یك مدیر ایرانی، رئیس جدید شاخه غرب آسیا IASP شد

امین‌رضا خالقیان، مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل پارك فناوری پردیس به‌عنوان رئیس جدید انجمن جهانی پارك‌های فناوری و نواحی نوآوری (IASP) در منطقه غرب آسیا و شمال آفریقا انتخاب شد. مأموریت این انجمن ایجاد شبکه جهانی بین پارك‌های علمی و مناطق نوآوری به‌منظور رشد، بین‌المللی سازی و اثربخشی اعضا است. / جام‌جم دیلی

دعوت از شرکت‌های خلاق در حوزه سلامت دیجیتال سالمندان

با توجه به افزایش جمعیت سالمندی کشور و نرخ صعودی هزینه‌های درمان در این بخش، ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان و توسعه صنایع نرم و خلاق، از شرکت‌های خلاق دعوت کرده است باعرضه راهکارهای خلاق و مبتکرانه هزینه‌ها را در بستر فناوری کاهش دهند و زمینه توسعه زیست‌بوم نوآوری در حوزه سلامت کهنسالان را فراهم کنند. علاقه‌مندان می‌توانند تا ۱۰ تیر ۱۴۰۰ با مراجعه به وبسایت فراخوان به نشانی sabainotec.ir برای ثبت‌نام اقدام کنند. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

ارائه نماینده یکی از استارت‌آپ‌ها در نشست دوشنبه‌های استارت‌آپی در صندوق نوآوری و شکوفایی

ضروری‌ترین نکاتی که هنگام ارائه کسب‌وکارتان در رویدادهای استارت‌آپی جذب سرمایه نباید از قلم بیندازید

۹ نکته طلایی در ارائه‌های جذب سرمایه

عسل اخویان طهرانی
دانش

در رویدادهای جذب سرمایه مانند استارت‌آپ‌ویکندها اغلب زمان بسیار کوتاهی برای ارائه هرآنچه طی ماه‌ها یا حتی سال‌ها تلاش برای شکل‌گیری استارت‌آپ‌تان صرف کرده‌اید و طرحی که برای کسب‌وکارتان نوشته‌اید در اختیارتان قرار می‌گیرد تا بتوانید سرمایه‌گذاران را برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارتان مجاب کنید. تك‌تك لحظه‌های زمان ارائه شما در چنین رویدادهایی می‌تواند نقش کلیدی در رقم زدن آینده کسب‌وکارتان ایفا کند؛ بنابراین باید بتوانید در سرراست‌ترین شکل ممکن، ایده کسب‌وکار نوپای خود را ارائه دهید. یادتان باشد ارائه کسب‌وکار در رویدادهای استارت‌آپی مانند پخش تیزر یك فیلم سینمایی است. قرار نیست در این مدت کوتاه پاسخ تمام پرسش‌های ممکن را ارائه دهید بلکه باید کاری کنید تا سرمایه‌گذار علاقه‌مند و جذب کسب‌وکارتان شود و برای به دست آوردن جزئیات بیشتر قرارهای بعدی را با شما هماهنگ کند.

در ادامه، ۹ موضوعی را که همه سرمایه‌گذاران پیش از سرمایه‌گذاری دوست دارند در مورد کسب‌وکارتان بدانند و به‌نوعی باید حتما در اسلایدهای ارائه خود به آنها بپردازید، مرور می‌کنیم. بدون شك اگر زمان دارید، امکان ارائه جزئیات بیشتری در اختیارتان هست و می‌توانید موارد دیگری را نیز اضافه کنید، ولی نباید موردی را از این فهرست ۹تایی هنگام ارائه، فراموش کنید.

کسب‌وکارتان در چه موردی است؟

در یك اسلاید از فایل پاورپوینت ارائه، نام کسب‌وکارتان و یك جمله مختصر و مفید در شرح کسب‌وکارتان بنویسید. این توضیح باید به‌قدری شفاف و گویا باشد که افراد حاضر در جلسه حتی اگر بقیه ارائه شما را نیز از دست بدهند، با دیدن همین یك اسلاید متوجه شوند کسب‌وکار شما قرار است چه‌کاری انجام دهد. تلاش کنید از اصطلاحات و زبان تخصصی صنعتی در بیان شرح کسب‌وکارتان استفاده نکنید. این توضیح باید برای همه افراد با هر زمینه تخصصی کامل قابل‌درك باشد.

ارائه مسأله

در این صفحه از ارائه خود باید در مورد میزان شانس این محصول در بازار صحبت کنید. فرقی نمی‌کند کسب‌وکارتان برای اولین بار مسأله یا نیازی که تابه‌حال به آن پاسخ داده نشده را برطرف کرده باشد یا پاسخ جدید و راهکار نوینی را در خصوص مسأله‌ای که پیش‌ازاین نیز به آن پاسخ داده شده، مطرح کرده باشد. نکته کلیدی که در این بخش از ارائه باید به آن بپردازید، این است که مسأله را برای سرمایه‌گذار احتمالی بشکافید و در بهترین حالت میزان دربرگیری و شدت آن را نیز مطرح کنید.

ارائه اطلاعات مبهم در این مرحله می‌تواند به ضررتان تمام شود. باید طوری عمل کنید که سرمایه‌گذار به‌خوبی خود را جای گروه مخاطبی که برای کسب‌وکارتان دارید، قرار دهد و مشکل را درك کند.

اندازه بازار

استارت‌آپ‌ها ماهیت‌شان رشد سریع است. ذات پرخطر این کسب‌وکارها موجب می‌شود، تعداد اندکی که موفق می‌شوند با شیب بسیار تندی رشد کنند. به همین دلیل درمجموع میزان برندگی در سرمایه‌گذاری به‌مراتب بیشتر از میزان شکستی است که ممکن است با آن روبه‌رو شوند. بازار کسب‌وکار شما باید به‌قدری بزرگ باشد که ظرفیت رشد فراتر از انتظار استارت‌آپی را داشته باشد. اگر در این مرحله بخواهید با تواضع و فروتنی ظرفیت کسب‌وکارتان را پایین نشان دهید، مطمئن باشید کسی حاضر به سرمایه‌گذاری در طرحتان نخواهد بود. سرمایه‌گذاران حوزه استارت‌آپ آمده‌اند با حمایت از شرکت‌های کوچك پرظرفیت هزینه سوخت موشك رشد ناگهانی‌شان را فراهم کنند و از این راه پرخطر به سود خوبی برسند.

ارائه راه‌حل یا محصول

راهکار یا محصولتان را به خلاصه‌ترین شکل ممکن ارائه دهید. اگر بخواهید در خصوص ویژگی‌ها و جزئیات محصول در این ارائه صحبت کنید، کاملا اشتباه است. به‌جای پرداختن به ویژگی‌های تخصصی به مزیت‌هایی که برای کاربر محصول فراهم کرده‌اید صحبت کنید. همچنین مدل کسب‌وکاری که قرار است بر اساس آن به درآمدزایی و سودآوری برسید را نیز باید مطرح کنید.

اعتبار یا کشش طرح

یکی از اصلی‌ترین عوامل موفقیت یك استارت‌آپ این است که دقیقا محصول مورد نیاز بازار را به‌گونه‌ای که دیگران نتوانسته‌اند ارائه کنید. به عبارت دیگر باید بگویید آیا محصول شما بهترین پاسخ به مسأله‌ای هست که مطرح کرده‌اید؟

سرمایه‌گذاران کاری به ادعای شما ندارند. باید بتوانید برای ادعایی که دارید شواهدی ارائه کنید. اگر کسب‌وکارتان در مراحل اولیه است هنوز ایده‌تان نوپاست و باید بتوانید از روش‌های اعتبارسنجی ایده نشان دهید که ایده معتبر و قابل تجاری‌سازی دارید. اگر هم کسب‌وکارتان در مراحل پیشرفته‌تر است باید با ارائه مدارك واقعی از میزان استفاده و سودآوری نشان دهید محصول شما متناسب‌ترین محصول برای پاسخ به مسأله است.

چالش رقابت

گاهی داشتن رقیب برای کسب‌وکارهایی که در مراحل ابتدایی قرار دارند، می‌تواند از نشانه‌های اهمیت مسأله باشد. در این بخش از ارائه خود باید بتوانید سرمایه‌گذاران را قانع کنید که راه‌حل شما به شکل متفاوت و کاراتری نسبت به سایر راه‌حل‌های موجود در بازار به مسأله پاسخ می‌دهد. یادتان باشد، رقبا الزاما نباید شرکت‌های بزرگ باشند. همین که بتوانید نشان دهید مسأله آن‌قدر مهم است که از زوایای مختلفی به آن پاسخ داده شده و پاسخ شما از همه کارآمدتر خواهد بود، کار خود را کرده‌اید.

سازوکار

یکی از نکاتی که سرمایه‌گذاران به آن توجه دارند، سازوکار بازاریابی است که می‌خواهید از آن استفاده کنید. منظور از سازوکار بازاریابی درصورتی‌که استارت‌آپ نوپایی داشته باشید، سازوکاری است که برای ورود به بازار در نظر گرفته‌اید و اگر کسب‌وکارتان جا افتاده‌تر است، سازوکاری را که برای رشد کسب‌وکارتان در نظر گرفته‌اید باید در این قسمت مطرح کنید.

هرچه کسب‌وکارتان کوچك‌تر باشد، اهمیت تمرکز بر سازوکارها و گام‌هایی که در چند مسیر مؤثر برای بازاریابی برمی‌دارید برای سرمایه‌گذار بیشتر خواهد بود.

تخصص اعضای تیم

آیا افرادی که در کسب‌وکار شما مشغول فعالیت هستند دانش، تخصص و مهارت کافی برای پرتاب استارت‌آپ به سوی قله‌های موفقیت را دارند؟

بر اساس نوع استارت‌آپی که اداره می‌کنید باید در تیم کاری خود از تخصص‌های ویژه مرتبط با کسب‌وکارتان در کنار افراد ماهر در زمینه بازاریابی و فروش استفاده کنید تا کسب‌وکارتان بتواند از جنبه‌های مختلف در تعادل مورد نیاز برای رشد قرار بگیرد.

درخواست سرمایه

درنهایت باید مشخص کنید به چه میزان سرمایه و برای چه فعالیت‌هایی در کسب‌وکارتان نیاز دارید. سعی کنید تا جای ممکن دقیق و روشن میزان سرمایه، کارکرد سرمایه و مدت بازگشت آن را در کسب‌وکارتان مشخص کنید.

برگرفته از: Forbs

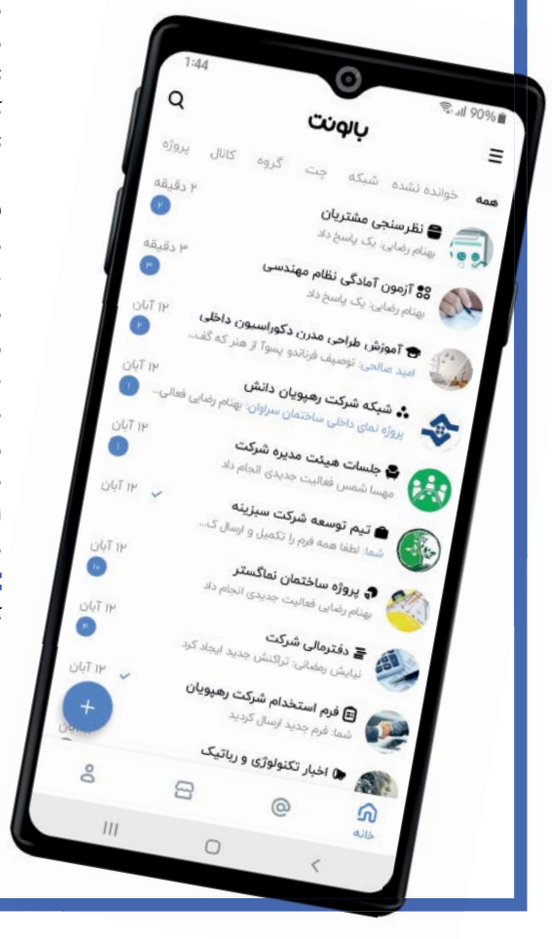
متخصصان شرکت دانش‌بنیان «زمین مجازی ایرانیان آینده»، اپلیکیشنی با نام تجاری «بالونِت» تولید کرده‌اند که علاوه بر دارابودن تمام امکانات یک پیام‌رسان، زیرمجموعه‌هایی اختصاصی برای مدیریت کسب‌وکار دارد

ارتباط درون سازمانی مؤثرتر با بالونت

فراز سهیلی‌آزاد
نشان ایرانی۲

در دنیای امروز شاهد صدها اپلیکیشن مختلف هستیم که در حوزه مدیریت کسب‌وکارها، خدماتی را ارائه می‌دهند؛ اما آنچه موجب موفقیت یکی از این نرم‌افزارها می‌شود و آن را نسبت به دیگر آپ‌ها متمایز می‌کند، خلاقیتی است که سازندگان آن داشته‌اند. «بالونت» نیز یکی از همین اپلیکیشن‌هاست که به‌دلیل خلاقیت تیم سازنده آن در ادغام چند ویژگی به‌ظاهر متفاوت، موفق شده است توجه کاربران زیادی را به‌سمت خودش جلب کند. بالونت آمیخته‌ای از یک پیام‌رسان حرفه‌ای و مجموعه‌ای از ابزارهای مناسب توسعه کسب‌وکار است.

ایمان موسوی‌نسب، مدیرمحصول اپلیکیشن «بالونت» است که به‌وسیله شرکت دانش‌بنیان «زمین مجازی ایرانیان آینده» طراحی و تولید شده است. به گفته او، در سال ۹۶ سه نفر هم‌بنیانگذار این مجموعه با توجه به زمینه‌های کاری قبلی‌شان، ایده ارائه سامانه اتوماسیون اداری تحت وب را مطرح کردند؛ اما در حین توسعه این نرم‌افزار متوجه شدند محصول مورد نظر از مزیت رقابتی ویژه‌ای برخوردار نیست. همین موضوع موجب شکل‌گیری ایده جدید و توسعه آن شد. موسوی‌نسب در ادامه تصریح می‌کند: «ایده‌ای که در این مقطع زمانی مطرح شد، الگوبرداری از پیام‌رسان‌هایی مانند تلگرام یا واتس‌اپ و فراهم کردن امکانات مورد نیاز هر کسب‌وکار در قالب یک پیام‌رسان بود. درنهایت این ایده به تولد اپلیکیشنی به‌نام «بالونت» منجر شد.»



با «بالونِت» آشنا شوید

مدیرمحصول اپلیکیشنی بالونت، در خصوص نحوه کار آن به جام‌جم می‌گوید: «زمانی که کاربر بالونت را نصب می‌کند و وارد محیط این برنامه می‌شود، با فضایی مانند اپلیکیشن‌های واتس‌اپ یا تلگرام مواجه می‌شود که از امکانات این پیام‌رسان‌ها مانند چت خصوصی، تشکیل گروه و ایجاد کانال برخوردار است. به‌علاوه زیرمجموعه‌هایی دارد که در کنار سه ویژگی اصلی پیام‌رسان‌ها، به کاربر کمک می‌کند مدیریت بهتری بر کسب‌وکارش داشته باشد.»

او در ادامه به معرفی برخی زیرمجموعه‌های اختصاصی بالونت می‌پردازد:

مدیریت پروژه: این ویژگی براساس مدل کانبان است و به کاربر اجازه می‌دهد پروژه‌های مختلفی را در دل این نرم‌افزار پیاده‌سازی کند. او در کنار استفاده از امکانات پیام‌رسانی، می‌تواند مدیریت پروژه‌هایش را نیز انجام دهد.

فُرم‌ساز: امکان ایجاد انواع فرم‌ها و دریافت اطلاعات از کاربران را فراهم می‌کند.

مدیریت جلسه: یک تیم، شرکت یا سازمان می‌تواند مدیریت جلسات از جمله زمان، محل، شرکت‌کنندگان و دستور جلسه را از طریق این نرم‌افزار انجام دهد.

دفترمالی: برنامه حسابداری بسیار کوچک و ساده‌ای است که به افراد کمک می‌کند تا بتوانند مدیریت مالی خودشان را انجام دهند.

کانال آزمون: امکان ایجاد آزمون‌های آنلاین را فراهم می‌کند. قابلیت زمانبندی آزمون و تصحیح نتایج از ویژگی‌های آن است.

کانال آموزش: در واقع یک بستر آنلاین آموزش است که امکان ایجاد درسنامه، برگزاری آزمون، گفت‌وگوی اختصاصی با هر کدام از اعضا یا مطرح کردن بحث‌های گروهی را دارد. در آینده‌ای نزدیک امکاناتی از قبیل کارنامه، استادیارو... به این بخش افزوده خواهد شد.

کانال نظرسنجی: این ویژگی امکان برگزارکردن نظرسنجی از کاربران را فراهم می‌کند.

موسوی‌نسب درباره این زیرمجموعه‌ها توضیح می‌دهد: «به عقیده ما هرکدام از زیرسامانه‌های بالونت، به‌عنوان قطعه‌ای از یک پازل هستند که افراد می‌توانند با توجه به زمینه کسب‌وکاری که دارند، این قطعات را کنار هم قرار دهند و به این شکل نیازهایشان را برطرف کنند؛ برای نمونه فردی که در زمینه آموزش فعالیت می‌کند، می‌تواند در بالونت فقط امکانات مرتبطی مثل کانال آموزش، کانال نظرسنجی، کانال آزمون و فرم‌ساز را در اختیار داشته باشد.»

چشم‌انداز ادامه مسیر

موسوی‌نسب در رابطه با برنامه‌هایی که شرکت «زمین مجازی ایرانیان آینده» برای رسیدن به اهداف کوتاه‌مدت یا بلندمدتش دارد، می‌گوید: «قطعا یکی از اهداف ما جریان‌سازی است؛ به این معنا که ایده اولیه خودمان را توسعه دهیم و به یک برند ملی تبدیل شویم. همچنین یکی دیگر از برنامه‌هایی که برای ادامه مسیرمان درنظر گرفته‌ایم، ارائه خدمات به مشتریان در سطح بین‌المللی است. در حال حاضر نرم‌افزار بالونت سه‌زبانه است و به زبان‌های فارسی، انگلیسی و عربی منتشر می‌شود. قطعا با مساعدبودن شرایط، به‌سمت جذب مشتریان خارجی نیز خواهیم رفت.»

وی در ادامه ضمن اشاره به ظرفیت نسخه‌های سازمانی نرم‌افزار بالونت، خاطرنشان می‌کند: «فقط ۲۰ درصد از مخاطبان ما کاربران بالونت هستند و حدود ۸۰ درصد از آنها را مشتریان سازمانی‌ای تشکیل می‌دهند که به‌دلیل سفارشی‌سازی نرم‌افزار برای آنها، این بخش از خدمات ما اصلا نمود تبلیغاتی نداشته و ناشناخته باقی مانده است؛ این درحالی است که ما سازمان‌های بزرگی مانند صداوسیما، وزارتخانه‌ها و بانک‌ها را به‌عنوان مشتریان‌مان در این بخش داریم. همچنین یکی از قابلیت‌های بسیار ویژه‌ای که در بخش نسخه‌های سازمانی ما ارائه می‌شود، امکان محدودسازی کاربران است؛ با استفاده از این ویژگی سازمان‌ها می‌توانند فقط برای اعضای مجموعه خودشان اجازه دسترسی به نرم‌افزار را تعریف کنند و به این ترتیب شبکه‌ای یکپارچه و جامع برای ارائه خدمات و سرویس‌های خاص به کارمندانشان در اختیار داشته باشند.»

در پایان، موسوی‌نسب به امتیاز بسیار بالایی که کاربران بالونت در مارکت‌هایی مانند «کافه‌بازار» به این اپلیکیشن داده‌اند اشاره می‌کند و کسب امتیاز ۴/۵ نسبت به امتیاز سایر پیام‌رسان‌ها را یکی دیگر از نشانه‌های موفقیت این محصول می‌داند.

مزایای رقابتی «بالونت»

به‌گفته عضو ارشد مدیریتی بالونت، موارد مختلفی وجود دارد که از وجوه تمایز این نرم‌افزار نسبت به نمونه‌های مشابه است. برخی از این ویژگی‌ها عبارتند از:

یکپارچه‌سازی و جامع بودن بالونت: به‌دلیل وجود زیرسامانه‌های متعددی که در بالونت تعبیه شده‌اند، نیاز کاربر به استفاده از چند نرم‌افزار مختلف را ازبین می‌برد.

ساده‌سازی استفاده از بالونت: با توجه به شکل ارائه خدمات این نرم‌افزار که در قالب یک پیام‌رسان پیاده‌سازی شده است، کار با آن برای کاربر بسیار آسان‌تر از سایر اتوماسیون‌هاست.

ارائه نسخه‌های سازمانی: یکی از اصلی‌ترین وجوه تمایز بالونت نسبت به سایر نرم‌افزارهای مشابه، امکان سفارشی‌سازی و ارائه نسخه‌ای شخصی از این نرم‌افزار است؛ به این معنا که هر کسب‌وکاری می‌تواند با سفارش‌دادن نسخه سازمانی بالونت، نرم‌افزاری با نام‌تجاری و لوگوی خودش را دریافت کند و حتی امکان مدیریت کامل کاربرانش را داشته باشد.

بالونت
پیام‌رسانی حرفه‌ای

راه‌های ارتباطی با
زمین مجازی ایرانیان آینده

balonet.net
@balonet4u
@balonet
support@balonet.net
۰۲۱۲۸۴۲۴۶۵۰ و ۰۹۰۳۴۵۰۵۴۰۰