

## فن بازارها حلقه‌های اصلی توسعه تجارت

مهدی صفاری‌نیا، رئیس پارک فناوری پردیس در نشست مشترک مدیران و کارگزاران فن بازارهای کشور با معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهور گفت: فن بازارها با بدنه دولتی و خصوصی در سراسر کشور مشغول فعالیت هستند، کارگزارها نیز فعالیت‌های مربوط به تجاری سازی و توسعه بازار در بدنه دولتی در استان‌ها را دنبال می‌کنند.

# نامگذاری محصول با ۸ روش مؤثر

## انتخاب نام مناسب در موفقیت محصول نقش به‌سزایی دارد

**نام یک محصول می‌تواند تأثیر عمیقی بر موفقیت فروش آن داشته باشد و آگاهی کلی از برند را ارتقا دهد. درک چگونگی نامگذاری مؤثر یک محصول، می‌تواند به شما کمک کند تا نامی منحصr به‌فرد و متمركز بر برند، برای محصول خود انتخاب کنید؛ فرآیندی که می‌تواند روی استقبال مشتریان و بسیاری از عوامل مؤثر در فروش تأثیر بگذارد. اگر خواهیم به چند نمونه از موارد اهمیت انتخاب نام مناسب برای محصول اشاره کنیم، می‌توانیم از مواردی مانند ایجاد علاقه در میان مصرف‌کنندگان، کمک به تقویت هویت برند، کمک به ایجاد تمایز نسبت به رقبا، تأثیر بر اعتماد بلندمدت و وفاداری مشتری نام ببریم.**

حمیدرضا قنبریها گروه دانش و سلامت

### نام محصولات مشابه موجود در بازار را بررسی کنید

تحقیق بیشتر در مورد نام محصولات مشابه در بازار می‌تواند به شما کمک کند تا تعیین کنید مصرف‌کنندگان از کدام برندها، محصولات بیشتری خریداری می‌کنند و این‌که آیا انواع خاصی از نام‌های محصولات، محبوبیت بیشتری نسبت به سایرین دارد یا خیر. رقبا همچنین می‌توانند به شما کمک کنند تا بفهمید چه نوع نام‌هایی بهتر است و چه نام‌هایی را نمی‌توان درنظر گرفت. درواقع این بررسی برای تقلید از موفقیت‌های دیگران و اجتناب از تکرار شکست‌های آنها مهم است.

### احتمال تکراری بودن نام محصول را بررسی کنید

پس از ایجاد چند گزینه بالقوه برای نام محصول، یک جست‌وجوی آنلاین انجام دهید تا مشخص شود که سایر مشاغل یا محصولات، دارای نام مشابهی هستند یا خیر. همچنین می‌توانید برای کمک به این موضوع با یک متخصص حقوقی مشورت کنید. این مرحله به شما کمک می‌کند تا مطمئن شوید که ایده‌های منحصربه‌فردی دارید و نام‌هایی که ارتباط نزدیکی با نام محصولات رقیب دارند را حذف کنید.

### نام محصول را در معرض آزمایش قرار دهید

هنگامی که یک نام انتخاب کردید که با خود محصول و برند مطابقت دارد، می‌توانید شروع به آزمایش نحوه نمایش نام محصول در قالب‌های مختلف کنید. این می‌تواند شامل نشان روی محصول، برجسب محصول یا بسته‌بندی آن باشد. در این مرحله، می‌توانید تعیین کنید که کدام نوع نوشتار، طرح یا رنگ با نام محصول بهتر همخوانی دارد و این‌که آیا اصلا نام محصول در قالب‌های مختلف نمای خوبی دارد یا خیر.

### مخاطبان هدف خود را در نظر بگیرید

تعیین مخاطبان هدف، یک نکته مهم در طول فرآیند نامگذاری محصول است. به این دلیل که نام برگزیده‌شده، ارتباط مستقیمی با مخاطبان آن دارد و قرار است که آنها را تشویق به خرید محصول شما کند. برای مثال، یک برند پوشاک محبوب، کیفی جدید به عنوان بخشی از مجموعه تابستانی خود ارائه می‌دهد. آنها می‌دانند که مسافران بالقوه سفرهای تابستانی بوده‌و دوست دارند که وسایل ضروری خود را برای رفتن به مقاصد مختلف جمع‌آوری کنند. بنابراین نام کیف جدید تابستانی خود را «کیفی برای سفر» گذاشته است.

وی افزود: فن بازار از سال ۸۱ شروع به فعالیت کرده که ایده آن در همان زمان به معاونت علمی ارائه شد. سپس در نقشه جامع علمی کشور، شبکه فن بازار به‌عنوان یکی از حلقه‌های توسعه تجارت مورد تأکید قرار گرفت. وی با بیان این‌که توسعه این فن بازار با ابلاغ دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی صورت گرفت، ادامه داد: بر اساس این اقدام در یک دهه اخیر توسعه این شبکه آغاز شد به‌گونه‌ای

که اکنون در همه استان‌های کشور دفاتر فن بازار استانی راه‌اندازی شده است. محمد صالح خالقی، دبیر شبکه فن بازار ملی ایران معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری نیز در این نشست، گفت: بیش از ۷۰ کارگزار از سراسر کشور زیرمجموعه شبکه کارگزاران تجارت فناوری فن بازار ملی ایران فعالیت می‌کنند./ معاونت علمی و فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری



### نام محصول را با توفان فکری انتخاب کنید

چهار روش برای نامگذاری یک محصول وجود دارد: «نامگذاری توصیفی» که در آن، نام محصول به اندازه کافی نشان از کارایی آن دارد. «نامگذاری تجربی» که در آن کسب و کارها از کلمات شناخته‌شده برای درک هدف یک محصول استفاده می‌کنند. «نامگذاری برانگیزاننده» که در آن یک شرکت به دنبال انتقال نام تجاری خود با کمک نام محصولات است. «نامگذاری ابداعی» نیز برای زمانی است که کسب و کارها یک کلمه جدید ایجاد کرده یا کلمات موجود را برای تولید نام محصول ترکیب می‌کنند.

### از یک نظرسنجی استفاده کنید

می‌توانید با ایجاد یک نظرسنجی، گزینه‌های باقیمانده را با سهامداران کلیدی، مدیران شرکت و رهبران فروش یا بازاریابی، به اشتراک بگذارید. اگر بیشتر بازخوردهایی که دریافت می‌کنید به یک گزینه اشاره دارد، می‌توانید از همان نام برای محصول استفاده کنید. مدیران اجرایی همچنین ممکن است در مورد نحوه همسو بودن یا منعکس شدن نام شرکت نیز اطلاعاتی داشته باشند و بازخورد منحصر به فردی در مورد نحوه تنظیم آن ارائه دهند.

### از نظرات مشتریان استفاده کنید

هنگام عرضه اولیه یک محصول از آنجا که برای اولین بار مشتریان شما با محصول جدیدتان تعامل برقرار می‌کنند، می‌توانید با خواندن نظرات، رسانه‌های اجتماعی و همچنین امکان بحث در پنل مشتریان درباره محصول و نام آن بازخوردهای مختلفی جمع‌آوری کنید. روی قابل تشخیص بودن نام تمرکز کنید تا مشتریان آینده بتوانند محصول را با برند و شهرت آن تطبیق دهند.

### نحوه ارتباط نام محصول با خود محصول را در نظر بگیرید

مشتریان نام محصول شما را با خود محصول ارتباط می‌دهند. درنظر بگیرید که چگونه نام محصول ممکن است بر درک مصرف‌کنندگان آن تأثیر بگذارد. یک نام موفق می‌تواند به مصرف‌کنندگان در مورد هدف محصول یا احساس آنها در مورد محصول کمک کند. هدف از نامگذاری این است که با ارزش‌های شرکت و هدف اصلی آن مرتبط باشد. بنابراین بگوئید تا موردی برای ایجاد تعادل پیدا کنید.

### در مسیر موفقیت

## راهکارهای پیشتازی در مصاحبه کاری



داوطلب در انتخاب شغلش به‌شمار می‌رود. فقط حواس‌تان باشد که در این راه زیاده‌روی نکنید. برای این کار، عموم مردم سعی می‌کنند آمارهای داده‌هایی را از وب‌سایت خود شرکت مطرح کنند اما شما یک‌قدم فراتر بروید! افکار، ایده‌ها و ارزش‌های خود را در اطلاعاتی که در مورد شرکت جمع‌آوری کرده‌اید، بگنجانید.

### نمایه

و به همین دلیل با وجود افزایش بیشتر فروش واحد، سود از سال ۹۹ تا ۱۴۰۰ تقریباً نصف شد. برای سال ۱۴۰۱، تحلیلگران درآمد و فروش واحد را کسری از میزان فروش ۹۹/ ۱۴۰۰ می‌بینند، زیرا بسیاری از کشورها قوانین اجبار استفاده از ماسک را کنار گذاشته و بسیاری از مردم به عادت‌های قبل از همه‌گیری خود باگشته‌اند. برای سال‌های آینده، پیش‌بینی می‌شود تعداد افرادی که از ماسک‌های صورت استفاده می‌کنند بیشتر کاهش یابد و استفاده از آنها تا حد زیادی محدود به اعضای جامعه پزشکی و افراد آسیب‌پذیر شود؛ مگر این‌که باز با تازه‌وارد جدیدی از دنیای ویروس‌ها روبه‌رو شویم!

منبع: مرکز تحلیل بازار استیتستا

### جلسه مصاحبه را از زیبایی کنید

با وجود این‌که شکست پل پیروزی است اما هیچ‌گاه به دنبال این نباشید که اگر در مصاحبه کاری رد شدید، از سمت شرکت بازخورد دریافت کنید که علت شکست‌تان چه بوده است. بهترین راهکار این است که خودتان بعد از جلسه مصاحبه، ارزیابی واقع‌بینانه‌ای از عملکرد خود داشته باشید. چطور می‌توانستید عملکرد بهتری داشته باشید؟ برای چه سوالاتی احساس آمادگی نکردید؟ آیا لحظاتی وجود داشت که شما را دچار اضطراب خاصی کرد؟ همچنین به رفتار و زبان بدن مصاحبه‌کننده فکر کنید. آیا در طول مصاحبه نکاتی وجود داشت که آنها به شیوه‌ای نامطلوب پاسخ دادند؟ آیا عدم تطابقی که حس می‌کنید مختص این شرکت و موقعیت است؟ یا پیش‌بینی می‌کنید ممانعی برای به‌دست آوردن مشاغل دیگر با تقاضاهای مشابه در همان صنعت باشد؟ به تمام موارد فکر کنید و در صورت امکان روی نقاط ضعف کار کنید.

### رویکرد خود را تغییر دهید و به صفحه جست‌وجوی کار برگردید

در نظر گرفتن مواردی که در آخرین درخواست یا فرآیند مصاحبه شما با هم هماهنگ نبود، کافی نیست تا همه چیز در طول دور بعدی در جای خود قرار گیرد. فهرستی از چیزهایی که می‌توانید تغییر دهید و مدیران استخدام به‌دنبال آن هستند فراهم کرده و روی آن کار کنید. شاید این به آن معنی است که نیاز باشد تخصص‌های بیشتری را به رزومه خود اضافه کنید یا حتی متوجه شوید که باید تغییری در نوع شغل مورد انتظارتان ایجاد کنید. این روند را به اندازه کافی تکرار کنید و فقط کمی زمان نیاز خواهید داشت که پیشنهاد کاری خوبی دریافت کنید. مطمئن باشید در این صورت شغلی که اتفاقی سر راه‌تان قرار گرفته نصیب‌تان نمی‌شود؛ به سر کاری می‌روید که برایش برنامه‌ریزی و تلاش کرده‌اید. /برگرفته از: Forbes

# کسب و کار

## BUSINESS

دوشنبه ۲۶ دی ۱۴۰۱ ۶۴۰۸ شماره

### کارآفرین موفق

## ویژگی‌های شخصی که باید قبل از نوشتن طرح کسب و کار بررسی کنید



فرزاد سولهیانی‌آزاد گروه دانش و سلامت

شاید بارها شنیده باشید که نوشتن طرح کسب‌وکار یا همان Business Plan اولین قدم برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان است اما بهتر است پیش از این‌که دست به این کار بزنید محرک‌ها، نقاط قوت و مفروضات واقعی خود را تحلیل کنید. گاهی اگر بتوانید بررسی دقیقی از آنچه درون‌تان می‌گذرد به دست آورید، ممکن است به این نتیجه برسید که تغییری در برنامه خود ایجاد کنید یا حتی درپایید که راه‌اندازی کسب‌وکار خودتان آن رویایی که فکر می‌کردید، نیست. برای این کار اصول زیر و نحوه اعمال آنها را در نظر بگیرید:

### ابتدا علت اشتیاق خود را شناسایی کرده و گزینه‌های جایگزین را برای رسیدن به آن رایادداشت کنید

برای مثال یک مخترع، تمام فکر و ذکرش تولید محصول است و شاید مدیریت تجارت محصولش چندان حس خوبی برای او به همراه نداشته باشد. ممکن است کار کردن برای یک شرکت با درآمد کافی که بتواند در کنار آن رویایش را به عنوان سرگرمی دنبال کند به مراتب رضایتبخش‌تر و سازنده‌تر باشد.

### منابع خود و همچنین منابع مالی‌ای که می‌توانید فراهم کنید را ارزیابی کنید؛ ممکن است در فکر توسعه

یک فناوری جدید تراشه سلولیگونی باشید اما کمی تحقیق به شما می‌گوید که اکثر راه‌حل‌های مشابه به میلیاردها تومان سرمایه‌گذاری و صرف زمان بسیار بیشتر از آنچه تصور می‌کردید، نیاز دارد؛ شاید بهتر باشد ایده دیگری را جایگزین کنید که براساس شرایطاتان مقرون به‌صرفه‌تر و قابل اجراتر باشد.

### به جای توصیه دیگران، براساس توانمندی‌ها و علاقه‌مندی‌های‌تان تصمیم بگیرید؛ مردم

توصیه‌های مختلفی می‌کنند اما جذاب به نظر رسیدن و واقعا جذاب بودن دو چیز متفاوت هستند. به بیشن خود اعتماد کنید و اگر مجبورید از دیگران ایده‌های تجاری بخواهید، موقعیت فعلی خود را تا زمانی که از مناسب بودن ایده و قابل اجرا بودنش مطمئن نشده‌اید، رها نکنید.

### جدید یا کهنه بودن فرصتی که برای‌تان پیش آمده را بررسی کنید؛ اگر ایده‌ای برای مدت طولانی اجرایی

نشده، احتمالا بارها امتحان شده و با نتایج خوبی روبه‌رو نشده است. سعی کنید تا حد امکان به دنبال فرصت‌های جدید یا نوظهور باشید. زمان در کسب‌وکار عامل تعیین‌کننده‌ای است، بنابراین پاسخ سریع به چالشی جدید با ارائه یک راه‌حل مناسب، همیشه شانس موفقیت را بهبود می‌بخشد.

### توانایی خود را برای جلو زدن از رقبا و کپی‌کننده‌های احتمالی ایده‌تان محکم کنید؛ در تجارت، همیشه

شخصی وجود خواهد داشت که پول بیشتر، موقعیت مکانی بهتر یا منابع بیشتری داشته باشد و آماده باشد تا ایده شما را بگیرد و شما را از گود رقابت خارج کند. شما نیاز به ثبت مالکیت معنوی، مانند ثبت اختراع، ایجاد شرایطی برای حفظ اسرار تجاری، یا دانش فنی فرایند دارید، که مانعی در برابر از دست رفتن کسب‌وکارتان شود.

### یک نمونه اولیه را قبل از توسعه یک طرح تجاری آزمایش کنید؛ کسب‌وکارهای موفق حول راه‌حل‌هایی

ساخته می‌شود تا کار می‌کنند. بازار دارد و مقاس‌پذیر است. بسیاری از طرح‌های تجاری موفق براساس یک رویا، با هزینه‌های قابل قبول، حاشیه‌های منطقی و بر مبنای تقاضای مشتری ساخته شده است. قبل از وارد عمل شدن، اشتیاق خود را براساس بازخورد در مورد نمونه اولیه متعادل کنید.

### ثبات فیزیکی، ذهنی و عاطفی خود را آزمایش کنید؛ صاحبان کسب‌وکارهای جدید اغلب با نادیده گرفتن

سلامت جسمی، روانی و عاطفی خود را در شرایط نامساعدی قرار می‌دهند. شما باید مطمئن باشید که می‌توانید استرس روحی و عاطفی را تحمل کنید، برای خانواده وقت بگذارید و تعادلی در فعالیت‌های اجتماعی و فیزیکی غیرکاری ایجاد کنید.

### دانش‌بنیان

## تا ۳ سال آینده دانش‌بنیان‌ها به سفره مردم می‌آید

معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان رئیس‌جمهور، یکی از برنامه‌های اصلی این معاونت که سه سال نیز برای آن زمان‌بندی درنظر گرفته شده را اعلام و به سرانجام رساندن طرح‌های مؤثر بر سفره و زندگی مردم با کمک دانش‌بنیان‌ها را به صورت کنسرسیوم عنوان کرد. براساس آمار موجود، تعداد شرکت‌های دانش‌بنیان به ۲۲۴۵ شرکت رسیده و سهم شرکت‌های دانش‌بنیان تا سال گذشته در اقتصاد ملی کمتر از ۵درصد بوده است. سهم دانش‌بنیان‌ها از صادرات کشور نیز کمتر از ۲درصد و از ابعاد اشتغال هم این سهم زیر یک درصد اعلام شده است. به گفته دکتر دهقانی، یکی از بزرگ‌ترین اهدافی که در دوره جدیدمدیریتی معاونت علمی وفناوری دنبال می‌شود، این است که فرصت‌هایی که برای انجام کارهای بزرگ وجود دارد به شکل مستقیم بر زندگی مردم تأثیر می‌گذارد را بیگیرکند و دنبال کنند. وی افزود: ما به دنبال آن هستیم که تعداد حداقل ۲۰ طرح پیشران در حوزه حمل و نقل، سلامت، دارو و انرژی را که به صورت مستقیم در زندگی مردم نقش دارند با کنسرسیوم‌هایی برای در کنار هم قرار گرفتن و همکاری شرکت‌های دانش‌بنیان و به صورت پروژه‌ای به نتیجه برسانیم./ایرنا