

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

صنعت خودرو با شیب ۵۰ درجه در حال سقوط است؟



دبیر انجمن خودروسازان ایران معتقد است عدم تصمیم‌گیری در کشور رایج و منجر به بروز مشکلات متعددی در حوزه‌های مختلف از جمله صنعت خودرو شده و مسئولان را دعوت به تصمیم‌گیری...

۷

پیشنهاد بازوی پژوهشی مجلس

برای مقابله با سوداگری و کاهش التهاب بازار مسکن

سوداگران مسکن زیر تیغ مالیات

فرصت امروز: خرید و فروش مسکن تبدیل به شغلی پردرآمد شده است و سرمایه‌های زیادی را به سمت خود می‌کشد. سوداگران به بازار مسکن هجوم می‌برند و با خرید و فروش مسکن، سود و درآمد زیادی به دست می‌آورند که گاهی این سودها از سود فعالیت‌های تولیدی هم بیشتر است. به همین خاطر، مرکز پژوهش‌های...

۳

نگاهی به نرخ ارز رسمی در ۱۴ سال اخیر

یکسان‌سازی نرخ ارز از دستور کار خارج شد

۴

مدیریت و کسب‌وکار



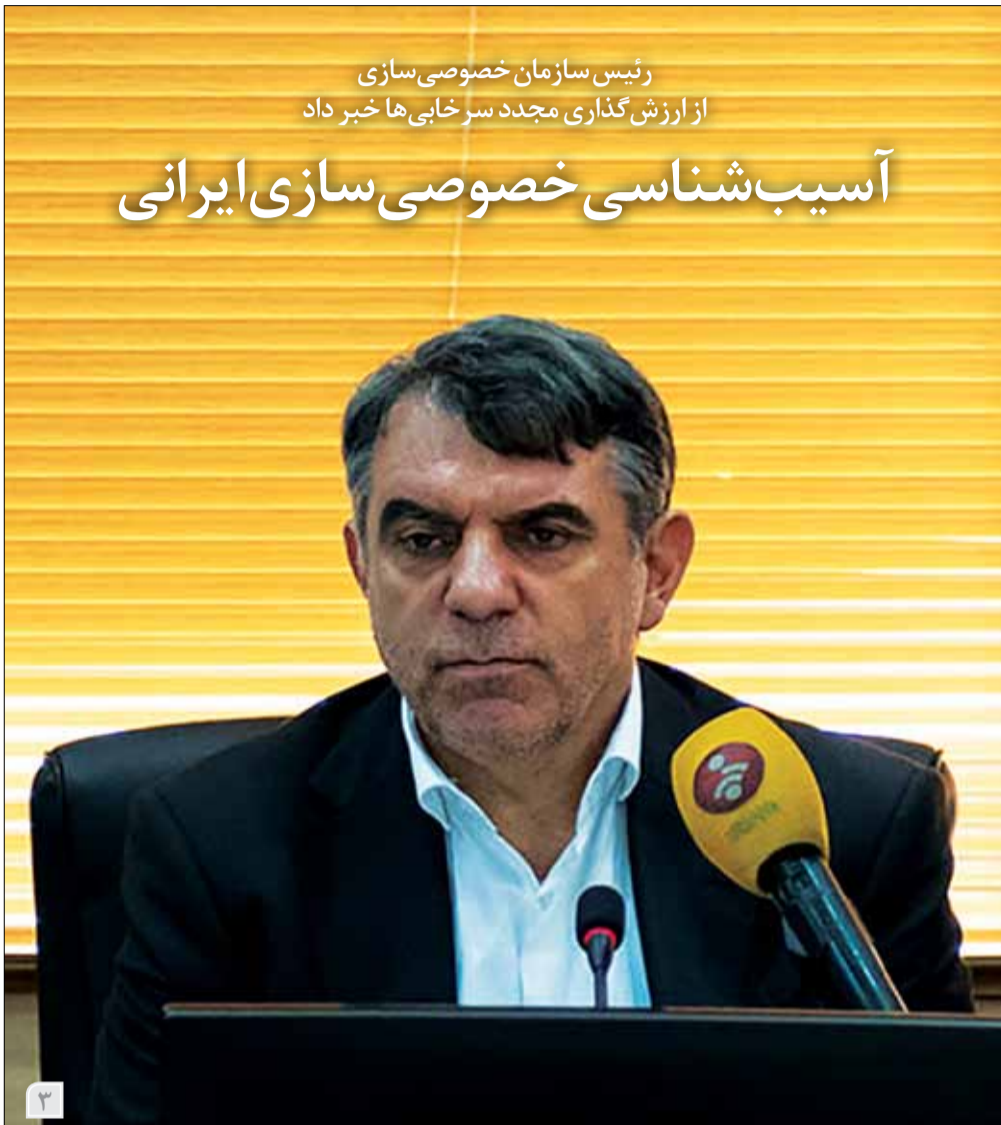
مایکروسافت به دنبال تصاحب یکی از استودیوهای بازی‌سازی سونی است

- شرکت‌های بزرگ چگونه در حال چابک‌تر شدن هستند؟
- تکنیک رفتارهای انعکاسی و استفاده از آن در فروش
- ۶ مثال عالی از بازاریابی مباحثه‌ای
- ۵ اکانت برتر توئیتر در زمینه بازاریابی
- بسکتبال با گام‌های افسانه‌ای مایکل جردن
- باهر گاز از بیسکویت Oreo یک آهنگ جدید بشنویید

۸ تا ۱۶

رئیس سازمان خصوصی‌سازی
از ارزش‌گذاری مجدد سرخابی‌ها خبر داد

آسیب‌شناسی خصوصی‌سازی ایرانی



معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم روز ملی بیمه اعلام کرد

سهام ۲۵ درصدی نفت در بودجه ۹۸

فرصت امروز: سیزدهم آذرماه روز ملی بیمه است و به همین مناسبت «بیست و پنجمین همایش بیمه و توسعه» با رویکرد «صنعت بیمه، نوآوری و فناوری اطلاعات» دیروز در مرکز همایش‌های برج میلاد برگزار شد و از چند محصول فناوری اطلاعات بیمه‌ای با حضور معاون اول رئیس‌جمهور رونمایی شد. در این همایش، اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور از سهم ۲۵ درصدی نفت در بودجه سال آینده خبر داد؛ فرهاد دژپسند وزیر اقتصاد از ضرورت ورود شرکت‌های بیمه به حوزه بیمه نفت سخن گفت و غلامرضا سلیمانی رئیس‌کل بیمه مرکزی نیز از حذف مالیات بر ارزش افزوده در صنعت بیمه خبر داد.

سهم در آمد نفت در بودجه ۹۸ بالاتر از ۲۵ درصد نیست

اسحاق جهانگیری در این همایش، بیمه و توسعه را لازم و ملزوم یکدیگر خواند و گفت: هیچ کشور توسعه‌یافته و یا در حال توسعه‌ای را نمی‌توان یافت که صنعت بیمه متناسب با آن رشد نکرده باشد و توسعه اقتصادی هر کشوری موجب توسعه صنعت بیمه و بالعکس می‌شود.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه توسعه پایدار و توسعه اقتصادی، بیش از سایر جوانب توسعه مورد توجه است، ادامه داد: به همین دلیل فشار دشمن به سمت اقتصاد متمرکز شده است تا با زمینگیر کردن اقتصاد کشور به سایر بخش‌ها هم آسیب برساند.

به گفته وی، ما وظیفه داریم به مسائل اقتصادی کشور به طور جدی بپردازیم و اقتصادی مقتدر رقم بزیم که رشد مطلوبی داشته باشد، سرمایه‌گذاری مناسبی انجام دهد و از منابع خارجی بهره برد. یکی از چالش‌های هر خانواده‌ای بیکاری جوانان تحصیلکرده است. چقدر کشورهایی دنیا آرزوی داشتن جمعیت جوان دارند، ولی ما باید غصه بخوریم که برای جوانان اشتغال درست نکرده‌ایم. جهانگیری بیان کرد: اگر اقتدار ایران در منطقه به چالش کشیده شود قطعا خاورمیانه و خلیج فارس دچار بحران و آشوب می‌شود. حضور ایران مقتدر در منطقه ناامن خاورمیانه به ثبات این منطقه کمک می‌کند. ما باید همانطور که اقتدار در منطقه داریم اقتصاد مقتدری را هم رقم بزیم.

او با اشاره به تحریم‌های آمریکا علیه کشورمان افزود: آمریکا گفته است که نباید نفت ایران فروخته شود یا جا به جایی پول با کشورهای دیگر و حمل و نقل کالا به ایران اتفاق بیفتد، اما ما هم در این زمینه‌ها برنامه‌ریزی داریم. ما اصرار داشتیم بودجه ۹۸ را به موقع تدوین کنیم و تصویب کرده و اعلام کنیم، بودجه کشور را در شرایط تحریم نیز با درآمدهای مطمئن تنظیم کرده‌ایم. بعید می‌دانم سهم درآمدهای نفتی در بودجه ۹۸ خیلی از ۲۵ درصد بالاتر باشد. اگر دستگاه‌های دولتی هم به سمت صرفه‌جویی بروند هزینه‌های غیرضروری کاهش می‌یابد.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به تلاش‌های دولت یازدهم برای ایجاد ثبات اقتصادی و تعامل با دنیا نیز گفت: آمریکا و کشورهای که با ملت ایران دشمنی دارند دست به حرکت عجیبی زدند. اعتبار آمریکا با زیر پا گذاشتن قوانین بین‌المللی دچار مشکل شد. آنها همیشه مدعی اجرای قوانین بین‌المللی بوده و به بهانه اجرای مصوبات شورای امنیت سازمان ملل در دنیا لشکرکشی می‌کردند،

به گفته وی، صنعت بیمه باید از فناوری اطلاعات برای ارتقای خود بهره برد زیرا هیچ صنعتی توسعه پیدا نمی‌کند مگر اینکه به صنعت دانش‌بنیان متکی باشد.

بیمه نفت را جدی بگیرد

همچنین وزیر اقتصاد دیگر سخنران بیست و پنجمین همایش بیمه و توسعه بود و فرهاد دژپسند خواستار توجه هرچه بیشتر شرکت‌های بیمه به پوشش دغدغه سرمایه‌گذاران شد و گفت: هرچند بیمه نفت برای شما شیرین نیست، اما انجام آن، یک الزام است.

دژپسند با بیان اینکه تحریم برای ایران موضوع جدیدی نیست؛ به فشارهای خارجی از بعد انقلاب در مواقع مختلف اشاره کرد و گفت: تحریم همواره دغدغه‌هایی را برای سرمایه‌گذاران ایجاد کرده که باید به آنها پاسخ داده شود؛ این در حالی است که بیمه باید بررسی کند که چگونه می‌تواند دغدغه‌های سرمایه‌گذاران را کاهش دهد. وزیر اقتصاد با اشاره به اینکه شرکت‌های بیمه باید وارد بیمه نفت شوند، افزود: اگرچه این موضوع برای صنعت بیمه شیرین نیست ولی یک الزام به شمار می‌رود که باید مورد توجه قرار گیرد.

وی به موضوع جهش نرخ ارز و کنترل آن به عنوان یکی از وظایف ذاتی بانک مرکزی اشاره و تصریح کرد: جهش نرخ ارز، تنها مساله موجود کشور نیست؛ بلکه گاهی با محدودیت‌های برون‌داد مواجه می‌شویم؛ به این معنا که تولیدکننده، مواد اولیه ندارد و همین امر او را دچار مشکل می‌کند.

به گفته دژپسند، از سال ۹۱ تاکنون، تنها دو سال نرخ رشد سرمایه‌گذاری کشور مثبت بوده است که علامت خوبی به شمار نمی‌رود. او با بیان اینکه با تصویب دولت در بودجه ۹۸، قرار است بیمه البرز به طور کامل خصوصی شود و سهم دولت انگاز شود، اظهار داشت: این کاری بسیار خوب است، اما کافی نیست؛ ضمن اینکه وضعیت کسب و کار باید مورد توجه جدی قرار بگیرد و نوآوری باید در صنعت بیمه مدنظر قرار داشته باشد.

وزیر اقتصاد به انتشار اوراق بیمه‌ای اشاره کرد و خصوصی‌سازی را نمونه بارز مردمی‌سازی اقتصاد دانست و گفت: افزایش ضریب نفوذ از ۷ به ۱۰ درصد تنها با اجبار اتفاق نمی‌افتد، بلکه با تجهیز صنعت بیمه و کاهش هزینه‌ها ممکن می‌شود.

مالیات بر ارزش افزوده در صنعت بیمه حذف می‌شود

رئیس‌کل بیمه مرکزی نیز در نشست خبری در بیست و پنجمین همایش بیمه و توسعه با اشاره به وجود شرایط تورمی در اقتصاد بر ضرورت حرکت شرکت‌های بیمه به سمت سرمایه‌گذاری‌های مولد تاکید کرد و از حذف مالیات بر ارزش افزوده در صنعت بیمه خبر داد.

غلامرضا سلیمانی به نحوه واکنش صنعت بیمه به وضعیت تورمی در اقتصاد اشاره کرد و گفت: واقعیت این است که شرکت‌های بیمه‌ای تا حدی می‌توانند حق بیمه دریافتی را با عنوان تورم افزایش دهند و بخش دیگر باید از طریق سرمایه‌گذاری‌های مولد تامین شود.

سلیمانی ادامه داد: زمانی بیمه‌ها پول خود را در بانک‌ها سرمایه‌گذاری می‌کردند اما اکنون به دلیل نزدیک شدن نرخ تورم

اما آمریکا این بار برخلاف قطعنامه شورای امنیت از برجام خارج شد و ایران را تحریم ظالمانه‌ای کرد و جنگ اقتصادی، روانی و رسانه‌ای علیه ملت ما آغاز کرد.

به گزارش ایسنا، وی ادامه داد: البته در این مسیر هم از لحاظ اخلاقی و هم سیاسی ملت ایران برنده بوده است. سازمان‌های معتبر بین‌المللی مکرر گزارش می‌دهند که ایران به تمام تعهدات خود عمل کرده است و غیر از رژیم صهیونیستی و یکی دو کشور غیرمردمی منطقه سایر کشورهای جهان آسیب می‌بیند. به گفته جهانگیری، چالش اصلی کشور مقابل با تحریم‌های ظالمانه آمریکاست و اولویت ما اداره اقتصاد کشور و کمک به اداره زندگی مردم در مقابل با تحریم‌هاست. آمریکا به تنهایی در مقابل جامعه بین‌المللی ایستاده و انتظار دارد همه دنیا از تصمیمش حمایت کند. اگر دنیا با یک‌جانبه‌گرایی ترسناک آمریکا، مقاومت نکند، حتما استقلال کشورهای جهان آسیب می‌بیند.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه تجربه ما از تحریم‌ها این است که در دوره تحریم‌ها بیشترین فشار به بیماران، سالمندان، کودکان و اقشار ضعیف جامعه وارد می‌شود، گفت: آنها می‌گویند دولت را تحریم کردند و به بیماران و سالمندان فشار وارد نمی‌شود، اما این حرف دروغ است؛ البته ما به لطف خدا و توانمندی خود اطمینان داریم که این فشارها را به حداقل برسانیم، اما باید انسجام ملی هم در کشور حفظ شود. هر حرکتی که به وحدت ملی آسیب بزند خواسته یا ناخواسته به نفع آمریکاست. مدیران و فعالان اقتصادی در دوره تحریم باید با برنامه‌ریزی درست به صورت تمام‌وقت در صحنه باشند. مدیر بی‌انگیزه یا فعال اقتصادی که به دنبال منافع شخصی است، نمی‌تواند خدمت‌گزار خوبی باشد.

جهانگیری بیان کرد: آمریکا دنبال این است که حمل و نقل کالا به ایران انجام نشود، اما ایران کشوری نیست که محاصره شود. ایران مرزهای دریایی طولانی دارد، به وسیله ریل از چین تا اروپا اتصال دارد و مرزهای زمینی زیادی دارد و این کشور را نمی‌شود تحریم کرد.

وی تصریح کرد: به خاطر فشارهای آمریکا شرکت‌های خارجی از ایران رفته‌اند، یکی از بخش‌هایی که می‌تواند نقش اصلی در جایگزین کردن این شرکت‌ها داشته باشد، بیمه است. از صنعت بیمه انتظار داریم به گونه‌ای اقدام کند که هیچ کسی در این زمینه احساس نکند در ایران با مشکل مواجه است. صنعت بیمه باید نیازهای کشور را تامین کند. دولت هم در کنار صنعت بیمه است. برای دولت ایران اختصاص چند میلیارد دلار برای صنعت بیمه کار مشکلی نیست. حمل و نقل کشور هم با حمایت بیمه می‌تواند نیازهای کشور را تامین کند. هیچ نفتکش یا کشتی برای حمل و نقل نفت یا کالای ایرانی نباید دچار مشکل شود.

جهانگیری خاطرنشان کرد: مهمترین سرمایه صنعت بیمه کشور، اعتماد عمومی است که دشمن به دنبال گرفتن اعتماد و امید از مردم است و ما باید از اعتماد مردم حراست کنیم. در بیمه طرح‌هایی تضمین شود که رضایت بیمه‌گذار تامین شده و مردم احساس کنند بیمه پشتوانه آنهاست. صنعت بیمه با فرهنگ‌سازی این اعتماد را بدهد که مهمترین پشتوانه مردم است.



در نخستین رویداد رقابت علمی کنز

نشان طلایی و رتبه اول حوزه سلامت به شرکت پداسیس اعطا شد

در رقابت علمی کنز، از میان بیش از ۱۰۰۰ طرح دریافت شده از کشورهای اسلامی، شرکت پداسیس موفق به کسب رتبه نخست بخش سلامت و دریافت نشانی طلایی این رویداد شد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در اولین دوره رقابت، با پایان داوری در پنج کمیته تخصصی، از میان بیش از ۱۰۰۰ طرح دریافت شده از کشورهای اسلامی، اثر به عنوان آثار منتخب اولین دوره رقابت علمی کنز برگزیده شدند. از میان منتخبین این برنامه، رتبه نخست بخش سلامت و نشان طلایی این رویداد به شرکت پداسیس اعطا شد.

جایزه مصطفی، برگرفته از نام پیامبر اسلام (ص) و به دلیل تأکید ویژه ایشان به علم آموزی، یک نشان عالی علم و فناوری جهان اسلام است که هر دو سال یک بار به دانشمندان و پژوهشگران برتر جهان اسلام و به آثار نوآورانه در مرزهای دانش اعطا می‌شود. این جایزه به عنوان یکی از نمادهای شایستگی و برتری علمی در سطح جهان در سال ۱۳۹۱ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسیده است و بنیاد علم و فناوری مصطفی با هدف شناسایی، معرفی و تقدیر از اندیشمندان و دانش‌پژوهان جوان جهان اسلام، اقدام به برگزاری مسابقه‌ای تحت عنوان کنز می‌نماید.

این رقابت برای پژوهشگران زیر ۴۵ سال مسلمان، در پنج حوزه سلامت، فناوری اطلاعات و ارتباطات، آب و محیط زیست، انرژی و اقتصاد برگزار می‌شود. ارائه راهکارهای مبتنی بر علم برای پاسخ به مسائل جوامع بشری یکی از ویژگی‌های مهم جهت داوری آثار است. جایزه کنز علاوه بر توجه به جایگاه علمی طرح، تمرکز ویژه بر کاربرد طرح‌ها و عملیاتی بودن آنها دارد. از این رو انتخاب شرکت پداسیس از بعد عملیاتی بودن طرح نیز اهمیت زیادی دارد. این شرکت، علاوه بر کسب رتبه برتر در بخش سلامت موفق به کسب مقام اول در بین پنج حوزه این دوره از رقابت‌های کنز شد. خاطر نشان می‌سازد شرکت پداسیس، یکی از شرکت‌هایی است که با موفقیت و سرمایه‌گذاری مجموعه شناسا، به عنوان بازوی سرمایه‌گذاری جسورانه گروه مالی پاسارگاد، توانسته است با طراحی و تولید روبات اسکلت خارجی (با نام تجاری اکسپود) امید تازه‌ای در جامعه معلولین از ناحیه دو پا ایجاد کند. این محصول تخصصی امکان راه رفتن دوباره را برای این دسته از توانمندان فراهم می‌سازد.



یکسان‌سازی نرخ ارز از دستور کار خارج شد



نگاهی به نرخ ارز رسمی در ۱۴ سال اخیر

مالی کشور در سال پیش رو در دستور کار مجلس شورای اسلامی قرار گیرد. آنچه تدوین لایحه بودجه را در سال جاری با دشواری‌هایی روبرو کرد، تحریم‌های اعمال شده از سوی آمریکا و همچنین چشم‌انداز نه‌چندان روشن پیش روی اقتصاد ایران تحت تأثیر این تحریم‌ها بود. با این حال صدور معافیت نفتی برای هشت خریدار عمده نفت ایران از یک سو و تلاش برای عرضه نفت در بورس از سوی دیگر در کنار تلاش برای ایجاد ثبات در بازار ارز و دیگر بازارهای موزی، احتمال تسهیل وضعیت اقتصادی را در سال آینده تقویت کرده است. با وجودی که دولت دوازدهم یکسان‌سازی نرخ ارز را از مهم‌ترین اهداف خود در سال ۱۳۹۸ اعلام کرده بود اما تحت تأثیر وضعیت کنونی، اجرای این برنامه به تعویق افتاده است.

بسیاری معتقدند اقتصاد ایران در این مرحله با تکیه بر عوامل درونزا می‌تواند شرایط مناسب‌تری را برای خود تدارک ببیند.

جدول زیر، قیمت ارز رسمی در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۸ را نشان می‌دهد. همانطور که در این جدول مشخص است، فاصله قیمت ارز آزاد با ارز رسمی در سال‌های ۱۳۹۰ به بعد مدام در حال افزایش بوده است.

سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۹ مانند ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۴ به هم نزدیک بود. اوایل دهه ۸۰ با اعلام سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز قیمت این دوازده به یکدیگر نزدیک شد.

کارکرد دیگر نرخ ارز رسمی در بودجه تخصیص اعتبار بر پایه این نرخ ارز برای واردات اقلام مجاز نظیر کالاهای اساسی و... است. به این ترتیب واردات کالاهای اساسی و اقلامی که طبق قانون لازم است ارز رسمی دریافت کنند در سال آینده ارز ۵۷۰۰ تومانی را دریافت خواهند کرد. در دیگر سوی، عدد مهم دیگری که در بودجه همواره محل رایزنی‌ها و گفت و شنودهای متوالی و متعدد است نرخ در نظر گرفته شده برای فروش هر بشکه نفت تلقی می‌شود.

ایران تحت تأثیر وضعیت بازارهای بین‌المللی قیمت نفت در بودجه سال آینده را برابر با ۵۴ دلار پیش‌بینی کرده است. هرچند این رقم از سوی سخنگوی هیات رئیسه مجلس شورای اسلامی اعلام شده است اما با این حال هنوز تاییدیه مقامات دولتی را با خود به همراه ندارد.

لایحه بودجه سال ۱۳۹۸ به ست هر ساله، ۱۵ آذرماه یعنی دو روز دیگر به مجلس شورای اسلامی ارائه خواهد شد تا رسیدگی به سند

هرچند هنوز اعداد و ارقام اعلامی درخصوص قیمت نفت در لایحه بودجه سال آینده، ارقام احتمالی لقب دارند، اما بنا بر اعلام رئیس کل بانک مرکزی، نرخ رسمی دلار در بودجه سال ۱۳۹۸ برابر با ۵۷۰۰ تومان خواهد بود. به این ترتیب، نرخ دلار در بودجه سال آینده افزایشی برابر با ۱۴۰۰ تومان را در قیاس با سال جاری تجربه خواهد کرد و این رقم معادل با رشدی ۳۵ درصدی خواهد بود.

به گزارش خبرآنلاین، نرخ ارز رسمی بدان معناست که هر دلار حاصل از فروش نفت با این ارز به ریال تبدیل خواهد شد. نرخ دلار در حالی ۵۷۰۰ تومان تعیین شده است که در حال حاضر در بازار آزاد نرخ این ارز بین ۱۰ تا ۱۲ هزار تومان در نوسانی پیوسته قرار دارد. به این ترتیب در صورت تداوم این وضعیت در بازار ارز، فاصله قیمت ارز رسمی و غیررسمی به رقم بسیار قابل توجهی خواهد رسید که این وضعیت خود رانتی چشمگیر را می‌آفریند.

نرخ ارز رسمی همواره پایین‌تر از نرخ مبادله ارز در بازار آزاد تعیین شده است. تلاش دولت برای تک‌تک کردن ارز در دولت اصلاحات البته با موفقیت‌هایی همراه بود، به طوری که قیمت ارز رسمی در

سال	قیمت دلار در بودجه	قیمت دلار در بازار
۸۴	۹۰۲	۹۰۴
۸۵	۹۱۹	۹۲۲
۸۶	۹۲۸	۹۳۵
۸۷	۹۵۷	۹۶۶
۸۸	۹۸۳	۱۰۰۰
۸۹	۱۰۳۶	۱۱۰۰
۹۰	۱۱۰۰	۱۸۰۰
۹۱	۱۲۲۶ (ارز مبادله‌ای)	۳۶۵۰
۹۲	۱۲۲۶ (ارز مبادله‌ای)	۳۶۰۰
۹۳	۲۴۰۰ تا ۲۹۹۰	۳۵۵۰
۹۴	۳۰۰۰ تا ۳۱۸۰	۳۶۰۰
۹۵	۳۰۲۲ تا ۳۲۸۰	۳۷۵۰
۹۶	۳۲۴۳ تا ۳۵۸۵	۴۲۵۰
۹۷	۴۲۰۰ (ارز سنا)	فعلا محدوده یازده تا دوازده هزار تومان
۹۸	۵۷۰۰	-----

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای (فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران)

شماره ۹۷/۰۹

نوبت دوم



نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: **شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد** به نشانی (پاسوج - بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر از اداره راه و شهرسازی، ساختمان شماره دو، واحد امور پیمانها موضوع مناقصه: احداث (تامین تجهیزات مصالح و اجرای) ۲۵۴۲۰ متر شبکه پلی اتیلن با فشار ۶۰ پوند بر اینچ مربع به اقطار مختلف و ۴۱۳۶ متر خط تغذیه ۴ اینچ با فشار ۲۵۰ پوند بر اینچ مربع جهت گاز رسانی به صنایع در شهرستانهای گچساران و باشت محل اجرای پروژه: شهرستانهای گچساران و باشت استاندارد اجرای کار: مطابق مشخصات فنی و استاندارد های پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران

شرایط متقاضیان:

- داشتن شخصیت حقوقی
 - داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه ۵ و یا بالاتر از آن در رشته تالیسات و تجهیزات و یا نفت و گاز از سازمان برنامه و بودجه
 - داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار
 - توانایی تهیه و تنظیم انواع ضمانت های مورد نیاز
 - تقاضای دریافت کاربرگهای اعلامیه استعلام با ذکر موضوع مناقصه و کارهای در دست اجرا مبلغ و درصد پیشرفت هر یک
 - مهلت دریافت کاربرگهای اعلامیه ارزیابی کیفی: یک هفته پس از انتشار آگهی نوبت دوم
 - مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ۲۱ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم
 - محل دریافت و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی: دفتر امور پیمانها واقع در پاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر از اداره راه و شهرسازی، ساختمان شماره دو، واحد امور پیمانها
 - نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۲/۲۲۱/۲۰۰/۰۰۰ (دو میلیارد و دو بیست و دو بیست و یک میلیون و دو بیست هزار ریال) که می بایست مطابق مصوبه شماره ۱/۱۲۲۴۰۲ مورخ ۵۰۶۵۹ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضوابط مربوط تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۲۱۷۴۶۳۴۰۳۴۰ بانک ملی واریز گردد.
 - مبلغ بر آورد شده معامله ۴۴.۴۲۲.۶۰۷.۸۷۴ (چهل و چهار میلیارد و چهارصد و بیست و سه میلیون و ششصد و هفت هزار و هشتصد و هفتاد و چهار ریال)
- آگهی فوق در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد **nigc-kb.ir** و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات **iets.mporg.ir** قابل مشاهده می باشد
- تلفکس واحد امور پیمانها ۰۷۴-۳۳۳۶۲۷۷

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

شماره مجوز ۱۹۷.۴۴۹۰

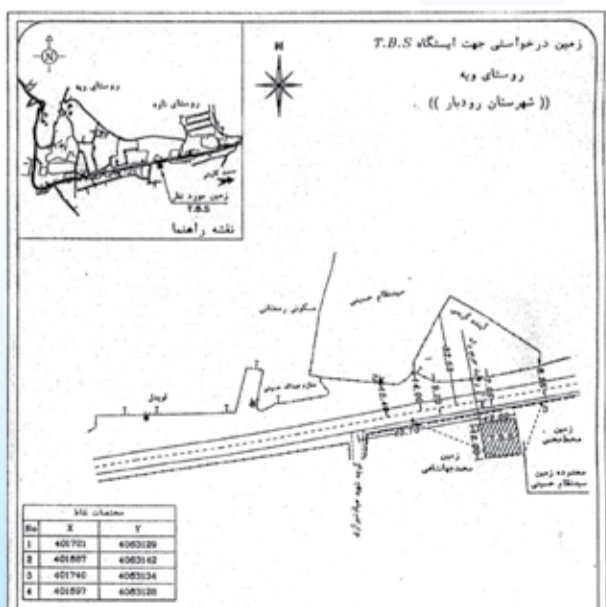
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۷/۰۹/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۷/۰۹/۲۹

آگهی خرید و تملک زمین واقع در روستای ویه از توابع شهرستان رودبار



نوبت دوم

شرکت گاز استان گیلان بمنظور اجراء طرحهای عمرانی و گازرسانی دولت احداث ایستگاه T.B.S تقلیل فشار گاز با استفاده از اختیارات حاصله از مواد ۹ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک مصوب سال ۱۳۵۸ شورای انقلاب، قصد دارد نسبت به تحصیل و تملک یک قطعه زمین به مساحت ۱۴۴ مترمربع در قسمتی از پلاک ۲۳۷ سنگ اصلی ۱۴ بخش ۱۷ گیلان واقع در



روستای ویه رودبار اقدام نماید، لذا بدینوسیله به اطلاع مالک یا مالکین یا صاحبان هر نوع حق و حقوق متصوره قانونی در ملک یاد شده میرساند که حداکثر ۱۵ روز از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی با مراجعه به امور حقوقی شرکت گاز استان گیلان واقع در رشت، پارک شهر، خیابان ملت جنب پیتزا برج همکاری لازم را در انتقال زمین معمول دارند در غیر اینصورت طبق قانون استنادی نسبت به تحصیل و تصرف قانونی آن اقدام خواهد شد. ضمناً محل زمین مورد نظر منطبق با کروکی ذیل می باشد.

روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان

شماره مجوز: ۱۳۹۷/۴۲۴۶

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۳۹۷/۰۹/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۳۹۷/۰۹/۲۹

۵۷۲



نخستین رویداد کارآفرینی حوزه انرژی برگزار می شود

«استارتاپ ویکند انرژی ایران» عنوان نخستین رویداد کارآفرینی حوزه انرژی، نفت و گاز کشور است که ۲۱ تا ۲۳ آذرماه سال جاری برگزار می شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، نخستین رویداد کارآفرینی (استارتاپی) حوزه انرژی و نفت و گاز کشور با عنوان «استارتاپ ویکند انرژی ایران» با حمایت ستاد انرژی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار می شود. هدف از برگزاری این رویداد توانمندسازی و توسعه شبکه ذی نفعان اکوسیستم استارتاپ های فناورانه است که در آن چالش ها و ناکارآمدی های حوزه انرژی و الگوگیری از نمونه های موفق بین المللی، تیم ها و هسته های اولیه در بستر پلتفرم های نوین همچون اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، بلاک چین، آنالیز داده شناسایی می شود.

یادداشت



۸ درسی که از هم بنیانگذاری یک استارتاپ آموختیم

است یک خدمت یا محصول نیمه تمام را تهیه کنید و سپس ببینید که آیا واکنشی در بازار مشاهده می کنید یا خیر. شاید در پشت درهای بسته به تکمیل محصول بپردازید و در نهایت چیزی به دست آید که هیچ خریداری ندارد.

۶. اول بودن ممکن است مضر باشد

اگر می خواهید نوآور باشید و برای اولین بار از تکنولوژی جدیدی استفاده کنید هیچ تضمینی برای موفقیت وجود ندارد. گاهی اوقات آماده شدن مشتریان، کسب و کارها یا سهامداران برای یک ایده، مقداری زمان می برد. استراتژی موفق این است که در عرصه، دومین نفر باشید و از مزایای کارهای اساسی ای که نفر اول انجام داده است بهره ببرید، به خصوص وقتی که محصول جدید کاملی ایجاد می کنید.

۷. فرهنگ بازخورد باز با بنیانگذاران مشترک و تیمتان داشته باشید

در تیم بنیانگذار، به فرهنگ بازخورد صادقانه نیاز دارید. این امر به خصوص وقتی سخت است که بازخورد نه تنها مثبت است، بلکه تیم باید مطمئن شود که بازخورد، عملی و مفید است.

۸. کاری که موثر نیست را رها کنید

هنوز هم هر وقت متوجه شدید کاری موثر نیست، می توانید گامی به عقب برگشته و موقعیت را ارزیابی کنید. به چه دلایلی بعضی چیزها موثر واقع نمی شوند؟ آیا برای حل مشکلات، می توان معیارهای واقع بینانه ای را در نظر گرفت؟ در غیر این صورت معیارهای جایگزین چه چیزهایی هستند؟ اگر جایگزینی مناسب در طول



مسیر پیش بیاید، می توان آن را انتخاب کرد، حتی اگر این کار به معنای رها کردن طرح اولیه باشد. راه اندازی کسب و کار، کار آسانی نیست. گاهی احساس شکست خواهید کرد و برخی هم آن را تایید خواهند کرد. دیگران شما را به ادامه کار تشویق خواهند کرد و شما موفقیت های خود در طول مسیر را جشن خواهید گرفت. هر استارتاپی منحصر به فرد است، ولی با این حال چالش های ناشی از راه اندازی کسب و کارتان منحصر به فرد نیستند. هیچ نیازی نیست که شما اشتباه های قبلی دیگران را مرتکب شوید. بدین منظور می توانید وبلاگ ها و کتاب های مربوطه را بخوانید، مشورت کنید، یا مربی پیدا کنید.

منبع: medium/modirinfo

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشد MBA

۱. تیم سازی مناسبی برای استارتاپتان داشته باشید

تیم مهم ترین دارایی هر مشارکت جدید است. اولاً مطمئن شوید که بهترین افراد با مهارت های مکمل را در اختیار دارید. دوما مطمئن شوید که با تیم خود راحت می توانید کار کنید و قبل از اینکه این مشارکت را شروع کنید با هم همکاری حرفه ای داشته باشید.

صرفاً به این خاطر که شما دوستان خوبی هستید، دلیل نمی شود که شرکای خوبی هم در کسب و کار باشید. هر کسی سبک کاری و شخصیت متفاوتی دارد. در یک شرکت بزرگ با افراد زیادی کار می کنید، ولی در یک استارتاپ در تیم های کوچک و با تعداد کمی از افراد کار خواهید کرد. اگر نمی توانید با آنها به خوبی کار کنید، این امر تاثیر شدیدی بر شانس موفقیت کسب و کارتان خواهد گذاشت.

۲. بازار و صنعتتان را بشناسید

اگر قبل از راه اندازی شرکتتان متوجه شدید که بازار و صنعت چگونه کار می کند، پس زمان بیشتری برای تمرکز روی توسعه محصول و فروش خواهید داشت.

۳. در اسرع وقت با مشتریان (بالقوه) صحبت کنید

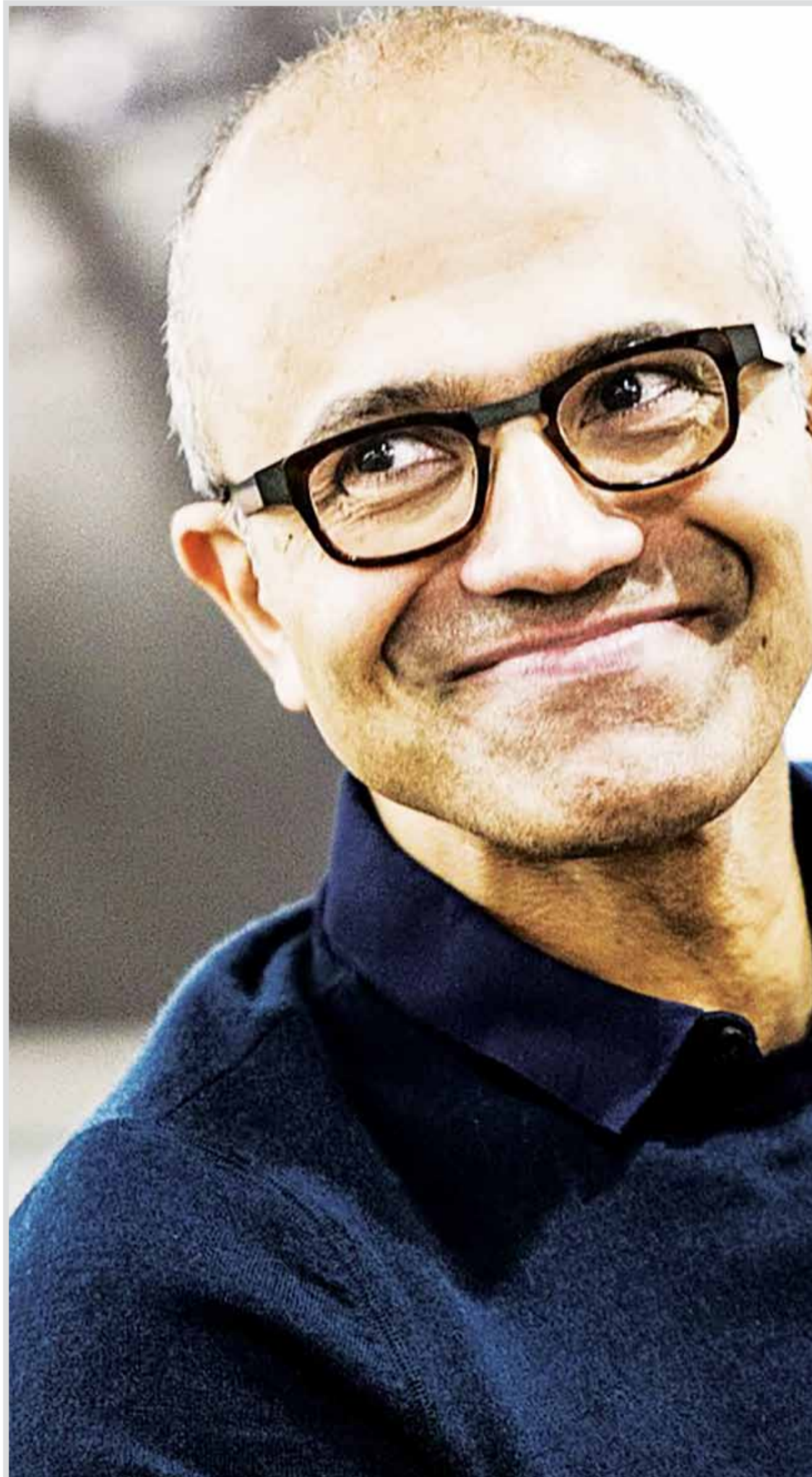
شما باید از محل کارتان بیرون بروید. صحبت با مشتریان بالقوه، درک مشکلات آنها و تشخیص نیاز بالقوه برای خدمات یا محصولات بسیار مهم است. اصلاً نباید در این مورد کوتاهی کرد.

۴. نقاط قوتتان را

بشناسید و براساس آن روی زمان خود سرمایه گذاری کنید در استارتاپ باید هر کاری را تا حد مشخصی که مدنظرتان است، انجام دهید تا بتوانید بیشتر وقت خودتان را برای آنچه که واقعاً در آن مهارت دارید، صرف کنید. بدین منظور باید به خوبی از نقاط قوت و ضعف خودتان آگاه باشید و براساس آن عمل کنید.

۵. زمان زیادی را صرف تکمیل محصول نکنید

با اینکه توسعه «سیستم کامل X» یا «مجموعه ویژگی ایده آل Y» ممکن است از دیدگاه فنی یا حتی از دیدگاه بعضی سهامداران قابل درک باشد، ولی باز هم فکر کنید که آیا این کار برای استارتاپ شما مناسب است یا خیر. اگر مشتریان واقعاً خواستار محصول شما هستند خواهند توانست از عهده محدودیت های خاص برآیند، بهتر



توسعه کسب و کارهای حوزه توالی یابی

پژوهشگران، اعضای هیأت علمی و دانشجویان دانشگاه ها و پژوهشگاه های فعال در این حوزه آغاز شد. در مرحله اول و دوم این رقابت که توسط آی چلنج (iChallenge) برگزار شد، ۴۵ شرکت کننده با هم رقابت داشتند که در نهایت ۱۰ تیم به مرحله سوم رسیدند.

در مرحله اول و دوم این رقابت که در تاریخ ۷ آذر ۹۷ در محل صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار شد، نمایندگان برخی از سرمایه گذاران، شتاب دهنده ها و صندوق های خطرپذیر نیز حضور داشتند. ۱۰ تیم راه یافته به مرحله سوم این مسابقه در صورت تمایل به ادامه فعالیت، برای توسعه خدمات تحلیل داده و راه اندازی یک کسب و کار در این زمینه، از حمایت های دیگری نظیر تجاری سازی (حمایت از نگارش متن اختراع داخلی، مشاوره تکمیل کسب و کار، حمایت از ثبت اختراع خارجی، حمایت از حضور در دوره های آموزشی، ارائه مشاوره مدیریت، ارائه تسهیلات برای توسعه نمونه اولیه)، طراحی و پشتیبانی وبسایت و اقلام تبلیغاتی، حمایت از استقرار شرکت یا تیم در مراکز رشد، ارائه تسهیلات از مجرای صندوق های فعال در حوزه شرکت های نوپا، حمایت از فرایند اخذ مجوزهای لازم و حمایت از تحقیقات بازار نیز بهره مند خواهند شد.



با به پایان رسیدن مسابقه تحلیل داده های نسل جدید توالی یابی (NGS)، تیم های برگزیده مشخص شدند و ۱۰ تیم راه یافته به مرحله نهایی برای تجاری سازی و توسعه کسب و کار خود مورد حمایت قرار گرفتند. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع رسانی

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، اختتامیه مسابقه تحلیل داده های نسل جدید توالی یابی (NGS) با حضور اسماعیل قادری فر، رئیس مرکز توسعه فناوری های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، رضایی، معاون امور زیستی مرکز همکاری های تحول و پیشرفت، وطن پور، رئیس دفتر توسعه فناوری سلامت وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، دهنوی، رئیس گروه تولید و تجاری سازی ستاد توسعه زیست فناوری، نجاری، رئیس کارگروه رابانش زیستی ستاد توسعه زیست فناوری و سلطانی، رئیس مرکز راهبردی فناوری های همگرا برگزار شد. از میان ۱۰ تیم راه یافته به مرحله نهایی (مرحله سوم) مسابقه تحلیل داده های نسل جدید توالی یابی (NGS)، سه تیم برگزیده مشخص شدند. این رقابت از اردیبهشت ماه سال جاری از سوی مرکز راهبردی فناوری های همگرا و با همکاری ستاد توسعه زیست فناوری معاونت علمی به منظور شناسایی و تقویت شرکت ها،

استارتاپ ویکند صنایع خلاق گرگان محفلی برای رشد ایده های استارتاپی

استارتاپ ویکند صنایع خلاق گرگان از ۲۱ تا ۲۳ آذرماه در این شهر با همت انجمن بازی سازان مستقل ایران و مجتمع فنی تهران و حمایت چندین استارتاپ و شرکت برگزار می شود. این رویداد مکانی است برای تجربه رویاها

و گردهم آمدن تیم های استارتاپی تا بتوانند در یک محیط سالم چند روزی را کنار منتورها و مربیان حاذق این اکوسیستم گذرانده و از ورکشاپ ها و خدمات گوناگون استارتاپ های حاضر در رویداد بهره جویند. «مصطفی علوی»، دبیر برگزار کننده این رویداد در گفت و گو با دیجیاتو، استارتاپ ویکند را محفل و فرصتی جذاب برای تمامی افراد علاقه مند به فعالیت در کسب و کارهای نوپا و جدید می داند و می گوید: «یکسری جوان ایده های نو دارند و می خواهند این ایده را در محیط کسب و کار پیاده سازی کنند و همین رویدادها بهترین جا برای رشد ایده های آنان است. ما با منتورها و مربیان خوب سراسر کشور صحبت می کنیم و از آنها دعوت به عمل می آوریم تا در طول برگزاری این رویداد کنار این افراد باشند و آنها را راهنمایی کنند. ما این زنجیره را به یکدیگر با هزینه اندکی وصل کرده و فرصت شکوفایی آنها و

حس تجربه ناب کارآفرینی را برای شان مهیا می سازیم». علوی به این نکته اشاره دارد که این اولین رویداد صنایع خلاق گرگان محسوب می شود و می توان آن را با رویدادهای مشابه در پایتخت در یک جایگاه دانست چرا که تیم های زیادی پشت برگزاری آن حضور داشتند و حمایت های مناسبی از این رویداد به عمل آمده است. او با تأکید بر اینکه تمام این حمایت ها از شرکت های خصوصی بوده و دولت ریالی به آنها کمک مالی نکرده، می گوید: «دولت یکسری حمایت های معنوی انجام داد که از آنها سپاسگزاریم ولی بیشتر حمایت ها از سوی شرکت های حوزه ICT است. اسپانسر ویژه ما شرکت زرین پال بوده که رقم قابل توجهی را برای برگزاری مراسم به ما اعطا کرده و کسب و کارهایی چون مکتب خونه، نوار، اتاقتک، بازیچی، سوغات جان مدل، فیلمو، فرانش و... تخفیف ها و کارت های هدیه گوناگونی را برای تمامی شرکت کنندگان و برندگان در نظر گرفته اند. با به عنوان مثال اسنپ تخفیف هایی برای سفر در این چند روز برای حاضرین رویداد در نظر گرفته است.



استارتاپ ویکند صنایع خلاق گرگان از ۲۱ تا ۲۳ آذرماه در این شهر با همت انجمن بازی سازان مستقل ایران و مجتمع فنی تهران و حمایت چندین استارتاپ و شرکت برگزار می شود. این رویداد مکانی است برای تجربه رویاها و گردهم آمدن تیم های استارتاپی تا بتوانند در یک محیط سالم چند روزی را کنار منتورها و مربیان حاذق این اکوسیستم گذرانده و از ورکشاپ ها و خدمات گوناگون استارتاپ های حاضر در رویداد بهره جویند. «مصطفی علوی»، دبیر برگزار کننده این رویداد در گفت و گو با دیجیاتو، استارتاپ ویکند را محفل و فرصتی جذاب برای تمامی افراد علاقه مند به فعالیت در کسب و کارهای نوپا و جدید می داند و می گوید: «یکسری جوان ایده های نو دارند و می خواهند این ایده را در محیط کسب و کار پیاده سازی کنند و همین رویدادها بهترین جا برای رشد ایده های آنان است. ما با منتورها و مربیان خوب سراسر کشور صحبت می کنیم و از آنها دعوت به عمل می آوریم تا در طول برگزاری این رویداد کنار این افراد باشند و آنها را راهنمایی کنند. ما این زنجیره را به یکدیگر با هزینه اندکی وصل کرده و فرصت شکوفایی آنها و

بسکتبال با گام‌های افسانه‌ای مایکل جردن

مایکل جردن یکی از بزرگ‌ترین بسکتبالیست‌های دنیا بوده و هست و شاید این جمله نتواند ارزش و بزرگی او را تمام و کمال ادا کند.

نکنته جالب ماجرا این است که در نظرسنجی سال ۲۰۱۵ هریس، جردن لقب بزرگ‌ترین ورزشکار تمام ورزش‌ها را به خود اختصاص داد و بالاتر از قهرمانان رشته‌های دیگر ایستاد؛ ورزش‌های بسکتبال، فوتبال، بیس‌بال، تنیس، گلف و فوتبال آمریکایی.

جردن نه‌تنها دنیای بسکتبال را تغییر داد بلکه توانست روی شهرت نایکی هم تاثیرگذار باشد.

فعالیت حرفه‌ای جردن باعث شده نامش میلیون‌ها دلار ارزش داشته باشد. او در سال ۲۰۱۴ بدون این که در هیچ زمین بسکتبالی دیده باشد توانست بیش از کل زمان حضورش در NBA درآمد کسب کند؛ چیزی بیش از ۱۰۰ میلیون دلار. او در بازی‌های NBA -یعنی در ۱۵ سال حضور- ۹۴میلیون دلار درآمد داشت.

او یک بار از فروشگاه‌ی به اسم دومینیک به خاطر استفاده‌نکردن درست از اسمش شکایت کرد و درباره علت این شکایت گفت که این کار را نه به‌خاطر پول بلکه به‌خاطر اسمی می‌کند که ۳۰سال برای ساختنش زحمت کشیده است.

شخصیت افسانه‌ای جردن است که به او اجازه می‌دهد ثروتمندترین بازیکن بازنشتم‌ای باشد که با نایکی قرارداد دارد.

تبدیل ناکامی به فرصت

اما زندگی جردن با موفقیت آنی همراه نبود. در نوجوانی از تیم بسکتبال دبیرستان کنار گذاشته شده بود و شاید داستان جردن بسکتبالیست باید همین‌جا تمام می‌شد و دیگر هیچ‌کس اسمی از او نمی‌شنید، اما او داستان دیگری نوشت و در این ماجرای تازه می‌دانست قرار است بازیکن بزرگی بشود.

نیاز به دیده‌شدن

اولین قدم بزرگ جردن در ساختن برند جردن، این بود که می‌دانست از زندگی چه می‌خواهد و این خواستن با پشتکار زیادی برای دیده‌شدن همراه بود.

جردن تصویری می‌خواست که ماندگار باشد؛ روی لباس‌های جوان‌ها و نوک زبان کودکانی که می‌خواهند بسکتبالیست شوند و برای این کار تنها حضور در زمین بازی کافی نبود.

درخشیدن در تیم

او می‌دانست که موفقیت برای ساختن جردن بزرگ به تنهایی حاصل نمی‌شود و این نکته مهمانی بود که او را در کنار شیکاگو بولز و بعدها نایکی نگاه داشت. شیکاگو بولز در آغاز ورود جردن قهرمان نبود و نایکی هم در زمان بستن قرارداد اولیه با او نایکی امروز نبود. جردن هم به‌تنهایی نمی‌توانست دیده شود و این مساله را به خوبی دریافته بود. درخشیدن در کنار تیم بود که او را به اوج می‌رساند.

جردن لجباز

مایکل جردن اما قوانین خودش را داشت و برای تحقق آنها با کسی تعارف نمی‌کرد؛ چه نایکی باشد و او حس کند قرارداد به نفعش نیست یا قانونی باشد که پوشیدن کفش‌های به‌جز سفید را ممنوع کرده -او کسی است که تصمیم به ترک قرارداد می‌گیرد و کفش‌های قرمز به‌پا می‌کند.

بسکتبال با نام او گره خرده و همه دوست دارند کفش‌هایی را ببوبند که نام این قهرمان افسانه‌ای را دارد تا شاید بتوانند مانند او بپرند و دست‌شاسن را با آن بالا برسد، اما دنیای مایکل جردن دنیای دویدن و گل‌زدن نیست؛ دنیای پرسنال‌برندی است که با پشتکار، دقت، لجاجت و کار تیمی خلق شده است.

با هر گاز از بیسکویت Oreo یک آهنگ جدید بشنوید

اگر هنوز قطعاً به این نتیجه نرسیده‌اید که به مناسبت کریسمس برای عزیزان‌تان چه هدیه خاصی را بخرید، شاید بخواهید این جعبه موسیقی **Oreo** منحصر به فرد را امتحان کنید که با کارپردی دوگانه این بیسکویت معروف می‌تواند به عنوان یک صفحه موسیقایی نیز مورد استفاده قرار گیرد.

در همین راستا یک قوطی هدیه تعطیلات همراه با یک دستگاه پخش موسیقی عرصه می‌شود که **Oreo** (White Fudge) معمولی شکلاتی با روکش سفید **Oreo**، **Oreo** سبک‌تر و باریک‌تر موسوم به «**Thins**» را در بر می‌گیرد. ایده انجام این کار ابتدا به‌طور انحصاری بر روی وب‌سایت خرده‌فروشی آنلاین **Tmall.com** علی‌پایا چین در ماه مه ۲۰۱۷ از سوی آژانس جهانی بازاریابی **VMLY&R** اجرا شد.

اگرچه بسیاری از شهروندان چینی به‌طور آنلاین خرید می‌کنند، یکی از شاخه‌هایی که به ندرت در آن خرید اینترنتی رخ می‌دهد، عرصه غذا است. این آمار واقعی باعث ایجاد یک مشکل برای مشتری آژانس جهانی بازاریابی **VMLY&R** بیسکویت **Oreo** شد.

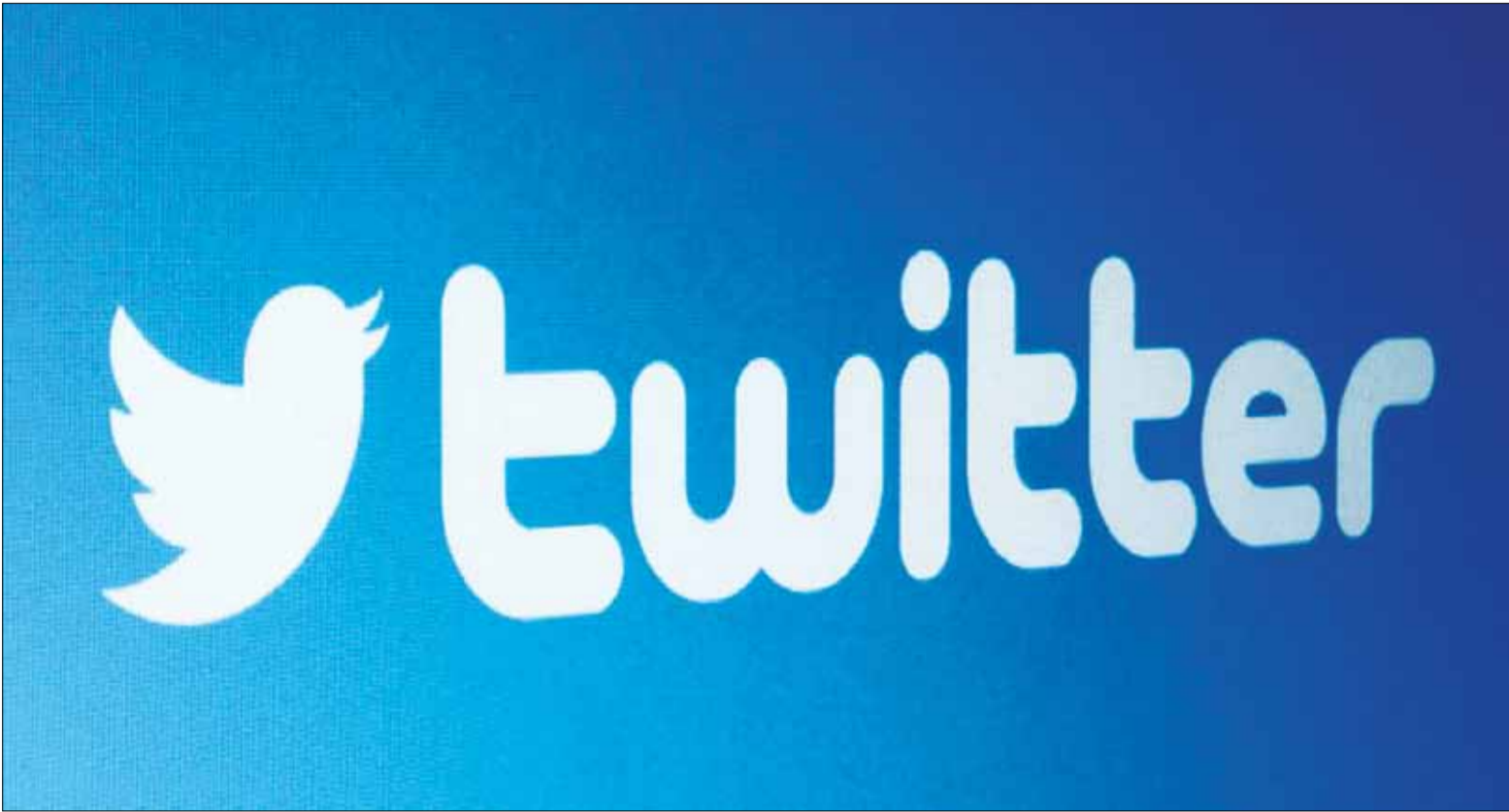
به‌منظور تحریک افزایش آمار فروش آنلاین، **VMLY&R** بیسکویت **Oreo** را به یک نوع محصول جدید تبدیل کرد که مشتریان از ابتدا خرید آن را مد نظر قرار می‌دهند. با معرفی «جعبه موسیقی **Oreo**»، کاربران فناوری دیجیتال در چین حتی حین جست‌وجو برای آیتم‌های زیرشاخه‌های محبوب نظیر «اسباب بازی‌ها» و «وسایل الکترونیکی» این محصول تازه را کشف می‌کنند.

برای تغییر آهنگ، فقط کافی است یک گاز از بیسکویت **Oreo** بگیرید اما این همه چیز نیست. با فعال کردن جعبه موسیقی، شما می‌توانید یک پیام تبریک کریسمس شخصی یا آهنگ را به عنوان هدیه برای یکی از عزیزان‌تان ضبط کنید. «جعبه موسیقی **Oreo**» را می‌توان در حال حاضر از طریق آمازون به قیمت ۲۰ دلار خرید.

منبع: **mbanews**

برندهای برتر در توئیتر چگونه فعالیت می‌کنند؟

۵ اکانت برتر توئیتر در زمینه بازاریابی



اکانت‌های شخصی اداره می‌کنند.

در اینجا از یک تا ۱۰ به این برند نمره ۹ تعلق می‌گیرد. نمره یک برای ویدئوهای بسیار طولانی و اذیت‌کننده تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی و ۱۰ برای سرگرمی‌های جذاب رد دیسنی لند است. از برند مشهور **Moonpies** و شیرینی‌های خوشمزه آن چه نکات مهمی را می‌توان آموخت؟

هوم، لیندا کیست؟

برند **Moonpies** استعداد عالی در زمینه بازآفرینی شوخی‌های جذاب دارد. به طور معمول در شبکه‌های اجتماعی آنها ویدئوهایی با حضور استندآپ کمدین‌های مشهور بارگذاری می‌کنند. نکته جالب اینکه تنها تفاوت میان این استندآپ کمدی واقعی و نمونه مورد استفاده این برند وجود یک میکروفون در کنار فرد مورد نظر است.

یکی از شوخی‌های مشهور این برند مربوط به متنی پیرامون غیبت لیندا است. شاید برای شما نیز پرسشی مشابه پیش آمده باشد: لیندا ییگر کیست؟ لیندا همسر یکی از ادمین‌های صفحه توئیتر - **Moo pies** است که به دلیل مسافرت کاری مدت زیادی در شهر دیگری اقامت داشت. ادمین توئیتر **Moonpies** برای ابراز دلنگنی خود از صفحه رسمی شرکت استفاده کرده است. به این ترتیب این ادمین توئیستی با مضمون ذیل در صفحه برند بارگذاری کرد: «خب بچه‌ها، لیندا خیلی وقت است که خانه نيامده. لیندا کجا هستی؟ من نگران و دلنگ هستم.» این شوخی اگرچه در نگاه اول یک حرکت عجیب به نظر می‌رسد، اما رضایت بسیاری از کاربران را جلب کرد. رمز موفقیت **Moonpies** دقیقاً در همین شوخی‌های جالب و اندکی تعجب‌آور نهفته است.

استفاده هوشمندانه از شبکه اجتماعی هدف

برند **Moonpies** علاوه بر استفاده از اسندآپ کمدین‌های مشهور در زمینه خلق شوخی نیز مهارت دارد. به این ترتیب آنها شوخی‌های متن‌محورشان را با اتکا به خلاقیت تیم شرکت پیش می‌برند. رضایت شمار بالایی از کاربران نسبت به محتوای این برند خود گویای موفقیت آنها در زمینه تخصصی‌شان است.

۳.نت‌فلیکس

برند نت‌فلیکس زمانی کار خود را شروع کرد که احداث یک شبکه اینترنتی بیشتر شبیه جوک بود تا واقعیت. با این حال آنها در طول زمان فعالیت‌شان کیفیت بسیار بالایی را از خود به نمایش گذاشته‌اند. سریال‌های این شبکه به طور معمول بازدید بسیار زیادی از سوی مخاطب دارد. به همین دلیل بررسی نحوه عملکرد آنها در شبکه‌های اجتماعی، صرف نظر از میزان موفقیت‌شان، به خودی خود جالب خواهد بود. امروزه شهرت اصلی نت‌فلیکس نه فقط به دلیل شبکه خانگی‌اش، بلکه محتوای اکانت توئیترش نیز هست. به این ترتیب برخی از افرادی که اصلاً محتوای این شبکه را تماشا نمی‌کنند نیز در زمره فالوورهای توئیتر آنها هستند.

از بیین نمره یک تا ۱۰ برند نت‌فلیکس میانگین نسبتاً مطلوب ۷ را دریافت می‌کند. مشاهده محتوای توئیتری این برند نه به اندازه تبلیغات تلویزیونی طولانی کسل‌کننده و نه به اندازه موسیقی‌های راک برتر دهه ۹۰ هیجان‌انگیز است.

نکته مهم در مورد فرآیند بازاریابی نت‌فلیکس در توئیتر چیست؟

آنها گوش داده و واکنش نشان می‌دهند

نت‌فلیکس بیش از همه به خاطر پاسخ به توئیت‌های صفحات مشهور و کاربران واقعی در توئیتر شهرت دارد. آنها در این زمینه شیوه خاص خود را دارند. کیفیت این شیوه به اندازه‌ای بالاست که همه کاربران علاقه‌مند به دریافت واکنش‌های هرچه بیشتر از سوی نت‌فلیکس در توئیتر هستند.

میم‌های ارجاعی به فرهنگ عامه

در هر صورت این شبکه به طور کلی بسر روی فرهنگ عمومی برای کسب سود تکیه دارد. با این حال تصور کنید آنها در بهره‌گیری از این فرهنگ برای تولید محتوای آنلاین نتوان می‌شدند؟ بی‌تردید چنین شرایطی بسیار دشوار بود. نکته مهم درخصوص فعالیت این برند در توئیتر تولید میم‌های جذاب و مطابق با حوادث روز است. به این ترتیب مخاطب همیشه مطلب تازه برای مشاهده و اندکی خوشگذرانی در صفحه این برند خواهد داشت.

Merriam–Webster. f

این برند فقط یک دیکشنری است. شاید همین امر برای کسل‌آوری آن کافی باشد، مگر نه؟ با این حال نباید خیلی زود داوری کرد. برای یک برند که وظیفه اصلی‌اش تهیه معنی لغات و ارائه هم‌معنی‌ها و مضاده‌های گوناگون است، عملکرد عالی در توئیتر موفقیت بزرگی محسوب می‌شود.

در اینجا از بین یک تا ۱۰ به فعالیت برند **Merriam–Webster** نمره ۷.۵ را می‌دهیم.

پرسش اصلی در اینجا نحوه یادگیری ما از فعالیت توئیتری این برند است.

گاهی اوقات گستاخانه صحبت کردن مشکلی ندارد

برخورد گستاخانه با کاربران در همه موارد خوب از آب در نمی‌آید. به هر حال هیچ‌کدام از ما انتقاد صریح از سوی یک برند را تاب نمی‌آوریم. بنا این حال دیکشنری مسورد بحث ما تخصص بالایی در اعتراض به کاربران دارد. به عنوان مثال آنها در پاسخ به توئیت یکی از کاربران در مورد کیفیت خدمات‌شان به اشتباه نگارشی کاربر مورد نظر در استفاده از واژگان اشاره کرد. این کار به طور معمول شاید موجب ناراحتی شود. با این حال آنها پاسخ را در قالبی دوستان و البته کمی خنده‌دار تهیه کردند.

سایه‌ها نیز چندان بد نیستند

گاهی اوقات برای موفقیت در دنیای شبکه‌های اجتماعی نیازی به صرف بودجه‌های کلان و تلاش برای یافتن شوخی‌های بسیار عجیب نیست. برند **Merriam–Webster** با توئیت کلمات جدید و در عین حال غیرواقعی مخاطب خود را حساسی سر حال می‌آورد. به نمونه ذیل توجه کنید: واژه برتر امروز «رییس نشدن» است. ما به تازگی این لغت را به فرهنگ‌مان اضافه کرده‌ایم.

توئیت فوق درست زمانی بارگذاری شد که هیلاری کلینتون در رقابت با دونالد ترامپ شکست خورد. به این ترتیب شمار بالایی از کاربران اکانت هیلاری را در ذیل این توئیتر تگ کردند. برند **Me rriam–Webster** با استفاده دقیق از موفقیت زمانی و لغتی خنده‌دار نتیجه انتخابات را مورد تمسخر قرار داد.

در بسیاری از مواقع برندها از شوخی با مسائل مهم سیاسی و اجتماعی وحشت می‌کنند. با این حال برای موفقیت باید گاهی اوقات جدی‌ترین مسائل را نیز از دید طنز بنگریم. به این ترتیب مخاطب نگاه بسیار بهتری به ما و کسب‌وکارمان خواهد داشت.

۵. کی اف سی

یک فست‌فود دیگر نیز در این فهرست جای دارد. شاید به نظر شما این انتخاب به دلیل شهرت کلی کی اف سی صورت گرفته باشد. با این حال اجازه دهید از انتخام دفاع کنیم. جوک‌های خنده‌دار این برند مدت‌هاست کاربران را سر ذوق می‌آورد. نکته مهم در اینجا تداوم فعالیت کی اف سی در سطح بالاست. به این ترتیب برخلاف برندهایی که در فواصل زمانی کوتاه عملکرد مطلوب دارند، این فست‌فود مشهور همیشه توئیت‌های خنده‌داری را در اختیار مخاطبش قرار می‌دهد.

در اینجا از یک تا ۱۰ به برند کی اف سی نمره ۶ تعلق می‌گیرد. عملکرد آنها مانند غذای مانده هم‌اتاقی‌های‌مان در دوره دانشجویی بد نیست. با این حال به خوبی فست‌فودهای خودشان نیز نخواهد بود.

هنر ظرافت

هنر طراحی جوک‌های خنده دار به طور عالی از سوی کمدین‌ها و نویسندگان سریال‌های طنز مورد استفاده قرار می‌گیرد. به عنوان یک برند اگر به دنبال جلب توجه در شبکه‌های اجتماعی هستیم، باید عنصر طنز را همیشه مد نظر داشته باشیم. هر جا برندی موفق را مشاهده با مشکلات فراوانی مواجه خواهیم شد. دلیل اصلی موفقیت کی اف سی در جلب مخاطب ظرافت ویژه جوک‌های‌شان است. به این ترتیب بازنشر توئیت‌های آنها آمار خیره‌کننده‌ای را از خود بر جای می‌گذارد. با بررسی نحوه عملکرد کی اف سی کار این مقاله به پایان می‌رسد. توجه داشته باشید که خلاقیت برند شما در شبکه‌های اجتماعی فقط به اقتباس از پنج نمونه مذکور محدود نخواهد شد. هر جا برندی موفق را مشاهده کردید، عملکرد وی را زیر دربین قرار دهید. به این ترتیب به خوبی فرصت‌های عالی در پلتفرم‌های اجتماعی برای خود خلق خواهید کرد.

منبع: **hootsuite**

ایستگاه بازاریابی



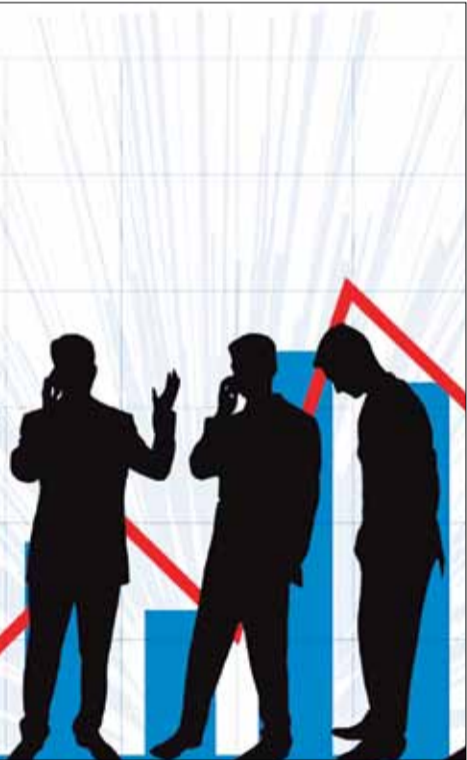
تکنیک رفتارهای انعکاسی و راهکارهای استفاده از آن در فروش

تکنیک رفتارهای انعکاسی و راهکارهای استفاده از آن در فروش موضوع این مطلب کوتاه در مورد رفتار انعکاسی در بازاریابی و فروش است.

راه‌های برقراری ارتباط با افراد، بسیار زیاد است. اغلب انسان‌ها فکر می‌کنند فقط از طریق زبان و گفتار هست که افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و پیام اصلی آنها از طریق گفتار منتقل می‌شود. درست است که این فکر و اعتقاد تا حدی درست است ولی تمامی اطلاعاتی که ما به دیگران می‌دهیم یا پیامی که منتقل می‌کنیم از طریق گفتار اتفاق نمی‌افتد. بلکه رفتارهای غیر کلامی ما اطلاعات و پیام‌های بسیاری را می‌تواند به افراد منتقل کند. از نظر مشاور بازاریابی و فروش تمامی ژست‌ها، حرکات، حالات، اداه‌ها و اطوارهایی که از افراد می‌بینیم می‌توانیم یک پیامی را دریافت کنیم یا به نوعی آنچه در ذهن‌شان هست را بخوانیم. می‌توان از این مزیت در هر شغل و ارتباطی استفاده کرد. شغل‌های مرتبط با فروش از جمله شغل‌هایی هستند که به خوبی می‌توانند از این توانایی به نفع خود استفاده کنند. یکی از تکنیک‌های غیر کلامی برای انتقال پیام یا ذهن‌خوانی طرف مقابل، استفاده از تکنیک رفتارهای انعکاسی است.

رفتارهای انعکاسی را اگر به درستی بتوانیم استفاده کنیم می‌توانیم یک نتیجه عالی داشته باشیم و اگر نتوانیم از این توانایی به خوبی استفاده کنیم چه بسا خسارت‌های غیر قابل جبران نیز در پی داشته باشد. در رفتارهای انعکاسی، یکی از طرفین، دقیقاً همان رفتار حرکتی که فرد مقابل انجام داد را تکرار می‌کند. اگر به درستی از این رفتار استفاده کنید می‌توانید اثربخشی بودن آن در پیشبرد هدف‌تان را به خوبی مشاهده کنید. معمولاً رفتارهای انعکاسی بین افرادی که ارتباط نزدیک با یکدیگر دارند و همدیگر را می‌شناسند بیشتر اتفاق می‌افتد.

در واقع با یک رفتار انعکاسی به‌موقع و صحیح شما به طرف مقابل‌تان این احساس که او به شما نزدیک است را منتقل می‌کنید. مثلاً دوستانی که سال‌هاست با یکدیگر ارتباط دارند معمولاً ممکن است یک حرکت یا رفتار فیزیکی مشابهی داشته باشند. به همین دلیل با رفتارهای مشابهی می‌توان حس دوستانه‌تری را به افراد منتقل کرد.



تکنیک‌های رفتار انعکاسی

اولین تکنیک رفتار انعکاسی: غیر مستقیم این کار را انجام دهید اگر می‌خواهید یکی از واکنش‌های رفتاری مشتری خود را تکرار کنید باید مواظب باشید که کاملاً غیر مستقیم و غیر محسوس باشد. چون مشتری نباید متوجه قصد شما باشد. اگر رفتار مشتری را به صورت واضح و مستقیم تکرار کنید او احساس می‌کند مورد تمسخر قرار گرفته است و به جای اینکه این تکنیک به نفع شما باشد کاملاً به ضررتان تمام می‌شود.

دومین تکنیک رفتار انعکاسی: زیاده‌روی نکنید

سعی کنید یک یا دو بار بیشتر از این تکنیک استفاده نکنید. همان‌طور که در مورد بالا نیز گفته شد علاوه بر اینکه باید این تکرار غیر مستقیم و نامحسوس باشد بلکه باید بیش از یک یا دو بار تکرار نشود.

سومین تکنیک رفتار انعکاسی: انتخاب تن صدای مشابه با مشتری

یکی از رفتارهای انعکاسی می‌تواند در تن صدای شما انعکاس پیدا کند. همیشه لازم نیست شما یک حرکت یا رفتار فیزیکی از مشتری را برای تکرار انتخاب کنید؛ بلکه همنا شدن و پایین یا بالا بردن تن صدای‌تان و هماهنگ شدن با مشتری نیز یکی از تکنیک‌های رفتارهای انعکاسی است. پس اگر می‌خواهید بیش از یک رفتار انعکاسی با مشتری انتخاب کنید و میزان صمیمیت بیشتری را در مشتریان ایجاد کنید بهتر است از تن صدای مشابه استفاده کنید، زیرا نامحسوس بودن آن بیشتر از سایر روش‌هاست.

چهارمین تکنیک رفتار انعکاسی: عدم تکرار رفتارهای

فیزیکی

برخی از رفتارهای فیزیکی هستند که بار عاطفی منفی به دیگران منتقل می‌کنند. دست به سینه ایستادن، زل زدن به چهره طرف مقابل، اجتناب از تماس چشمی از جمله رفتارهایی هستند که احساس و عاطفه منفی به دیگران منتقل می‌کنند پس اگر مشتری شما از این رفتارهای فیزیکی دارد از تکرار کردن آنها اجتناب کنید.

منبع: qmpmarketing

عملال عالی از بازاریابی مباحثه‌ای



۱-۸۰۰-Flowers

Flowers-۸۰۰-۱ یکی از اولین چت‌بات‌های پیام‌رسان فیس‌بوک را ایجاد کرد.

روش کار با آن بسیار ساده و کاربردی است. وقتی در پیام‌رسان بر روی «شروع کار» کلیک می‌کنید، بات به شما دو انتخاب می‌دهد: سفارش گل و یا ارتباط با پشتیبان.

از آنجا بدون نیاز به خروج از پنجره پیام‌رسان، می‌توانید سفارش گل را تکمیل کنید. این بات حتی آدرس‌ها را نیز به خوبی تشخیص می‌دهد. وقتی شما آدرس‌تان را به بات می‌دهید، می‌توانید تعداد بسیار زیادی از گل‌آرایی‌ها را مشاهده و در میان آنها جست‌وجو کنید. به دلیل سادگی عملکرد، هیچ‌گاه به امور اجرایی پشت صحنه این بات فکر نخواهید کرد. این بات، سفارش‌دهی را ساده و از آن مهم‌تر، سریع می‌سازد.

این موارد برای بات‌های داخل فیس‌بوک بسیار مهم هستند؛ زیرا در فیس‌بوک همواره موارد زیادی وجود دارند که تمرکز کاربر را از بین می‌برند.

اا اعمال سریع تغییرات ناشی از این نوع بازاریابی، Flo-۸۰۰-۱ ers به خوبی توانسته است خود را گسترش دهد. این شرکت گزارش می‌دهد که ۷۰ درصد از سفارشات این بات از مشتریان جدید است. این واقعیت نشان می‌دهد کاربران با بات‌ها احساس راحتی می‌کنند. سادگی و کارایی این بات‌ها به مشتریان این احساس را می‌دهد که گویی به جای کلیک در میان ده‌ها وب‌سایت برای به انجام رساندن کارهای‌شان، مستقیماً با نماینده فروش در ارتباط هستند.

۶. Lyft

مشارکت در سفر یک مثال مناسب از تعامل سازنده میان خدمات قدیمی و فناوری است. کاربران با استفاده از فناوری، درخواست سفر می‌دهند و یک فرد با حضور در محل موردنظر، نیاز کاربر را برطرف می‌سازد.

Lyft با استفاده از چت‌باتش در پیام‌رسان سنجر، اسلک و آمازون اکو عمل می‌کند و براساس فرمان صوتی ساده، یک تجربه انسانی را به سیستم درخواست سفر باز می‌گرداند.

یکپارچگی مطلوب میان Lyft و پیام‌رسان سنجر، درخواست سفر را برای کاربران در حال حرکت تسهیل کرده است. تنها حرکت لازم، کلیک بر روی نمای ماشین است تا به صورت آن‌سی به رانندگان اطراف متصل شوید. محیط دوستانه بات Lyft در پیام‌رسان فیس‌بوک، امکان مشاهده زمان رسیدن راننده، تصویر پلاک ماشین و نوع ماشین را فراهم می‌آورد.

اسلک، مسافران با استفاده از علامت اسلش و تایپ سرویس موردنظرشان، اطلاعات مربوط به سفر را به دست می‌آورد. کافی است به سادگی Lyft را در هر قسمت از پیام‌رسان وارد کنید تا لیستی از لغات کلیدی سرویس Lyft ایجاد شود. شما می‌توانید به سادگی زمان رسیدن راننده، انواع خودروهای موجود و قیمت‌های منصفانه را در برنامه اسلک مشاهده کنید.

از این طریق Lyft توانسته است زندگی مشتریان را با تسهیل فرآیند سفارش سفر، ساده‌تر سازد. با استفاده از العان‌های مکالماتی، Lyft در زمان و انرژی مشتریان صرفه‌جویی می‌کند و تجربه کاربری آنها را بهبود می‌بخشد.

شروع به استفاده از بازاریابی مباحثه‌ای کنید

تغییر شیوه فروش و روش بازاریابی به روش مباحثه‌ای شاید بسیار سخت به نظر آید، اما از آنچه فکر می‌کنید ساده‌تر است. در عین حال نیازی نیست تمام کارها را در یک مرحله انجام دهید.

با استفاده از ابزارهای مانند Drift و سرویس جدید HubSpot Conversations، کسب‌وکارها می‌توانند صدها مکالمه را که پیش از این اتفاق نمی‌افتاد، در یک ماه انجام دهند. چه خواهیم و چه نخواهیم، شیوه ارتباطات در اطراف ما رو به تغییر است. کابیل بنتو، متخصص بازاریابی مباحثه‌ای ما در IMPACT گفت: «بازاریابی خودکار و کسب‌وکارهای فرد به فرد نهایتاً در حال به‌هم‌رسیدن هستند. دیگر گزینه‌ای به عنوان اولی یا دومی وجود ندارد. شما می‌توانید از مزایای هر دوی آنها استفاده کنید.»

منبع: impactbnd

RapidMiner با استفاده از LeadBot هوشمند خود از

مراجعه‌کنندگان سؤالاتی را می‌پرسید که تیم فروش از مردم می‌پرسند، در نتیجه می‌توانست به خوبی مشتریان احتمالی خود را تشخیص دهد. با مراجعاتی که امکان خرید داشتند به صورت خودکار قرار ملاقاتی با نمایندگان فروش هماهنگ می‌شد. به این طریق بار بزرگی از دوش مسئولین فروش برداشته می‌شد؛ چراکه مجبور نبودند به دنبال یافتن مشتریان احتمالی باشند.

افزودن تجربیات شخصی و ناشی از مکالمات پیشین به سایت، RapidMiner می‌توانست غالب مراجعه‌کنندگان سایت را ارزیابی کند.

از زمان رو آوردن به بازاریابی از طریق مکالمات اینترنتی و به کمک LeadBot هوشمند، آنها توانستند ۴۰۰۰ فرصت را بیابند و یک میلیون دلار درآمد به بخش فروش بیفزایند. مضاف بر موارد مطرح‌شده و از همه مهمتر آنها توانستند به تمام مراجعه‌کنندگان، حتی کسانی که به دنبال استفاده از خدمات نبودند، سرویس‌دهی کنند.

تام، مدیر اجرایی RapidMiner از دلایل رو آوردن به Drift می‌گوید: «ما از Drift برای افزودن به قابلیت کمک به دیگران استفاده می‌کنیم و بدین وسیله قصد داریم انسانیت را به بازاریابی بازگردانیم.» آیا بعد از تمامی این مباحث، این هدف اصلی بازاریابی مباحثه‌ای نیست؟

۳. Spring

ایا مسئول خریدی در دسترس دارید؟ این احتمالاً آرزوی هر دختری است که Spring آن را برآورده ساخته است.

بات مسئول خرید Spring از انواع بات‌هایی نیست که با شما به مکالمه بپردازد؛ در حقیقت مطمئن باشید نیاز به چنین چیزی ندارد. تمام موارد این بات با یک سری سؤال آغاز می‌شود. این سؤالات به گونه‌ای طراحی شده‌اند که در نهایت به چیزی منتهی می‌شوند که شما به آن نیاز دارید.

وقتی به آنچه نیاز دارید رسیدید، بازه قیمتی موردنظران را برای بات مشخص می‌کنید و در ادامه بات برای شما پیشنهادهای بسیاری از محصول موردنظر از سرتاسر اینترنت گردآوری می‌کند. Spring این امکان را ایجاد می‌کند تا دقیقاً آنچه را نیاز دارید، با سرعت بیشتری خریداری کنید. بسیاری از سایت‌های فروش اینترنتی کاتالوگ‌های متعددی را پیش روی‌تان می‌گذارند و شما مجبورید ساعت‌ها به دنبال محصول موردنظران باشید، اما این بات با استفاده از امکانات خود همان مکالمه و شخصی‌سازی گذشته را برای‌تان به ارمغان می‌آورد.

این بات در زمان شما صرفه‌جویی می‌کند و حس خرید رودررو، که در خریدهای اینترنتی معمولاً احساس نمی‌شود را برای شما به وجود می‌آورد.

۴. eBay

eBay پیشرفته‌ترین و محبوب‌ترین چت‌بات مربوط به فروش اینترنتی را طراحی کرده است.

این چت‌بات منحصر به فرد برای دستیار صوتی گوگل طراحی شده است. یعنی برای دسترسی به آن باید از کاربران Google Home باشید و یا از دستیار صوتی گوشی اندروید خود استفاده کنید.

مشابه Spring، این بات نیز برای شما امکان سیر در تعداد بسیار زیادی از دسته‌بندی محصولات را ایجاد می‌کند، اما برخلاف Spring، این کار را تنها از طریق صوت انجام می‌دهد.

فقط لازم است بگویید، «گوگل، بگذار با eBay صحبت کنم» و ناگهان شما باید و مسیر نامتناهی خرید از eBay.

این بات بهترین پیشنهادها را برای شما می‌یابد و اطلاعات مرتبط را برای خرید ساده‌تر به گوشی شما می‌فرستد.

این یک مثال عالی برای نشان دادن شیوه یکپارچه‌سازی بازاریابی مباحثه‌ای و جست‌وجوی صوتی است.

سادگی مکالمه صوتی به گونه‌ای است که گویی یک شخص حقیقی در طرف دیگر مکالمه قرار دارد و چیزی را که نیاز دارید برای‌تان فراهم می‌کند.

با توسعه عملکرد ابزار صوت‌محور، مانند الکسای آمازون، سیری و … این گونه بازاریابی‌های بر پایه صوت، در آینده توسعه بیشتری خواهند یافت.

به قلم: Lexie Ward

مترجم: امید گوهری

شیوه برقراری ارتباط آنلاین پیوسته در حال تغییر است. در دنیای مبتنی بر نقاضای امروزی، کاربران توقع تجربه شخصی‌تری را دارند؛ تجربه‌ای که چند روز بعد، از طریق یک فرم و پیگیری سنتی قابل‌ارائه نباشد. در نهایت یک استراتژی وجود دارد که به مشتریان ارزش‌های شخصی‌سازی شده موردانتظارشان را ارائه می‌دهد و برای کسب‌وکارها در زمان و با استفاده از منابع محدود، فرصت رشد ایجاد می‌کند. احتمالاً برای‌تان جالب باشد که بازاریابی مباحثه‌ای دقیقاً چیست. جواب سؤال شما اینجاست: بازاریابی از طریق مکالمات اینترنتی به‌وسیله چت زنده، چت‌بات‌ها و نظارت بر شبکه‌های مجازی و ایجاد مکالمات و ارتباطاتی هدفمند.

همچنان که همکارم، کابیل بنتو (Kyle Bento) می‌گوید، این نوع از بازاریابی روشی از ارتباط‌گیری ارگانیک است که به خود کسب‌وکار باز می‌گردد.

هدف بازاریابی مباحثه‌ای باید بهبود تجربه کاربری در عین کمینه‌کردن اصطکاک باشد. در این مقاله مثال‌هایی را بررسی می‌کنیم که نشان می‌دهند بازاریابی مباحثه‌ای یک موضوع داغ مقطعی نیست که به راحتی بتوان آن را نادیده گرفت.

۱. HealthTap

شرکت HealthTap با هدف ایجاد دسترسی بیشتر به خدمات درمانی تأسیس شده است. آنها برای رسیدن به این هدف با ایجاد یک چت‌بات در پیام‌رسان فیس‌بوک، سعی دارند خدمات‌شان را مستقیماً به کاربر ارائه دهند.

وقتی شما بات را نصب می‌کنید، HealthTap از شما می‌خواهد سؤالی در حوزه سلامت بپرسید. سپس بات با تحلیل درخواست شما، تعدادی از محبوب‌ترین پاسخ‌ها را نشان می‌دهد.

با کلیک بر روی «مشاهده پاسخ» می‌توانید تعداد پزشکانش را که به یک سؤال پاسخ داده‌اند مشاهده و پاسخ مبسوط هر کدام از آنها را مطالعه کنید.

اگر پاسخ مناسبی برای سؤال‌تان نیافتید، می‌توانید آن را مستقیماً برای یک پزشک ارسال کنید. اکثر این سؤالات در کمتر از ۲۴ ساعت پاسخ داده می‌شوند. اگر نمی‌خواهید ۲۴ ساعت صبر کنید، می‌توانید بر روی «پاسخ سؤال را همین حالا می‌خواهم» کلیک کنید تا - Health Tap شما را به بخش مشاوره سلامت غیرایگان منتقل کند. در آنجا می‌توانید به فاصله چند دقیقه و با پرداخت ۲۵ دلار به یک پزشک دسترسی یابید و به سادگی با او مکالمه داشته باشید.

این چت‌بات عملکرد فوق‌العاده‌ای دارد و نشان می‌دهد شرکت‌ها می‌توانند به صورت آنی و با هزینه‌ای کم، پاسخگوی نیاز مشتریان‌شان باشند. حتی این فرصت را ایجاد می‌کند که اگر کار شما ارزش بالایی دارد، به سرعت رشد کنید.

سلامتی یک امر خصوصی است و برای بسیاری از افراد، ارتباط فرد به فرد با پزشک و یا متخصص حوزه سلامت، اهمیت بسیاری دارد. با توجه به مشغله زیاد و انتظارات بالایی که وجود دارد، ارتباط مستقیم با پزشکان امری دشوار به شمار می‌رود. به همین دلیل HealthTap به این نوع از بازاریابی روی آورده است. شیوه ارسال و دریافت پیام‌ها این حس را به کاربر می‌دهد که گویی مکالمه‌ای واقعی در حال انجام است. با افزودن امکان ارتباط مستقیم با پزشکان در این بات، مشخص می‌شود که چرا این برنامه نمونه‌ای عالی از بازاریابی مباحثه‌ای است.

۲. RapidMiner

RapidMiner نمونه‌ای عالی از عملکرد موفق یک چت‌بات در توسعه چت و حذف اطلاعات غیرضروری برای دسترسی به بهترین راه‌حل است.

RapidMiner از زمان کنار گذاشتن فرم‌های سنتی خود و استفاده از چت‌بات Drift، رشد قابل‌توجهی پیدا کرد.

با توجه به تعداد زیاد مراجعات به این سایت، بدیهی بود که این شرکت قابلیت ارتباط‌گیری با تمامی مراجعه‌کنندگان را نداشته باشد. زمان آنها با تمرکز بر مکالمه با افرادی که خریداران احتمالی بودند، به بهترین نحو سپری می‌شد.

رهبری

شرکت‌های بزرگ چگونه در حال چابک تر شدن هستند؟

شرکت‌های بزرگ با اتخاذ استراتژی «یکپارچگی بدون کد» فکر کردن شبیه استارت‌آپ‌های ساختار شکن را شروع کرده‌اند. شرکت‌های بزرگ کند و بوروکراتیک هستند؛ درحالی که استارت‌آپ‌ها فرز و چابک هستند. این یک اصل متداول است. عقیده عمومی در اکثر موارد حقیقت دارد و توضیح می‌دهد چگونه استارت‌آپ‌هایی مانند تسلا رشد کردند تا صنایع زیرسلطه چند شرکت خودروسازی پیشرو را دگرگون کنند. شرکت‌های بزرگ انعطاف‌پذیری لازم برای این تغییر و جهش مانند استارت‌آپ‌ها را ندارند.

به نظر می‌رسد این چشم‌انداز درحال تغییر باشد؛ هرچند به آرامی و به سبک شرکت‌های بزرگ. به عنوان مثال، کیمبرلی کلارک، به طور مرتب «جلسات سریع با متخصصان» را سازماندهی می‌کند که در آن صاحبان اندیشه تیم‌های کسب و کار را برای تفکر به سبک استارت‌آپ‌ها تهییج کند. همچنین، Whirlpool میزبان منتورهایی است که با تیم‌های کسب و کار همکاری می‌کنند تا ذهنیت نوآوری را پرورش دهند و با دیدگاه‌های پذیرفته شده بازار رقابت کنند.

اهداف این فعالیت‌ها واضح است: جلوگیری از دچار شدن سازمان‌های بزرگ و موفق به سرنوشت کدک.

بیش از حد بزرگ برای تغییر

هزینه فرصت اغلب برای رهبران شرکت‌ها بسیار زیاد است. چرا وقتی شرکت‌های بزرگ که از محصولی موفق و مطمئن سودآوری می‌یابند می‌کنند باید رؤیای استارت‌آپ را دنبال کنند؟

سرعت سازمان‌های بزرگ با بوروکراسی خودساخته کم می‌شود. آن‌ها معمولاً میلیون‌ها دلار برای پیگیری هدف تجاری صرف می‌کنند. پس از آن، تغییر مسیر تصمیمی میلیون‌دلاری است در جهتی دیگر. رهبران نمی‌توانند این حرکات را به یکباره انجام دهند. نوآوری، شرکت‌های بزرگ را ملزم می‌کند تا محصولات جدید را با سیستم‌ها و فرآیندهای قدیمی ادغام و یکپارچه کنند (از جمله فناوری‌های پشتیبانی کننده از آن‌ها). تغییر جهت نیازمند صرف پول و زمان است و در سازمان بزرگ در مقایسه با نوآوری‌های استارت‌آپی، سرمایه‌گذاری‌های کلان‌تری را با رشدنمایی طلب می‌کند.

رویکردی جدید

اخیراً، تعدادی از شرکت‌ها اتخاذ استراتژی‌های یکپارچه‌سازی «کد سفتر» یا «بدون کد» را شروع کرده‌اند. این استراتژی، تمرکز نوآوری در سازمان‌ها را از تیم‌های فناوری (Back-end) به عملیات پیشین تیم‌های کسب و کار (Front-end) تغییر می‌دهد.

گارتنر، مؤسسه پژوهشی پیشرو، اصطلاحی برای این روند ابداع کرده است: یکپارچگی شهروندان. در این مدل، یکپارچه‌سازهای شهروندان سیستم‌های Self-Service را برای نوآوری به کار می‌گیرند (بدون نیاز به تکیه بر تیم‌های فناوری برای انجام این کار برای آن‌ها). این راهکار در دنیای واقعی چگونه به نظر می‌رسد؟ اوپر و میلیون‌ها مشتری آن، نمونه‌ای جامع را ارائه می‌دهند. مدیر بازاریابی در Uber ممکن است به دانستن این موضوع علاقه‌مند باشد که شرکت می‌تواند تعداد درخواست‌ها را با ارسال کوپن درست قبل از آماده شدن مشتری برای سفر افزایش دهد؛ بازاریابان معمولاً ایده‌ها را نزد توسعه‌دهندگان می‌برند؛ کسانی که پس از آن، زیرساخت لازم برای اجرای کمپین را ایجاد می‌کنند.

«یکپارچگی بدون کد» چرخه را متوقف یا کوتاه می‌کند. بازاریاب Uber به جای این کار می‌تواند فهرست مشتریان را بررسی و فهرستی از تمام مشتریانی تهیه کند که در چند روز گذشته از ساعت هجده تا نوزده درخواست خودرو داده‌اند. سپس، بازاریاب می‌تواند کمیته‌ای آزمایشی با استفاده از دکمه‌های اعلان Uber برای پیشنهاد کوپن راه‌اندازی کند. مجموعه داده‌های سلف‌سرویس و فناوری می‌تواند مدت زمان این کار را از چندین روز به چند دقیقه کاهش دهد.

صرفه جویی میلیونی

«یکپارچه‌سازی بدون کد» هزینه‌ها را نیز کاهش می‌دهد و به طور مؤثری به سازمان اجازه می‌دهد بر محدودیت‌های اندازه بزرگش غلبه و از وقفه جلوگیری کند. لازم نیست عملیات کسب و کار معطل IT بماند. این کار زمان تیم‌های فناوری را به منظور تمرکز بر وظایف بسیار کارآمد و استراتژیک آزاد می‌کند. مدیریت خطاها و استثناها می‌تواند برای اولویت‌بندی زمان و منابع IT به طور خودکار درآید.

وقتی همه این‌ها به هم می‌پیوندند، مشتریان و همکاران از تجربه ارائه خدمات برتر سود می‌برند. این درنهایت سودآوری شرکت را تحت تأثیر قرار می‌دهد و به میلیون‌ها دلار صرفه جویی منجر می‌شود.

استارت‌آپ‌های Zapier و IFTTT سرویس‌های محبوب «یکپارچگی بدون کد» در میان کسب و کارهای دارای مصرف کننده نهایی هستند. Adeptia و دیگران ابزارهای مشابهی در مقیاس بزرگ‌تر برای سازمان‌های بزرگ ارائه می‌دهند. برخی از شرکت‌های بزرگ به بهترین نحو از این ابزار یکپارچگی سلف‌سرویس استفاده می‌کنند تا سیستم‌های داخلی را با سرویس‌های شخص ثالث مانند SAP و Salesforce متصل کنند.

ریسک و ارزش زیاد، هزینه‌های بیشتر

اکثر سازمان‌های بزرگ هنوز به‌دلیل روش‌های سنتی IT را برای پروژه‌ها و نوآوری‌هایی با ارزش و ریسک بالا ترجیح می‌دهند. این پروژه‌ها از بودجه‌های سخاوتمندانه برای اختصاص منابع و بازاریابی بهره می‌برند. رهبران ممکن است هدایت منابع مالی به سمت جایگزینی بوت استرپ مانند «یکپارچه‌سازی بدون کد» را غیرضروری بدانند.

این روش نگرشی محدود به استراتژی‌های کسب و کار است. استارت‌آپ‌ها درحال ساختار شکنی هر حوزه‌ای از اقتصاد هستند. زمان زیادی طول نمی‌کشد تا سازمان‌های بزرگ به این درک برسند که پول و منابع، آن‌ها را بیش‌ازاین پیش نخواهد برد. چابکی و عمل در این مسابقه حرف اول را می‌زند. راهبردی می‌تواند تفاوت ایجاد کند که به کسب و کار در کاهش زمان و هزینه کمک کند.

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit

۲۵ مثال جذاب از بیانیه ماموریت و چشم‌انداز شرکت‌های بزرگ دنیا



دانستن تعریف بیانیه ماموریت و چشم‌انداز برای شروع هر کسب و کاری مهم و واجب است و نیز آشنایی با بیانیه ماموریت و چشم‌انداز شرکت‌های مهم دنیا می‌تواند برای شما الهام‌بخش باشد. این نوشتار مقاله بسیار خوبی است که شما با مثال‌های بسیار جذابی در این زمینه آشنا شوید.

بیانیه چشم‌انداز بر فردا و آنچه یک سازمان قصد دارد سرانجام به آن دست یابد، تمرکز دارد. بیانیه ماموریت بر امروز و آنچه یک سازمان جهت تحقق آن تلاش می‌کند، تمرکز دارد. وجود هر دو برای هدایت سازمان در مسیر رسیدن به اهداف، ضروری است.

ماموریت، چشم‌انداز، ارزش‌ها، همیشه، همه ما بارها و بارها این سه واژه را نتوانیم با سرعت و در کنار هم به زبان آورده‌ایم که شاید برای ما به یک شعار کلیشه‌ای یا یک عبارت ثابت تبدیل شده باشند – با این حال، در حقیقت، این سه واژه مفاهیم کاملاً متفاوتی برای سازمان‌ها به همراه دارند.

ولی گاهی این تفاوت‌ها، به خصوص میان بیانیه ماموریت و چشم‌انداز، کم‌رنگ به نظر می‌رسند، ولی هنگامی که صحبت از هدایت و مدیریت شرکت در امروز و فردا به میان می‌آید، وقتی پشت سکان هدایت قرار می‌گیرید، قطعاً نمی‌خواهید دچار دردسر شوید و همین مسائل درباره بازاریابی محتوا نیز صادق هستند.

در این مقاله قصد دارد مثال‌های برجسته‌ای از برندهای برتر جهان برای تان بیاورد که بیانیه ماموریت و چشم‌انداز خود را به خوبی تعریف کرده‌اند و می‌توانید از آنها الهام بگیرید. با ما همراه باشید.

۲۵ مثال جذاب از بیانیه ماموریت و چشم‌انداز شرکت‌های بزرگ دنیا بنابراین، بیانیه‌های چشم‌انداز و ماموریت جامع و قدرتمند باید چگونه باشند؟ در ادامه این مقاله، به ۲۵ شرکت بزرگ اشاره می‌کنیم که به خوبی اهمیت این موضوع را درک کرده‌اند و وفاداری مشتری نسبت به این شرکت‌ها موید اهمیت این موضوع است.

شرکت: تسلا ماموریت: تسریع فرآیند تحول جهانی به سمت انرژی پایدار. چشم‌انداز: ایجاد جذاب‌ترین و قانع‌کننده‌ترین شرکت خودروسازی قرن بیستم و یکم از طریق سوق دادن تحول جهانی به سمت خودروهای برقی. شرکت: آمازون

ماموریت: نهایت تلاش‌مان را می‌کنیم که به مشتریانمان پایین‌ترین قیمت ممکن، بهترین حق انتخاب و حداکثر راحتی را ارائه دهیم. چشم‌انداز: تبدیل شدن به مشتری‌مدارترین شرکت روی زمین؛ شرکتی که در آن، مشتریان می‌توانند هر چیزی را که دل‌شان می‌خواهد، به صورت آنلاین کشف و پیدا کنند و بخرند.

شرکت: پاتاگونیا ماموریت: تولید بهترین محصول، که هیچ آسیب غیرضروری ایجاد نکند از کسب و کار جهت الهام بخشیدن و پیاده‌سازی راه‌حل‌هایی برای بحران محیط زیست، استفاده شود. چشم‌انداز: عشق به مکان‌های بکر و زیبا دربردارنده شرکت در مبارزه‌ای برای نجات این مکان‌ها و کمک به توقف زوال شدید سلامت محیطی در سرتاسر کره زمین است. شرکت: تد ماموریت: گسترش ایده‌ها، چشم‌انداز: ما با تمام وجود به قدرت ایده‌ها برای تغییر نگرش‌ها، شیوه‌های زندگی، و در نهایت، جهان باور داریم. شرکت: لینکدین

ماموریت: ایجاد پیوند میان آدم‌های حرفه‌ای در سرتاسر جهان برای بهبود سازندگی و موفقیت آن‌ها. چشم‌انداز: خلق فرصت اقتصادی برای تمام اعضای متعلق به نیروی کار جهانی. شرکت: گوگل ماموریت: سازماندهی اطلاعات جهانی و ایجاد دسترسی و کاربرد آن در سرتاسر جهان. چشم‌انداز: ایجاد دسترسی به اطلاعات جهانی فقط با یک کلیک. شرکت: اوبر ماموریت: ماموریت اوبر عبارت است از تسهیل در حمل و نقل – برای همه آدم‌ها، به همه نقاط. چشم‌انداز: حمل و نقل هوشمندتر با خودروهایی کمتر و دسترسی بهتر. حمل و نقلی که ایمن‌تر، ارزان‌تر و مطمئن‌تر باشد؛ حمل و نقلی که فرصت‌های شغلی بیش‌تر و درآمد بالاتری برای رانندگان ایجاد کند.

شرکت: ایربی‌ان‌بی ماموریت: تعلق به همه‌جا.

چشم‌انداز: تحقق اشتیاق عموم بشر به تعلق یافتن به مکان‌های مختلف جهان – میل و آرزو به مورد استقبال، احترام و تکریم قرار گرفتن؛ به خاطر جایگاهی که در آن قرار گرفته‌اید، نه به خاطر جایی که در آن قرار دارید.

شرکت: اینتل

ماموریت: کاربرد قدرت قانون مور برای ارائه دستگاه‌های هوشمند و متصل به تمام انسان‌های روی زمین.

چشم‌انداز: اگر دستگاهی هوشمند و متصل است، با اینتل بهترین می‌شود.

شرکت: فراری

ماموریت: ما خودرو می‌سازیم؛ نمادی از جایگاه عالی ایتالیا در سرتاسر جهان؛ این کار را می‌کنیم تا هم جاده را از آن خود کنیم و هم مسیر را. آفرینشی منحصر به فرد که به این اسب چوموش افسانه‌ای روح و جان می‌بخشد و «جهانی از آرزوها و هیجان‌ها» را خلق می‌کند. چشم‌انداز: فراری، محصول عالی ایتالیایی که آرزوهای جهان را محقق می‌کند.

شرکت: گوددی

ماموریت: ما اینجا هستیم تا به مشتریانمان به بهترین شکل کمک کنیم. ما با استراتژی‌مان زندگی می‌کنیم و با تمام هیجان کارمان را در اولویت قرار می‌دهیم تا با خلق فناوری ساده و در عین حال بسیار ظریف و برآزنده مشتریانمان را راضی نگه داریم و به صورت تمام‌وقت بهترین خدمات را به آن‌ها ارائه دهیم. هر روز، تمام نیروهایمان را در تمام گروه‌ها جمع می‌کنیم تا موانع را از سر راه برداریم، بازارهایی جدید بسازیم و آنقدر به غیرممکن‌ها زل بزنیم تا خود غیرممکن‌ها به ما چسبک بزنند.

چشم‌انداز: با قدرت دادن به آدم‌ها برای راه‌اندازی آسان کسب و کار، رشد با اعتماد به نفس و به کاراندازی موفق سرمایه‌های شخصی اقتصاد جهانی را، از اساس، به سمت کسب و کارهای کوچک سوق خواهیم داد.

شرکت: کاترپیلار

ماموریت: فراهم کردن شرایط رشد اقتصادی از طریق توسعه انرژی و زیرساخت‌ها و ایجاد راه‌حل‌هایی برای پشتیبانی از جوامع و محافظت از کره زمین.

چشم‌انداز: چشم‌انداز ما جهانی است که در آن، تمام نیازهای اساسی آدم‌ها – از قبیل مسکن، آب پاکیزه، بهداشت، غذا و انرژی قابل اتکا – به روش سازگار با محیط زیست و پایدار محقق شوند؛ همچنین، ایجاد شرکتی که کیفیت محیط زیست و جوامعی را که در آن کار و زندگی می‌کنیم، بهبود بخشد.

شرکت: توپونا (ایالات متحده)

ماموریت: جذب و حفظ مشتری با محصولات و خدمات فوق‌العاده ارزشمند و تجربه رضایت‌مندی از داشتن خودرو در آمریکا.

چشم‌انداز: تبدیل شدن به موفقیت‌ترین و محترم‌ترین شرکت خودروسازی در آمریکا. شرکت: سامسونگ

ماموریت: الهام بخشیدن به جهان با فناوری‌ها، محصولات و طرح‌هایی که زندگی آدم‌ها را غنی کنند و با خلق آینده‌ای جدید به سعادت اجتماعی کمک کنند.

چشم‌انداز: الهام بخشیدن به جهان. خلق آینده.

شرکت: ویکی مدیا

ماموریت: توانمندسازی و مشارکت تمام آدم‌های سرتاسر جهان برای جمع‌آوری و توسعه محتوای آموزشی، تحت یک مجوز رایگان یا دامنه عمومی و انتشار این محتوا به صورت موثر و جهانی.

چشم‌انداز: تصور جهانی که در آن، هر یک از انسان‌ها بتواند آزادانه سهمی در مجموع تمام علوم داشته باشد. این تعهد ماست.

شرکت: ای‌بی

ماموریت: تبدیل شدن به مقصد محبوب تمام آدم‌های جهان برای کشف و انتخاب کالاها ارزشمند و منحصر به فرد.

چشم‌انداز: چشم‌انداز ما در تجارت رسیدن به نقطه‌ای است که مشتریان ما را به آنجا رسانده باشند، از فناوری قدرت گرفته باشد و به روی همگان باز باشد.

شرکت: ایکیا

ماموریت: ارائه طیف گسترده‌ای از محصولات خانگی با بهترین

طراحی و کارکرد و با مناسب‌ترین قیمت که تا حد امکان، بیش‌تر آدم‌ها بتوانند آن‌ها را خریداری کنند.

چشم‌انداز: بهبود زندگی روزمره برای بسیاری از آدم‌ها.

شرکت: سیسکو

ماموریت: شکل‌دهی به آینده اینترنت با خلق ارزش و فرصتی بی‌سابقه برای مشتریان، کارمندان، سرمایه‌گذاران و شرکای اکوسیستم‌مان.

چشم‌انداز: تغییر روش کار، زندگی، بازی و یادگیری.

شرکت: سونی

ماموریت: ایجاد شرکتی برای الهام بخشیدن و تحقق کنج‌کاوی‌تان. چشم‌انداز: استفاده از عشق و شور بی‌پایان‌مان برای فناوری، محتوا و خدمات جهت ارائه هیجان و سرگرمی جدید و پیشگامانه، فقط به شکلی که سونی می‌تواند.

شرکت: خطوط هوایی ساوت‌وست

ماموریت: ماموریت خطوط هوایی ساوت‌وست عبارت است از تعهد به ارائه بالاترین کیفیت خدمات مشتری به همراه حس گرما، صمیمیت، غرور فردی و روحیه گروهی.

چشم‌انداز: تبدیل شدن به محبوب‌ترین، فعال‌ترین، و سودمندترین خطوط هوایی دنیا.

شرکت: ای‌دی‌بی (پردازش خودکار داده‌ها)

ماموریت: توانمندسازی سازمان‌ها با راه‌حل‌هایی پر از بینش برای هدایت کسب و کارها به سمت موفقیت.

چشم‌انداز: تبدیل شدن به مرجعی جهانی برای کمک به سازمان‌ها در تمرکز بر آنچه از همه مهم‌تر است.

شرکت: کاپیز پرمننته

ماموریت: کاپیز پرمننته به این دلیل به وجود آمده است تا خدمات بهداشتی و سلامتی باکیفیت و ارزان‌قیمت در اختیار آدم‌ها قرار دهد و وضعیت سلامت اعضا و جوامعی را که برای‌شان خدمت می‌کنیم، بالا ببرد.

چشم‌انداز: ما شرکای قابل اعتمادی در زمینه سلامت عمومی هستیم که با همکاری با آدم‌ها به آن‌ها کمک می‌کنیم برای ایجاد سالم‌ترین جوامع در کشور تلاش کنند.

شرکت: کوین بیس

ماموریت: ماموریت کوین بیس عبارت است از ایجاد سامانه مالی باز و آزاد برای کل جهان.

چشم‌انداز: ارز دیجیتالی که از طریق ایجاد سامانه مالی باز و آزاد فرصتی نوآورانه، کارآمد و عادلانه‌تر برای تمام جهان فراهم کند.

شرکت: فیس‌بوک

ماموریت: توانمندسازی آدم‌ها برای ایجاد جامعه‌ای قدرتمند و نزدیک کردن تمام آدم‌های جهان به یکدیگر.

چشم‌انداز: آدم‌ها برای متصل ماندن به دوستان و خانواده، برای کشف آنچه در دنیا می‌گذرد و به اشتراک‌گذاری و بیان آنچه برای‌شان اهمیت دارد، از فیس‌بوک استفاده کنند.

شرکت: هول فودز مارکت

ماموریت: هول فودز مارکت پیشگام و فعال در عرصه کسب و کار مواد غذایی باکیفیت است. ما شرکتی مبتنی بر ماموریت هستیم که هدف‌مان تعیین استانداردهای عالی برای خرده‌فروشی مواد غذایی است. ما در حال ایجاد کسب و کاری هستیم که در آن، استانداردهایی بالا در تمام جوانب شرکت‌مان جاری و ساری است. در هول فودز مارکت کیفیت اولویت ذهن‌مان است.

چشم‌انداز: تمام مواد غذایی، تمام آدم‌ها، تمام کره زمین.

بیانیه ماموریت و چشم‌انداز: آگاهی از اینکه چه کسی هستیم و به کجا می‌روید

بیانیه ماموریت بر امروز و آنچه انجام می‌دهید، تمرکز دارد و بیانیه چشم‌انداز بر فردا و آنچه می‌خواهید به آن تبدیل شوید، تمرکز دارد. وجود هر دو برای بقای شرکت لازم و مهم است.

چه آن را جوهره یا قلب تپنده و چه آن را مشخصه اصلی کسب و کار بدانید – یا آن را هر چیز دیگر بنامید، به خاطر موفقیت محتوا و شرکت‌تان از تعریف و درک شفاف بیانیه ماموریت و چشم‌انداز اطمینان حاصل کنید.

بیانیه ماموریت محتوا و بیانیه چشم‌انداز محتوا را روی کاغذ بنویسید. آن‌ها را در اختیار اعضای گروه‌تان قرار دهید. آنگاه می‌توانید تلاش‌های آینده‌تان را در تولید محتوا با این دو مقایسه و اندازه‌گیری کنید.

منبع: clearvoice/bazdeh

نقش مؤثر آموزگاران در نهادینه سازی فرهنگ مصرف بهینه آب

اصفهان - قاسم اسد- در مراسم کارگاه آموزشی مصرف بهینه آب که با حضور اولیاء و مربیان دانش آموزان مدارس ابتدایی شهرستان زرین شهر برگزار شد مدیر آبقا لنجان گفت: ایران از لحاظ آب و هوایی جز کشور های خشک و نیمه خشک محسوب می شود بطوریکه متوسط بارندگی در کشور حدود ۲۵۰ و ۲۰۰ میلیمتر میباشد پس در چنین شرایطی مردم باید متناسب با منابع موجود آب را مصرف کنند بیکیان افزود: در تابستان جاری آب به دلیل کمبود شدید منابع آبی با چالش های جدی برای تامین آب شرب مردم مواجه بودیم اما خوشبختانه توانستیم با تلاش شبانه روزی این بحران را مهار کنیم و آب شرب با وضعیت مطلوب اعم از کمی و کیفی در اختیار مردم قرار گرفت. وی با بیان اینکه باید مصرف سرانه خود را به میانگین جهانی نزدیک کنند عنوان کرد: در حال حاضر میانگین مصرف سرانه آب در دنیا بین ۱۰۰ تا ۱۱۵ لیتر در شبانه روز است این در حالیست که هم اکنون مصرف سرانه آب خانگی در استان حدود ۱۵۴ لیتر در شبانه روز می باشد پس می طلبد مردم در مصرف آب بیش از پیش دقت کنند. مدیر آبقا لنجان گفت: خوشبختانه بارندگی ها در فصل پاییز مطلوب بوده است اما این دلیل نمی شود که تصور کنیم که دیگر مشکل کمبود آب نداریم بلکه همچنان باید آب را بهینه مصرف کرد که در این میان نقش اولیاء و مربیان بسیار حائز اهمیت است. بیکیان به نقش آموزش و پرورش در فرهنگ سازی مصرف بهینه آب در جامعه پرداخت و بیان داشت: مربیان و آموزگاران می توانند با آموزش راههای مصرف بهینه آب به دانش آموزان زمینه فرهنگ صحیح آب را در جامعه فراهم کنند که در این میان آموزش دانش آموزان مقطع ابتدایی بسیار مهم است.



در ۸ ماهه سال جاری تحقق یافت

تولید انرژی برق در نیروگاه رامین از مرز ۷ میلیون مگاوات ساعت گذشت

اهواز - شبنم قجاوند- این نیروگاه در ۸ ماهه سال جاری توانست ۷ میلیون ۶۱ هزار و ۸۴۹ مگاوات ساعت انرژی برق را تولید و به شبکه سراسری برق کشور ارائه نماید. مهندس ناصرمحمدی مدیرعامل نیروگاه رامین با اشاره به عملکرد و تلاش کارکنان این نیروگاه در تامین برق مورد نیاز مردم بویژه در تابستان طاقت فرسای سال جاری اظهار داشت: این میزان تولید در شرایطی تحقق یافت که طی ماههای اخیر واحدهای ۳۰۵ مگاواتی شماره ۳ و ۳۰۶ مگاواتی واحد ۳۱۵ مگاواتی شماره ۵ این نیروگاه را بدلیل انجام تعمیرات میاندوره ای بطور مستمر در چرخه تولید نداشته و از اوجستاین بیان ماه نیز واحد ۳۰۵ مگاواتی شماره ۴ را بمنظور تعمیرات اساسی از مدار تولید انرژی برق خارج نموده بودیم. وی همچنین با اشاره به افزایش ۳ مگاواتی متوسط تولید لحظه ای این نیروگاه از ۲۶۰ به ۲۶۳ مگاوات نسبت به مدت مشابه سال ۹۶، میزان افزایش تولید آبان ماه سال جاری را ۷۲۳ هزار و ۵۰۱ مگاوات ساعت اعلام نمود.



معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

شناسایی و پلمپ چهار مرکز غیرمجاز در شهرستان ساری

ساری - دهقان - در بازرسی های کارشناسان اداره نظارت در درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مراکز شهرستان ساری طی ماه گذشته ، ۴ مرکز غیرمجاز شناسایی و پلمپ شد. دکتر حامد روحانی زاده معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران با بیان اینکه فعالیت و مداخله در امر درمان توسط افراد فاقد صلاحیت حرفه ای و فاقد مجوز قانونی ممنوع است افزود: در راستای نظارت در موسسات درمانی و برخورد با مراکز غیر مجاز ، در بازرسی های کارشناسان اداره نظارت بر درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران از مراکز شهرستان ساری طی ماه گذشته ، ۴ مرکز غیرمجاز شناسایی و پلمپ شد. وی گفت: از این تعداد پلمپ انجام شده، یک مورد مربوط به سالن آرایش زنانه بود که با همکاری کارشناسان بهداشت محیط معاونت بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی مازندران شناسایی شد و در آن فعالیت غیر مجاز لیزر انجام می گرفت. معاون درمان دانشگاه علوم پزشکی مازندران اظهار داشت: یک موسسه غیر مجاز ارتوپد فنی ، یک مرکز غیر مجاز مداخله گر در امور پزشکی و یک دفتر مالمایی به دلیل انجام فعالیت غیر قانونی از جمله مراکز بودن که با همکاری نماینده اماکن پلمپ شدند و پرونده آنها جهت طی مراحل قانونی به مراجع قضایی ارسال شد. دکتر روحانی زاده در پایان با تاکید بر این که هیچ کس نمی تواند بدون داشتن تخصص و مجوزهای قانونی در حوزه درمان فعالیت کند اظهار داشت: دخالت در کارهای تخصصی پزشکی و استفاده از دستگاه ها و تجهیزات پیشرفته درمانی توسط افراد فاقد صلاحیت حرفه ای ، سلامت شهروندان را به خطر می اندازد.



اجرای ۲۵ کیلومتر عملیات شبکه گذاری در گیلان

رشت- زینب قلیپور - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان از اجرای ۲۵ کیلومتر عملیات شبکه گذاری در ایتماه سال جاری در استان خبر داد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر اظهار داشت: ۸۸ درصد این عملیات در روستاهای استان و در قالب بند«ق» صورت گرفته و با اجرای آن مجموع طول شبکه گاز در استان به ۲۰ هزار و ۴۳۳ کیلومتر افزایش یافته است. مهندس اکبر در ادامه از نصب ۱۲۶۱ انشعاب جدید گاز در آبان ماه خبر داد و گفت: با نصب این تعداد انشعاب مجموع انشعابات گاز استان به ۵۷۷ هزار عدد رسیده است. وی با اشاره به گزارشهای مستند شده به سراسر نقاط استان گفت: وجود بیش از ۲۰ هزار کیلومتر شبکه و ۵۷۷ هزار انشعاب گاز در استان، وظیفه همکاری را در جهت پایش و نگهداری تاسیسات گاز تخلیتر از گذشته می سازد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در پایان با بیان اینکه برای رسیدن گاز به منازل مردم تلاش های فراوانی صورت گرفته و می گیرد. از کلیه مشترکین گاز درخواست نمود تا با مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی علاوه بر حفظ این نعمت الهی برای نسل های آینده، در جهت کاهش هزینه های گازبها و کمک به اقتصاد خانوار کوشا باشند

اردوی فرهنگی ورزشی بانوان شاغل در مخابرات منطقه گلستان در اردوگاه نشاط برگزار شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز- نظر به اهمیت و توجه ویژه به امور همکاران زحمتکش و پرتلاش بانوان شاغل در مخابرات منطقه گلستان و نیز اهمیت این جایگاه ارزشمند به عنوان بخشی از سرمایه انسانی به تدبیر مدیر مخابرات منطقه گلستان اردوی یک روزه ای با سفر به اردوگاه نشاط برگزار شد. در این اردو که به همت کمیته امور بانوان و تصویب در شورای فرهنگی مخابرات منطقه گلستان به مناسبت هفته بسیج برگزار شده بود اکثریت بانوان شاغل در مخابرات منطقه گلستان حضور داشتند. در ابتدا همکاران ضمن حضور در برنامه صبحگاهی در مسابقات تیراندازی - تیروگمان - دارت - طناب کشی - شرکت نموده و از طبیعت زیبا و مناظر اردوگاه نشاط به نحو مطلوبی بهره مند شدند. همچنین در این مراسم نماز جماعت با حضور امام جماعت ، مدیر مخابرات منطقه گلستان و هیئت همراه برگزار شد. مهندس شهرداری مدیر مخابرات منطقه گلستان با حضور در جمع صمیمی بانوان مخابرات گلستان ضمن ابراز خرسندی استقبال کثیر بانوان از برگزاری این اردو از زحمات و تلاشهای آنان در عرضه های خدمات رسانی تشکر نموده و موفقیت های کسب شده مخابرات منطقه گلستان را مدیون زحمات همه همکاران اعم از بانوان و آقایان دانست و از دلسوزی، تعهد، مسئولیت پذیری بانوان تقدیر و تشکر نمود. وی همکاری و وحدت را از رموز اصلی موفقیت دانست و گفت: مدیریت ذهن علم امروز است و دغدغه های روزانه را ناشی از ذهن واندیشه وافتکاری دانست که در طول روز با انسان همراه است

ترویج مبانی فرهنگ شهادت از اهداف هیئت رزمندگان مدافعین حرم است

مشهد - صابر ابراهیم پای - اولین نشست خبری سردار علی صلاحی مدیر هیئت رزمندگان مدافعین حرم استان خراسان رضوی با حضور خبرنگاران و اصحاب رسانه برگزار گردید وی در این نشست به اهداف تاسیس این هیئت اشاره کرد و گفت هیئت قریب به یک سال است که فعالیت خود را شروع کرده و در راستای ترویج و گسترش فعالیت های فرهنگی مذهبی و مفاهیم اسلامی و درس آن مبانی فرهنگ شهادت گام برمیدارد سردار صلاحی بیان داشت سپاه پاسداران مشابه هیئت رزمندگان اسلام تصمیم به تشکیل هیات رزمندگان مدافع حرم با مسولیت آقای فیض الهی نمود و مقرر گردید در استان هابیی که بشود روزرزمندگان مدافع حرم دارند شاخه ای از این هیئت بنا گردد وی اظهار داشت مجوز تاسیس این هیئت از سوی سازمان تبلیغات اسلامی صادر و شاخه ای از هیئت مدافعین حرمین مرکزی می باشد مدیر هیئت رزمندگان مدافعین حرم در استان ادامه داد برنامه ها به صورت جلسات ماهیانه و نیز اردوهای زیارتی و مسیاحتی برای خانوادههای محترم شهدای مدافع حرم تبیین شده است و از اهم آن حضور چشمگیر درمناسبت های مختلف از قبیل راهپیمایی ۹دی و ۲۲ بهمن خواهد بود.

ثبت ۱۸۱ مورد چند قلو زایی در استان بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز : مدیرکل ثبت احوال استان بوشهر گفت: ۱۸۱ مورد چند قلو زایی از ابتدای اسفل تا پایان مهرماه در این استان به ثبت رسیده است. اسکندر پالاساز افزود: در این مدت ۱۷۶ مورد دوقلو زایی و ۵ مورد سه قلو زایی ثبت شده است. وی بیان کرد: بیشترین تعداد چند قلو زایی در این مدت با ۵۹ مورد دوقلو زایی و ۲ مورد سه قلو زایی مربوط به شهرستان بوشهر بوده است. پالاساز عنوان کرد: در این مدت ۱۱ هزار ۷۰۷ مورد ولادت در استان بوشهر به ثبت رسیده که از این تعداد ۱۱ هزار و ۳۴۰ مورد تک زایی بوده است.



همزمان با سفر رئیس جمهور صورت گرفت:

بهره برداری و کلنگ زنی ۱۳ طرح صنعتی و معدنی در استان سمنان

میلیارد ریال برای تولید ۱۰۰ هزار تن شمش فولاد از دیگر پروژه های صنعتی در استان سمنان محسوب می شود که با راه اندازی این واحد تولیدی حدود ۱۵۰ نفر مشغول به کار خواهند شد. این مقام مسئول در ادامه از افتتاح فاز نخست شرکت داروسازی فاکت شیمی پارس سمنان در این سفر هیئت دولت به استان خبر داد و افزود: این واحد تولیدی با سرمایه گذاری ریالی بالغ بر ۵۳۰ میلیارد ریال و ارزی ۱۳ میلیون یورو ظرفیت تولید ۱۶۰ میلیون عدد کپسول و ۶۰۰ میلیون عدد قرص را دارد و برای ۱۱۰ نفر فرصت شغلی ایجاد می کند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان سمنان همچنین از افتتاح یک واحد تولیدی دیگر در سمنان خبر داد و اظهار داشت: در سفر ریاست محترم جمهور و اعضای هیئت دولت به استان و واحد تولیدی سرما گستر قووس با سرمایه گذاری ۶۹ میلیارد ریال و اشتغالزایی حدود ۲۰ نفر به بهره برداری می رسد که در زمینه تولید سیستم تهویه مطبوع خودرو فعالیت خواهد نمود. بیزروا افزود: در این سفر و با حضور کاروان تدبیر و امید در استان عملیات اجرایی هشت طرح صنعتی و معدنی در سطح استان آغاز و کلنگ زنی خواهد شد.



این مجموعه زمینه اشتغال حدود ۳۱۰ نفر در استان فراهم می شود. بیزروا افزود: در افتتاح واحد تولیدی صنعت پتاس آسیا در شهرستان گرمسار با ظرفیت تولید سالانه ۱۴۰ هزار تن سولفات پتاسیم و اسید کلریدریک و با سرمایه گذاری ۱۵۳ میلیارد ریال از دیگر طرح های قابل افتتاح می باشد که با بهره برداری از این مجموعه زمینه اشتغال حدود ۱۰۰ نفر در استان فراهم می گردد. وی ادامه داد: بهره برداری از شرکت فولاد شاهرود با سرمایه گذاری بیش از ۲۷۵

سمنان - اسماعیل نژاد: رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان سمنان از افتتاح و بهره برداری و کلنگ زنی ۱۳ طرح صنعتی و معدنی و زیربنایی شهرک های صنعتی استان همزمان با سفر رئیس محترم جمهور و هیئت دولت به استان سمنان خبر داد. بیزروا افزود: این بیان این خبر گفت ، با سفر رئیس محترم جمهور دکتر روحانی و اعضای هیئت دولت به استان ، ۱۳ طرح صنعتی و معدنی و زیربنایی شهرک های صنعتی استان با سرمایه گذاری ریالی بیش از ۳۹۰۰ میلیارد ریال و ارزی ۵۷ میلیون یورو افتتاح و کلنگ زنی می شود. وی با اشاره به سرمایه گذاری و اشتغالزایی بالای این طرح ها تصریح کرد: با راه اندازی و افتتاح این تعداد طرح در سطح استان سمنان ، زمینه اشتغال حدود ۱۵۰۰ نفر در استان فراهم خواهد شد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان سمنان اظهار داشت ، بهره برداری از طرح توسعه شرکت چوب تراشه نقطه سمنان با ظرفیت تولید سالانه ۹۶ هزار مترمکعب تخته فیبر خام و سرمایه گذاری ریالی ۹۵۰ میلیارد ریال و ارزی ۱۵ میلیون یورو از طرح های قابل افتتاح در سفر ریاست محترم جمهور به استان می باشد که با راه اندازی

هفته بسیج در منطقه ۸ عملیات گرامی داشته شد

باید در همه حال آگاه بود و اسیر تبلیغات منفی در فضاهای مجازی نشد چرا که بسیج از مظلوم حمایت می کند و یار و یاور مظلومان است. همچنین در ادامه مراسم، عمران رضایی، فرمانده پایگاه مقاومت بسیج منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، ضمن ارائه گزارشی اجمالی از فعالیت‌های پایگاه‌های مقاومت منطقه گفت: بسیج منطقه ۸ در سال ۱۳۷۱ تاسیس و در حال حاضر ۷۰۷ نفر از کارکنان منطقه را بعنوان نیروهای بسیجی به عضویت خود درآورده که از این تعداد ۶۱۸ نفر بصورت بسیجی فعال و ۸۹ نفر نیز عادی فعالیت می کنند.



آسمانی افزود: دشمن با وحدت جهان اسلام مخالف است و انقلاب اسلامی ایران نیز در راستای وحدت جهان اسلام و تلاش برای صلی جهانی گام برمی دارد که همین مهم سبب دشمنی استکبار با نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران شده است که به حول و قوه الهی و وحدت مردم تمام این دشمنی ها نقش بر آب خواهد شد. وی با تاکید بر نهادینه کردن فرهنگ بسیجی در جامعه اظهار داشت: فرهنگی بسیجی فرهنگ خدمت رسانی و روحیه شهادت طلبی است

مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید هشتگرد:

قرارداد احداث ۱۳ هزار واحد مسکونی در شهر جدید هشتگرد منعقد شد

شهر جدید هشتگرد تصمیمات خوبی با حضور اعضای کمیسیون عمران مجلس انجام شد و یکی از عمده دلایل عدم واگذاری مسکن مهر نداشتن انشعابات زیر ساختی است. مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید هشتگرد با بیان اینکه همایش سرمایه گذاری در هشتگرد برگزار می‌شود، عنوان کرد: ۲۹ بهمن این همایش در شهر جدید هشتگرد برگزار می‌شود. وی با بیان اینکه موضوع مترو شهر جدید هشتگرد موضوع مهمی است که تا کنون هیچ اعتبار عملیاتی برای آن در نظر گرفته نشده است، ادامه داد: ۲۵ میلیارد تومان قرار بود اسناد خزانه دولتی داده شود. وی با بیان اینکه ۲۰۰ درصد بودجه نقدی شهر جدید هشتگرد محقق شده است، عنوان کرد: تا به امروز حدود چهل میلیارد تومان پول به متروی هشتگرد از اعتبارات شرکت عمران تزریق شده و تلاش می‌کنیم که مترو را تکمیل کرده و به بهره برداری برسانیم. هدایت با بیان اینکه تمام بخش‌ها در حال فعالیت هستند، تصریح کرد: تزریق تجهیزات دولت در منابع اعتباری در کم شدن زمان بهره برداری از مترو موثر است.



قرارداد احداث ۱۳ هزار واحد مسکونی در شهر جدید هشتگرد منعقد شده است. وی با بیان اینکه پروژه‌های راکد مسکن مهر با تفاهم‌نامه به سرسرمایه‌گذاران واگذار می‌شود، گفت: با این قراردادها حدود ۴ هزار واحد مسکن مهر تعیین تکلیف شدند و از این مجتدا اشتغال و تامین مسکن با کیفیت و پروژه‌های متوقف هم سرانجام می‌یابد. هدایت با بیان اینکه حدود ۱۷ هزار واحد ساخت مسکن با کیفیت از ظرفیت وام مسکن مهر در هشتگرد وجود دارد، تصریح کرد: در حوزه زیرساخت

کرج - خبرنگار فرصت امروز - مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید هشتگرد گفت: قرارداد احداث ۱۳ هزار واحد مسکونی در شهر جدید هشتگرد منعقد شده است. مهدی هدایت در نشست خبری با اصحاب رسانه که پیش از ظهر امروز در سالن اجتماعات شرکت عمران شهر جدید هشتگرد برگزار شد، اظهار داشت: احداث ۴۹ هزار واحد مسکن مهر در شهر جدید هشتگرد جامعایی شده بود که ۲۷ هزار واحد افتتاح شده است. وی با بیان اینکه ۸ هزار واحد مسکن مهر در شهر جدید هشتگرد متقاضیان موثر دارد افزود: تکمیل بیش از ۹۵ درصد پروژه‌های مسکن شهر جدید هشتگرد که متقاضی دارد در حال حاضر در حال انجام است. مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید هشتگرد با بیان اینکه تلاش می‌کنیم پروژه مسکن مهر را تا پایان سال آینده به اتمام برسانیم، بیان کرد: حدود ۹ هزار مسکن مهر فاقد متقاضی در شهر جدید هشتگرد وجود دارد. رئیس هیئت مدیره شرکت عمران شهر جدید هشتگرد با بیان اینکه اراضی مورد نیاز برای احداث ده هزار واحد توسط بخش خصوصی و ۳ هزار واحد هم مشارکتی بوده است، گفت:

جشنواره سفره ایرانی در قم برگزار می شود

فرهنگی ورزشی شهرداری قم کرد: علاقمندان جهت ثبت نام شرکت در مسابقه و نمایشگاه می‌توانند به صورت حضوری به دبیرخانه جشنواره به آدرس خیابان بنیاد فرهنگسرای ایثار مراجعه یا با شماره تلفن ۳۳۷۰۸۰۰۸ و سامانه ۱۳۷ شهرداری تماس گرفته و یا به سایت اینترنتی basalamir مراجعه کنند. مقیمی زمان ثبت نام را از اول لغایت ۲۰ آذرماه اعلام کرد و گفت: زمان برگزاری جشنواره چهارشنبه ۲۸ آذرماه لغایت جمعه ۳۰ آذر در بوستان ترکس با حضور خانواده ها و شهروندان خواهد بود. وی در پایان مهمترین امتیاز شرکت کنندگان در جشنواره (اعطاء تقدیرنامه، اهداء جوایز به برگزیدگان، معرفی آنان به مراکز عرضه غذا و نمایشگاه های استانی و کشوری و نیز اماکن فروش اینترنتی عنوان نمود.



یلدا و نمایشگاه غذا، صنایع دستی و توانمندی های بانوان مسجودی و نیز مددجویان بهزیستی و دانشجویان اشاره کرد. مدیرعامل سازمان

در راستای پیاده سازی اقتصاد مقاومتی:

کسب رتبه نخست کشوری در جایگزینی گاز طبیعی به جای سوخت مایع توسط منطقه قزوین رقم خورد

کشورهای تولید کننده باری می‌کنند و از آنجا که یکی از ارکان اقتصاد مقاومتی، کاهش مصرف فرآورده های نفتی از جمله بنزین، نفتگاز و نفت سفید و جایگزین نمودن مصرف آن با گاز طبیعی که به لطف الهی منابع سرشاری از آن در اختیار ماست می تواند گام موثر و پایداری در همین راستا باشد، ضمن آنکه مصرف گاز طبیعی به جای سوختهایی مایع فسیلی کاهش الاینده های زیست محیطی را در پی خواهد داشت. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین اذعان کرد: اقدامات موثری در راستای صرفه جویی و کاهش مصرف سوختهایی فسیلی انجام شده است

فرزین - خبرنگار فرصت امروز - شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین در راستای صرفه جویی و کاهش مصرف سوختهایی مایع فسیلی اقدامات ارزنده ای انجام داده است که نتیجه عملی آن کمک شایان توجهی به اقتصاد ملی و حرکت در راستای تحقق اقتصاد مقاومتی و همچنین کاهش آلودگی های محیط زیستی بوده است. بنابر گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه قزوین، مسعود شرفی مدیر منطقه با اشاره به اینکه امروزه نفت به عنوان مهمترین منبع تولید ثروت و قدرت کشورها محسوب می‌شود و نقش مهمی را در اقتصاد سیاسی

مصرف بیش از دو میلیارد و ۹۵۱ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در شش ماهه نخست سالجاری در استان مرکزی

مترمکعب در بخش صنایع یک میلیارد و ۲۷۶ میلیون مترمکعب در بخش ۹۰ CNG ۹۰ میلیون مترمکعب و در بخش نیروگاه یک میلیارد و ۲۹۴ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در سطح استان مرکزی به مصرف رسیده است که گام مهمی در راستای کاهش آلودگی زیست محیطی می باشد. مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی در پایان مردم شریف استان مرکزی را به مصرف بهینه و ایمن از حامل های انرژی دعوت نمود و از ایشان خواست تا با مدیریت صحیح مصرف از تمامی حامل های انرژی شرکت‌های خدمت رسان به مردم یاری نمایند.

اکارک - مینوروستمی - محمدرضا سمیعی مدیرعامل این شرکت از مصرف بیش از یک میلیارد و ۲۹۴ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در شش ماهه نخست سالجاری توسط نیروگاه حرارتی شازند استان مرکزی در راستای کاهش آلودگی زیست محیطی که برابر با بیش از ۴۳ درصد کل مصرف استان می باشد خبر داد. ایشان تحویل گاز طبیعی به صنایع و ترغیب ایشان به استفاده از این سوخت پاک را فعالیت در زمینه گسترش مسئولیت اجتماعی شرکت گاز استان مرکزی دانست و در این زمینه گفت: استفاده از گاز طبیعی بجای دیگر سوختهایی فسیلی یکی از راهکارهای عملی و موثر در راستای

کاهش آلودگی ناشی از استفاده از سوختهایی فسیلی می باشد که خوشبختانه شرکت گاز استان مرکزی در این زمینه موفق عمل کرده و با گازرسانی به صنایع عمده و جز در سطح استان در تحقق این امر عملکرد مناسبی داشته و با تلاش شبانه روزی کارکنان خدمت خود سعی بر تداوم گازرسانی به نقاط را در برنامه و اهداف خود تعریف نموده است. محمدرضا سمیعی در ادامه به مصرف گاز طبیعی در همه بخش ها به میزان دو میلیارد و ۹۵۱ میلیون مترمکعب اشاره نمود و در این خصوص گفت: در شش ماهه نخست سالجاری در بخش خانگی ۴۹۹ میلیون مترمکعب در بخش تجاری ۴۲ میلیون



نکاتی ساده اما کلیدی برای رشد مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از افراد می‌خواهند پیام‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند توسط تعداد زیادی از افراد دیده شود تا آن‌ها بتوانند برای برند، محصول یا سرویس خود اعتبار و توجه دست و پا کنند. روزانه حدود ۶۰ میلیارد پیام فقط در پلتفرم‌های موبایل به اشتراک گذاشته می‌شود و همین حجم عظیم محتوا باعث شده تا شانس دیده شدن یک پیام کم و کمتر شود. رشد مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی چیزی است که برای بسیاری از کسب و کارها شاید یک رویا به نظر برسد اما اگر فکر می‌کنید که نمی‌توانید به این رویا برسید، بهتر است بدانید که بسیاری از هم‌تایان شما توانسته‌اند به این رویا جامه عمل بپوشانند. یک سازمان برای رشد مخاطبان خود در کانال‌های اجتماعی ممکن است استراتژی‌های مختلفی را در پیش ببرد که تبلیغات و استفاده از افراد اینفلوئنسر بخشی از آن هستند.

تاکتیک‌هایی که در ادامه این مقاله خواهید خواند توسط برندن کین (Brendan Kane) استفاده شده‌اند. آقای کین کسی است که توانست طی فقط یک ماه بیش از یک میلیون مخاطب فیس‌بوکی به دست آورد و مواردی که در ادامه ذکر شده است دقیقاً همان مواردی هستند که به برندن کین در جذب یک میلیون مخاطب طی فقط یک ماه کمک کرده‌اند. اگر شما هم می‌خواهید شاهد رشد مخاطبان خود در شبکه‌های اجتماعی باشید، حتماً مواردی که در ادامه گفته می‌شود را مدنظر داشته باشید.

۱- فرضیه و آزمون

هدف شما باید این باشد که محتوایی قابل به اشتراک‌گذاری را به مخاطبان خود ارائه بدهید. در مورد محتوایی که افراد تمایل بیشتری به اشتراک‌گذاری آن‌ها دارند تحقیق کنید و برای تولید محتوا فرضیه‌های مختلف را مدنظر داشته باشید. یک فرمت یا تم که می‌تواند در مورد یک مسئله خاص با مخاطبان‌تان تعامل کند را در نظر بگیرید. سپس یک نمونه پیش‌تولید کم‌هزینه از آن بسازید و آزمایش کنید.

نیاز محتوایی مخاطبان هر کسب و کار قطعاً با کسب و کار دیگر متفاوت است و شما باید برای رسیدن به نتیجه دلخواه در ابتدا مزه دهان مخاطبان خود را بدانید.

ویدئو از جمله فرمت‌هایی از محتوا است که این روزها بسیار طرفدار دارد و معمولاً همه کسب و کارها از آن استفاده می‌کنند. ویدئوهایی بین ۳۰ ثانیه تا ۴ دقیقه بیشتر مورد توجه کاربران قرار می‌گیرند.

۲- در صورت لزوم از آزمایش‌های خود چیزهایی را فرا بگیرید

اینکه بتوانید نکات مهم و موارد آموزشی را از تست‌هایی که انجام می‌دهید برداشت کنید می‌تواند در افزایش رشد مخاطبان به شما کمک زیادی بکند. باید همواره در حال یادگیری چیزهای جدید باشید. زمانی را به فهمیدن این موضوع اختصاص دهید که چرا یک فرمت محتوایی توانست عملکرد بهتری داشته باشد اما سایر فرمت‌ها نتوانستند. در آزمایش‌های خود با دقت بسیار بالا عمل کنید و همواره در پی بهبود عملکرد خود باشید.

اگر محتوایی نتوانست انتظارات شما را برآورده کند حتی لحظه‌ای در حذف آن درنگ نکنید. نتایج به دست آمده از تست‌های خود را مورد موشکافی دقیق قرار دهید و از نتایج به دست آمده برای ایجاد یک استراتژی کوتاه و بلندمدت محتوایی بهره بگیرید. آزمون و خطا را تا زمانی ادامه دهید که به فرمتی از محتوا برسید که بهترین عملکرد را برای‌تان دارد.

۳- یک عنوان جذاب و گیرا انتخاب کنید

فرض کنید که در حال عبور از کنار یک کیوسک روزنامه‌فروشی کنار خیابان هستید. چه چیزی باعث می‌شود چند لحظه مکث کنید و جلد یک روزنامه یا مجله را بخوانید؟ معمولاً این تیتراژ است که نکات جذاب یک نوشته را در خلاصه‌ترین شیوه ممکن به خواننده منتقل می‌کند. عنوان یک جمله یا عبارت کوتاه است که جلب توجه می‌کند و شخص را وادار می‌کند که بیشتر بخواند. استفاده از یک عنوان خوب می‌تواند حس خاص و متفاوت بودن برند، پیام و محتوای شما را به خواننده منتقل کند.

اهمیت نوشتن عنوان‌های جذاب را دست کم نگیرید.

۴- مخاطبان درست را هدف قرار دهید

شما می‌توانید محتوایی خوب و باکیفیت تولید کنید، اما اگر این محتوای خوب به دست مصرف‌کننده واقعی‌اش نرسد قطعاً نمی‌توانید شاهد رشد مخاطبان خود در شبکه‌های اجتماعی باشید. محتوایی که خلق می‌کنید را باید به دست کسانی برسانید که خواهان آن هستند و بعد از مطالعه، آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند.

بسیاری از پلتفرم‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اینستاگرام این امکان را فراهم کرده‌اند که بتوانید پست‌های خود را تبلیغ کنید و آن را به دست مخاطبان درست برسانید. اگر خواستید برای محتوا تبلیغ کنید، مخاطبان هدف خود را براساس فاکتورهایی مانند جنسیت، سن، موقعیت مکانی، علاقه، وضعیت تاهل و... بخش‌بندی کنید. همچنین یک استراتژی برای جذب طرفداران شرکت‌های رقیب نیز داشته باشید.

۵- برای رسیدن به اهداف مورد نظر خود باید وقت بگذارید و سرمایه‌گذاری کنید

رشد مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی به این سادگی‌ها هم که فکر می‌کنید نیست و به صرف زمان بسیار و البته صرف منابع مالی نیاز دارد. برای دستیابی به هر چیزی باید ابتدای بهای آن را بپردازید و بهای رشد مخاطبان با وقت و سرمایه‌گذاری پرداخته می‌شود.

برای تعیین میزان مبلغی که می‌خواهید صرف رشد جامعه مخاطبان خود کنید ابتدا بازگشت سرمایه‌ای که قصد دارید در عوض این رشد کاربران به دست آورید را برای خود معین کنید. هدف شما از رشد فالوورها چیست؟ گاهی اوقات بازگشت سرمایه فقط مادی نیست و برخی نیز بازگشت سرمایه را در چیزهایی مانند افزایش اعتبار و بهبود وجهه سازمان خود می‌بینند. از خود بپرسید که واقعا به چه تعداد فالوور نیاز دارید و براساس همین پیش‌فرض ذهنی موارد لازم را فراهم کنید.

منبع: daartagency



۴ راز موفقیت از زبان موسس پینترست

۳- توانایی‌های خود را در معرض آزمایش قرار دهید
سیلبرمن در مصاحبه‌ای عنوان کرده است که هدف وی از تاسیس پینترست، اتصال افرادی بوده است که در برخی زمینه‌ها با یکدیگر اشتراکاتی را دارند. وی عقیده دارد که باید همواره چندین توانایی و روش را مورد ارزیابی قرار دهید تا در نهایت بهترین نتیجه ممکن به دست آید. جالب است بدانید که وی همواره در استخدام‌های خود به دنبال افرادی است که از به چالش کشیدن خود واهمه‌ای نداشته و راهکارهای جدیدی را برای انجام کارها ارائه می‌دهند. خود وی نیز از جمله افرادی است که تمامی قابلیت‌های خود و شرکت را در معرض آزمایش قرار می‌دهد. این امر در نهایت باعث می‌شود تا ظرفیت‌های واقعی خود را نشان دهند. در نهایت به عنوان یک مدیر لازم است تا ارتباط دوستانه‌ای با کارمندان خود داشته باشید و فضای مطلوبی را برای آن‌ها فراهم آورید تا بتوانند به خوبی بر روی کار خود تمرکز کنند.

۴- به مشتری توجه ویژه داشته باشید

از جمله ویژگی‌های مهم پینترست این است که همواره مشتری می‌تواند تجربه‌های جدیدی را به دست آورد. به همین خاطر هیچ‌گاه از این شبکه خسته نخواهد شد. در این رابطه مدیر این شرکت معتقد است که برای موفقیت لازم است تا مشتری را در بالاترین جایگاه قرار دهید. تحت این شرایط ممکن است شرایطی رخ دهد که در آن مشتریان شما مطابق ایده‌آل‌هایی نباشند که تصور می‌کردید. تحت این شرایط این شما هستید که باید تغییراتی را مطابق خواست آن‌ها اعمال کنید.

بر پایه همین ایده طراحی کند. در نهایت وی با توجه به حمایت اطرافیان خود، کار در گوگل را رها کرده و به دنبال محقق ساختن هدف خود رفت. به عقیده او لازم است تا هر فردی اشتیاق اصلی خود را پیدا کرده و تمامی وقت و انرژی خود را معطوف به آن کند. در نهایت این امر باعث خواهد شد تا شما بتوانید سختی‌هایی را تحمل کنید که ممکن است برای سایرین عملاً خارج از آستانه تحمل باشد.

۲- یادگیری را متوقف نکنید

جالب است بدانید که ۷۰ درصد از مردم از تصاویر موجود در این شبکه برای ایده گرفتن استفاده کرده و این امر مهم‌ترین دلیل برچسب زدن افراد بر روی تصاویر گوناگون است. این امر در حالی است که باقی شبکه‌های اجتماعی از این قدرت برخوردار نبوده و این مزیت باعث می‌شود تا شانس دیده‌شدن تصاویر شما بسیار بالا باشد. از جمله دلایلی که باعث می‌شود تا سیلبرمن همواره بتواند ایده‌های مناسبی را داشته باشد، نرخ مطالعه بسیار بالای وی محسوب می‌شود. در واقع او به صورت هفتگی حداقل یک کتاب را در زمینه فناوری مطالعه کرده و عقیده دارد که برای دانش نمی‌توان هیچ نقطه پایانی را متصور شد. به همین خاطر لازم است تا یک برنامه برای یادگیری مداوم خود داشته باشید. همچنین فراموش نکنید که همواره می‌توان از تیم کاری خود نیز نکات بسیار ارزشمندی آموخت. به همین خاطر لازم است تا فضا را برای گفت‌وگو و تبادل اطلاعات در شرکت خود فراهم آورید.

به قلم: جان بوینتوت

نویسنده حوزه مدیریت و بازاریابی

مترجم: امیر آل علی

پینترست درواقع شبکه اجتماعی مبتنی بر ارسال تصویر است که در حال حاضر بزرگترین رقیب اینستاگرام محسوب می‌شود. این شرکت در کشور آمریکا و توسط بن سیلبرمن تاسیس شده است. اگرچه ممکن است در نگاه اول این شبکه را کاملاً شبیه به عملکرد اینستاگرام و فیس‌بوک حس کنید، با این حال واقعیت این است که در این شبکه تنها محتویات ارزشمند وجود داشته و این امر به این معناست که دیگر جنبه شخصی موجود در دو شبکه مذکور وجود ندارد. همین امر نیز باعث می‌شود تا این پینترست به مکانی ایده‌آل برای فعالیت‌های تجاری تبدیل شود. بدون شک موسس این برند خلاق، دارای تجربیات و دانشی فوق‌العاده است که در این مقاله قصد داریم تا به بررسی ۴ راز موفقیت از نگاه وی بپردازیم.

۱- اشتیاق را همه چیز بدانید

جالب است بدانید که سیلبرمن تا قبل از خارج شدن از دانشگاه، رویای دکتر را در سر داشت. با این حال وی در طول دوران تحصیل خود به سمت تکنولوژی گرایش پیدا کرد و همین امر باعث شد تا وی بتواند در مدتی کوتاه در شرکت گوگل استخدام شود. با این حال به عقیده دوست وی (پل سایاررا) سیلبرمن از همان دوران کودکی علاقه داشت تا به همه‌چیز یک دسته‌بندی درست ببخشد. همین امر نیز در نهایت باعث شد تا وی پینترست را نیز