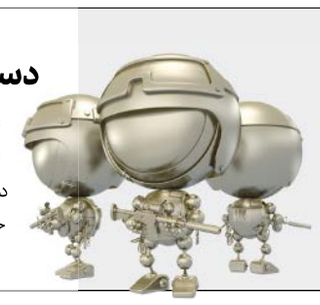
پیش‌بینی بازار بزرگ نانوذرات نقره تا سال ۲۰۲۴

در گزارشی که گلوبال مارکت اینسایت به چاپ رسانده است، پیش‌بینی شده که اندازه بازار نانوذرات نقره تا سال ۲۰۲۴ به سه میلیارد دلار می‌رسد. نانوذرات نقره بالاترین درجه ارزش تجاری را در صنعت نساجی، غذا و نوشیدنی، الکترونیک و مراقب بهداشتی ایجاد کرده است. برای مثال، فعالیت‌های ضدقارچی باعث شده تا این نانوذرات در پزشکی، دارو، مواد آرایشی، صابون و پلاستیک به‌کار گرفته شوند. / مهر



دستگاهی برای ترمیم و احیای اعضای بدن

فناوران یکی از شرکت‌های دانش محور مستقر در پارک علم و فناوری قزوین موفق به ساخت دستگاهی در حوزه مهندسی بافت شدند که برای ترمیم و احیای اعضای بدنی که دچار نقص و بیماری هستند، کاربرد دارد. این دستگاه می‌تواند طی فرآیندی سلول‌های خونی را از بین برده و سلول خونی گرفته شده از مغز استخوان بیمار را جایگزین آن کند. سلول تزریق‌شده به بدن هوشمند است و می‌داند که در کدام عضو باید عمل کند. / ایسنا

در فضای فعلی کسب و کار دیجیتال در ایران شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام جایگاه ویژه‌ای دارند

با آشنایی بیشتر با ادبیات فضای مجازی و شناخت ذائقه مخاطب فروش خود را افزایش دهید

۵ گام ضروری در بازاریابی دیجیتال

عسل اخویان طهرانی
دانش

این روزها مفاهیم بازاریابی و فروش با تحول عظیمی روبه‌رو شده است. گسترش استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مسیر جدیدی برای فروش محصولات را پیش روی صاحبان کسب‌وکار قرار داده است. مسیری که در ماه‌های اخیر به دلیل شیوع کووید-۱۹ و پرهیز مردم از حضور در اماکن پرتجمع مانند فروشگاه‌های بزرگ و مراکز خرید با اقبال بیشتری روبه‌رو شده است. تبلیغ و بازاریابی در فضای مجازی و حتی فروش آنلاین محصولات با رونق بیشتری همراه شده است. اما در این بازار پر رونق کنونی کسی برنده خواهد بود که توانسته باشد به خوبی ادبیات این زبان جدید را فرا گرفته باشد. با وجود این تصور که بازاریابی و فروش با کمک شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام بسیاری از دردسرهای فروش حضوری را به‌همراه نخواهد داشت، اما بسیاری از کسب‌وکارها حتی کسب‌وکارهای بزرگ و موفق در صورتی که از نحوه تولید محتوای جذاب و متناسب برای فضای مجازی و بازاریابی در این بستر آگاهی کافی نداشته باشند ممکن است در این بستر چندان موفق عمل نکنند و با شکست در فروش‌شان مواجه شوند.

یکی از مهم‌ترین اصول موفقیت بازاریابی دیجیتال، توانایی تولید محتوای غنی و جذاب برای مخاطبان هدف است به نحوی که بتواند میزان مشارکت و تقاضا را در میانشان افزایش دهد. بر اساس مطالعات انجام شده ۹۰ درصد کاربران فضای مجازی معمولا از این فضا برای ارتباط مستقیم با کسب‌وکار مورد نظرشان استفاده می‌کنند. در نتیجه اگر هنوز نتوانسته‌اید ارتباط نزدیک و مستقیمی با مشتریانتان در این فضا ایجاد کنید نشانه‌ای است که بدانید هنوز نتوانسته‌اید حضور موفقی در این فضای جدید داشته باشید و باید تغییراتی در عملکردتان ایجاد کنید. البته به خاطر داشته باشید موفقیت در بازاریابی دیجیتال در فضای مجازی یکشبه ایجاد نمی‌شود و باید با قدم‌های حساب شده و صبوری آن را تقویت کنید. در ادامه پنج کلید اصلی برای موفقیت بیشتر کسب‌وکارتان در فضای مجازی را بررسی خواهیم کرد.

منابع: Entrepreneur.com و inc.com

جلسات پرسش و پاسخ اینترنتی در لایو اینستاگرام برگزار کنید

۱

اگرچه استفاده از قابلیت‌های استوری اینستاگرام می‌تواند اطلاعات مفیدی از سلایق مشتریان و مخاطبان کسب‌وکارتان در فضای مجازی گردآوری کند اما پاسخ‌های آنها ارتباط مستقیمی خواهد داشت با حال و هوایشان در لحظه‌ای که در حال رد کردن استوری‌ها هستند و این که چقدر فرصت برای اظهار نظر و وقت گذراندن در فضای مجازی دارند.

راهکار دیگری که می‌تواند برای جذب مؤثر مشتریان و تشویقشان به خرید محصولاتتان مؤثر باشد برگزاری جلسات سوال و جواب زنده در بخش لایو اینستاگرام است. برخی کارشناسان حوزه تولید محتوا معتقدند دنبال‌کنندگان صفحات مجازی در فضای زنده پرسش و پاسخ تمایل بیشتری به مطرح‌کردن سوالات و نقطه‌نظرهایشان دارند. البته در این جلسات باید بتوانید فضای صحبت را به موضوعات مختلف به خوبی هدایت کنید. به نحوی که شرکت در این جلسه زنده برای مخاطبان خسته‌کننده و وقت‌گیر نشود.

البته یادتان باشد تنها دایره محدودی از مخاطبان در این قرارهای زنده شرکت می‌کنند. بنابراین اگر بخواهید بیشترین بهره‌برداری را از این جلسات داشته باشید بهتر است از مباحث و سوال و جواب‌هایی که در این جلسه مطرح کردید و همچنین برنامه‌های آتی و توسعه‌ای که احتمالا از آنها صحبت شده است را در پست‌های بعدی اینستاگرامتان مطرح کنید.

حتی می‌توانید آن را ذخیره کنید و در قالب پست به اشتراک بگذارید تا افرادی که به صورت زنده شرکت نداشته‌اند نیز در فرصت مناسب بتوانند به ویدئوی این جلسه دسترسی داشته باشند. نتیجه نهایی این دو راهکار این خواهد بود که دیگر قطعا می‌دانید باید چه محتوایی را برای جذب مخاطب آماده کنید.

سعی کنید در تولید محتوا از داستان‌های جذاب برای مخاطبان استفاده کنید

۲

چطور محتوای مورد نظر خود را در قالب داستان مطرح کنید؟ حتما لازم نیست داستان تجربیات شخصی خودتان را به اشتراک بگذارید. می‌توانید داستان‌های جالب مشتریان قبلی، داستان‌هایی از دیگر کارآفرینان موفق یا حتی از داستان‌های عامه‌پسند منطقه خود به‌منظور تولید محتوای خواندنی و جذاب برای انتقال مطلب مورد نظرتان کمک بگیرید. استفاده از داستان کمک می‌کند تا مخاطبان خودشان را جای شخصیت داستان قرار دهند و با آن همذات‌پنداری داشته باشند. می‌توانید از محتوای داستانی در متن تصاویری که در شبکه‌های مجازی مانند اینستاگرام منتشر می‌کنید یا به عنوان روایت برای تصاویر ویدئویی استفاده کنید.

توصیه کارآفرینان موفق در زمینه تولید محتوا این است که داستان را باید طوری روایت کنید که از جمله اول بتواند مخاطب را جذب و با خود همراه کند. فضای مجازی فرصت زیادی به شما نمی‌دهد که مخاطبتان را با خودتان همراه کنید. اگر نتوانید محتوای خود را به نحوی آماده کنید که در نگاه اول برای مخاطب جذاب باشد با کشیدن یک انگشت روی صفحه به راحتی از پست شما عبور خواهد کرد. بنابراین در این فضا باید به جای مقدمه‌چینی، مستقیم سر اصل مطلب بروید تا مخاطب را گیر بیندازید و با خود همراه کنید.

نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که محتوای ویدئویی، جذب مخاطب بالاتری در فضای اینستاگرام به دنبال خواهد داشت. بنابراین به جای پست تصاویر و متن بهتر است نگاهی جدی به تولید محتوای جذاب ویدئویی نیز داشته باشید. اما در این حالت نیز باید بتوانید در چند ثانیه ابتدایی کلیپ، مخاطبتان را با خودتان همراه کنید. استفاده از تیترهای جذاب نیز روشی است که می‌تواند در افزایش مشاهده تصاویر ویدئویی مؤثر باشد.

مطمئن شوید در هر پیام «تشویق به عمل» داشته باشید

۳

منظور از پیام تشویق به عمل این است که به نحوی مشتری را مجاب به عمل کردن یا همان خرید محصول کنید. شاید در نگاه اول فرض کنید هدف اصلی از راه‌اندازی صفحه مجازی برای بازاریابی دیجیتال رساندن همین مطلب است و هر محتوایی که تولید می‌کنید نیز با همین هدف آماده می‌شود. اما واقعیت این است که در بسیاری از موارد این موضوع نادیده گرفته می‌شود. شما باید بتوانید در هر محتوای خود این پیام تشویق به خرید را القا کنید. از طرفی نباید همیشه از یک روش برای این کار استفاده کنید. می‌توانید با استفاده از عبارت‌های مختلفی مانند «در صورت علاقه‌مندی به مطالب و نمونه‌کارهای مشابه این صفحه را دنبال کنید» یا «اگر منتظر جشنواره پاییزه ما هستید علامت برگ پاییزی را در بخش نظرات ارسال کنید» برآوردی از میزان اثرگذاری محتواهای خود بر مخاطبانتان به دست بیاورید.

با مشارکت دادن مخاطبان در فضای مجازی کسب‌وکارتان آنها را به مشتریان وفادار خود تبدیل خواهید کرد. در این حالت مخاطب حس نزدیکی بیشتری خواهد داشت و احتمال پیام دادن و خرید محصول افزایش خواهد یافت.

از مخاطبتان بپرسید چه نوع محتوایی را ترجیح می‌دهند

۴

اینستاگرام قابلیت‌های متعددی برای طرح پرسش در بخش استوری‌ها دارد. پس چرا از آنها استفاده نکنید؟! اگر مطمئن نیستید چه نوع محتوایی برای مخاطبان هدفتان جذابیت بیشتری دارند با قراردادن یک باکس پرسنامه یا سوال و جواب در استوری‌هایتان، ذائقه آنها را بسنجید. این کاری است که بلاگرها و افراد تأثیرگذار اینستاگرام نیز برای گسترش دامنه مخاطبان فعالشان همواره مورد توجه قرار می‌دهند. زیرا همین نظرسنجی ساده می‌تواند به میزان چشم‌گیری استقبال مخاطبان را افزایش دهد. گاهی حتی اگر از ذائقه مخاطبانتان مطمئن هستید نیز این کار را امتحان کنید؛ چه بسا با نتایج شگفت‌آوری روبه‌رو شوید و متوجه شوید شناختی که از محتوای مورد علاقه آنها داشتید با سلیقه واقعی‌شان تفاوت چشمگیری دارد. خصوصا استفاده از ویژگی پرسش و پاسخ اینستاگرام این امکان را فراهم می‌کند که مخاطبانتان پیشنهادهای جدیدی به شما بدهند که شاید اصلا به ذهن خودتان نرسیده باشد و همین پیشنهاد جدید بتواند موفقیت چشمگیری را در جذب مخاطب و مشتری جدید برایتان رقم بزند. بنابراین برای شنیدن نظرات و پیشنهادهای جدید همیشه آماده باشید.

شیوه استفاده از محصول و کاربردهای آن را نشان دهید

۵

در میان سوالاتی که از سوی مخاطبان دریافت می‌کنید ممکن است بسیاری از آنها در رابطه با نحوه استفاده از محصولتان باشد. شاید بسیاری از موارد در استفاده از محصول برای شما ساده و مشخص باشد. اما ممکن است مشکلاتی را برای برخی از مخاطبان و تماس مکرر آنها با بخش پشتیبانی مجموعه‌تان ایجاد کند. در نتیجه تولید محتوا در این زمینه می‌تواند بسیاری از مخاطبان را جذب خود کند. از سوی دیگر چنین محتواهایی می‌تواند کاربری محصول را به شکل بهتری به مخاطب نشان دهد و حس نیاز به خرید محصول را بیشتر به او القا کند. برای ساخت این محتواها سعی کنید حتما به سوالات متداولی که در صفحات مجازی خود با آن روبه‌رو می‌شوید پاسخ دهید.

استفاده از ویژگی پرسش و پاسخ اینستاگرام این امکان را فراهم می‌کند که مخاطبانتان پیشنهادهای جدیدی به شما بدهند و همین بتواند موفقیت چشمگیری را در جذب مخاطب و مشتری جدید برایتان رقم بزند

تازه‌های کسب‌وکار

در فروشگاه‌های آمازون ممکن شد

پرداخت پول با اسکن کف دست!

آمازون یک سیستم جدید شناسایی کف دست را در دو فروشگاه خود در سیاتل واقع در ایالات متحده ارائه کرده که به مشتریان اجازه می‌دهد با اسکن دست خود، هزینه خریدهایشان را بپردازند.

به گزارش مهر و به نقل از دیلی‌میل، این فناوری که «آمازون وان» نام دارد با جمع‌آوری اطلاعات مربوط به سطح کف دست افراد و مرتبط کردن آن با کارت‌های اعتباری امضایی مخصوص هر فرد ایجاد می‌کند.

این دستگاه در دو فروشگاه «آمازون گو» ارائه شده و در ماه‌های آینده نیز در فروشگاه‌های بیشتری ارائه می‌شود.

اسکنرهای کف دست علاوه بر پرداخت برای موارد دیگری از جمله استفاده از کارت‌های وفاداری مشتریان، وارد شدن به اماکنی مانند استادیوم یا ساختمان‌های اداری نیز کارآمد است.

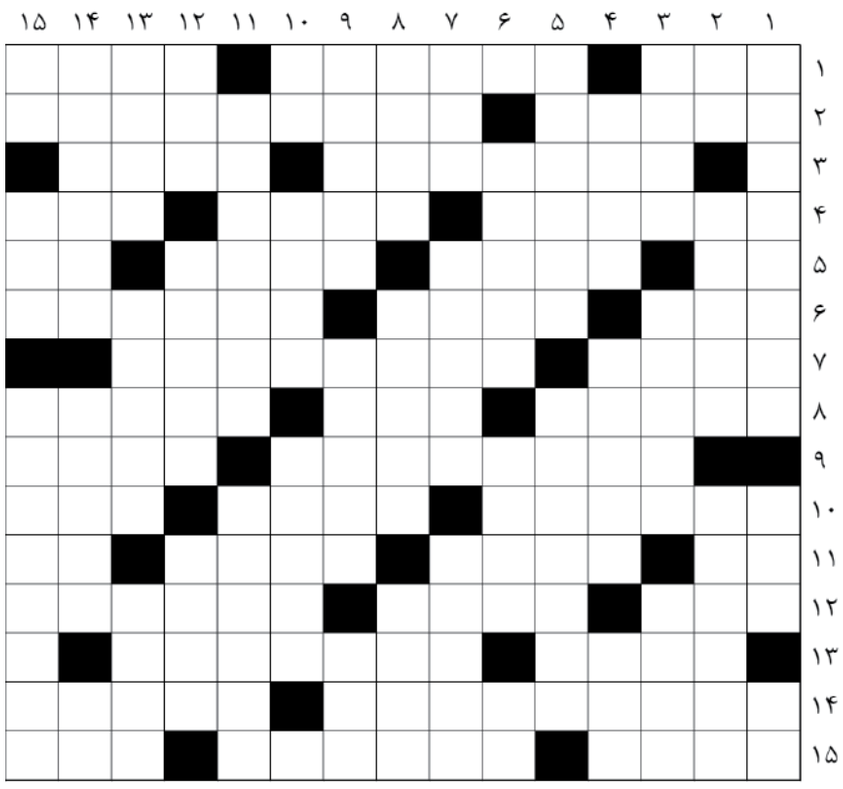
دسامبر سال گذشته آمازون اعلام کرد حق امتیاز اختراع یک سیستم اسکن بدون لمس را به دست آورده و اکنون نسخه واقعی آن عرضه شده است.

این شرکت ادعا می‌کند دلیل انتخاب اسکنر کف دست به جای فناوری شناسایی صورت، دقت بیشتر آن است.

طراح: بیژن گورانی

جدول شماره ۵۷۶۲

جدول عادی



افقی: ۱) نام- خوش‌باور- پارچه ابریشمی رنگین ۲) شهرستانی در آذربایجان‌شرقی- مسجد و تکیه مشهوری در شهر تاریخی یزد ۳) مقبره- تازیانه ۴) درجه‌ای در نیروی دریایی- غلاف شمشیر- درختی جنگلی ۵) حرف دهن‌کجی- مقابل تقدم- اولین شهر مذهبی ایران- صوت شگفتی ۶) بازار عرب‌ها- رشته باریک و دراز- لگدکوب شده ۷) کرم کدو- پهنه‌ای از خشکی که بخش اعظم آن را آب احاطه کرده است ۸) به نرمی رفتار کردن- درازا- آبگوشت ۹) نوعی درجه‌بندی دما- کرم خونخوار ۱۰) شهری در لرستان- رقیبان- لوس ۱۱) شماره همین ردیف- دیگ دهان‌گشاد- هیزم- دست شکسته! ۱۲) سنگینی اجسام- بازرگانان- شهرستانی در استان گلستان ۱۳) اکنون- وحشت‌زده ۱۴) مقلدین در اعمال دینی از او پیروی می‌کنند- اسباب و لوازم ۱۵) شیوه رفتار- آگاه باش- کرشمه.

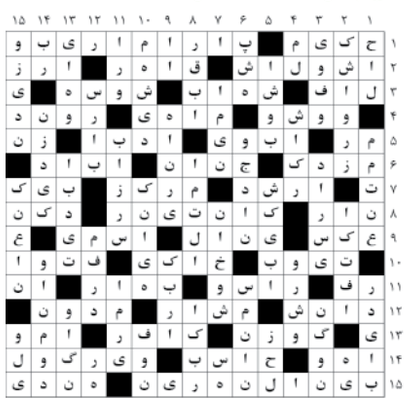
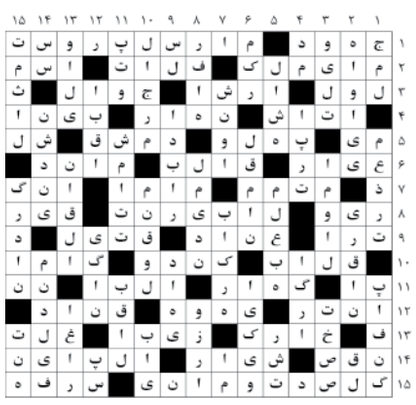
عمودی: ۱) مجموعه گیاهان و جانورانی که در ناحیه‌ای خاص زندگی می‌کنند- مقعر- فلز سرخ ۲) کلیدی در موسیقی- گیاهی از خانواده ریواس- امتیاز ضربه‌های دست کاراته‌کا ۳) وسط- چهره- همسایه لیبی و الجزایر ۴) حواله- دوستی خالص- ستایش ۵) شهری در استان سیستان و بلوچستان- مهندس معمار ۶) ترش و شیرین- زاده چهارپایان- دختر آذربایجانی ۷) سگ انگلیسی- رفتارهای متقابل- نامی دخترانه ۸) اشاره به دور- اسب تندرو- گرو گذاشته‌شده ۹) تاج- نیم‌تنه بی‌آستین- مقام و رتبه ۱۰) قومی ایرانی- طباخ- نوعی طبل ۱۱) داستانی نوشته بزرگ علوی- غیرحرفه‌ای ۱۲) درآمد- روزگذشته- متقارب ۱۳) کبوتر دشتی- شهری در استان ایلام- آحاد ۱۴) شیرینی لوزی- ارتفاع- بله آلمانی ۱۵) سفید آذری- عددی دورقمی- کارگردان فیلم مشهور همشهری کین.

جدول ویژه

افقی: ۱) از خودگذشتن- تخیل- ریز نمرات ۲) زن نازا- فرمانده لشکر ده هزار نفری در دوره مغول ۳) میزبان المپیک ۱۹۷۶- دختر امام حسین(ع) ۴) دارای بالاترین درجه ذوب در بین عناصر است- جانوری با بدنی باریک و پاهای کوتاه- قرآن تاریخی سنندج ۵) به دنیا آوردن- فرمانده سپاه حضرت داوود(ع)- اعتنا- همسرزن ۶) چشم‌چران- خاکستر- شهر سربداران ۷) ثمره- سال مار از دوره دوازده ساله ترکی ۸) بندری در اوکراین- غریزه جنسی- تئاتر ۹) اقتصاددانی که در اداره کشور شرکت دارد- لاستیک داخلی تایر ۱۰) هر موجود زنده- میوه پاییزی- گرم‌ترین سیاره ۱۱) پسوند نسبت- پدر مرده- فاسد- ضمیر انگلیسی ۱۲) صدای بلند- دوستی- شست‌وشوی بدون دقت ۱۳) از محلات شمال تهران- مثنوی عرفانی شیخ محمود شبستری ۱۴) اثری از کنوت هامسون، نویسنده نروژی- تاریکی ۱۵) مخفی- ظرفیت شیمیایی- راه و روش.

عمودی: ۱) آبی متمایل به سبز- واحدی برای شمارش کالا- بدن ۲) بله روسی- سگ فضانورد شوروی- معادل فارسی ارگانیسم ۳) نام اختصاری صندوق بین‌المللی پول- آلبینیست- همسایه الیگودرز ۴) گل سرخ- گدا- لباس اتاق عمل ۵) وسیع- بخش آسیایی ترکیه ۶) سرتاسر- سیاهرگ- باغ وحش خارجی ۷) چوبه اعدام- خرید اوراق بهادار پیش از زمان سررسید- مواد مذاب سیلیکاتی داخل زمین ۸) سرشماری- معشوق- برهان ۹) سازمان صید و فروش ماهی- توهین- ورزش آبی ۱۰) خیس- بالش روی کاناپه- درخشان ۱۱) شیره ساقه گیاه خارشتر- پدر ادبیات کانادا ۱۲) شیپور خودرو- گریز از دشمن- یار همایون ۱۳) معتمد- زادگاه- شرم و حیا ۱۴) چاره‌ساز- از پیامبران بنی‌اسرائیل- هریک از اخلاط چهارگانه طب قدیم ۱۵) خودم- درخت انجیر معابد- اثری به قلم اشتفان تسوایک اتریشی.

حل جدول عادی شماره ۵۷۶۱



حل جدول ویژه شماره ۵۷۶۱