

## تعامل انسان رسانه

روش‌های جدید ارتباطی و اشکال امروزی تعامل به شبکه‌های اجتماعی یا با ابزارهای فناوری پیچیده خلاصه نمی‌شود؛ بلکه تغییری بنیادین در نوع ارتباطات با رایانه‌ها در حال شکل‌گیری است. این ارتباطات شامل روابط انسانی، ارتباط، عکس‌العمل و درک است. تعامل انسان رسانه (HUMAN MEDIA INTERACTION) تلاش می‌کند ارتباط با فناوری را چیزی فراتر از تماس با ماشین تعریف کند. تمرکز بر احساسات و عواطف انسان‌ها و تلاش برای فهم شکل‌گیری درک انسان براساس تعامل، محور اصلی تعامل انسان رسانه است و از رابط‌های رایانه‌ای مغز تا ربات‌های اجتماعی را دربر می‌گیرد. ادراک انسان و تصمیم برای عمل و پاسخ به آنچه ادراک می‌کند از طریق ارزیابی خودکار شنیده‌ها، دیده‌ها، حالات چهره، رفتارها و تعاملات با دیگران شکل می‌گیرد.

زمانی سیستم‌ها می‌توانند پاسخ‌دهی مناسبی داده‌باشند که چرخه ادراک - عمل را مانند انسان‌ها طی کنند. این کار از طریق طراحی، پیاده‌سازی، تجزیه و تحلیل سیستم‌ها و کاربردهایشان و بهره‌گیری از زمینه‌هایی همچون یادگیری ماشین ممکن است. در ادامه به بعضی از زمینه‌های مرتبط با تعامل انسان رسانه اشاره شده‌است:

**رابط‌های پوشیدنی و سرگرمی:** این زمینه بر تعامل بدن محور متمرکز است و شامل رابط‌های هوشمند و زمین‌های بازی تعاملی می‌شود. **زبان و گفت‌وگوی تعاملی:** این زمینه بر رفتار سیستم‌ها براساس انسان در تعامل متمرکز است و با یادگیری ماشین و سنسش رفتار انسان، تلاش می‌کند الگوهای انسانی را بازسازی کند.



## مایکروسافت حامی جدید ناشران اخبار در اروپا شد

مایکروسافت و گروه‌های رسانه‌ای اروپا از نهادهای نظارتی اتحادیه اروپا خواسته‌اند پلتفرم‌های آنلاین را وادار کنند هنگام اختلاف نظر درباره چگونگی تقسیم درآمد با ناشران خبر به داورى رجوع کنند. این امر یک نقطه اختلاف میان فیس‌بوک و مقامات قانونگذار استرالیا نیز است. گروه رسانه‌های اروپایی مذکور شامل اتحادیه مجلات اروپا، اتحادیه ناشران روزنامه اروپا، هیأت ناشران اروپایی و رسانه خبری اروپاست. / مهر



## بیل گیتس: در تمام صنایع یک ایلان ماسک می‌خواهیم

بیل گیتس، بنیانگذار و مدیرعامل سابق مایکروسافت به فاصله چند روز از انتشار کتاب جدیدش با عنوان «چگونه از فاجعه اقلیمی جلوگیری کنیم» گفته است: «ما در تمام صنعت‌ها به‌ویژه صنعت فلز و سیمان به افرادی مثل ایلان ماسک نیاز داریم تا بتوانیم مشکل گرمایش جهانی را حل کنیم». تولید خودروی الکتریکی و راکت‌های فضایی چندین مصرف، دومرود از بزرگ‌ترین خدمات این کارآفرین مشهور برای مبارزه با تغییرات اقلیمی به‌شمار می‌رود. / دیجیاتو

با یکی از ابزارهای مهم برای موفقیت کسب‌وکارها آشنا شوید

# چرا باید بوم کسب‌وکار داشته باشیم؟

تا به حال با افرادی برخورد کرده‌اید که بتوانند یک فیلم سینمایی یا یک سریال را در چند دقیقه برایتان توضیح بدهند؟ این افراد بدون وارد شدن به جزئیات خسته‌کننده، طوری تصویرگرایی را برایتان ترسیم می‌کنند که شما همه موضوعات اصلی را متوجه می‌شوید. اگر بخواهید طرح یا ایده کسب‌وکارتان را در مدت کوتاهی به فرد دیگری توضیح دهید، بهترین کار نشان دادن بوم کسب‌وکارتان به آن فرد است. این بوم، ابزاری ساده و تصویری است که برای توصیف، طراحی و شروع کسب‌وکار جدید یا به چالش کشیدن و تغییر آن به‌کار می‌رود و به‌شما اجازه می‌دهد به‌راحتی همه هزینه‌های کسب‌وکارتان را سازماندهی و راه‌های کسب درآمد را نیز پیدا و مدل‌سازی کنید. همچنین این ابزار به شما کمک می‌کند با ترسیم تعامل بین بخش‌های مختلف کسب‌وکار، فعالیت‌های خود را به‌شکلی هماهنگ پیش ببرید.



دکتر علی‌اصغر سعیدی

رئیس مرکز نوآوری دانشگاه شهید بهشتی

اصطلاح Business Model Canvas یا همان بوم مدل کسب‌وکار را ابتدا سال ۲۰۰۸ الکساندر اوستروالدر طراحی کرد. طبق تعریف او «مدل کسب‌وکار، ابزاری مفهومی است که شامل مجموعه‌ای از عناصر و ارتباط آنها بوده و منطق شرکت برای درآمدزایی را نمایش می‌دهد.» تعریف استروالدر و بوم مدل کسب‌وکار پیشنهادی وی، از توجه و استقبال قابل توجهی برخوردار شد؛ طوری‌که امروزه در بیشتر شرکت‌های موفق جهان و رویدادهای استارت‌آپی از این بوم به‌عنوان تابلوی راهنمایی برای جهت‌دهی مسیر کسب‌وکار استفاده می‌کنند.

## اهمیت بوم کسب‌وکار

با قاطعیت می‌توان گفت هر کار موفق، مدل کسب‌وکار مناسبی دارد که مطابق با آن به جلو حرکت می‌کند. به چهار دلیل خیلی مهم شما باید از این ابزار استفاده کنید. اولین دلیل این‌که بوم مدل کسب‌وکار، مزیت رقابتی شما را مشخص می‌کند. در بازارهای رقابتی، مزیتی که برای مشتری ایجاد می‌کنید، می‌تواند برگ برنده شما در جذب مشتری باشد.

مزیت رقابتی از یک برند به برند دیگر متفاوت است؛ مثلاً برای یک شرکت طراحی سایت، پشتیبانی قوی و برای یک شرکت فعال در حوزه گردشگری، یادآوری دقیق برنامه‌های

پرواز می‌تواند مزیت رقابتی مهمی به حساب بیاید. شما هم می‌توانید با مدلی که برای کسب‌وکارتان می‌سازید، مزیت‌های رقابتی خود را به‌صورت دائم یادآوری و هر روز طبق آن برای خود برنامه‌ریزی کنید. به‌عنوان مزیت دوم می‌توانید کسب‌وکارتان را توسعه دهید. اگر پای حرف‌های یک مدیر یا موسس یک کسب‌وکار بنشینید، حتماً روی‌هایش برای پیشرفت و توسعه کسب‌وکارش خواهید شنید. با طراحی مدل کسب‌وکار و به‌روزرسانی مداوم آن می‌توانید به‌طور پیوسته سودتان را مدیریت کنید و درآمدی که به‌دست می‌آورید بخشی را به

توسعه کسب‌وکارتان اختصاص دهید. سومین مزیت را هم فراموش نکنید؛ بوم مدل کسب‌وکار باعث پایداری مالی می‌شود. ثبات مالی در هر شرایطی (حتی در شرایط بد اقتصادی و رکود بازار) از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که موفقیت یک کسب‌وکار را تضمین می‌کند. هر سال تعداد زیادی از کسب‌وکارها به دلیل ضعف در مدیریت مالی به تعطیلی کشیده می‌شوند. در حالی که یک مدل کسب‌وکار موفق، شما را از میزان سودتان در بازه‌های زمانی مشخص آگاه و ضرب‌الاجلی را هم برای مقابله با ضرر و زیان تعیین می‌کند.

در نهایت این‌که بوم مدل کسب‌وکار خوب باعث جذب سرمایه‌گذار به مشارکت و سرمایه‌گذاری روی طرح شما می‌شود. سرمایه‌گذاران به‌خوبی با میزان شکست کسب‌وکارها آشنا بوده و به‌همین دلیل در قدم اول به دنبال آن هستند که بدانند برنامه شما برای کسب سود چیست؟ پس اگر به دنبال جذب سرمایه‌اید، بهترین کار خلق یک مدل کسب‌وکار خوب و ارائه آن به سرمایه‌گذاران است.

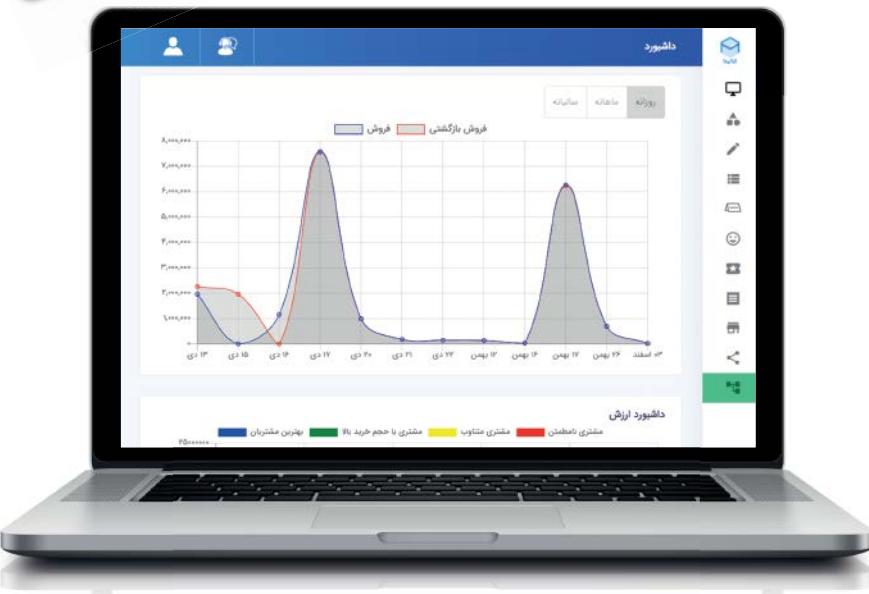
**مزایای استفاده از این ابزار** داشتن چنین ابزاری، فواید زیادی دارد. می‌توانید قبل از این‌که

بخواهید ریالی هزینه کنید، کسب‌وکارتان را از بالا ببینید. می‌توانید شفافیت و تمرکز بهتری روی عوامل محرک کسب‌وکارتان داشته باشید. همچنین می‌توانید به‌آسانی مدل خود را تغییر داده و تأثیر تغییرات را دوباره در یک صفحه مشاهده کنید.

با گذشت زمان، صاحبان کسب‌وکار چند بار مدل کسب‌وکارشان را تغییر می‌دهند تا بتوانند تغییرات محیطی و شرایط بازار را در آن منعکس کنند. به همین خاطر معمولاً مدل‌های کسب‌وکار را کوتاه‌مدت طراحی می‌کنند تا شرکت‌ها بتوانند به‌سرعت با شرایط بازار هماهنگ شوند.

با پلتفرم «ماپرا» کسب‌وکارتان را با تکیه بر تحلیل داده‌ها توانمند کنید

# ماپرا، همیار کسب‌وکارهای مستقل



خدماتشان را بر اساس داده‌های قبلی خودشان بهبود ببخشند. در «ماپرا» هرگز ارتباط کسب‌وکار و مشتری قطع نخواهد شد. یارمحمدی می‌افزاید: «ما یک بسته کامل از انواع خدمات آنلاین برای مدیریت کسب‌وکار را در قالب پلتفرم «ماپرا» در اختیار مخاطبانمان قرار می‌دهیم تا بتوانند به‌صورت مستقل کسب‌وکار خودشان را دایر و اداره کنند. کاربر «ماپرا» می‌تواند تمام کالاها یا خدماتش را در این پلتفرم تعریف کرده و به‌ازای تک‌تک این کالاها یا خدمات، لینک پرداخت وجه آنلاین دریافت کند. علاوه بر این، ما در «ماپرا» یک فروشگاه مجازی را به‌طور اختصاصی برای هریک از کاربرانمان ایجاد می‌کنیم. همچنین برای بی‌نیاز کردن کاربران از دستگاه‌های کارخوان فیزیکی، امکان ارائه کارخوان الکترونیکی به آنها را هم داریم. درواقع همان فرآیندی که در دستگاه کارخوان فیزیکی رخ می‌دهد و پرداخت وجه صورت می‌گیرد، در پلتفرم کارخوان الکترونیکی هم قابل انجام است.»

فراز سهیلی آزاد  
نشان ایرانی ۲

باتوجه به همه‌گیری ویروس کرونا که شرایط همه‌اصناف و کسب‌وکارها را سخت و پیچیده کرده است و بسیاری از کسب‌وکارها بستر اینترنت را برای ارائه خدمات یا فروش محصولات خود انتخاب کرده‌اند، در اختیار داشتن تمام ابزارهای مورد نیاز برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار اینترنتی در کنار راهکارهای پرداخت الکترونیکی به معضل بزرگی برای کسب‌وکارها تبدیل شده است. «ماپرا» پرداخت‌یار رسمی بانک مرکزی و نام پنبلی در حوزه پرداخت آنلاین است که این شرکت در اختیار مخاطبانانش قرار می‌دهد تا بتوانند جذابیت هنر فروش مستقل را بی‌نیاز از هر سازوکار دیگری تجربه کنند. هر صاحب کسب‌وکاری می‌تواند بدون دارا بودن دانش فنی خاصی، به‌صورت حرفه‌ای و متفاوت از «ماپرا» بهره‌مند شود. دکتر مریم یارمحمدی، مدیرعامل و هم‌بنیان‌گذار شرکت «مدرن آتی‌پرداز آژکا» یا به اختصار «ماپرا» است. این شرکت با رویکرد توسعه کسب‌وکارهای مستقل داده‌محور در سال ۹۷ تأسیس شد و از سوی معاونت علمی ریاست جمهوری به‌عنوان شرکت خلاق و فناور شناخته شد. در حال حاضر مجموعه «ماپرا» از تیم‌های متخصصی در زمینه‌های تحقیق و توسعه، برنامه‌نویسی و پشتیبانی، گرافیک، بازاریابی دیجیتال و مشاوره بازار تشکیل شده است.

## ۵ خدمت «ماپرا» برای کسب‌وکارها

**پرداخت الکترونیکی:** «ماپرا» صرفاً یک درگاه پرداخت آنلاین نیست، بلکه ما پرداخت‌ها را با فرآیندهای کسب‌وکار ترکیب کرده‌ایم و راهکارهای متنوعی را برای پرداخت الکترونیکی ارائه می‌دهیم. لینک پرداخت در شبکه‌های اجتماعی، درگاه پرداخت اختصاصی با نام و نشان تجاری هر کسب‌وکار، کارخوان الکترونیکی و صورتحساب آنلاین از جمله راهکارهای «ماپرا» در حوزه پرداخت الکترونیکی است. این خدمات فقط برای کسب‌وکارهای اینترنتی نیستند و مشاغل حضوری مانند کافه‌رستوران‌ها نیز از مجموعه خدمات «ماپرا»، بی‌نیاز از سیستم‌های جانبی دیگر استفاده می‌کنند.

**رزرو آنلاین:** برخی از کسب‌وکارها بر مبنای رزرو کالا یا خدمات از سوی مشتریان‌شان فعالیت می‌کنند. برای مثال آرایشگاه‌ها برای تعیین نوبت مخاطبان‌شان می‌توانند از امکان رزرو آنلاین «ماپرا» استفاده کنند. حتی کسب‌وکارهایی که رزرو دائمی ندارند و هر از گاهی ممکن است نیاز به رزرو خدمات از سوی مشتری‌هایشان داشته باشند هم می‌توانند از این قابلیت استفاده کنند.

**فروشگاه آنلاین و سفارش آنلاین:** انجام خرید و فروش کالا یا خدمات در بستر «ماپرا» امکان‌پذیر است. هر کاربری که بخواهد کالا یا خدمتی را بفروشد می‌تواند از فضای فروشگاه آنلاینی که ما به‌صورت کاملاً اختصاصی

در اختیارش قرار می‌دهیم (استفاده کند و دیگر نیازی به صرف هزینه زیاد برای ساخت و راه‌اندازی وبگاه نداشته باشد). **باشگاه مشتریان و شبکه وفاداری:** اطلاعات هر مشتری از اولین مراجعه‌اش به کاربر «ماپرا» ثبت شده و در طول یک بازه زمانی مشخص، وضعیت مشتریان بر اساس الگوهای رفتاری آنها دسته‌بندی می‌شود. ما این داده‌های جمع‌آوری شده را تحلیل می‌کنیم و در قالب داشبوردهای کاربرپسند در اختیار کاربرانمان قرار می‌دهیم. همچنین امکان اعمال تخفیف‌ها یا ارائه مزایای خاص برای عده مشخصی از مشتریان هم وجود دارد و کاربر «ماپرا» می‌تواند صرفاً یک جامعه محدود از مشتریان‌اش را



مخاطب برگزاری حراج‌ها، کمپین‌ها یا هر نوع فعالیت فروشگاهی دیگر قرار دهد. **سیستم فروش و گزارش‌های آماری و مالی:** کاربر «ماپرا» بی‌نیاز از هرگونه سیستمی است که به‌صورت جداگانه فعالیت‌های او را ثبت کرده و آمار روزانه کسب‌وکارش را گزارش دهد. در «ماپرا» داده‌های کسب‌وکار نگهداری، و به‌طور خودکار دسته‌بندی و تحلیل می‌شوند و در هر لحظه در قالب گزارش‌های ساده و قابل فهم و داشبوردهای اختصاصی در اختیار او قرار می‌گیرند.

## چشم‌انداز «ماپرا»



مدیرعامل شرکت «ماپرا» درباره طرح‌هایی که در دست اقدام هستند یا در آینده اجرایی خواهند شد به جام‌جم می‌گوید: «در حال حاضر هر کسب‌وکاری که عضو پلتفرم «ماپرا» شده است، خودش باید برای جذب مشتری و معرفی کسب‌وکارش تلاش کند. زیرا ما داده‌ها را در اختیار آنها قرار می‌دهیم و هدفمان توانمندسازی کسب‌وکارها با استفاده از داده‌های خودشان است؛ اما به‌عنوان طرحی برای آینده، پیش‌بینی‌هایی برای تشویق مشتریان به خرید از کسب‌وکارهای بهره‌مند از «ماپرا»، صورت گرفته است.»

دکتر یارمحمدی در ادامه به جام‌جم توضیح می‌دهد: «ما طرحی را با عنوان «#چهارشنبه‌های-رشد» در دست اجرا داریم که از طریق آن شرایط ویژه‌ای را در قالب تخفیف‌ها و هدایا برای کسب‌وکارها در نظر گرفته‌ایم و امیدواریم با این طرح بتوانیم زمینه‌ساز رشد و موفقیت کسب‌وکارهای نوپا باشیم. شرایط و اطلاعات کامل در خصوص «#چهارشنبه‌های-رشد» را می‌توانید از صفحه اینستاگرام «ماپرا» دنبال کنید.»

## راه‌های ارتباط با «ماپرا»

mupra.ir  
@mupra.ir  
mupra  
info@mupra.ir  
۰۲۱۸۸۸۰۹۳۳۴

برای ورود  
به سایت  
این کد را  
با گوشی  
اسکن کنید

