بسیاری به خلق تجربه‌های ناب برای اعضای تیم، مشتریان و جامعه خود دارد. با او درباره گام‌هایی که در راه پیشرفت و بهبودی در رهبری برداشته است، صحبت کردیم. در زیر نظرات او را می‌خوانید. در طول ۲۶ ساله که مؤسس و رئیس شرکت بودم، تمام فکر و ذکرم این بوده که انسان و رهبر بهتری باشم. مثل یک سیر و سلوک در تمام عمر است؛ هر روز آرزوی می‌کنم فقط کمی بهتر از دیروزم باشم. برای اینکه انسان یا رهبر بهتری باشم، مؤلفه‌های زیادی وجود دارد، یکی از آنها این است که از وقت خودم به‌طور بهینه استفاده می‌کنم، با این کار می‌توانم روی مسائلی که بیش از همه اهمیت دارند تمرکز کنم. هر روز من با تمرین مدیتیشن آغاز و تمام می‌شود. به این نتیجه رسیدم که مدیتیشن مفیدترین کاری است که به‌منظور آماده شدن برای شروع یک روز موفق و همین‌طور آسایش پس از آن انجام می‌دهم. اما همه چیز به همین جا ختم نمی‌شود. درست است که مدیتیشن هر روز شالوده محکمی برای موفقیت ایجاد می‌کند، اما هیچ میانبری برای رسیدن به زندگی‌هایی که برای خودمان متصور شده‌ایم وجود ندارد. بلکه، موفقیت هر روزه ما به مجموعه اعمالی بستگی دارد که کمک می‌کنند آدم‌های سازنده‌تر، موفق‌تر و شادتری باشیم. برای به حداکثر رساندن بهره‌وری و رسیدن به موفقیت چشمگیر شش راه وجود دارد:

### ۱- هدف‌تان را تعریف کنید

«هدف از زندگی، هدف داشتن است.» رابرت برن شرکت من ارائه‌دهنده مدیریت چرخه حیات اسناد است، اما کاری که انجام می‌دهیم، اولین چیزی نیست که به ذهن من به عنوان یک رهبر خطور می‌کند. من درباره هدف‌مان - خلق تجربه‌هایی درخشان که بر زندگی اعضای تیم، اهداف مشتریان و تار و پود جامعه‌مان تأثیر مثبتی داشته باشند - فکر می‌کنم. صادقانه و از ته قلب باید بگویم که هر روز صبح برای از جا برخاستن و شروع کار هیجان‌زده‌ام. از خودم می‌پرسم «امروز برای کمک به دیگران چه کاری از دستم برمی‌آید؟» انگیزه من برای کارآفرین شدن همین رهبری خدمتگزار بوده است. برای تعیین هدف خود در زندگی و چشم‌انداز خود وقت بگذارید. وقتی زندگی را با هدف پیش می‌برید، کم‌کم درباره علت کارهایی که انجام می‌دهید عمیق‌تر می‌اندیشید. مشخص کنید کدامیک از ابعاد زندگی‌تان با هدف‌تان مرتبط است. سعی کنید به جایی برسید که ۸۰ درصد از فعالیت‌های‌تان حول آن هدف باشد، در این صورت خواهید دید که بهره‌وری و شور و شوق‌تان چه اوجی می‌گیرد.

### ۲- عادت‌های سالم پیدا کنید

معمولا سال‌ها طول می‌کشد تا عادت‌های بدمان را کنار بگذاریم و

## کلید

### ۴ روش برای پیشی گرفتن از انتظارات در جایگاه شغلی

مترجم: حسین علی‌پور

در تمامی کلاس‌ها یکی از این افراد دیده می‌شود؛ کسی که اولین نفر دستش را بالا می‌برد، به همه سوالات پاسخ صحیح و در آخر یک پروژه علمی فوق‌العاده نیز ارائه می‌دهد؛ نمونه بارز یک فرد پرتلاش. شاید شما رفتار این گروه از افراد را مورد تمسخر قرار می‌دادید، اما بیایید صادق باشیم: هرگاه معلم کاری خاص یا قصد اعطای پاداش یا تشویق ویژه‌ای را داشت، مخاطب او همواره همان فردی بود که از انتظارات پیشی گرفته بود. ظاهرا دفتر کار هم چندان از این قاعده مستثنا نیست. زمانی که می‌خواهید خود را لایق جلسه دهید، باید این‌گونه عمل کنید. البته که نباید فرد آزاددهنده‌ای باشید که به دنبال جلب توجه و فخرفروشی است، بلکه باید ارزشمندی خود را با تأثیری واقعی روی تیم نشان دهید. حال چگونه باید این کار را انجام داد؟ برای شروع، به شما چهار روش برای پیشی گرفتن از انتظارات در جایگاه و محیط شغلی ارائه می‌دهیم.

### ۱- عکس‌العمل‌ها را به عمل تبدیل کنید

یکی از چشمگیرترین اقداماتی که در جایگاه شغلی قادر به انجام آن هستید، تلاش مداوم برای رشد است. برای این کار، از توجه به بازخوردهایی که از مدیر و همکاران خود دریافت می‌کنید آغاز و از این بازخوردها استفاده کنید. زمانی که مدیر شما به‌صورت گذرا اشاره می‌کند که فهرست گزارشات را فراموش کرده‌اید و یا در ارائه خود کمی خجالتی به‌نظر می‌آید، این اطلاعات را برای بعدها ذخیره کنید. دفعه بعد که مأموریتی مشابه به دوش شما گذاشته شود، می‌توانید از بازخوردهای پیشین استفاده کنید و اصلاحات لازم را انجام دهید. هم‌زمان با رشد شما، مدیرتان از استفاده صحیح شما نسبت به بازخوردها تحت‌تأثیر قرار خواهد گرفت و به این نتیجه خواهد رسید که دیگر لازم نیست به فکر اصلاح کار یا نگران سپردن جلسه‌ای مهم به شما باشد.

### ۲- نیازها را پیش‌بینی کنید

جمله «تفقا این‌کار را شروع کرده‌ام» به گوش مدیرتان بسیار شربین خواهد آمد. این جمله بدین معناست که به‌جای منتظر ماندن، به فکر افتاده و دست به عمل زده‌اید. هرچند خواندن ذهن مدیرتان در تمامی شرایط کاری امکان‌پذیر نخواهد بود، اما می‌توانید برای پیش‌بینی نیازها از تفکر راجع به پروژه‌های پیشین خود استفاده کنید. آیا زمانی که گزارش ماهانه خود را ارائه می‌دهید، مدیرتان از شما می‌پرسد آیا می‌توانید برخی از این اعداد را به‌شکل نمودار درآورید؟ اگر این‌گونه است، این‌بار نمودارها را تکمیل کنید و همراه با گزارش ماهانه ارائه دهید. آیا هفته آینده



تصمیم به به‌روزرسانی نرم‌افزاری را دارید؟ بنابراین باید جدیدترین کارمندان دپارتمان خود را آماده دریافت هجومی از تماس‌ها کنید. به‌جای این که منتظر درخواست مدیرتان بمانید، خودتان مسئولیت اطلاع‌رسانی و آموزش کارمندان را برعهده بگیرید.

### ۳- ایده‌های خود را ارائه دهید

اگر ایده‌ای دارید که به افزایش بهره‌وری کمک خواهد کرد، به شما و هم‌تیمی‌های‌تان در انجام هرچه بهتر وظایف یاری خواهد رساند و یا به ترقی مالی شرکت خواهد انجامید، قطعاً مدیرتان نیز علاقه‌مند به شنیدن آن است. اما برای اینکه شما و ایده‌تان هرچه بیشتر متمایز به‌نظر بیایید و بتوانید آن را به مرحله اجرا برسانید، ایده خود را به‌همراه برنامه و نقشه ارائه کنید. من کارندانی دارم که معمولا به‌صورت گذرا می‌گویند ما واقعا باید این رویه را بهبود بخشیم. اما دلیل اصلی که آن رویه هیچ‌گاه اصلاح نمی‌شود، این است که هیچ‌کس پیشنهادی جدی درباره چگونگی این کار ارائه نمی‌دهد. اگر ایده‌ای را به‌همراه برنامه و نقشه ارائه کنید، به تیم و مدیر خود نشان داده‌اید که آماده و خلاق هستید و خود را وقف رشد مداوم کرده‌اید. علاوه بر این، چنین ایده‌هایی شناس بسیار بیشتری برای تبدیل شدن به واقعیت را دارند.

### ۴- به خودتان سختی دهید

احتمالا داستان‌های عجیبی راجع به خدمات‌رسانی به مشتریان به گوش‌تان رسیده است. به‌عنوان مثال استیک‌فروشی که برای یک مسافر خسته، پس از پروازی طولانی غذا ارسال کرد، تنها به این دلیل که او چندساعت قبل در تویتر نوشته بود که دلش استیک می‌خواهد، یا مغازه‌ای که پیشنهاد داد محصولاتش را به در خانه یک کهنه سرباز جنگ جهانی دوم که به علت بارش برف نمی‌توانست از خانه خارج شود، ارسال کند. این در حالی بود که این مغازه اساسا خدمات ارسال محصول نداشت.

احتمالا هم‌اکنون با خود فکر می‌کنید، من اجازه انجام چنین کارهایی را ندارم. اما منابع شرکت‌تان در هر وضعیتی که باشد و هرقدر آزادی عمل در تعامل با مشتریان و همکاران‌تان داشته باشید، باز هم می‌توانید کمی به خودتان سختی دهید و تعاملات‌تان را با مشتریان به‌یادماندنی سازید. اگر مشتری در ساعت ۴:۵۰ تماس می‌گیرد، تلفن را جواب دهید؛ حتی اگر تمایل دارید آن را نادیده بگیرید، وسایل‌تان را جمع کنید و به خانه بروید. اگر یکی از مشتریان درخواستی دارد که کمی غیرعادی است، به‌جای اینکه بگویید متأسفم، کاری از دست من ساخته نیست. قانون شرکت این‌گونه است، به راه‌حلی در راستای عملی کردن درخواست او فکر کنید. اگر این‌حد از تعهد را بروز دهید، دیگران نیز متوجه آن خواهند شد.

اگر شما همواره این موارد را با زندگی کاری روزمره خود درآمیزد، به‌سرعت پیشرفت خواهید کرد و به‌جای اینکه راه خود را به‌سختی به‌سمت ترقیع باز کنید، به‌عنوان کارمندی که خواهان دیدن موفقیت تیمش است، شناخته خواهید شد.

منبع: themuse







## کار آفرینان موفق می دانند چگونه «نه» بگویند

مترجم: حسین علی پور

یکی از اشتباهات رایج و مکرر بسیاری از صاحبان کسب‌وکار، ندانستن این است که چگونه و در چه زمانی «نه» بگویند. آنها معمولاً به‌شدت مشغول‌اند و در عین‌حال به دلیل جایگاه‌شان تحت بمباران درخواست و تقاضا قرار می‌گیرند، اما آنچه واضح است اکثر کارآفرینان موفق در «نه» گفتن کاملاً ماهر هستند.

به‌گفته استیو سیمز (Steve Sims)، مربی رشد شخصی و نویسنده کتاب **Bluefishing: The Art of Making Things Happen of «نه»** کلمه‌ای است که به‌زبان آوردن آن، به‌شدت دشوار است؛ کلمه‌ای دوحرفی که همه در استفاده صحیح از آن دچار مشکل هستند. یادگیری اینکه چه زمانی از کلمه «نه» استفاده کنیم و چه زمانی آن‌را به‌کار نبریم، پیامدهای گسترده‌ای دارد که از مرزهای حرفه‌ای فراتر می‌رود و بر تمامی جوانب زندگی اشخاص تأثیر می‌گذارد.

برای یادگیری «نه» گفتن، لازم است راجع به اهداف‌تان شفاف باشید. «نه» ابزاری ضروری برای اطمینان از این است که نقشه‌ها و برنامه کار شما از مسیر خارج نمی‌شوند. به‌گفته سیمز، افراد باید متوجه این موضوع باشند که هرچه زندگی شخصی و کاری خود را شلوغ‌تر کنند، تمرکزشان بر کارهایی که درحال حاضر مشغول انجام‌شان هستند، کمتر می‌شود. حقیقت این است که هرچند انسان به‌میزان شگفت‌انگیزی از توانایی رشد و نمو برخوردار است، اما نباید خود را به یک‌باره تحت‌فشار زیاد قرار دهد.

به‌یاد داشته باشید که هرچه موفقیت بیشتری کسب کنید، احتمالاً افراد بیشتری با تقاضاهای خود به‌سمت شما خواهند آمد و این امر تنها زمان شما را هدر می‌دهد و منابع‌تان را مصرف می‌کند. توانایی گفتن «نه» ممکن است شما را در نظر فردی دیگر بد جلوه دهد، اما تنها کاری که از دست شما برمی‌آید، این است که توضیح دهید چرا مجبور به استفاده از «نه» شده‌اید. هر اقدام دیگری به‌جز این می‌تواند به فعالیت‌های کسب‌وکار شما صدمه بزند.

برای بسیاری از کارآفرینان، یادگیری «نه» گفتن به تمرین زیادی احتیاج دارد، اما معمولاً با دریافت راهنمایی و تمرین، می‌توان در این کار خیره شد.

منبع: **forbes**

## مدرسه مدیریت

### همکاری خلاقیت، نوآوری و تبلیغات و افزایش ۲۶۵ درصدی ارزش برند

به قلم: الین همیت مترجم: مروارید فیض

تحقیق جدید کانتار میلیوارد براون (Kantar Millward Brown) برای اولین بار نشان داد چگونه خلاقیت، نوآوری و تبلیغات می‌توانند ارزش برند شرکت‌ها را با نرخ بسیار بالاتری افزایش دهند. ممکن است بدیهی به‌نظر برسد، اما اکنون شواهدی در دست است حاکی از آن‌که ترکیب خلاقیت، نوآوری و تبلیغات عالی، تأثیر عمده‌ای بر ارزش برند دارد و می‌تواند آن را تا ۲۶۵ درصد افزایش دهد. کانتار میلیوارد براون در اولین تحقیق قابل‌سنجش خود، از ۱۲ سال داده شرکت برندز (BrandZ) استفاده کرد تا مصاحبه‌های ۳,۶ میلیون مصرف‌کننده را تجزیه و تحلیل و عقاید مردم درباره ۱۲۲۰۰۰ برند در ۵۱ بازار را با یکدیگر مقایسه کند. ارزش برندهایی که مصرف‌کنندگان آنها را خلاقانه اما تحول‌آفرین (یا مخرب) تلقی می‌کنند، در این دوره به‌طور میانگین تا ۶۹ درصد افزایش داشته، حال آنکه ارزش برندهایی که مصرف‌کنندگان آنها را تنها تحول‌آفرین می‌بینند-یعنی برندهایی که موجب ترقی برندشان می‌شوند- تا ۱۲۳ درصد افزایش یافته است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت عملکرد برندهایی که تحول‌آفرین و نوآورانه تلقی می‌شوند، بهتر بوده و میانگین رشد ارزش آنها ۱۵۴ درصد است. اگر «تبلیغات عالی» نیز به این ترکیب اضافه شود، برندها شانس رسیدن به ارزش ۲۶۵ درصدی را خواهند یافت.

دورین وانگ (Doreen Wang)، مدیر جهانی برندز می‌گوید: «خلاقیت موجب رشد ارزش برند تا سطحی خاص می‌شود، اما ترکیب آن با نوآوری، بسیار قدرتمندتر است و می‌تواند سریع‌تر از این عوامل، منجر به رشد ارزش برند شود. در جایگاه مالک یک برند باید خلاقیت داشته باشید و مصرف‌کنندگان را نیز متوجه این موضوع کنید. اما در عین‌حال لازم است توانایی‌های خود را مجدداً مشخص و نیازهای جدید مصرف‌کننده را نیز برآورده کنید. باید در این وضع موجود نوآوری به خرج دهید.»

کانتار براساس امتیازات حاصل از صد برند برتر جهان در سال ۲۰۱۸ که توسط مؤسسه تحلیلگر برندز ارائه شد می‌گوید، دیسنی (با ۱۳۷ امتیاز، در شرايطی که میانگین امتیاز برای یک برند ۱۰۰ است)، اپل (با ۱۳۵ امتیاز، نت‌فلیکس (با ۱۳۰ امتیاز)، آمازون (با ۱۲۸ امتیاز) و شرکت خرده‌فروشی چینی جی. دی دات کام (با ۱۲۷ امتیاز)، نوآوری تحول‌آفرین را به بهترین نحو ممکن به‌کار برده‌اند. امتیازات بالا را می‌توان درمیان ۵ برندی مشاهده کرد که بیشترین نرخ رشد ارزش را در ۱۰۰ برند برتر داشته‌اند. تسلا، نت فلیکس، جی. دی دات کام و برند چینی مائوتای (Maotai)، روی‌هم‌رفته امتیاز میانگین ۱۲۶ را به‌دست آوردند، حال آنکه هشت برند تازه‌وارد در این رده‌بندی (جی. دی دات کام، اوپو، اس. اف. اکسپرس، اینستاگرام، آدیداس، بی. سی. ای. ای. بی، اسپیکتروم)، امتیاز میانگین ۱۱۷ را کسب کردند. هفت برندی که از رتبه‌بندی امسال خارج شدند، براساس این معیار ۱۰۶ امتیاز به‌دست آوردند. وانگ می‌گوید: «دلیل آنکه این برندها نوآورانه تلقی می‌شوند، تنها به‌دلیل سرمایه‌گذاری بیشتر در تحقیقات و توسعه نیست، بلکه بدین خاطر است که آنها کاری انجام داده‌اند که در جامعه تأثیرگذار بوده است. نوآوری، محض خاطر نوآوری صرف انجام نمی‌شود. هدف آنها از ایجاد برند، امری جدی است که در رسیدن به آن از گفت‌وگو هم‌مشاندانه استفاده می‌کنند تا نوآوری‌های خود را توسعه دهند و در مقایسه با دیگر برندها، در جایگاه برتری قرار بگیرند. خلاقیت نیز در این میان اهمیت دارد، چراکه موجب رشد اقتصادی در درازمدت می‌شود. ما بازار یابان، محض خاطر خلاقیت، درمورد خلاقیت صحبت می‌کنیم و می‌دانیم که لازم است خلاق باشیم، اما چگونگی‌اش را نمی‌دانیم. فروش اهمیت دارد، اما سرمایه‌گذاری در برندسازی و گفت‌وگو درباره نوآوری است که در طولانی‌مدت، رشد اقتصادی را برای شرکت به ارمغان می‌آورد.»

منبع: **marketingweek**



## مسیر موفقیت

## در دنیای کسب‌وکار نباید به همه اعتماد کرد

مشتتری، خرج کردن آن و درواقع زدنی از شما اعتراف کرده‌اند و اگر مکالمه را ضبط کرده باشید سند و مدرک محکمی برای پس گرفتن سرمایه خود خواهید داشت. بعد از بیان این موضوع شرایط به نفع شما تغییر می‌کند و حداقل بخشی از سرمایه خود را پس خواهید گرفت. مکالمه‌های کاری مهم بوده و بهتر است همیشه ضبط شوند.

**افراد موفق، لزوماً مشاوران خوبی نیستند**  
همه ما در زندگی افراد موفق را الگو قرار می‌دهیم، اما تصور ذهنی که از آنها داریم همیشه درست نیست. اگر می‌خواهید از کسی مشورت بگیرید تنها به موفقیت‌های او اکتفا نکنید. ببینید تا به حال به چند نفر کمک موثر کرده و چند نفر را نا امید کرده است. بسیاری از افراد تنها از روی ظاهر انسان‌ها قضاوت می‌کنند و به حقایق پنهان شده توجهی ندارند. پیش از آغاز همکاری با هر شخصی سابقه کاری او را به دقت بررسی کنید. بعضی افراد به‌طور کلی از طریق کلاهبرداری درآمد کسب می‌کنند پس بررسی سابقه کاری دید خوبی از عملکرد فرد ارائه خواهد داد.

**مسئولیت کارهای خود را بپذیرید**  
شخصی که کلاهبرداری می‌کند همیشه مقصر نیست. هنگام راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید هر دو طرف به یک اندازه قدرت دارند و اینکه اجازه ندهند طرف مقابل سوءاستفاده کند به خودشان بستگی دارد. روابط دوستانه و روابط کاری یکسان نیستند و بهتر است حد و مرزها از همان روز اول تعیین شوند. سعی کنید مسئولیت‌پذیر باشید و اهمیت نقش خود را بپذیرید. اجازه ندهید روابط دوستانه چشم‌تان را روی حقایق ببندد. از تجربه شکست افراد ناموفق درس بگیرید و با احتیاط رو به جلو حرکت کنید.

منبع: **ENTREPRENEUR/zoomit**

و حتی تلفن‌های‌تان را نیز جواب نمی‌دهد. نمونه این مثال‌ها در دنیای کسب‌وکار زیاد است و بهترین کار برای جلوگیری از چنین تجربه‌هایی، رعایت کردن برخی نکات پیش از بستن هر قراردادی است. در ادامه این مقاله به بررسی بیشتر این نکات می‌پردازیم.

**اعتماد چشم بسته به دوستان را کنار بگذارید**  
یکی از بدترین اشتباه‌ها هنگام شراکت برای راه‌اندازی کسب‌وکار این است که بدون هیچ تحقیقی به طرف مقابل خود اعتماد کنید. گاهی اوقات حتی موفق‌ترین و قابل اعتمادترین افراد نیز مانند مارهای سمی هستند که زیر بوته برای شکار کمین می‌کنند. به ظاهر قضیه اعتماد نکند و پیش از سرمایه‌گذاری روی هر موضوعی تحقیقات گسترده انجام دهید. اجازه ندهید روابط دوستانه چشم‌تان را روی حقایق ببندد و همیشه بدترین احتمال‌ها را در ذهن‌تان مرور کنید. رابرت گرین، در کتاب «۴۸ قانون قدرت» نوشته است انسان‌ها هرگز نباید به دوستان خود اعتماد بیش از اندازه داشته باشند. اینکه با شخصی دوست هستید و به او اعتماد دارید دلیل نمی‌شود او نیز احساس و عملکرد مشابهی در کسب‌وکار داشته باشد. دوست یا دشمن تفاوتی نمی‌کند، همیشه پیش از آغاز همکاری با هر شخصی تحقیقات گسترده انجام دهید.

**تمام مکالمات خود را ضبط کنید**  
تصور کنید تیم فروش شرکتی که راه‌اندازی کرده‌اید مقدار قابل توجهی از مشتری‌ها پول می‌گیرد، اما هیچ بخشی از این پول به شما نمی‌رسد. شما در یکی از تماس‌ها پیگیر این موضوع می‌شوید اما آنها در پاسخ می‌گویند: «متأسفانه ما این پول را خرج کرده‌ایم. کسب‌وکار شما از دست رفته است و نمی‌توانیم چنین پولی را به شما پرداخت کنیم.» آنها در این مکالمه به گرفتن پول از

روابط دوستانه چشم انسان را روی حقایق می‌بندد و به همین دلیل افراد زیادی بدون انجام تحقیقات و بررسی سابقه طرف مقابل قربانی کلاهبرداری می‌شوند.

پیدا کردن شریک تجاری مناسب برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار بسیار مهم است. اما گاهی اوقات رفاقت و همکاری با شخصی که اعتماد کاملی به او داریم، مطابق انتظار پیش نمی‌رود و نه تنها زمان و انرژی که برای راه‌اندازی کسب‌وکار گذاشته‌ایم هدر می‌رود بلکه تمام سرمایه‌مان نیز از بین خواهد رفت. یعنی صمیمیتی که با دوستی داریم باعث می‌شود برخی حقایق را نبینیم یا بیش از اندازه به او اعتماد کنیم. تصور کنید با فرد تحصیلکرده‌ای ملاقات می‌کنید که به موفقیت‌ها زیادی در زندگی دست پیدا کرده است. او دانش خوبی در بازاریابی و مدیریت کسب‌وکار دارد و ماهانه درآمد زیادی بابت مهارت‌های بالای خود کسب می‌کند. مطمئناً هر فردی دوست دارد با چنین شخصیتی وارد همکاری شود، زیرا می‌داند با وجود او به موفقیت‌های بزرگی خواهد رسید.

حال تصور کنید بعد از حدود یک سال دوستی چنین فردی به شما پیشنهاد همکاری و راه‌اندازی کسب‌وکار جدیدی را می‌دهد. او تجربه زیادی دارد و موفقیت‌های چشمگیری در کارنامه کاری خود ثبت کرده است. همچنین شرایط بازار را به خوبی سنجیده است و ایده‌اش عالی به نظر می‌رسد. درنتیجه به او اعتماد کرده و همکاری را آغاز می‌کنید. از آنجایی که هر کسب‌وکار نیازمند سرمایه اولیه است، تمام پس‌انداز خود را روی کار جدید سرمایه‌گذاری می‌کنید. بعد از چند ماه متوجه می‌شوید شریک تجاری‌تان نصف سرمایه شما هزینه کرده است و شرکت بر خلاف ظاهر خود عملکرد خوبی ندارد. شریک‌تان بعد از گرفتن کل درآمد شرکت ناپدید می‌شود