

تأثیر کرونا بر کسب و کارهای صنایع خلاق و فرهنگی

سه اشتباه مهم
هنگام شروع کسب و کار

پالتو:

دوزیبا، دوخت تدریجی یک رویا



اگر کسب و کار شما هم در حوزه‌های صنایع خلاق فعالیت خود را به شکلی شروع کرده است که شاید در ابتدای راه و مسیر کرونا احساس کردید که برای شما آینده‌ای وجود ندارد، باید بگوییم که می‌توانید با کمک برخی از روش‌ها و شیوه‌های بازاریابی آنلاین حتی از تأثیر مثبت کرونا هم استفاده کنید... این مطلب را در این مقاله دنبال کنید.

تریبون اول

گشتی در شهر آی‌قصه

تریبون چهارم

از چرخه موشی خارج شوید

داستان موفقیت

بسته‌بندی‌های فاخر در سنایک



فهرست مطالب

- ۴..... سرمقاله: کرونا و صنایع خلاق
- ۶..... گزارش عملکرد کارگروه خلاق در فصل تابستان
- ۱۰..... مصاحبه با شرکت خلاق آینده سازان هوشمند دادسان
- ۱۲..... مربی؛ مطالب آموزشی کسب و کار
- ۱۴..... پیوند نور و نما
- ۱۶..... معماری ایرانی، ظرفیت ها و چالش ها
- ۱۸..... معرفی کتاب های حوزه کسب و کار و استارتاپی
- ۲۰..... تحلیلی از فضای صنعت بازی های رایانه ای
- ۲۲..... اسباب بازی و خلاقیت
- ۲۲..... من یک «بازی دوست» هستم
- ۲۴..... معرفی چهار اپلیکیشن خلاق
- ۲۶..... بسته بندی های فاخر در سنایک
- ۲۸..... تحلیلی از فضای صنعت مد و لباس
- ۲۹..... دوزیبا، دوخت تدریجی یک رویا
- ۳۰..... آی قصه؛ قصه گفتن و قصه شنفتن
- ۳۱..... خاله قزی؛ کتاب تعاملی و انیمیشن
- ۳۲..... دکه اخبار
- ۳۴..... رسانه، نوآوری و تجارت
- ۳۶..... از چرخه موشی خارج شوید
- ۳۸..... تحلیلی از فضای صنعت انیمیشن

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



برنامه توسعه زیست بوم
شرکت های خلاق



ویژه نامه پاییز ۱۳۹۹

تهیه کننده:

دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق

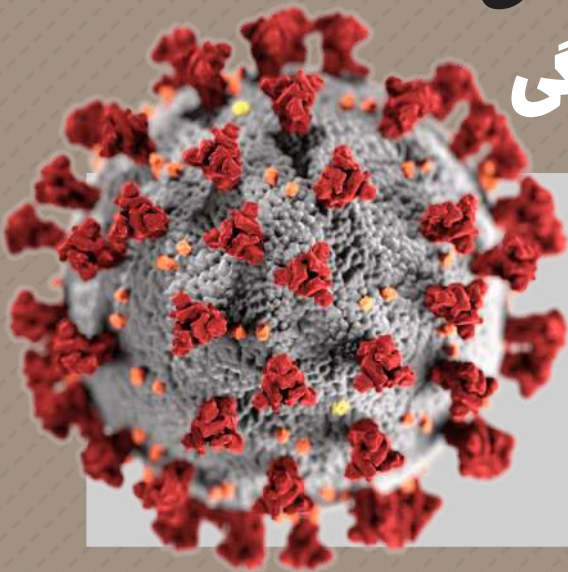
دبیر کارگروه:

سید محمد حسین سجادی نیری

همکاران این ویژه نامه:

- هلدینگ رسانه ای دیده بان
- بنیاد ملی بازی های رایانه ای
- انجمن موسسات مد و لباس کشور
- خانه انیمیشن
- مرکز نوآوری فرهنگی امید

تأثیر کرونا بر کسب و کارهای صنایع خلاق و فرهنگی



این روزها همه ما شاید به صورت روزانه بارها و بارها نام کرونا را می شنویم، اما باز هم شاید برای شما این سؤال ایجاد شود که چگونه می توانیم تأثیر کرونا بر کسب و کارهای صنایع خلاق و فرهنگی را اندازه گیری کنیم و یا آن را کم کنیم؟ اینکه وظیفه اصلی ما چیست و چه کاری باید انجام دهیم؟ آیا کسب و کار ما باید کار خاصی انجام دهد که از تأثیرات کرونا به دور باشد؟ امروز با ما همراه باشید تا ابعاد و زوایای مختلف این موضوع را به شیوه ای جدید بررسی کنیم!

می توانید با کمک برخی از روش ها و شیوه های بازاریابی آنلاین حتی از تأثیر مثبت کرونا هم استفاده کنید! بله تعجب نکنید! به لطف کرونا بسیاری از مردم این روزها به خرید آنلاین اعتماد کرده اند و حتی تعداد زیادی از مایحتاج روزانه خود را به صورت روزانه تأمین می کنند.

چگونه با کمک اینترنت، تأثیر کرونا بر صنایع خلاق را مثبت کنیم؟

این روزها کسب و کارهای آنلاین بی شماری هستند که قادرند به صورت روزانه سود کنند و کسب درآمد زیادی داشته باشند. شاید می پرسید که آنها با چه روشی توانسته اند که از کرونا در امان باشند؟ چه موضوعی باعث شده است که آنها قادر باشند، کسب و کارشان را تا این اندازه رشد دهند؟ کلید برنده این صنایع خلاق چیست؟ آنها چگونه می توانند در عرصه استارتاپی، فعالیت کنند و موفق باشند؟

این روزها باتوجه به این که کسب و کارهای آنلاین زیادی وجود دارد که فعالیت دارند، بازاریابی آنلاین و شیوه هایی که با کمک آنها می توان اعتمادسازی کرد، پیشرفت زیادی داشته است و شاید همین موضوع باعث شده است که یک کسب و کار قادر باشد، مشتریان بیشتری را به دست آورد. در

تأثیر کرونا بر کسب و کارهای صنایع خلاق و فرهنگی

کرونا، ویروس منحوسی که نه تنها روند عادی زندگی را از ما دور کرد، بلکه باعث شد ما بارها و بارها با این موضوع به مشکل برخورد کنیم که چگونه قادر هستیم که یک روند جدید را شروع کنیم! روندی آنلاین و به دور از یکدیگر تا بتوانیم زندگی کنیم. در واقع کرونا باعث شد که ما نتوانیم مانند گذشته به یکدیگر نزدیک باشیم. این موضوع در ابتدا کمی بحث برانگیز بود و چالش های خاص خود را ایجاد می کرد، اما در نهایت برای همه ما به روندی عادی رسید.

همه ما می دانیم که صنایع خلاق و فرهنگی، استارتاپی، نوآوری و کارآفرینی در چند ماه گذشته یا رشد شدیدی را تجربه کرده اند و با به صورت کلی از صحنه روزگار محو شده اند! بسیاری از کسب و کارها شکست خوردند و بسیاری از آنها هم به شیوه ای جدید وارد عرصه و بازار شده اند. تا به حال برای شما پیش آمده است که کسب و کاری را ببینید که چگونه بدون هیچ روند خاصی قادر باشد، خود را در بازار این روزها حفظ کند؟

اگر کسب و کار شما هم در این زمینه فعالیت خود را به شکلی شروع کرده است که شاید در ابتدای راه و مسیر کرونا احساس کردید که برای شما آینده ای وجود ندارد، باید بگوییم که

نتیجه‌گیری: چگونه باید تأثیرات کرونا بر صنایع خلاق را خنثی کنیم؟

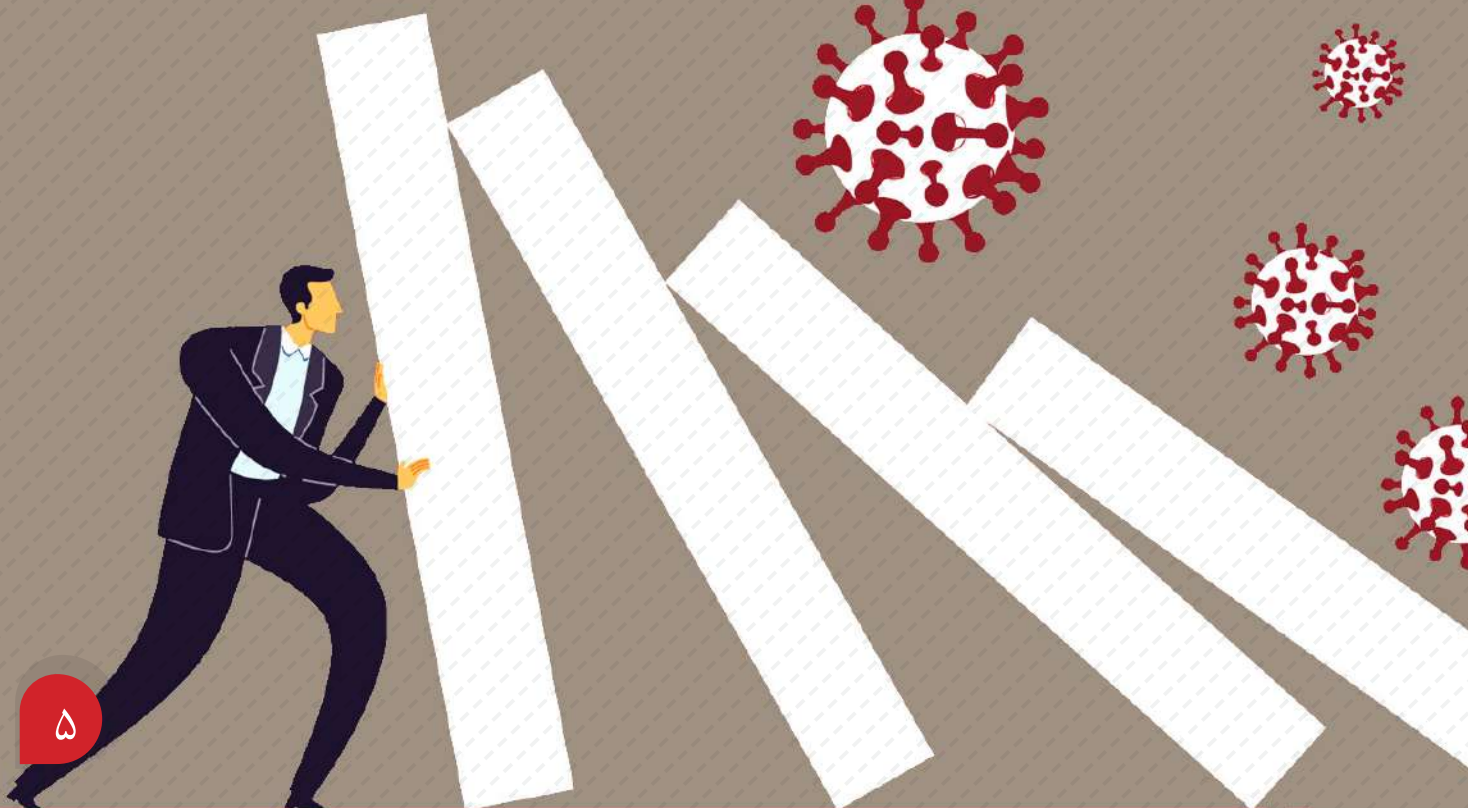
آخرین بحثی که می‌خواهیم به آن بپردازیم، بر مبنای تمام اطلاعاتی است که در بالاتر به شما ارائه کردیم! شما باید بدانید که می‌توانید با کمک دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی آنلاین که دنیای بسیار گسترده‌ای دارد، کسب‌وکاری را بنا کنید که روزانه ده‌ها میلیون تومان فروش داشته باشد. شاید فکر می‌کنید که با کرونا چنین چیزی امکان‌پذیر نیست، اما باید دوباره تکرار کنیم که از زمان شیوع کرونا اعتماد مردم به کسب‌وکارهای اینترنتی بیشتر شده است. حالا این شما هستید که باید تصمیم‌گیری کنید که کدام راه را باید انتخاب کرد!

نظر شما در این رابطه چیست؟ آیا کسب‌وکاری را می‌شناسید که با کمک کرونا توانسته باشد، فروش خود را چند برابر کند؟ در این زمینه چه تجربیات مثبت یا منفی دارد؟ شما می‌توانید جواب این سوالات به همراه نظرات خود را در انتهای همین مقاله با ما و دیگر افرادی که علاقه‌مند به صنایع خلاق، استارت‌آپ، کارآفرینی و نوآوری هستند به اشتراک بگذارید.

واقع اگر بخواهیم تأثیرات کرونا را بر صنایع خلاق بررسی کنیم با این موضوع برخورد می‌کنیم که آن کسب‌وکار چگونه با کرونا رفتار کرده است؟

شاید کمی گیج شده باشید، اما حقیقت این است که اگر کسب‌وکاری از کرونا استفاده کرده باشد، به طور قطع در حال حاضر درآمد و بازار خود را گسترش داده، اما در نقطه مقابل کسب‌وکاری که فعالیت خاصی در این زمینه انجام نداده است، این روزها در حال اخراج کارمندان خود است و می‌تواند مشاهده کند که در حال شکست است.

شما با کرونا چگونه رفتار کردید؟ آیا سعی کردید که با کمک گرفتن از آن کسب‌وکاران را بهبود بخشید؟ مشتریان بیشتری جذب کنید؟ روزانه درآمد بالاتری داشته باشید؟ صنایع بیشتری را مورد بررسی قرار دهید؟ راهکار عملی شما برای مقابله با کرونا و تأثیرات منفی آن بر استارت‌آپ، کارآفرینی، نوآوری و صنایع خلاق چه بود؟





آمار شرکت‌های خلاق تابستان ۱۳۹۹



تعداد مبادی: ۱۵۲
تعداد شرکت‌ها: ۱۵۲



حمایت از معرفی شرکت‌های خلاق در رسانه استارت‌آپی شنبه

ایرانی و استارت‌آپ‌های نوپا، پوشش اخبار و رویدادهای خبری حوزه استارت‌آپ از مهم‌ترین اهداف این هفته‌نامه است. دبیرخانه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق در راستای حمایت از معرفی و ترویج فعالیت‌های شرکت‌های خلاق در رسانه‌های گوناگون در نظر دارد با ارائه حمایت مالی از معرفی این شرکت‌ها در وب‌سایت و صفحه اینستاگرام این رسانه حمایت کند.

هفته‌نامه شنبه رسانه اختصاصی در حوزه استارت‌آپ‌ها در ایران است. ترویج فرهنگ کارآفرینی و اشتغال‌زایی، معرفی استارت‌آپ‌ها و زمینه‌های دارای ظرفیت راه‌اندازی استارت‌آپ در ایران، آشنا کردن مخاطبان با نمونه‌های موفق و ناموفق خارجی، آموزش چگونگی راه‌اندازی یک استارت‌آپ، گفت‌وگو با صاحبان استارت‌آپ‌های بزرگ



تبلیغات بنری:

شامل پوستر ثابت یا متحرک تبلیغاتی در صفحه اول وب‌سایت شنبه (به مدت ۲ هفته)

تعرفه ثابت: ۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال تعرفه با حمایت: ۲,۵۰۰,۰۰۰ ریال

تبلیغات اینستاگرام و ریورتاژ وب‌سایت:

پست خبری در صفحه اینستاگرام شنبه مگ (به مدت ۵ روز)

تعرفه ثابت: ۴,۵۰۰,۰۰۰ ریال تعرفه با حمایت: ۲,۲۵۰,۰۰۰ ریال

استوری خبری در صفحه اینستاگرام شنبه مگ (به مدت ۲۴ ساعت)

تعرفه ثابت: ۲,۵۰۰,۰۰۰ ریال تعرفه با حمایت: ۱,۲۵۰,۰۰۰ ریال

نکته: مورد اخیر صرفاً جهت درج گزارش‌های خبری مانند برگزاری رویداد و دوره آموزشی است و معرفی شرکت‌های خلاق فقط در قالب ترکیب مورد فوق به همراه ریورتاژ آگهی در سایت (به صورت ترکیب وب‌سایت و اینستاگرام همزمان) (ریورتاژ + پست) یا (ریورتاژ + استوری) امکان پذیر است.

ریورتاژ آگهی معرفی شرکت در صفحات میانی وب‌سایت:

تعرفه ثابت: ۹,۴۵۰,۰۰۰ ریال تعرفه با حمایت: ۴,۷۲۵,۰۰۰ ریال

از شرکت‌های خلاقه علاقه‌مند دعوت می‌شود پس از انتخاب (یکی از ۲ مورد فوق) درخواست خود را از طریق ایمیل icreative.promot@gmail.com اعلام کنند. پس از تایید دبیرخانه خلاق و برقراری ارتباط با واحد روابط عمومی شنبه و پس از اجرای کار با ارائه فاکتور به آدرس ایمیل فوق وجه حمایتی خود را دریافت کنند.



حمایت از تسهیل خدمات ارزی

● افتتاح حساب بین المللی برای شرکت های خلاق و دانش بنیان با ۲۰ درصد تخفیف بدین منظور متقاضیان محترم می توانند جهت درخواست هر یک از موارد فوق و آشنایی با سایر خدمات ارزی مجموعه ایرانیکارت با شماره تماس ۰۹۱۰۰۰-۰۲۱ یا ۰۳۱-۳۱۱۱۷ (داخلی ۱۰۲-سرکار خانم کریمی) تماس بگیرند.

شایان ذکر است تمامی خدمات ارزی ایرانیکارت از طریق پایگاه اینترنتی www.iranicard.ir قابل مشاهده و دسترسی است.

با توجه به مذاکرات و توافقات به عمل آمده با شرکت اندیشه پردازان پالیز (ایرانیکارت)، شرکت یاد شده در راستای همراهی با برنامه های توسعه زیست بوم شرکت های خلاق و دانش بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در قالب موارد ذیل با شرکت های خلاق و دانش بنیان همکاری می کند.

● افتتاح حساب پی پال برای شرکت های خلاق و دانش بنیان با ۳۰ درصد تخفیف
● انجام خدمات پرداخت ارزی با ۴۰ درصد تخفیف روی کارمزد ایرانیکارت

سرویس پاسخگویی (CRM) دبیرخانه شرکت های خلاق

یکی از مشکلاتی که در مسیر امور دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق وجود دارد، عدم آشنایی متقاضیان پذیرش شرکت خلاق و شرکت های پذیرفته شده با آیین نامه ی برنامه، فرایندهای پذیرش، درخواست استفاده از حمایت ها و امور اطلاع رسانی و رسانه ای دبیرخانه برنامه است. از این رو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری اقدام به راه اندازی مرکز پاسخگویی آنلاین کرده تا در کنار ایجاد بستری عادلانه برای تمامی افراد و شرکت ها، مسائل مربوط به ثبت نام و ارزیابی، حمایت از شرکت ها و امور اطلاع رسانی این دبیرخانه به صورت برخط و مکتوب از طریق سامانه پاسخگویی (crm.isti.ir) پاسخ داده شود. از این رو دبیرخانه برنامه توسعه زیست بوم شرکت های خلاق به منظور بهبود فرایند پاسخگویی، با استفاده از سامانه پاسخگویی تحت وب آماده پاسخگویی به عموم هموطنان عزیز و شرکت های خلاق است. کاربران در این سامانه می توانند سوالات خود را پیرامون یکی از موضوعات زیر مطرح کرده و پاسخ آن را از طریق همین سامانه پیگیری کنند.

- ۱- شرکت های خلاق صنایع فرهنگی - پذیرش و ثبت نام
- ۲- شرکت های خلاق صنایع فرهنگی - حمایت ها و خدمات
- ۳- شرکت های خلاق صنایع فرهنگی - روابط عمومی و رسانه



وبینارهای تخصصی کسب و کار

حمایت از حضور شرکت های خلاق جهت حضور در وبینارهای تخصصی به ویژه در ایام درگیری با کرونا در فصل تابستان نیز انجام شد.

عناوین برخی از این دوره ها با همکاری مرکز توانمندسازی شرکت های دانش بنیان استان خراسان رضوی:

- وبینار آشنایی با تسهیلات نظام وظیفه تخصصی شرکت های دانش بنیان | ۲۵ تیرماه
- وبینار رایگان آشنایی با تدوین متن قراردادها و معاملات تجاری | ۱۶ مردادماه
- وبینار رایگان نحوه استفاده از بزرگترین شبکه تبلیغاتی جهان، گوگل ادز | ۲۲ مردادماه
- وبینار رایگان الزامات قانونی بیمه تامین اجتماعی در شرکت های تجاری | ۲۸ مردادماه
- وبینار رایگان آشنایی با روابط عمومی آنلاین و کارکردهای آن | ۱۳ شهریور
- وبینار رایگان الزامات قانونی مالیات در شرکت های تجاری | ۲۰ شهریور



عناوین برخی از این دوره ها با همکاری کریدور توسعه صادرات:

- ورک شاپ بلندمدت آنلاین «مدیریت صادرات کاربردی ۲۰۲۰» | ۱۱ الی ۱۴ تیرماه

عناوین برخی از این دوره ها با همکاری کارن کراد:

- وبینار آموزشی «مدیریت بهای تمام شده برای کسب و کارهای نوپا» | ۱۷ تیرماه
- وبینار آموزشی «آشنایی با تکنیک های ارائه به سرمایه گذار» | ۵ مردادماه
- وبینار آموزشی «آشنایی با اصول کاربردی اینستاگرام مارکتینگ» | ۲۳ مردادماه



حمایت از تبلیغات در پلتفرم تبلیغات آنلاین یکتانت

با توجه به مذاکرات و توافقات به عمل آمده با شرکت ایماژ رایور، پلتفرم تبلیغات آنلاین یکتانت، در راستای همراهی با برنامه‌های توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق و دانش‌بنیان معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در قالب موارد ذیل با شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق همکاری می‌کند.

■ یک عدد رپورتاژ آگهی رایگان در رسانه‌ها و خبرگزاری‌های مطرح و معتبر

■ تخفیف ۲۰ درصدی در کمپین‌های انتشار رپورتاژ آگهی و کمپین رسانه‌ای

■ تخفیف ۳۰ درصدی برای تبلیغات بنری ثابت در رسانه‌ها و خبرگزاری‌های معتبر

■ یک ماه استفاده رایگان از سرویس رایگان تبلیغات ریتارگتینگ

■ تخفیف ۲۰ درصدی برای استفاده از سرویس ایمیل مارکتینگ

متقاضیان محترم می‌توانند جهت درخواست هریک از موارد فوق اقدام به ثبت سفارش کنند.

شایان ذکر است متقاضیان محترم جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند با شماره ۰۲۱۴۵۱۹۵۰۰۰ (سرکار خانم حمزه‌ای داخلی ۱۰۰) تماس بگیرند.

وبسایت: yektanet.com



ارائه خدمات آزمایشگاهی به شرکت‌های خلاق

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری از شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق برای دریافت خدمات آزمایشگاهی از طریق باشگاه مشتریان شبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی حمایت به عمل می‌آورد.

بدین منظور شرکت‌های خلاق می‌توانند با ورود به کارتابل خود در باشگاه مشتریان شبکه آزمایشگاهی از طرح تخفیف ۵۰ درصدی شبکه آزمایشگاهی راهبردی تا سقف ۴۰ میلیون ریالی با عنوان «اعتبار ویژه شرکت‌های خلاق - سال ۱۳۹۹» تا پایان سال ۱۳۹۹ بهره‌مند شوند.

مراحل درخواست:

- مراجعه به سایت (my.labsnet.ir)
- ورود به کارتابل فردی با استفاده از نام کاربری و رمز عبور (توسط دبیرخانه به مدیرعامل شرکت پیامک شده) و انتخاب گزینه طرح‌های تخفیف خدمات آزمایشگاهی
- انتخاب طرح «اعتبار ویژه شرکت‌های خلاق - سال ۱۳۹۹»
- انتخاب و بارگذاری فایل مدرک مورد نیاز
- بررسی درخواست و تایید اعتبار توسط شبکه آزمایشگاهی

پس از تایید شبکه، شرکت خلاق می‌تواند به آزمایشگاه‌های عضو شبکه مراجعه و از اعتبارات خود استفاده کند.

شرکت‌های خلاق جهت کسب اطلاعات بیشتری می‌توانند با شماره تماس ۰۹۰۱۷۲۰۰۷۶۰ سرکار خانم نعمتی تماس بگیرند.



جشنواره خلاق برتر

داوران متخصص در حوزه‌های صنایع خلاق مورد ارزیابی قرار گرفته و برگزیدگان آنها مطابق جدول مورد تقدیر قرار خواهند گرفت. مهلت ثبت‌نام در این جشنواره تا ۱۵ مهرماه بوده و برگزیدگان در مراسمی با حضور مسئولان کشوری مورد تقدیر قرار خواهند گرفت.

اطلاعات بیشتر: ircreative.isti.ir

همچنین در تابستان ۹۹ وینارهای تخصصی رایگان در قالب دوره‌های صنایع خلاق در حوزه‌های مرتبط با صنایع خلاق و فرهنگی برگزار شد که آرشیو فیلم‌های این وینارها در آدرس aparat.com/ircreative در دسترس است.

جشن هزاره شرکت‌های خلاق و جشنواره «خلاق برتر» با هدف انتخاب و تقدیر از شرکت‌های خلاق برتر و استارت‌آپ‌های صنایع خلاق موفق در حوزه‌های ذیل آیین‌نامه برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق و همچنین تجلیل از شتاب‌دهنده‌ها، مراکز نوآوری (فعال در حوزه صنایع خلاق) و مراکز همکار دبیرخانه خلاق برگزار می‌شود.

در این راستا شرکت‌های خلاق تایید شده و یا استارت‌آپ‌های حقیقی در حوزه‌های ذیل برنامه توسعه زیست‌بوم شرکت‌های خلاق، همچنین مراکز نوآوری و شتاب‌دهنده‌های فعال در حوزه‌های صنایع خلاق با توجه به معیارهای مشخص و توسط



ویدئوهای مباحث حقوقی استارت‌آپ‌ها

○ قرارداد سرمایه‌گذاری

○ قرارداد موسسین

○ قرارداد عدم افشا

مشاوره حقوقی

○ امور ثبت شرکت و برندها

○ امور مالیاتی و تامین اجتماعی

دادسان

انتخاب آنلاین وکلای متخصص

طی سال‌های اشتغال در دادگستری در تعامل با وکلا و مردم متوجه یک سری نیاز اساسی شدم. مردم از نبود مرجعی برای بررسی عملکرد و سوابق وکلای رنج می‌بردند و نمی‌توانستند وکیل مناسب خودشان را از جهت تخصص و هزینه به راحتی پیدا کنند و به جهت نبود شفافیت در این حوزه از اعتمادشان به عملکرد وکلای کاسته شده بود. وکلای هم با توجه به اینکه به جهت حفظ شئونات شغلی و ضوابط قانونی ممنوع تبلیغ هستند، نمی‌توانستند به راحتی توانایی و ظرفیت‌هایشان را به مردم معرفی کنند و همیشه یکی از دغدغه‌های مهم وکلا، اخذ پرونده بدون تبلیغ و با حفظ شأن وکالت بود.

پس این دو گروه به بستری جهت تسهیل ارتباط برای رفع نیازهایشان احتیاج داشتند. در همین راستا در اسفند سال ۹۵ این ایده را در یک رویداد استارت‌آپی در دانشگاه خواجه نصیر مطرح کردم و متعاقب استقبال حاضران، یک تیم‌سازی موفق صورت گرفت و در حال حاضر نیز با همراهی همان تیم در حال توسعه دادسان هستیم.

در اکثر ساعات روزهای اولیه در پارک‌ها، کافه‌ها و هر جایی که امکان جمع شدن بچه‌ها بود مشغول طراحی سناریوی کامل یک سامانه آنلاین حقوقی با تمام جزئیات بودیم ولی متوجه شدیم که ادامه راه بدون طراحی مدل کار و نقشه راه ممکن نیست. از این رو در دوره آواکمپ شتاب‌دهنده آواتک حضور پیدا کردیم و ضمن دریافت آموزش‌های لازم موفق به راه‌اندازی نمونه اولیه دادسان در تیرماه سال ۱۳۹۶ شدیم.

در سال ۹۷ با حمایت مرکز فناوری شرکت سامسونگ موفق به توسعه بیشتر سامانه دادسان شدیم و در سال ۹۸ موفق به اخذ پذیرش از مرکز مدیریت فناوری و توسعه نوآوری دانشگاه امیرکبیر شدیم و تاکنون در همان مرکز در حال توسعه نرم‌افزار دادسان هستیم.

دادسان

استارت‌آپ نیز مانند هر کسب و کار دیگری با مشکلات حقوقی مختلفی روبرو می‌شود از جمله نوشتن قرارداد، گرفتن مجوزهای مختلف، مشکلات حقوقی با کسب و کارهای دیگر و بسیاری مشکلات دیگر که می‌تواند با استفاده از راهنمایی‌های یک وکیل خوب در بسیاری از موارد این مشکلات را کم کند و از آنجایی که استارت‌آپ یک کسب و کار نو و چابک است نیازمند این است تا وکیلی با ویژگی‌های متناسب وجود داشته باشد تا بتواند مشکلات استارت‌آپ را حل کند.

تیتراول این ویژه‌نامه اختصاص دارد به مصاحبه با رضا تقی‌زاده دولت‌آبادی، مدیرعامل شرکت خلاق آینده سازان هوشمند دادسان.

تحصیلی، پژوهشی، اجرایی و تجارب آنها در همکاری با افراد و سازمان های مختلف مورد بررسی قرار می گیرد.

از اینرو زمانی که یک وکیل توسط سامانه به شخصی معرفی می شود بدین معنی است که تمام شاخصه های لازم را دارا بوده است.

تاکنون چه تعداد مخاطب ایجاد کرده‌اید و بازخورد آنها چگونه بوده است؟

تاکنون بیش از ۱۵۰۰۰ شخصیت حقیقی و حقوقی از سامانه دادسان استفاده کرده‌اند. در بسیاری موارد سرعت بالای ارسال پیشنهاد وکلای برای آنها قابل توجه بوده است و مواردی که اشخاص نیاز به خدمات وکیل در خارج از شهرهای خود داشتند و توانسته بودند بدون حضور در شهر مقصد مشکل شان را حل کنند بسیار خرسند بودند که با چنین سامانه‌ای آشنا شده‌اند. استارتاپ‌ها نیز به جهت اینکه راهکارهای مشکلات حقوقی خود را از وکلایی دریافت می‌کردند که به اکوسیستم استارتابی تسلط داشتند بازخورد بسیار خوبی داشتند.

تمایز شما نسبت به نمونه‌های مشابه‌تان چیست؟

می‌توان علاوه بر سرعت، از ارائه خدمات به صورت تخصصی توسط وکلایی که در حوزه مشکل شخص دارای تجربه کافی هستند، نام برد. همچنین دغدغه مند بودن سامانه دادسان در خصوص کیفیت خدمات ارائه شده نیز از ویژگی های بارز آن است.

برنامه شما برای ارتقای کسب و کار دادسان چیست؟

افزایش سرعت در معرفی مناسب ترین وکیل با کمک هوش مصنوعی و تسهیل هرچه بیشتر ارتباط مردم با وکلای افزایش دسترسی مردم به خدمات حقوقی از برنامه های دادسان است.

مطمئناً به کارگیری روش های صرفه جویی در وقت و هزینه وکلای و نیز ایجاد فضای رقابتی در کاهش هزینه خدمات حقوقی بسیار موثر است و جمع آوری اطلاعات و نظرات متقاضیان قبلی وکلای و ایجاد فضای شفاف اطلاعاتی، مقایسه و سنجشی آسان تر و باکیفیت تر را به ارمغان خواهد آورد.

در همین راستا دادسان تمام نیازهای حقوقی استارتاپ‌ها و شرکت‌های خلاق از مرحله راه اندازی تا مراحل رشد و سرمایه پذیری و تعامل با کارمندان و شرکای تجاری و غیره را از طریق ارائه خدمات مشاوره و تنظیم و بررسی قرارداد پوشش می دهد.

همچنین دادسان در موضوعاتی مانند قرارداد موسسان، قرارداد عدم افشا، قرارداد عدم رقابت، قرارداد تولید نرم افزار، قرارداد با پرسنل، قرارداد سرمایه گذاری و نیز امور ثبت شرکت‌ها و ثبت برند و اختراع و مشکلات بیمه و تامین اجتماعی خدمات تخصصی ارائه می دهد.

دادسان به جهت درک شرایط مالی استارتاپ‌ها و شرکت‌های خلاق طی تفاهم نامه با سازمان فناوری اطلاعات، شرایطی را فراهم کرده است تا اعضای طرح نوافرین بتوانند تا سقف یک میلیون تومان از خدمات زیر استفاده کنند.

۱. بسته ویدئویی حقوقی برگرفته از سال‌ها تجربه متخصصان حاضر در اکوسیستم استارتابی
۲. مشاوره حقوقی
۳. مشاوره مالیاتی و تامین اجتماعی
۴. مشاوره امور ثبت شرکت‌ها و برند

نحوه انتخاب وکلای دادسان چگونه است؟

وکلای دادسان با روش‌های سخت‌گیرانه‌ای ارزیابی می‌شوند و هر وکیلی قادر به همکاری با دادسان نیست. قبل از تایید صلاحیت هر وکیل، سوابق آنها در هر تخصص به صورت جداگانه بررسی می‌شود. علاوه بر استعلام از مراجع قانونی و بررسی رأی اخذ شده از دادگاه، لویح و قراردادهای تنظیمی، سوابق

دادسان را برای ما معرفی کنید؟

دادسان سامانه درخواست وکیل متخصص است که این امکان را برای مردم فراهم می‌کند که بین وکلای متخصصی که در موضوع آنها تجربه کافی دارند و تعهد و توانایی هایشان توسط سایر کاربران آزموده شده است، بررسی و مقایسه دقیقی داشته باشند تا در نهایت با خیالی راحت به انتخابی مطمئن برسند.

خدمات دادسان چه ویژگی‌هایی دارد؟

از جمله ویژگی‌های دادسان می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

- فعالیت تخصصی در حوزه استارتاپ‌ها و شرکت‌های خلاق
- صرفه جویی در وقت و هزینه
- وجود وکلای متخصص و متعهد ارزیابی شده
- دریافت پیشنهادها از وکلای متخصص در حوزه درخواست
- امکان مقایسه رزومه و نتایج نظرسنجی وکلای
- پوشش سراسری، سرعت و سهولت در دسترسی
- حفظ حریم شخصی و استفاده از پیام‌رسان اختصاصی

نحوه ارائه خدمات به مشتریان شما چگونه است؟

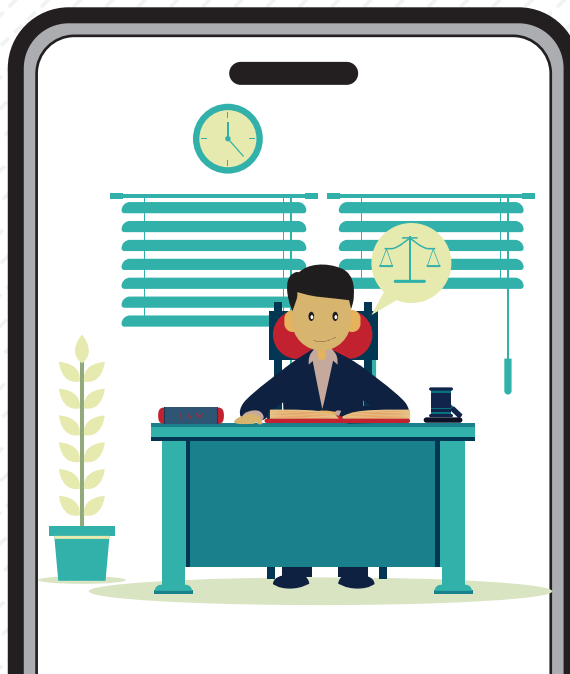
روش کار بسیار ساده است. کافی است افراد، مشکل یا نیاز حقوقی خود را در سایت دادسان dadsun.app ثبت کنند تا متناسب با سطح نیازشان، پیشنهادها و وکلای متخصص در آن حوزه را به همراه رزومه و نتیجه نظرسنجی سایر کاربران به رایگان دریافت کنند. شخص می‌تواند با مقایسه افراد و در صورت لزوم مشاوره با آنها انتخاب راحت تری داشته باشد.

خدمات اختصاصی شما برای استارتاپ‌ها چیست؟

از ابتدای شروع فعالیت دادسان، استارتاپ‌ها و شرکت‌های نوپا جزء گروه اصلی مشتریان هدف آن قرار داشته‌اند. به همین علت با بررسی هزاران درخواست حقوقی آنها تجارب ارزنده‌ای از مشکلات اساسی و رایج آنها گردآوری کرده‌ایم و در این راه بیشترین وکلای متخصص در این حوزه را گرد هم آورده‌ایم و سعی بر آن داریم تا با کمک به افزایش آگاهی حقوقی آنها از خطرات احتمالی کسب و کارشان بکاهیم.



وکلای دادسان با روش‌های سخت‌گیرانه‌ای ارزیابی می‌شوند و هر وکیلی قادر به همکاری با دادسان نیست



مرکز نوآوری فرهنگی امید

بستری برای شتاب‌دهی و

رشد تیم‌های خلاق فرهنگی-رسانه‌ای

رگولاتوری محتوا، تجمیع و طبقه‌بندی محتوا، سرویس ارزش افزوده و ...)

مرکز نوآوری فرهنگی امید تا نیمه سال ۱۳۹۹، موفق به برگزاری ۳ دوره شتاب‌دهی شده که طی آن افتخار آموزش بیش از ۱۵۰ نفر، پذیرش بیش از ۴۰ تیم و سرمایه‌گذاری بر ۲۰ کسب‌وکار را داشته است. همچنین این مرکز به منظور ترویج ادبیات و توسعه شبکه فعالان زیست‌بوم صنایع فرهنگی و خلاق و ایجاد تعامل مؤثر میان نقش‌آفرینان این عرصه، اقدام به برگزاری بیش از ۵۰ رویداد در قالب‌های مختلف و با موضوعات متنوع کرده است.

ماحصل این برنامه‌ها، شکل‌گیری کسب‌وکارهای متنوعی در زمینه‌های انیمیشن، موسیقی، سرود، بازی دیجیتال، سرویس ویدئویی، مستند، آموزش، گردشگری، گرافیک و موشن‌گرافیک، جمع‌سپاری و سایر خدمات فرهنگی بوده است.

اکنون و با پایان فرایند ارزیابی دوره چهارم شتاب‌دهی مرکز امید در شهریورماه ۱۳۹۹، فصل جدیدی از حمایت و فعالیت در امید آغاز خواهد شد. همچنین رویدادهای کسب‌وکاری، تخصصی و شبکه‌سازی با محوریت صنایع خلاق و مولد در حال تدارک و اجرا است که در نیمه دوم سال ۱۳۹۹، اخبار آن منتشر خواهد شد.

همچنین فرایند ارزیابی تیم‌های متقاضی ورود به دوره‌های شتاب‌دهی به صورت پیوسته و همیشگی توسط کارشناسان این مرکز در حال انجام است. بنابراین اگر تیم و ایده فرهنگی-رسانه‌ای دارید و یا علاقه‌مند هستید تا به عنوان هم‌تیمی، مربی یا سرمایه‌گذار با امید در ارتباط باشید، می‌توانید به سایت این مرکز به نشانی www.innomid.ir مراجعه کنید.



مرکز نوآوری فرهنگی امید

- عرضه و فروش محصولات فرهنگی و چندرسانه‌ای (در قالب وب‌سایت، اپلیکیشن، شبکه‌های اجتماعی، توزیع فیزیکی، اکران، تبلیغات، کمپین‌سازی و ...)

- خدمات تصویری و فرهنگی (تولید تیزر، کانون تبلیغاتی، آرشیو و فید تصویری، گرافیک تبلیغاتی، پلتفرم‌های برون‌سپاری و سایر خدمات مرتبط با صنایع فرهنگی)

- آموزش و پژوهش در حوزه فرهنگ و رسانه (خدمات آموزشی، تولیدات آموزشی، نشریات پژوهشی، تحقیق و توسعه، داده‌کاوی و ...)

- سرویس‌های مربوط به محتوای چندرسانه‌ای و ویدئوی درخواستی (طراحی و راه‌اندازی پلتفرم،

صنایع فرهنگی و خلاق از مهم‌ترین مؤلفه‌های پیشران برای شکل‌گیری فضای فرهنگی و سبک زندگی در هر جامعه است. صنعتی که در دنیا گردش مالی بیش از دو هزار میلیارد دلاری دارد. در این راستا مرکز نوآوری فرهنگی امید یکی از اهداف اصلی خود را تمرکز بر مقوله اقتصاد فرهنگ قرار داده است تا همت و خلاقیت جوانان و تیم‌های استارت‌آپی بر کسب‌وکارهای نوآور فرهنگی متمرکز شود و از سوی دیگر کشور عزیزمان بتواند جایگاه اصلی خود را در اقتصاد این عرصه به دست آورده و زمینه‌های مساعدی برای ایجاد اشتغال و کارآفرینی نیز تحقق یابد.

مرکز نوآوری فرهنگی امید بستری برای سرمایه‌گذاری بر روی گروه‌های فرهنگی رسانه‌ای فعال است که در راستای تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه خود گام برمی‌دارند. این مرکز در سال ۱۳۹۵ و با هدف شتاب‌دهی به کسب‌وکارهای نوپای فرهنگ‌بنیان تأسیس شده است. مرکز امید در راستای اهداف ذکر شده، حمایت از گروه‌های نوپا و دست‌یابی آنها به کسب‌وکارهایی پایدار، مستقل، مولد محتوا و فرهنگ‌ساز، خدماتی همچون تخصیص فضای کار و تجهیزات فنی، آموزش و توانمندسازی، حمایت تبلیغاتی، مشاوره و مربی‌گری، سرمایه‌گذاری نقدی تا سقف ۶۰ میلیون تومان، ایجاد ارتباط با شبکه وسیعی از سرمایه‌گذاران و سایر امکانات اولیه مورد نیاز را به تیم‌های پذیرش شده در دوره‌های شتاب‌دهی ارائه می‌کند.

حوزه‌های مورد حمایت این مرکز عبارت است از:

- تولید محصولات چندرسانه‌ای (فیلم مستند و داستانی، انیمیشن، بازی‌های دیجیتال، موشن‌گرافیک، نماهنگ، واقعیت افزوده و مجازی، برنامه تلویزیونی و ...)



۳ اشتباه مهم هنگام شروع کسب‌وکار



۳. افراط و تفریط در فعالیت‌های بازاریابی دیجیتال

بازاریابی دیجیتال برای هر کسب‌وکار نوپایی بسیار با اهمیت است. در شروع راه به یک وب‌سایت رسمی، تبلیغات در فضای مجازی و چند حساب در شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب نیاز دارید. اما حتماً به خاطر داشته باشید که ممکن است زمان و سرمایه خود را در این راه به آسانی هدر دهید.

با شبکه‌های اجتماعی شروع کنید. فعالیت مداوم در همه شبکه‌های اجتماعی موجود در بازار کاری سخت و البته غیرضروری است. بررسی کنید مخاطبان شما بیشتر در کدام یک از برنامه‌ها حضور دارند و باقی حساب‌های کسب‌وکار خود را غیرفعال کنید. خبرنامه‌های الکترونیکی یکی دیگر از ابزارهای مورد استفاده شرکت‌های تازه تأسیس است. این کار می‌تواند بازدهی فراوانی با خود همراه داشته باشد اما باید در برابر اصرار برای تبلیغ بیش از حد مقاومت کنید و مشتریان خود را در معرض انبوه ایمیل‌های تبلیغاتی قرار ندهید.

همان‌طور که بیان شد راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید با چالش‌های فراوانی روبه‌رو است. با رعایت سه مورد بالا نمی‌توان نسبت به موفقیت شما یقین داشت اما مطمئن باشید از اکثر کارآفرینان برای یک شروع جدید بهتر خواهید بود.

۲. بیش از حد کار کردن

یک تیم مصمم همراه با ساعت‌های فعالیت طولانی، بخشی از کار در یک کسب‌وکار نوپاست که در برخی موارد باید متوقف شود. فقط ترک محل کار به بهانه خریدن نوشیدنی انرژی‌زا کافی نیست! لازم است به عنوان یک کارآفرین، فرهنگ استراحت کردن به مقدار کافی و خوب غذا خوردن را برای جلوگیری از فرسایش شغلی در تیم خود جا بیندازید. تحقیقی که در Harvard Business Review منتشر شد استفاده از تکنیک تایم باکسینگ (Timeboxing) را مفیدترین روش مدیریت زمان از بین ۱۰۰ روش دیگر دانست. این تکنیک مستلزم تقسیم روز به بلوک‌های ۱۵ یا ۳۰ دقیقه‌ای و تعیین یک وظیفه خاص برای هر کدام از آنهاست. حتماً برای کارهای شخصی خود هم از این بلوک‌های زمانی استفاده کنید. مطمئن باشید صرف شام با خانواده به اندازه جلسه با سرمایه‌گذار مهم است.

آغاز کار جدید همواره با چالش‌هایی همراه است. تمام شدن سرمایه یا درگیر شدن با مشکلات قانونی از جمله چالش‌های بزرگ و غیرقابل چشم‌پوشی هستند. در میان تلاش‌های فراوان، تصمیمات بزرگ و انبوهی از کارهای در دست اقدام، نباید موارد کوچکی که تفاوت‌های بزرگی برای کسب‌وکار ما ایجاد می‌کنند را از دست بدهیم. در حالی که به دنبال راه‌اندازی کار جدید خود هستید مراقب این اقدامات اشتباه باشید.

۱. عدم انجام تحقیق

پژوهشی در CB Insights نشان می‌دهد که ۴۲ درصد از استارت‌آپ‌ها به دلیل برطرف نکردن نیاز بازار شکست می‌خورند. مشکلی که حل آن جالب خواهد بود اما به تنهایی راهی برای حرکت به سمت موفقیت نیست. قبل از آنکه روی ایده کسب‌وکار خود سرمایه‌گذاری کنید، از خود بپرسید خدمات یا محصول شما چه مشکلی را حل می‌کند. سپس از طریق انجام تحقیقات لازم، بررسی کنید آیا این مشکل به اندازه کافی در بین جامعه و مشتریان احتمالی شما رایج است؟ حدس زنبید و ابزارهایی مانند نظرسنجی‌ها و بررسی گروه اصلی مشتریان استفاده کنید. قبل از تصمیم به شروع کار جدید حداقل چند ده پاسخ فراهم کنید.



پیوند نور و نما

🔗 چه شد که ایده راه اندازی این کسب و کار به ذهن شما رسید؟

با گذشت چندین دهه از ورود رسانه‌های سمعی و بصری به دنیای تبلیغات، عملاً نیاز به ارائه راهکارها و رویکردهای نوین در این عرصه وجود داشت. از آنجا که تمامی فعالیت‌ها و تحصیلات من در حوزه تکنولوژی‌های نوین و جلوه‌های بصری بود، ایده راه‌اندازی ارائه راهکارهای نوین



SEGAL
Media & Marketing Group
نوآوران جلوه‌های سگال

ویدئومپینگ مرز تازه‌ای میان هنر و تکنولوژی ترسیم کرده که به لطف آن می‌توان به صحنه‌پردازی‌های غیر قابل تصویری دست یافت و دیگر نیازی به پرده‌های نمایشی بزرگ، تخت و سفید نیست. می‌توان هر گونه سطحی را به صفحه‌ای نمایشگر مبدل ساخت.



شرکت سگال مدیا با هدف توسعه دانش و ارائه خدمات تخصصی و فوق تخصصی تبلیغات و بازاریابی نوین شکل گرفته است. به عنوان یک سازمان پیشرو در این حوزه، سگال مدیا مرجعی است معتبر که از طریق بومی سازی دانش و مهارت‌ها، پرورش و به کارگیری استعداد‌های برتر و ارائه سطح عالی خدمات، نیازمندی‌های مشتریان رادر حوزه تبلیغات و بازاریابی به گونه‌ای اثربخش مرتفع می‌سازد. شرکت سگال مدیا با تکیه بر کادرم تخصصی و بهره‌گیری از امکانات پیشرفته، دانش‌فناوری‌های روز دنیا، آمادگی دارد تا با ارائه خدماتی یکپارچه، رویدادها و پروژه‌های تبلیغاتی و بازاریابی رادر سطح گسترده و در کلاس جهانی اجرا کند.

در بخش دوم مصاحبه‌ها، گفت و گویی داریم با نیما عشقی پور، از شرکت خلاق «نوآوران جلوه‌های سگال» تا از نوآوری‌های خود در دنیای نورپردازی سه بعدی برای ما بگوید.

استقبال از کارهای ما را باید از دیگران پرسید. ولی طی بررسی‌های خودمان برای تجزیه و تحلیل میزان عملکرد شرکت، خدا را شکر به همت همکاران و کل مجموعه طی پنج سال گذشته هر سال نسبت به سال قبل عملکرد موفق‌تر و بهتری داشته‌ایم.

از زمان ایجاد این مجموعه‌ی خلاق تاکنون چه موفقیت‌ها و دستاوردهایی داشته‌اید؟

خوشبختانه موفق شدیم در سال‌های اخیر بزرگ‌ترین پروژه‌ها در سطح ملی را با موفقیت به انجام برسانیم. همچنین موفق به دریافت جوایز متعدد از جشنواره‌ها و نمایشگاه‌های داخلی و بین‌المللی شدیم. ضمناً تنها شرکتی هستیم در کشور که توانسته‌ایم مدرک بین‌المللی ساخت و اجرای پروژه‌های نورپردازی سه بعدی را از کشور سوئد دریافت کنیم.

مهم‌ترین چالش‌های شما در حوزه‌ی فعالیت خودتان در کشور چیست؟ چه حمایت‌هایی می‌تواند گره‌گشای شما باشد؟

مهم‌ترین چالش ما عدم حمایت در حوزه‌های مالی و بانکی، به‌خصوص در زمینه ارائه خدمات ضمانت‌نامه‌های بانکی هست. لذا اگر حمایت‌های سیستم بانکی و صندوق‌های نوآوری در زمینه تسهیل در خدمات مالی جهت عقد قراردادها باشد قطعاً پیشرفت مجموعه‌هایی مثل ما چندین برابر خواهد بود.

مخاطبان شما چه گروه‌هایی هستند؟

تمامی ارگان‌های دولتی و شرکت‌های خصوصی که به نوعی نیاز به معرفی سازمان، خدمات و یا محصولات خود در قالب شیوه‌های نوین تبلیغاتی دارند.

نحوه درآمدزایی شما چگونه است و میزان آن چه مراحل، تاکتیک‌ها و کدها است؟

قراردادهای ما به صورت پروژه‌ای بسته می‌شوند و بسته به درصد پیشرفت کار، دریافتی انجام می‌شود. بسته به تجربه در انجام پروژه و نوآوری در خدمات ارائه‌شده میزان درآمد بالاتر می‌رود.

چند نمونه از پروژه‌های موفق سگال را بفرمایید؟ جذاب‌ترین آنها از نظر شما کدام بوده است؟

در دپارتمان رسانه‌های نوین کارهای ماندگار ویدئومپینگ مثل پروژه ارگ کریمخان شیراز، پروژه کاخ مرمر گلستان و پروژه ویدئومپینگ برج آزادی برای مبارزه با ویروس منحوس کرونا هر کدام خاطرات ماندگاری دارند. در دپارتمان برند و بازاریابی، پروژه پژوهشی برند ملی گردشگری ایران و پروژه برند تهران را می‌توانم مثال بزنم.

چه میزان استقبال از کارهای شما انجام شده است؟ از بازخورد مخاطبان‌تان بگویید؟

در عرصه تبلیغات و رسانه در ذهن من شکل گرفت.

در سگال چه خدماتی ارائه می‌دهید؟

شرکت نوآوران جلوه‌های سگال، به اختصار سگال مدیا، به‌صورت تخصصی در دو حوزه رسانه‌های نوین (New Media) و بازاریابی و برندینگ فعالیت می‌کند.

دپارتمان رسانه‌های نوین بر خدماتی مانند طراحی، ساخت و اجرای پروژه‌های نورپردازی سه بعدی (ویدئو مپینگ)، طراحی و ساخت فیلم‌های تلفیقی رئال، انیمیشن و جلوه‌های بصری برای سیستم‌های واقعیت مجازی و همچنین طراحی و تولید تصاویر ۳۶۰ درجه تعاملی تمرکز دارد.

در دپارتمان برند و بازاریابی، خدمات ما شامل مطالعات شناخت و تحقیقات بازار و همچنین برندینگ با شیوه‌های نوین علمی مبتنی بر تحلیل فعالیت‌های مغز مخاطبان یا به‌اصطلاح نورومارکتینگ (Neuromarketing) است.

تیم سگال را چه افرادی تشکیل می‌دهند؟

تیم سگال متشکل است از جوانان تحصیل کرده، بااستعداد و تلاشگر که با مطالعه و خلاقیت در جهت ارتقای خدمات شرکت کمک شایانی به بومی‌سازی و نوآوری در فناوری‌های روز دنیا در حوزه تبلیغات نوین می‌کنند.

مطابق با خدمات ارائه‌شده در دپارتمان‌های سگال مدیا حدود ۸ نفر پرسنل ثابت و حدود ۲۰ نفر نیروی متخصص قراردادی در بخش‌های متعدد همکاری دارند.





معماری ایرانی، ظرفیت‌ها و چالش‌ها

فراوانی ایجاد کرده است که شاید باید آن را در یک جایگاه یا مقاله دیگری بررسی کرد! امروزه مواجهه به دگرگونی‌ها، تغییرات و انقلاب‌های نوظهور در معماری کاملاً اجتناب‌ناپذیر است. اما با نگاهی به گذشته ایران متوجه خواهیم شد که می‌توانیم تعادل و سازگاری را دوباره بگردانیم! در واقع ما قادر هستیم که یک فرایند را از نو احیا کنیم و یک دنیای دوباره بسازیم! به نظر شما چنین چیزی چقدر زمان بر خواهد بود؟ آیا چنین شرایطی به راحتی امکان‌پذیر است؟ در ادامه می‌خواهیم ظرفیت تغییر را بیشتر بررسی کنیم!

ظرفیت تغییر و تحول در حوزه معماری ایرانی

باتوجه به همه این صحبت‌ها، معماری داخلی ایرانی که ما اکنون از آن برای طراحی داخلی، طراحی ساختمان و... استفاده می‌کنیم در واقع حاصل یک نگاه حسرت‌آمیز و سطحی به معماری غربی است! معماری که خود، تاریخ، بنیان و

مهم‌ترین چالش موجود در موضوع طراحی

اگر نگاهی عمیق به موضوع معماری بیندازیم، متوجه خواهیم شد که در حال حاضر مهم‌ترین چالش اساتید و برجستگان این حوزه این است که نمی‌توانند از الگوهای گذشته خود دل بکنند و روش‌ها و الگوهای جدیدی به وجود بیاورند! با توجه به دانش امروزی و امکاناتی که در حال حاضر برای همه تحصیل‌کردگان این حوزه فراهم است، الگوگیری و بهره‌برداری از گذشتگان همیشه در آثار به یادگار ایرانی به چشم می‌خورد؛ با این که ما قادر بودیم، شیوه‌ها و الگوهای جدیدی را از بنیان طراحی کنیم!

به نظر می‌رسد که معماری امروز ایرانی که در آثار ساختمانی، آپارتمانی، طراحی داخلی و... مشاهده می‌کنیم، ترکیب برخی از الگوهای گذشته ایرانی با معماری غرب است! معماری که هیچ‌گاه به خوبی درک نشده و به صورت سطحی به آن نگاه شده است. این موضوع به خودی خود، چالش‌های

یکی از روش‌های مهم برای این که بتوانیم به جهانیان فرهنگ و تمدن خود را نشان بدهیم، این است که بتوانیم میراث جهانی خود را حفظ کنیم و برنامه‌ای در راستای شناساندن آن‌ها به گردشگران و توریست‌های خارجی ارائه کنیم! این کار کمک می‌کند که معماری و طراحی‌های ساختمانی را که تاکنون در میهن عزیزمان انجام شده است به بهترین شکل به اطرافیان نمایش دهیم! در ایران، سالانه کارگاه‌ها و دوره‌هایی برگزار می‌شود که در آن سعی می‌شود با کمک اساتید و افراد برجسته در حوزه معماری، چالش‌ها و ظرفیت‌هایی که این مسیر پراز عشق داراست به بهترین شکل بررسی شود! اگر شما هم در این زمینه علاقه‌مند هستید که اطلاعات خوبی به دست آورید، کافی است تا انتهای این مقاله همراه ما باشید! امروز سعی می‌کنیم که برخی از چالش‌ها و ظرفیت‌هایی موجود در بحث طراحی ساختمان، طراحی داخلی و به صورت کلی معماری را بررسی کنیم!



که ریشه‌های فرهنگ و تمدن خود را از نو به افرادی که آنها را نمی‌شناسید، معرفی کنید. هر قدر که ظرفیت شما در این امر بالاتر باشد، مطمئن باشید که می‌توانید به صورت بهتر و با شیوه‌ای قدرتمندتر این کار را به سرانجام برسانید. اساتید افرادی که در این حوزه به دنبال جهانی کردن معماری ایرانی و بهبود طرح‌ها و الگوهای آن بوده‌اند، می‌دانند که این شیوه به خودی خود یک فرصت بی‌نظیر را ایجاد می‌کند.

نتیجه‌گیری: چگونه جایگاه خود را در معماری ایرانی پیدا کنیم؟

اگر شما یک معمار یا یک طراح داخلی ساختمان هستید، باید بدانید که می‌توانید با شناخت بیشتر ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهایی که در این حوزه وجود دارد و استفاده از آنها برای خود یک جایگاه عالی خلق کنید! جایگاهی که می‌تواند کمک کند که شما به بهترین شکل ممکن بتوانید از آن استفاده کنید.

نظر شما در این رابطه چیست؟ به نظر شما چه ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و چالش‌هایی در حوزه معماری ایرانی وجود دارد که باید به آنها اشاره کرد؟ شما می‌توانید جواب این سوالات را به همراه تجربیات خود در بخش نظرات، انتهای همین مقاله با ما و دیگر افرادی که به این حوزه علاقه‌مند هستند به اشتراک بگذارید.

جهانی شدن معماری ایرانی و فرایند شکل‌گیری آن

جهانی شدن و این که همه اشخاص در دنیا شما را با فرهنگ و تمدن‌تان بشناسند، یک فرایند است! کاری که نیاز به فعالیت‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و به‌طور قطع اقتصادی دارد! شما

ریشه‌ای ندارد، اما توانسته جای خود را در دل ما ایرانیان باز کند و باعث شود که خواهان این نوع از معماری شویم! اگر شما هم مانند بسیاری از افراد دوباره علاقه‌مند هستید که ارزش‌ها، بنیان‌ها و الگوهای قدیمی دوباره متولد شوند و یا دوباره الگوی جدیدی برای



نمی‌توانید به راحتی اقدام به گسترش ارتباطات، فرایندهای داخلی و حتی دولتی خود کنید. شما مجبور هستید که فرایندهای مختلف را به یکدیگر متصل کرده تا در نهایت به خواسته ایده‌آل خود برسید. شما باید همواره ارتباطاتی ایجاد کرده و سعی کنید

معماری ایرانی خلق کنیم، باید بیشتر از همیشه به فکر ظرفیت‌ها و فرصت‌هایی باشیم که در اطراف ما وجود دارند! در این زمینه اگر علاقه‌مند باشید، می‌توانید با کمک افراد برجسته و آشنای این حوزه تا حدودی این مسئله را دقیق‌تر بررسی کنید. در ادامه می‌خواهیم این موضوع را بیشتر بررسی کنیم!





معرفی کتاب‌های کارآفرینی و استارت‌آپی

هک رشد



تجربه کنند و حتی تعدادی از آنها یک «آی پی او» داشته باشند.

← شان الیس (Sean Ellis) و مورگان براون (Morgan Brown) در این کتاب توضیح می‌دهند که چطور کسب‌وکارهای موفق دنیا با هک رشد موفقیت‌های بزرگ خلق می‌کنند. شان الیس در مدت کوتاهی به فردی کاملاً حرفه‌ای در مبحث هک رشد تبدیل شد و زمانی که کمپانی‌ها نیاز داشتند بیس خود را رشد دهند، او وارد عمل می‌شد.

← هک‌های رشد با بازاریاب متفاوت هستند. آنها داده‌محور عمل می‌کنند، در حالی که دید بازاریابان بیشتر بر روی اجرای کمپین‌های تبلیغاتی است. هرچند این کمپین‌ها می‌توانند بسیار مفید جلوه کنند اما استارت‌آپ‌ها توان اجرای آنها را ندارند.

شان الیس و مورگان براون در کتاب هک رشد، صفر تا صد چگونگی خلق موفقیت‌های بزرگ با هک رشد را توضیح داده‌اند. عبارت هک رشد توسط شان الیس در سال ۲۰۱۰ ایجاد شد.

← هک رشد (Hacking growth) بسیار فراتر از استراتژی تجاری یا حتی روند جاری است. هک رشد نوعی فلسفه یا روش تفکر و چیزی است که می‌تواند در هر تیم یا شرکت بزرگ یا کوچکی پذیرفته شود.

← زمانی که از شان در مورد دلیلش برای احساس نیاز به ابداع یک عبارت جدید سوال شد، او پاسخ داد که ایجاد عبارت «هک رشد» از ناامیدی او هنگام به کارگیری جایگزین‌هایی برای خودش ناشی می‌شود. شان به تعدادی از شرکت‌های اینترنتی کمک کرد تا رشد باورنکردنی خود را

نویسندگان: شان الیس، مورگان براون، احسان جهاندارپور
ناشر: انتشارات پشتیبان

خرید کتاب از وبسایت: nashrenovin.ir

کی؛ ترفندهای علمی زمان سنجی عالی

الگوهای نهان زندگی روزانه، بهترین برنامه زمان‌بندی را تدوین و اجرا کنیم؟ چرا برخی شکست‌ها به طرز شگفت‌انگیزی نمرات دانش‌آموزان را ارتقا می‌دهد؟ چگونه می‌توانیم بهترین شروع‌ها را تجربه کنیم؟ چرا نباید بعدازظهرها به بیمارستان مراجعه کنیم؟ چرا آوازخواندن همزمان با دیگران به اندازه نرمش کردن برایمان مفید است؟ بهترین زمان ترک یک شغل، تغییر کار و یا حتی ازدواج کردن چه وقتی است؟

← در کتاب «کی (When: The Scientific Secrets of Perfect Timing)»، دنیل اچ پینک آخرین تحقیقات و اطلاعات زمان‌سنجی را با داستان‌هایی جذاب و آموزنده و نیز توصیه‌هایی عملی و کاربردی ترکیب کرده، تا به خوانندگان کتاب، بینشی عمیق و متقاعدکننده بدهد که بتوانند زندگی غنی و دوست‌داشتنی‌تری را تجربه کنند.



نویسنده: دنیل اچ پینک
مترجم: تیم نشر نوین

همه ما می‌دانیم زمان سنجی همه چیز است، اما در مورد خود زمان و زمان سنجی اطلاعات کمی داریم. زندگی ما جریان پیوسته‌ای است از تصمیم‌های «کی»؛ چه وقت یک کسب‌وکار را راه‌اندازی کنیم، کی یک کلاس را زمان‌بندی کنیم، کی در یک رابطه عاطفی با فرد دیگری جدی شویم، و... ما تاکنون این تصمیمات را براساس بینش و حدس‌وگمان‌هایمان اتخاذ می‌کرده‌ایم.

اغلب فرض می‌شود که زمان سنجی یک هنر است. اما دنیل پینک در کتاب «کی؛ ترفندهای علمی زمان سنجی عالی» نشان می‌دهد که زمان سنجی در واقع یک علم است.

← دنیل پینک براساس مجموعه‌ای گسترده و غنی از تحقیقات روان‌شناسی، بیولوژی و اقتصاد، نشان می‌دهد که بهترین شیوه زندگی، کار و موفقیت چیست. چگونه می‌توانیم با کمک

خرید کتاب از وبسایت: nashrenovin.ir

نظریه بازی

وابسته به انتخاب دیگران است، برآورد کند. همچنین تلاش می‌کند تارفتار ریاضی حاکم بر یک موقعیت استراتژیک (تضاد منافع) را مدل‌سازی کند. این موقعیت، زمانی پدید می‌آید که موفقیت یک فرد وابسته به راهبردهایی است که دیگران انتخاب می‌کنند. هدف نهایی این دانش، یافتن راهبرد بهینه برای بازیکنان است.

یک بازی شامل مجموعه‌ای از بازیکنان، مجموعه‌ای از حرکت‌ها یا راهبردها و نتیجه مشخصی برای هر ترکیب از راهبردها است. پیروزی در هر بازی تنها تابع یاری شانس نیست، بلکه اصول و قوانین ویژه خود را دارد و هر بازیکن در طی بازی سعی می‌کند با به‌کارگیری آن اصول، خود را به بُرد نزدیک کند. رقابت دو کشور برای دست‌یابی به انرژی هسته‌ای، سازوکار حاکم بر روابط بین دو کشور در حل یک مناقشه بین‌المللی، رقابت دو شرکت تجاری در بازار بورس کالا نمونه‌هایی از بازی‌ها هستند.



نویسنده: کن بین مور
مترجم: مهدی ملک‌پور
ناشر: نشر نوین

رانندگانی که در ترافیک سنگین مانور می‌دهند یک بازی رانندگی انجام می‌دهند. جستجوگران حراجی در وبسایت ایبی، یک بازی حراجی انجام می‌دهند. شرکت و اتحادیه‌ای که درباره دستمزد سال بعد مذاکره می‌کنند، بازی چانه‌زنی انجام می‌دهند. وقتی که نامزدهای رقیب در یک انتخابات خط‌مشی خود را برمی‌گزینند یک بازی سیاسی انجام می‌دهند. صاحب یک مغازه میوه‌فروشی که درباره قیمت امروز ذرت تصمیم می‌گیرد یک بازی اقتصادی انجام می‌دهد. به‌طور خلاصه، در هر زمانی که تعاملی انسانی صورت می‌پذیرد یک بازی در حال انجام است.

کتاب نظریه بازی (Game Theory)، مروری سریع و خلاصه بر نظریه بازی و کاربردهای آن در زمینه‌های مختلف به خصوص مدیریت کسب و کار است. نظریه بازی در تلاش است تا به وسیله ریاضیات، رفتار را در شرایط راهبردی یا در یک بازی که در آنها موفقیت فرد در انتخاب کردن،

خرید کتاب از وبسایت: ketarah.ir

دره موفقیت (شیب!)

هر چیزی که باشد جالبه و شما حتماً بازخورهای مثبتی از مردم اطرافتون می‌گیرین. در طول چند روز و هفته‌ی بعدش، یادگیری سریعی که تجربه‌اش کردین، بهتون کمک می‌کنه که ادامه بدین. فارغ از اینکه اون چیز جدید دقیقاً چی باشه، به راحتی درگیرش می‌شین.

و حالا دره موفقیت اتفاق می‌افته.

دره موفقیت به مسیر طاقت‌فرسای طولانی بین نقطه‌ی شروع و نقطه‌ی موفقیتیه. مسیری که در واقع به میان بره، چون شمارو سریع‌تر از هر مسیر دیگه‌ای، به اون جایی که می‌خواهین می‌رسونه.

دره موفقیت تفاوت بین تکنیک آسون و راحت به «مبتدی» و رویکرد مفیدتریه «متخصصه».

دره موفقیت تقابل بین شانس و به دستاورد واقعیه.



نویسنده: ست گودین
مترجم: علیرضا پیر، لیلاکشاورز
ناشر: نشر نوین

کتاب دره موفقیت (The Dip) که به اشتباه با اسم شیب در ایران شناخته می‌شه، نوشته ست گودین (Seth Godin) و به کتاب کوتاه‌ه که درباره‌ی به موضوع خیلی مهمه: جا زدن. باور داشته باشین یا نه، جا زدن گاهی به استراتژی خوبه، به راه هوشمندانه برای مدیریت زندگی و کارتون. هر چند؛ گاهی جا زدن، می‌تونه دقیقاً بدترین کار ممکن باشه.

به راه بسیار ساده برای گفتن تفاوت برنده‌ها و بازنده‌ها وجود داره. برنده‌ها علاوه بر باهوش، متمرکز و سخت‌کوش بودن، یک جازنده‌ی خوب هم هستن. اونا خیلی زیاد جا می‌زنن، با این تفاوت که درست در زمان و مکان مناسب این کارو می‌کنن.

در ابتدا، وقتی که شروع به انجام کاری برای اولین بار می‌کنین، جذاب و سرگرم‌کننده‌ست.

خرید کتاب از وبسایت: nashrenovin.ir



تأثیر کووید-۱۹ بر بازار بازی‌های موبایل

افزایش میزان استفاده مصرف‌کننده به همراه رشد بیش از ۷۷ میلیارد دلاری درآمد در سال ۲۰۲۰



امسال، بازار بازی‌های موبایلی درآمد ۷۷.۲ میلیارد دلاری در سطح جهانی ایجاد خواهد کرد که نشان‌دهنده‌ی رشد سالم سالانه ۱۳.۳ درصد است و در این میان، تعداد کاربران گوشی‌های هوشمند در سطح جهانی و به صورت سالانه رشدی برابر با ۶.۷ درصد به میزان ۳.۵ میلیارد در سال ۲۰۲۰ خواهد داشت که نمایان‌گر منبع جدیدی از بازیکن‌ها و پرداخت‌کنندگان برای سال‌های آتی است. در این سری گزارش از نیوزو، این اعداد و ارقام بررسی و پیش‌بینی‌های نیوزو در رابطه با بازار موبایل از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۳ ارائه شده است. این گزارش را سرکار خانم پرستو منطقی، پژوهشگر همکار دایرک، بررسی کرده‌اند.



بازار بازی های موبایل در سال ۲۰۲۳ به رشد ۱۰- میلیارد دلاری خود ادامه خواهد داد و از آن فراتر خواهد رفت. تا آن زمان، پیش بینی می شود که بازار بازی های موبایل با ۱۰.۸ درصد نرخ رشد مرکب سالانه (CAGR) به ۱۰۲.۸ میلیارد دلار می رسد.

بازارهای نوظهور مانند آسیای جنوب شرقی، خاورمیانه و آفریقای شمالی، مناطق جنوبی صحرای آفریقا و آمریکای لاتین بیشترین رشد را در این زمینه ایجاد خواهند کرد. چین، ایالات متحده آمریکا و ژاپن سه بازار بزرگ بازی های موبایل در سال ۲۰۲۳ باقی خواهند ماند.

تولیدکننده های سخت افزار با چالش های جدیدی روبه رو هستند، اما تعداد دستگاه های فعال و کاربرها همواره در حال افزایش است.

در چند ماه گذشته، تولیدکنندگان پیشرو گوشی های همراه مانند سامسونگ، شیائومی و Vivo به دلیل بیماری همه گیر، توزیع محصولات جدید خود را به تعویق انداختند. متوقف شدن خط تولید بسیاری از کارخانه ها در سرتاسر جهان به دلیل قرنطینه همگانی، تولید و توزیع سخت افزار موبایل را نیز تحت تأثیر منفی قرار داده است.

از طرفی، تاخیر در انتشار مدل های جدید تلفن های هوشمند - و همچنین رکود جهانی نزدیک - ممکن است انگیزه مصرف کنندگان برای ارتقای مدل کنونی گوشی های خود را کاهش دهد، و به اختلال بیش تر در میزان فروش تلفن های همراه منتج شود.

بر خلاف موارد فوق، در روند افزایش تعداد کاربرهای گوشی های هوشمند (یا تلفن های هوشمند فعال) در سطح جهانی تأثیر قابل توجهی پیش بینی نمی شود. از این گذشته، در دسترس بودن شبکه های اینترنتی کلیدی ترین نیروی محرک برای استفاده از تلفن های هوشمند است، و به نظر می رسد شبکه های مخابراتی کم تر تحت تأثیر پی آمدهای قرنطینه همگانی قرار گرفته اند. در مجموع، روند توسعه شبکه های بی سیم تلفن همراه تأثیر پذیری چشمگیری نداشته است.

خانه نشینی اجباری بیش از هر زمان منجر به تعامل مصرف کنندگان با بازی های موبایلی شده است

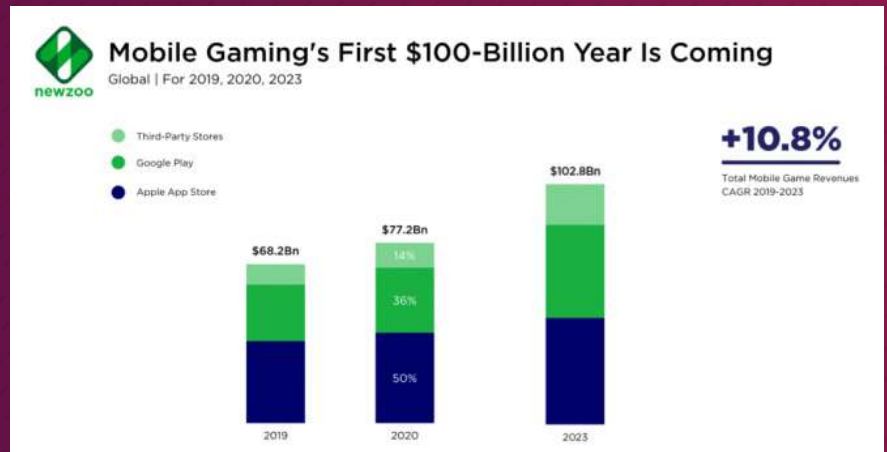
همه ی ما با وضعیت هولناک و ناخوشایند همه گیری ویروس کرونا دست و پنجه نرم می کنیم. برای بسیاری از افراد محبوس در خانه، بازی راهی است برای فرار و گذراندن وقت.

قرنطینه های ملی / منطقه ای و ممنوعیت های سفر در سراسر جهان، به ویژه در بازارهای تقدم گوشی همراه مانند آسیا، خاورمیانه، و آمریکای لاتین، منجر به افزایش چشمگیر تعامل مصرف کننده با بازی های موبایلی شده است.

به عبارت ساده تر، قابل حمل و در دسترس بودن گوشی های همراه سلطه ی این بازار در سال جاری را حتی بیش از پیش پایدار ساخته است؛ تا حدودی به دنبال اثرات جانبی کافی نت ها در بازارهایی خاص (باز هم، بیشتر در آسیا)

از این گذشته، این بازار شاهد رشدی اندک در میزان استفاده از تبلت در سه ماهه ی اول سال ۲۰۲۰ بوده است، اولین نمونه ی رشد تقریباً طی دو سال. چین که در این سه ماه قرنطینه ای سخت راسپی می کرد، بانی اصلی این رشد شد.

رشد تعداد کاربرهای تلفن های هوشمند در سطح جهان، سالانه ۶.۷ درصد است که تا سال ۲۰۲۰ به ۳.۵ میلیارد خواهد رسید، و تعداد گوشی های همراه فعال تا ۲۰۲۰ به ۴.۲ میلیارد می رسد (این ارقام نشان دهنده ی رشد سالانه ی ۶.۳ درصد است) توسعه ی 5G بیشتر تحت تأثیر قرار خواهد گرفت، اما آینده هنوز درخشان به نظر می رسد



جنوبی صحرای آفریقا، آسیای جنوبی میانه، آسیای جنوب شرقی، آمریکای لاتین، و خاورمیانه و شمال آفریقا، سریع ترین رشد در تعداد کاربرهای گوشی های هوشمند را شاهد خواهند بود. در مجموع، موبایل همچنان بزرگ ترین مقوله ی کسب و کار بازی ها است که مقوله های درآمد و تعامل کاربرد آن به طور یکسان مسیره های رشد قدرت مند خود را در سال های آتی ادامه می دهند.

جهانی همواره روبه رشد است، که در سال ۲۰۲۳ به ۴.۱ میلیارد دلار خواهد رسید، یعنی ۵.۹ درصد نرخ رشد مرکب سالانه (۲۰۱۹-۲۰۲۳). در حالی که تعداد گوشی های هوشمند فعال رشد کندتری خواهد داشت (+۵.۵ درصد نرخ رشد مرکب سالانه) یعنی تا ۴.۸ میلیارد در سال ۲۰۲۳. به لطف مقرون به صرفه تر شدن هزینه های گوشی های هوشمند و همچنین پیشرفت های محلی در اینترنت گوشی های همراه مناطق

تخمین این امر که بیماری کنونی تا چه حد باعث ایجاد اختلال در همه گیر شدن 5G در سطح جهانی می شود هنوز هم دشوار است، اما تأثیرگذاری نسبی آن تا حدودی قابل مشاهده است. در بسیاری از بازارهای غربی، شرکت های مخابراتی با تأخیر در توسعه ی شبکه ی 5G مواجه هستند؛ با این وجود، دولت های آسیا همواره سخت می کوشند تا این شبکه را در سطح ملی گسترش دهند. تعداد کاربران گوشی های هوشمند در سطح



به قلم: صابر عبدالملکی
دانشجوی دکتراومدرس دانشگاه
s.abdolmalaki@gmail.com

اسباب بازی و خلاقیت



استفاده می‌کنند که این وسایل بازی را جذاب تر و غنی ترمی کند این ابزارها را اسباب بازی می‌نامند. اسباب بازی اشاره به هر وسیله یا ابزاری دارد که با هدف کاربرد در فرایند بازی کودکان طراحی و ساخته شده است.

اسباب بازی نقش سازنده در یادگیری مهارت‌های خلاقیت در کودکان دارد. اکثر اسباب بازی‌هایی که برای کودکان در انواع و اندازه‌هایی مختلف طراحی شده‌اند به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر خلاقیت کودکان اثر دارند، اما می‌توان این اثرگذاری اسباب بازی را در یک طیف بیان کرد؛ در یک سر طیف اسباب بازی‌هایی قرار دارند که نقش کمتری در خلاقیت دارند و در سر دیگر طیف

مهارت خلاقیت یکی از مولفه‌های مهم و اثرگذار در کیفیت زندگی انسان‌ها در قرن ۲۱ است به طوری که امروزه مهارت تفکر خلاق به عنوان یکی از مهارت‌های اصلی زندگی توسط سازمان بهداشت جهانی بیان شده است. یکی از مهم‌ترین دوران‌ها برای پرورش مهارت خلاقیت در انسان‌ها دوران اوان کودکی است. پژوهش‌ها نشان می‌دهد این دوران با توجه به قابلیت رشد مغز، ظرفیت بالایی برای یادگیری و پرورش مهارت خلاقیت در انسان‌ها ایجاد می‌کند.

در این دوران، کودکان در قالب فعالیت‌های مختلف می‌توانند مهارت‌های خلاق را یاد گرفته و آن را در خود ارتقا دهند که با توجه به ماهیت و ویژگی‌های دوران کودکی، بازی یکی از اثربخش‌ترین فعالیت‌ها در یادگیری مهارت خلاقیت است. بازی، طبیعی‌ترین جریانی است که کودکان در آن می‌توانند یادگیری مهارت تفکر خلاق را با لذت خاصی تجربه کنند.

بخش عظیمی و شاید هم بتوان گفت تمام زندگی کودکان بازی است. بازی کار کودکان است که در جریان انجام کار خود یا همان بازی از ابزارهای



من یک «بازی دوست» هستم



بسته فرهنگی برای اعضای خانواده طراحی و تولید شد که یک کتاب هم میان محصولات طراحی شده برای کودکان تولید شد و پای این جمع باز شد به دنیای ناشناخته کودکان و از آن به بعد محصولات مرتبط با کودکان شد پای ثابت تولیدات گروه. حوزه کودک برای گروه جهان عجیب و شگفت‌انگیزی بود که هرچه بیشتر در آن سیر و سفر می‌کرد، بیشتر شیفته این جهان کودکان می‌شد. سال ۹۰ مهد کودک و پیش دبستانی رضوان راه‌اندازی کرد و وارد آموزش کودک شد و هرچه بیشتر درگیر آموزش

ماجرای خیلی ساده ولی عمیق شروع شد. گروهی از جوان‌های دانشجو که دغدغه کار فرهنگی داشتند و دور هم جمع شده بودند تا دنیا را تغییر بدهند. با آرزوهای بزرگ ولی گام‌هایی کوچک که عزم کرده بودند تا کاری کنند کارستان. داستان می‌نوشتند، فیلم و مستند می‌ساختند، بسته‌های فرهنگی تولید می‌کردند و خلاصه هر کسی بسته به علاقه‌اش فعالیت می‌کرد در جهت دغدغه‌هایش. همه دانشجو بودند و مخاطبان فعالیت‌ها هم دانشجویان بودند. به سفارش یکی از فرهنگسراها

کند این اسباب بازی به میزان بیشتری بر رشد خلاقیت در کودکان اثر دارد.

در جریان طراحی اسباب بازی به ویژگی‌های فرهنگی-اجتماعی بافتی که برای آن کودکان اسباب بازی طراحی می‌کنید توجه کنید چون امکان دارد یک اسباب بازی در یک فرهنگ کارکرد خلاق داشته باشد و در فرهنگ دیگر این کارکرد را نداشته باشد.

اسباب بازی باید امنیت داشته باشد و سلامت جسمی و روانی کودکان را به خطر نیندازد. کودکان در جریان بازی با باید بدون داشتن تفکر ترس و استرس آسیب دیدن لذت بازی کردن را تجربه کنند.

در جریان طراحی اسباب بازی با در نظر گرفتن نکاتی می‌توان اثرگذاری آن را بر رشد خلاقیت کودکان افزایش داد:

در جریان طراحی اسباب بازی برای رده سنی خاص به ویژگی‌های رشدی-تحوالی کودکان در آن رده سنی توجه شود چنانچه اسباب بازی پایین‌تر یا بالاتر از سطوح رشدی-تحوالی کودک در آن رده سنی باشد انگیزه کافی را در آنها برای تعامل با اسباب بازی ایجاد نمی‌کند.

هرچه ماهیت اسباب بازی، فرصت‌های بیشتری را برای دست‌کاری کردن، کشف کردن، ساختن و وانمود کردن در جریان بازی برای کودکان فراهم

اسباب بازی‌هایی قرار دارند که نقش بالایی در پرورش خلاقیت در کودکان دارد.

در یک سرطیف اسباب بازی‌هایی قرار دارند که موقعیت‌های زیاد برای اکتشاف، ساختن و وانمود کردن را در بازی برای کودکان ایجاد نمی‌کند مانند تاب، سرسره یا اسباب بازی‌هایی که قابلیت اجرای یک بازی بیشتر با آنها وجود ندارد و در سرطیف اسباب بازی‌هایی قرار دارند که قابلیت‌های زیاد برای اکتشاف، دست‌کاری کردن، ساختن و وانمود کردن در بازی را برای کودکان ایجاد می‌کند مانند لگو، خمیرهای بازی، اسباب بازی‌های مینیاتوری و ...

منابع:

-عبدالملکی، صابر؛ آرمند، محمد. (۱۳۹۶). مفهوم بازی و انواع آن در کلاس؛ دیدگاه مریبان مهدکودک و پیش دبستان‌های شهر تهران، فصلنامه مطالعات پیش دبستان و دبستان. دوره ۲ شماره ۶
-عسکری زاده، قاسم (۱۳۹۳). روان شناسی بازی. تهران: انتشارات امیرکبیر.

-Oncu, E. C., & Unluer, E. (2010). Preschool children's using of play materials creatively. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4457-4461.
-Talu, N. (2018). Symbolic creativity in play activity: a critique on playthings from daily life objects to toys. *International Journal of Play*, 7(1), 81-96.
-Møller, S. J. (2016). Playfulness, Imagination, and Creativity in Play with Toys: A Cultural-Historical Approach. *International Research in Early Childhood Education*, 7(2), 111-128.



دیگر وقتش بود که «بازی دوست» متولد شود. از آن هسته اولیه جوان‌های دانشجو، بازی‌دوستانی باقی مانده بودند که تغییر دنیایی را که متصور بودند از مسیر بازی می‌دیدند. «بازی دوست» که اکنون سال سومین سال حیات خود را می‌گذراند، خود کودک نوپایی است که ۱۰ بازی را روانه بازار کرده است و تازه اول راه است. «بازی دوست» سعی دارد با طراحی و تولید اسباب بازی‌ها و طراحی و اجرای فرایندهای بازی‌آموزی که بر ارتقای مهارت‌های هوشی کودکان و نوجوانان متمرکز است، دستیار و همراهی باشد برای والدین و مربیان ایران زمین و قطعاً افق دیدش فقط به مرزهای کشور محدود نخواهد بود.

شد، کارکردها و ظرفیت‌های بازی و اسباب بازی را بیشتر درک کرد و به کار برد. اواخر سال ۹۰ اولین اسباب بازی فکری-آموزشی طراحی شد و مراحل اولیه تولید را گذراند ولی به تولید انبوه نرسید. افزایش قیمت دلار و بی‌ثباتی عامل اصلی این عدم توفیق شد. گروه عقب‌نکشید و شروع کرد به طراحی و تولید اسباب بازی برای سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیردولتی و تا سال ۹۵ بیش از ۲۰ محصول کودک و نوجوان که اغلب یا اسباب بازی بودند یا به نوعی بازی محور بودند، طراحی یا تولید شد. بازی شده بود همه کسب و کار گروه. طراحی فرایندهای آموزشی بازی محور و طرح درس‌های بازی‌آموزی بی‌وقفه ادامه داشت و مهدکودک و پیش دبستانی‌ها همین رویکرد اجرایی شد.

وبسایت: www.bazidoost.ir



چمدون

سامانه هوشمند خرید بلیط هواپیما و رزرو هتل و اقامتگاه



رزرو کنند. سیستم پیش بینی قیمت بلیط هواپیمای چمدون برای اولین بار در ایران برای پروازهای داخلی روند تغییر قیمت بلیط را تحلیل کرده و در هر لحظه به مسافر اطلاع می دهد اگر همین الان بلیط خود را بخرد بهتر است یا می تواند با صبر کردن، بلیط هواپیمای مد نظر خود را در قیمت پایین تری رزرو کند.

همچنین مسافران می توانند قیمت درخواستی خود را اعلام کنند تا ربات خرید اتوماتیک چمدون درست در زمان مناسب بلیط هواپیما را برای مسافر رزرو کند یا با استفاده از سیستم پیگیری قیمت از تغییرات قیمت مطلع شوند و در زمان مناسب بلیط را خریداری کنند.

سفر در سرشت همه ما هست و علاوه بر عشق و لذت سفر، بینش، درک و تجربه ی حاصل از سفر هم برای ما خیلی مهم بوده و هست. ما معتقدیم که دنیا خیلی زیباست و فرصت، کم و باید به همدیگر کمک کنیم که دنیا را بیشتر و عمیق تر تجربه کنیم. برای همین تیم چمدون را شکل دادیم و از بین ایده ها و

نظراتی که داشتیم یکی را انتخاب کردیم و حال، امروز یک تیم ۷ نفره هستیم که تلاش می کند شرایط سفر رفتن را برای شما آسان تر کند و به همسفرانش کمک کند زودتر چمدان شان را برای سفر ببندند و روز به روز به تعداد سفرهایشان اضافه کنند. چمدون یک وبسایت خرید آنلاین بلیط هواپیماست که به مسافران کمک می کند در بهترین زمان بلیط هواپیمای خود را

www.chamedoon.com

تشریفات اختصاصی با واران



تشریفات اختصاصی واران به عنوان اولین مجموعه ی حوزه ی تشریفات فرودگاهی در ایران از سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را شروع کرد. واران اولین و تنها وب سرویس (API) خدمات C.I.P و ترانسفر فرودگاه های کشور را برای مجموعه های گردشگری فراهم کرده است. خدمات سی آی پی فرودگاه به سرویس هایی اطلاق می شود که در تعدادی از فرودگاه ها ارائه می شود و شامل این موارد می شود:

- دریافت کارت پرواز مسافر توسط پرسنل
 - تحویل یا دریافت چمدان مسافر توسط پرسنل
 - پذیرایی از مسافر در مدت توقف قبل و یا بعد از پرواز
 - انجام کلیه ی امور پروازی (گذرنامه و بازرسی)
 - گیت های اختصاصی پلیس و گذرنامه
 - خودروی اختصاصی در باند تا پای پرواز و بالعکس
 - خودروی اختصاصی از منزل تا فرودگاه و بالعکس
 - و سایر خدمات رفاهی در سالن های CIP
- از جمله مزیت های سامانه رزرواسیون CIP فرودگاه های کشور شرکت واران می توان به موارد زیر اشاره کرد:
- ارائه پنل B2B به آژانس ها و شرکت های همکار
 - صدور و اچرانی با لوگوی آژانس
 - امکان مارک آپ نرخ ها
 - امکان ارائه وب سرویس
 - پشتیبانی شبانه روزی

فرودگاه هایی که خدمات CIP فعال دارند:

فرودگاه بین المللی امام خمینی (ره)، فرودگاه مهرآباد، فرودگاه مشهد، فرودگاه تبریز، فرودگاه کیش، فرودگاه رشت، فرودگاه کرمانشاه و فرودگاه اصفهان.

همچنین واران امکان رزرو خدمات تشریفات در فرودگاه های بین المللی را فراهم کرده است؛ از جمله در فرودگاه های: دبی، استانبول، دوحه، مسقط، تفلیس، سنگاپور، لندن، فرانکفورت، آمستردام، کوالالامپور، شانگهای و... واران همچنین در راستای تسهیل ارائه خدمات، نرم افزار اپلیکیشن اندروید رزرو را تهیه و منتشر کرده است. واران برای کلیه مسافران پروازهای داخلی و خارجی امکان سرویس دهی دارد.

www.varanCIP.com

معرفی اپلیکیشن های خلاق

اجاق

سامانه سفارش آنلاین غذای سنتی



اجاق تمام تلاش خود را می‌کند که سفارش پس از ثبت و تایید در سریع‌ترین زمان ممکن به دست شما برسد.

تیم اجاق در تلاش است که خدمات و فرایند سفارش آسان‌تری برای شما به ارمغان بیاورد تا بتوانید غذای سنتی را به راحتی به صورت آنلاین سفارش دهید.

شما به راحتی می‌توانید با وارد کردن یک شماره موبایل در اجاق ثبت نام و به صورت اتوماتیک منوی نزدیک‌ترین رستوران به خودتان را مشاهده کنید.

برنامه اجاق برای آینده چیست؟

اجاق در تلاش است به زودی لیست غذای خود را با توجه به ارزش‌ها و ملاک‌های مورد نظر با همکاری بهترین تامین‌کنندگان در تهران کامل‌تر کند.



اجاق از یک فکر و نیاز اولیه شروع شد و با همراهی تیمی خلاق، پویا و پرنرژی در محیطی بسیار صمیمانه شکل گرفت و کم‌کم در تهران رشد پیدا کرد. اجاق به شما این امکان را می‌دهد که به سادگی چند کلیک، غذای سنتی و خوشمزه (آش، حلیم و کله‌پاچه) را با بالاترین کیفیت در سطح تهران سفارش دهید و در منزل خود تحویل بگیرید.

زمانی که شما، سفارش ثبت می‌کنید اپراتور اجاق با نزدیک‌ترین تامین‌کننده تماس می‌گیرد و لیست سفارش را اعلام می‌کند و تا زمانی که سفارش شما بسته‌بندی شود برای تامین‌کننده پیک موتوری می‌فرستد و غذای شما را در کمترین زمان ممکن به شما تحویل خواهد داد. لازم به ذکر است ملزومات بسته‌بندی از قبل در اختیار تامین‌کنندگان قرار گرفته است و با پکیجینگ منحصر به اجاق، غذا را دریافت خواهید کرد.

www.ojaghfood.ir

لذت مدیریت آنلاین ساختمان با مدیسا



همچنین ساکنان ساختمان می‌توانند در قسمت اعلان خرابی، موارد ضروری خرابی تاسیسات ساختمان را به اطلاع مدیر برسانند، همچنین مدت زمان میان اعلام خرابی تا رفع آن، قابل مشاهده است، این قابلیت باعث آنالیز بهتر عملکرد مدیر ساختمان می‌شود.

برگزاری جلسات آنلاین و مجازی مجمع عمومی مجتمع که برای اولین بار در کشور انجام شده، یکی از موثرترین نکات در صرفه جویی وقت و هزینه و ثبت و بایگانی اسناد قانونی مجتمع می‌شود.

با فعال شدن هوش مصنوعی مدیسا، با توجه به اینکه کاربران می‌توانند میزان مصرف انرژی خود را با سایر مجتمع‌ها مقایسه کنند، علاوه بر آموزش و مدیریت مصرف انرژی، باعث کنترل و کاهش چشمگیر مصرف انرژی خواهیم بود.



ریات هوشمند مدیریت ساختمان (مدیسا) اپلیکیشن مدیریت مجتمع است که علاوه بر ایجاد شفافیت وضعیت مالی ساختمان، باعث آموزش مدیران مجتمع‌های مسکونی اداری و تجاری کشور و همچنین ارتقای فرهنگ آپارتمان‌نشینی می‌شود.

برقراری ارتباط میان صاحبان کسب و کار و ساکنان آپارتمان‌ها علاوه بر تسهیل دریافت خدمات از حرفه‌ای‌ها و کاهش هزینه، باعث رونق کسب و کار نیز می‌شود.

استفاده از مزایای تابلو اعلانات مجازی، علاوه بر حذف تبلیغات کاغذی و غیر موثر، باعث هدفمند شدن تبلیغات و درآمدزایی برای ساختمان می‌شود تا جایی که دریافت شارژ ثابت را تا ۵۰ درصد کاهش داده و باعث افزایش حس همکاری در مجتمع تا ۹۰ درصد می‌شود.

www.modisa24.com

بسته‌بندی‌های فاخر در سنایک

سنایک SANA PACK



تأثیر بسته‌بندی متفاوت برای رقابت در بازارهای جهانی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. بیش از یک دهه تجربه هنرمندان طراح و گرافیست مؤسسه تبلیغاتی سنا و نیاز به بسته‌بندی‌های خاص و منحصر به فرد برای ارائه در بازارهای جهانی، زمینه ایجاد گروه حرفه‌ای «سنا پک» را فراهم کرد. این گروه به پشتوانه تجربه و بهره‌برداری از صنایع دستی اصیل ایران، تجهیزات حرفه‌ای بسته‌بندی (جعبه‌سازی) را به خدمت گرفته تا روزانه حداقل ۴۰۰ جعبه با فرم‌های متفاوت و خلاق را تولید کند.

ویژگی خاص سنایک، کیفیت تولید و طراحی متناسب با کاربرد و خواست مشتریان و استفاده از انواع مواد اولیه مانند پارچه، چرم، فلز، مقوا، سفال، ترمه، قلمکار، کاغذ و... است. بر همین اساس طراحی و تولید بسته‌بندی‌های فاخر و مستحکم در مجموعه خلاق سنایک آغاز شد که برگرفته از روش‌های نوین جعبه‌های سخت است.

در این بخش جناب آقای محمد حدادی پور، مدیرعامل شرکت سنا ایده‌آفرین ما با درباره داستان موفقیت خود در حوزه کسب و کار سنایک می‌گوید:

برای مخاطبان ما بگویید از کجا شروع کردید و چه مسیری را طی کردید تا به اینجا برسید؟

ما از طراحی و انیمیشن شروع کردیم همواره سعی کردیم کارهای خاصی ارائه دهیم و تحسین مخاطبان مان مشوق راه مان بود. بعد از همکاری با سازمان صداوسیما تمایل مان برای همکاری با بخش خصوصی بیشتر شد و با گرفتن مجوز از اداره ارشاد در قالب کانون آگهی و تبلیغات در اصفهان مشغول فعالیت شدیم. با وجود پیش‌تاز بودن مان به دلیل حضور در شهر اصفهان و اینکه تقریباً تمام انرژی ما بر روی تولید بود با توجه به نیاز بازار ترجیح دادیم بیشتر وقت خود را برای طراحی و به خصوص طراحی بسته‌بندی معطوف کنیم.

برای ما از سنایک بگویید. سنایک مجموعه‌ای است از کیفیت و خلاقیت که با حضور نیروهای متخصص و کاربرد شکل گرفته است.

نگاه ما استانداردهای بین‌المللی از نظر کیفیت و فراتر از آن در حوزه خلاقیت است. بعضی از ایده‌ها و تولیدات ما هیچ مشابه خارجی ندارد و همین امر حتی نگاه رقبای خارجی را به سمت ما جلب کرده است.

چه شد که تصمیم گرفتید وارد حوزه بسته‌بندی بشوید؟

ما چندین سال بود که دفتر طراحی داشتیم (حدود بیست سال) تا اینکه با تغییر مدیریت در یکی از مجموعه‌های تولیدی درخواست طراحی بسته‌بندی‌های خاص مطرح شد که تاکنون در ایران کار نشده بود. ابتدا ما با مهندسی معکوس، نکات فنی را با ارائه دهندگان خدمات چاپ بررسی و با همفکری و آزمون و خطا مانند یک مهندس ناظر ساختمان در شکل‌گیری

بسته‌بندی جدید همراه شدیم. این موضوع بازخورد بسیار خوبی برای آن شرکت و همچنین برای مجموعه ما داشت بعد از آن ما سعی کردیم علاوه بر بررسی بسته‌بندی‌های خاص جهان خودمان نیز طراحی‌های خاصی ارائه دهیم.

بعد از چند سال ایده‌ای برای بسته‌بندی‌های ماندگار مطرح شد. نکته اصلی ایده این بود که علاوه بر جذابیت بسته‌بندی، مصرف‌کننده آن را پس از استفاده دور نیندازد.

برای رسیدن به این جایگاه در مدیریت این مجموعه چه راز و رمزهایی را در مسیر کار داشتید؟

از آنجایی که هیچ تولیدکننده‌ای با معیارهای ترسیم شده در ایران وجود نداشت این ایده به صورت استارت‌آپ و خانگی شکل گرفت، اما دیدیم اگر بخواهیم حرفه‌ای عمل کنیم باید به صورت جدی وارد حیطه تولید شویم. با توجه به وجود مشابهت این نوع



نگاه ما

استانداردهای

بین‌المللی از نظر

کیفیت و فراتر از آن

در حوزه خلاقیت

است



بسته بندی ها اختلاف نظر فراوان وجود دارد که مبحثی بسیار طولانی است. همین قدر خدمتتان عرض کنم بسته بندی های تولیدی ما برای ایجاد تشخیص و هویت برند تأثیری بسزایی دارد و حتی برای ایجاد انگیزه و رونق خرید در حوزه های هدایا و سوغات هم بسیار چشمگیر بوده است. خدا را شکر می کنیم که توانسته ایم در حفظ و ارتقای محصولات با کیفیت سهیم باشیم.

موفقیتها و افتخارات شما تا کنون چه بوده است؟

تا کنون موفق به کسب چندین عنوان جایزه ملی بسته بندی صنایع فرهنگی شدیم، اما از نظر من، بزرگترین موفقیت و افتخار مجموعه ما باز خورد مخاطبان و پیام های فوق العاده ای است که با دیدن تولیدات شرکت به ما منتقل می شود.

برای ورود به عرصه بین المللی اقدامی انجام دادید؟

در حال حاضر تولید برای برندهایی داریم که در عرصه های بین المللی حضور دارند. اما برای عرضه مستقیم با تولیدکنندگان دیگر کشورها امکان سنجی و پناسیل ورود سنجیده شده و امیدواریم شرایط و هزینه های اولیه برای ایجاد ارتباط موثر فراهم شود.

ارتباط با سانپاک: sanapack.com

در این مدت از اطرافیان یا مخاطبان دریافت کردید؟ چگونه از آنها استفاده کردید؟

باز خورد های مثبت که همیشه مایه دلگرمی است حتی در مواقعی که در مورد کپی کردن کامل و یا بخشی از ایده های خود مواجه می شویم خیلی ها به ما گفتند که این یعنی تایید شما و درست بودن حرکت مجموعه که اثر منفی کپی کردن را برای مان کم رنگ تر کرده است. باز خورد منفی در حوزه بازار خیلی به ندرت داشته ایم، اما از وعده هایی که بعضی مسئولان دادند و محقق نشد دریافتیم که منتظر کسی نمائیم و به راه خود ادامه دهیم و اگر در این بین کمکی و یا تسهیلی برای بهبود روند دریافت کردیم قدر دان باشیم.

برای بازاریابی در شرکتان چه اقداماتی انجام دادید؟

حضور در نمایشگاه های تخصصی، رویدادها و همایش های مرتبط برای معرفی کالا و خدمات شرکت و همچنین اطلاع رسانی در شبکه های اجتماعی.

فکر می کنید جایگاه خدمات ارائه شده شما در حوزه محصولات فرهنگی چیست؟ چه مشکلی را رفع کرده است؟

جایگاه بسته بندی بر هیچ کس پوشیده نیست، اما در طراحی و استفاده از



بسته بندی در سطح جهان بخشی از ماشین آلات تهیه شد ولی از آنجایی که بخش هایی از تجهیزات با نیازهای ما مغایرت داشت بخشی هم توسط تیم فنی ما و با مشورت اهل فن نیازسنجی و طراحی شد.

ایجاد سیستم های استاندارد برای تولید با کیفیت بسته بندی محصولات متنوع بسیار کار وقت گیری است که هنوز هم با وجود استقرار در مجموعه به صورت دائم در حال ارتقا و به روز رسانی است.

کمی از مشکلات مسیرتان برای ما بگویید و اینکه چگونه از آنها عبور کردید؟

همیشه کارهای نوتابخواهد معرفی شود و به قول معروف جایگاهی پیدا کند، روند اجرایی، اداری و بازاریابی آن برای پیشتازان و شروع کنندگان هر مسیری مشکلات و موانع بسیار دارد تا راه های صعب العبور هموارتر شود.

چه باز خوردهایی منفی یا مثبت



تا کنون موفق به کسب چندین عنوان جایزه ملی بسته بندی صنایع فرهنگی شدیم





چالش‌های تولید، بازاریابی و فروش برای طراحان و مزون‌داران



یکی از عمده‌ترین چالش‌ها در صنعت مد و لباس، راهکارهای افزایش درآمدزایی از طریق تولید انبوه و فروش حداکثری محصولات تولیدی است.

در راه‌اندازی هر کسب‌وکار در صنایع مختلف لازم است پس از شکل‌گیری ایده‌ی کسب‌وکار، با ترسیم چشم‌انداز و تهیه و تنظیم بیزینس پلن یا نقشه راه برای رسیدن به اهداف در بازه‌ی زمانی تعیین شده، مراحل طراحی، تولید و عرضه به بهترین شکل ممکن اجرایی شود. در صنعت مد و لباس و با در نظر گرفتن انبوهی از فارغ‌التحصیلان رشته‌های مربوطه در کنار فعالان این حوزه در بخش مشاغل خانگی، اهمیت تعیین و تبیین نقشه‌ی راه برای رسیدن به رویکردهای صنعتی و اقتصادی بسیار ضروری به نظر می‌رسد.

فارغ‌التحصیلان رشته‌های مد و لباس و طراحان این حوزه پس از گذراندن دوره‌های مربوطه در دانشگاه‌ها، موسسات و آموزشگاه‌ها آماده‌ی ورود به بازار کار می‌شوند. اما به دلایل متعددی از جمله هزینه‌های سنگین همراه با تورم برای تامین تجهیزات و مواد اولیه از یک سو و نبود تعامل مناسب با برندها و صاحبان تولیدی‌ها و کارگاه‌ها در این حوزه از سوی دیگر، باعث عدم موفقیت برای این افراد می‌شود.

در گام اول، اغلب طراحان بدون در نظر گرفتن شرایط بازار و سلیقه‌های متعدد مخاطبان و خریداران اقدام به طراحی و تک‌دوزی محصولات می‌کنند که عمدتاً برگرفته از سلیقه‌ی شخصی خود طراحان است که در موارد متعدد تامین‌کننده‌ی نیاز خریدار و مخاطب نیست.

در گام دوم و در حوزه‌ی بازاریابی به دلیل کامل نبودن سبد فروش با طرح‌ها و سایزبندی‌های مختلف به دلایلی که پیش‌تر گفته شد از جمله

به تولیدات طراح و تولیدکننده نقش بسزایی دارد و میزان اهمیت آن را می‌توان در نحوه قیمت‌گذاری برندهای مطرح و شناخته‌شده حوزه‌ی مد و لباس مشاهده کرد.

کسب تجربه و مهارت برای طراحانی که در ابتدای مسیر قرار دارند از دیگر نکاتی است که گاهی مغفول مانده و نادیده گرفته می‌شود.

به همین دلیل همکاری و تعامل طراحان با صاحبان برند و تولیدی‌های پوشاک در آغاز مسیر حرفه‌ای می‌تواند از شکست‌های احتمالی در فعالیت‌های فردی و مستقل جلوگیری کند. همان‌گونه که بسیاری از طراحان مطرح جهانی، فعالیت خود را در سایر برندها آغاز کرده و پس از کسب تجارب لازم به تاسیس برند شخصی خود اقدام کردند.

امید است با در نظر گرفتن نکات و شرایط مطرح شده و همچنین فراهم شدن بسترهای لازم برای بازاریابی و فروش تولیدات طراحان، مزون‌داران و سایر فعالان حوزه مد و لباس، گامی بلند در راستای ارتقا و وضعیت اقتصادی و پویایی هرچه بیشتر صنعت مد و لباس برداشت.

هزینه‌های بالای تک‌دوزی، فروش این قبیل محصولات را با مشکل روبه‌رو خواهد ساخت.

البته با گسترش فضای دیجیتال و شکل‌گیری پلتفرم‌های اجتماعی و شبکه‌های مجازی بسیاری از طراحان و تولیدکننده‌های خانگی به فروش آنلاین محصولات خود روی آوردند. اما به دلیل تخصصی نبودن این پلتفرم‌ها برای مشاغل و کسب‌وکارهای مختلف مخاطب و خریدار در جست‌وجوی آیتم‌های مورد نظر خود دچار سردرگمی می‌شود.

از این رو ضروری است تا طراحان در شروع فعالیت‌های تجاری، ضمن افزایش دانش اقتصادی، نیازسنجی و رصد بازار خرید و فروش برای سامان‌دهی کسب‌وکار و شیوه‌های فروش خود از وب‌سایت‌های شخصی و نیز وب‌سایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی که به شکل تخصصی در این زمینه فعالیت می‌کنند برای عرضه و فروش تولیدات خود استفاده کنند.

برندینگ از دیگر موضوعاتی است که شاید در ابتدای شکل‌گیری کسب‌وکارها کمتر به آن توجه می‌شود، اما این کار مهم در هویت‌بخشی

اطراف شهرشان (شیروان) زندگی می‌کردند این هنر را آموزش دادند و از آنها برای تولید محصولات کمک گرفتند و به این شکل توانستند سرعت تولید خود را افزایش دهند. دوزیبا در تابستان ۱۳۹۸ تحت عنوان یک شرکت خلاق روستایی در مرکز نوآوری روستای خلاق خراسان شمالی پذیرش شد.

در حال حاضر تعداد ۲۵ نفر در روستاهای شهرستان شیروان توسط خانم فاطمه عبدی که مربی سوزن دوزی هستند به رایگان آموزش دیده‌اند و در حال حاضر مشغول کار در شرکت دوزیبا هستند. علاوه بر آنها ۵ نفر دیگر در حوزه‌های گرافیک، طراحی و خیاطی تخصص دارند که در این شرکت مشغول به فعالیت هستند.

آقای مهندس وحدان صابری با اینکه رشته مهندسی عمران خوانده است بیش از هفت سال در حوزه دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی اینترنتی فعالیت داشته و به واسطه این تجربه توانسته است شبکه‌های اجتماعی و وبسایت این شرکت را رشد داده و فروش آن را چندین برابر کند. فروش این شرکت در تابستان ۱۳۹۹ نسبت به مدت مشابه در سال ۱۳۹۸ حدود ۲۰۰ درصد رشد داشته است. به گفته‌ی وحدان صابری، دوزیبا صاحب دو فرزند خواهد شد یکی از آنها که به زودی متولد می‌شود، «دوزی استایل» (DooziStyle) هست. دوزی استایل در حوزه پوشاک بانوان فعالیت خواهد کرد و فرزند دوم این شرکت دوزی راگز (DooziRugs) است که آقای صابری امیدوار است بتواند تا پایان ۱۳۹۹ آن را شروع کند. دوزی راگز قرار است فرش‌هایی تولید بکند که نمونه مشابهی در ایران ندارند.



دوزیبا دوخت تدریجی یک رویا



ندارند، لازم بود محصولی انتخاب شود که امروزه نیز استفاده می‌شود. کوسن، رومیزی، روتختی اولین محصولاتی بودند که سراغش رفتند. بعد از تولید نمونه‌های اولیه و با انتشار تصاویر با کیفیت محصولات در شبکه‌های اجتماعی شروع به تولید محتوا کردند بعد از دو ماه یعنی اوایل اسفندماه اولین مشتری خود را پیدا کردند و توانستند تعدادی کوسن به فروش برسانند آنها برای مجموعه خود نام «دوزیبا» را انتخاب کردند و شرکت شان را تحت عنوان «زیبا دوزان نگار فروتن شیروان» به ثبت رساندند. مهندس وحدان صابری کسب و کارشان را این‌گونه تعریف می‌کند. «دوزیبا» از تکنیک‌های سوزن دوزی سنتی خراسان برای طراحی و ساخت یک سری از عناصر دکوری منزل (منسوجات خانگی) استفاده می‌کند.

در تابستان ۱۳۹۸ با افزایش تعداد سفارشات، آنها تصمیم گرفتند تعدادی نیرو استخدام کنند. به این شکل که به تعدادی از خانم‌هایی که در روستاهای

مهندس وحدان صابری و فاطمه عبدی یک سال بود که ازدواج کرده بودند. زمستان ۱۳۹۷ در یک روز آفتابی و نسبتاً دل‌چسب آنها در یکی از اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان خراسان شمالی اقامت داشتند، همان روز اتفاقی می‌افتد که مسیر زندگی شان را تغییر می‌دهد. فاطمه که عاشق گلدوزی بود وقتی پرده‌های گلدوزی شده قدیمی اتاق را نگاه می‌کرد متوجه پارگی پارچه‌اش شد و تصمیم گرفت با استفاده از گلدوزی آن را ترمیم کند. چون همیشه وسایل گلدوزی را همراهش داشت آن را ترمیم کرد و وقتی مالک اقامتگاه آن را دید آن قدر ذوق زده شد که پیشنهاد داد تعدادی از پرده‌های اتاق‌ها را روی پارچه‌ی نو گلدوزی کند. آنها با اشتیاق قبول کردند. وحدان صابری می‌گوید پیشنهاد گلدوزی پرده‌ها از طرف چند اقامتگاه دیگر در همان روستا تکرار شد. آن موقع‌ها وحدان تازه سربازی‌اش را تمام کرده بود و فاطمه جایی مشغول به کار نبود. آنها فکر می‌کنند احتمالاً افراد بیشتری این هنر را دوست داشته باشند و از جایی که پرده‌های سنتی گلدوزی شده خیلی وقت است فراموش شده‌اند احتمالاً حس نوستالژیکی به بقیه بدهد. تصمیم می‌گیرند فعالیت شان را شروع کنند. اولین کاری که انجام دادند این بود که با الهام از نمونه‌های خارجی و با تلفیق آنها با طرح‌های سنتی ایرانی یک سری از نمونه‌های اولیه را تولید بکنند. از آنجا که پرده‌های سنتی گلدوزی شده به آن شکل دیگر استفاده‌ای



دوزیبا در تمام شبکه‌های اجتماعی: @Dooziba

وبسایت: dooziba.ir



آی قصه؛ قصه گفتن و قصه شنفتن

در این بخش گشتی می‌زنیم با پوریا عالمی در شهر آی قصه.



شهر آی قصه، داستان یک شهر خیالی است به نویسندگی پوریا عالمی که شخصیت‌های بامزه‌ای دارد. کاراکترها و شخصیت‌های شهر آی قصه، صداهای بامزه و دوست‌داشتنی دارند که به سرپرستی الکا هدایت ضبط می‌شود.

ماجرای آی قصه از کجا شروع شد؟

ایده اصلی آی قصه را امید ترابی مطرح کرد. داستان‌ش هم خیلی جالب و بامزه است. امید مدیر یک شرکت آی تی است. باران، دختر امید که کوچک‌تر بود، عادت داشت هر شب پدرش برایش قصه بگوید. امید بعد از چند وقت قصه گفتن به مشکل می‌خورد. مثل این‌که باران یک روز به امید می‌گوید: بابا! این قصه‌ها تکراری شده! قصه جدید تعریف کن! امید هم کلی جست‌وجو می‌کند و کلی در اینترنت می‌چرخد اما جز چند قصه جدید چیز خاصی پیدا نمی‌کند. باران بعد از چند وقت دوباره می‌گوید که قصه‌ها تکراری شده. اما دیگر قصه‌ی جدیدی توی اینترنت و کتاب داستان‌ها هم پیدا نمی‌شد. خلاصه یک روز امید آمد پیش من و گفت: چی کار کنیم؟ ما با هم فکر کردیم و همین فکرها تبدیل شد به آی قصه. ایده‌ی اصلی هم این بود که فرض کنیم قصه‌ها تمام شده یا به هیچ کتاب قصه‌ای دسترسی نداریم. آن وقت چی؟ باید یک جایی باشد پر از قصه و نقاشی و شعر و موسیقی برای کودک و نوجوان و بچه‌ها. این‌طور شد که آی قصه شروع شد.

در آی قصه چه محتواهایی را تولید می‌کنید؟

ما در آی قصه کار اصلی‌مان ساختن قصه‌های نو است. قصه‌هایی مناسب کودک امروز که اپلیکیشن و اینترنت در دسترس دارد و مقتضیات نسل خودش را دارد. ما قصه‌هایمان را در اپلیکیشن و سایت‌مان منتشر می‌کنیم. قصه‌ها

و لایه‌های آی قصه به صورت صوتی منتشر می‌شود، اما در کنار آن کتاب‌های قصه نیز در آی قصه تولید می‌شود. به تازگی بخش جدیدی هم به آی قصه اضافه شده که مجله‌ی کودک است و مقالاتی برای والدین درباره‌ی کودکان و نوجوانان منتشر می‌کند. تولید برنامه عروسکی ماکی‌ماکی هم از این ماه پخش می‌شود.

از بخش "رادیو قصه" برای ما بگویید؟

این بخش را ما با اسماعیل باستانی در اوایل کار آی قصه شروع کردیم و در واقع یک پادکست برای بزرگسالان است. در این بخش آوازهایی را که مادران برای فرزندان خود در طول سال‌ها خوانده‌اند، جمع‌آوری می‌کنیم و به صورت پادکست منتشر می‌کنیم. تا به حال پادکست لایه‌ی مادران افغانستان در آی قصه بسیار شنیده شده و دختران و پسران افغانستانی و ایرانی و

دیگر مخاطبان‌مان آن را دوست داشته‌اند. همین لایه‌ی سبب شد آی قصه در تابستان از طرف کمیساریای پناهندگی سازمان ملل به اصفهان دعوت شود و این پادکست را همراه با داستان‌خوانی برای دختران و پسران و مادران و پدران افغانستانی و اصفهانی اجرا کند. تا به حال پادکست‌های لایه‌ی مادران افغانستان، کردستان، لرستان، مازندران، کرمان، ایتالیا و... در سایت و اپلیکیشن آی قصه منتشر شده است.

فعالیت کاری شما در دوران بیماری کرونا چه تحولاتی داشت؟

در ابتدای بروز بیماری کرونا در ایران، با توجه به خانه‌نشینی خانواده‌ها، پس از چند روز به‌نظر می‌رسید که والدین بایک چالش جدی در مورد سرگرم کردن بچه‌ها روبه‌رو هستند. در واقع نیاز به برنامه‌هایی برای پرکردن وقت آنها به‌وضوح حس می‌شد و ما هم بازخوردهایی در این زمینه داشتیم. خوشبختانه در این دوران توانستیم یک برنامه‌ریزی جدی انجام دهیم و با انتشار روزانه‌ی قصه‌ها به‌طور مرتب، آی قصه جای خوبی میان مخاطبان خود باز کرد.

درآمد در آی قصه به چه صورت است؟

آی قصه محصولات مختلفی را تولید می‌کند. اما مهم‌ترین محصول آن قصه‌هایی است که در اپلیکیشن منتشر می‌شود و مخاطبان به صورت آونمان می‌توانند خریداری کنند. در کنار این فروش کتاب، لوازم‌التحریر و... در دستور کار آی قصه قرار دارد.





خاله قزی

کتاب تعاملی و انیمیشن



خاله قزی پیرزنی ۱۱۹ ساله است که عاشق طبیعت و بچه هاست. اون سال ها پیش همراه با همسرش به روستای شادی آباد که در شمال ایران هست، اومده. خاله قزی عاشق اختراع کرده. به کمک اختراع های خاله قزی هست که روستایی ها زندگی شون رو می گذرونن.



بخشی از برندسازی ما به کمک همین اپلیکیشن صورت می گیرد. داستان های تعاملی خاله قزی، موسیقی ها، داستان های صوتی و...

تولید انیمیشن سینمایی خاله قزی، اولین قدم جدی ما در برندسازی خواهد بود. سپس تولید انیمیشن سریالی خاله قزی جزو قدم های بعدی است که در نظر داریم.

تولید و فروش محصولات فیزیکی نظیر عروسک، اسباب بازی، کتاب داستان، دفتر و لوازم التحریر را نیز مد نظر قرار داده ایم. در برنامه های آینده قصد داریم تا این محصول خود را برای بازار کشورهای همسایه و سپس برای بازار جهانی آماده کنیم و ارائه دهیم.

در حال حاضر خانواده ها می توانند فیلترهایی را برای فرزندان شان قرار دهند تا محتوای مناسب سن فرزند خودشان را در اختیارشان بگذارند.

از طرفی مخاطبان می توانند از تمامی محتواهای دانلود شده، بدون نیاز به اینترنت استفاده کنند.

در صورت بروز هرگونه مشکلی، مخاطبان می توانند با پشتیبانی از طریق بخش تماس بگیرند و مشکل خود را برطرف کنند.



در این اپلیکیشن سعی کردیم تا تمام محتواهای حوزه ی کودک و نوجوان را در کنار هم بیاوریم

چه شد که وارد این حوزه شدید؟

علاقه و تجربه ای که در حوزه ی کودک داشتیم و همچنین نیاز شدیدی که از طرف مخاطبان این حوزه احساس کردیم، باعث شد تا به این حوزه ورود داشته باشیم. البته سابقه ی شرکت در حوزه ی بازی سازی و همچنین توانایی هایی که تیم حاضر داشت، کمک بسیار زیادی کرد تا توانستیم قدم های محکمی در این زمینه برداریم.

از ویژگی های این اپلیکیشن تعاملی بگوئید؟

در این اپلیکیشن سعی کردیم تا تمام محتواهای حوزه ی کودک و نوجوان را در کنار هم بیاوریم. این محتواها عبارت اند از محتواهای آموزشی، ویدئویی، موسیقی، داستان های صوتی، کتاب های تعاملی، بازی ها و نقاشی. با توجه به اینکه شعار ما آموزش، سرگرمی و خانواده است، سعی داریم تا این سه حوزه را در کنار یکدیگر قرار دهیم. در حال حاضر سعی کردیم تا محتوای سرگرمی را برای مخاطبان مان غنی کنیم و البته تلاش هایی در حوزه ی آموزش انجام داده ایم ولی هنوز با آنچه که به عنوان هدف نهایی ما است فاصله ی بسیار زیادی دارد.

از طرفی سعی داریم تا خانواده ها را نیز درگیر محتواهای اپلیکیشن کنیم، زیرا نظارت و همدلی خانواده ها با فرزندان شان باعث خواهد شد تا ارتباط بهتری با خانواده ها شکل گیرد و فاصله ی که بین فرزندان و والدین شان ایجاد شده را تا جای ممکن کم کنیم.

تاکنون این اپلیکیشن چه تعداد نصب داشته و چه بازخوردی از مخاطبان آن داشتید؟

تاکنون بیش از ۵۰۰ هزار نصب داشتیم. با توجه به گستردگی محتواهایی که در اپلیکیشن وجود دارد، سعی کردیم تا مخاطبان را آرازی نگه داریم. در حال حاضر نظر مخاطبان خیلی مثبت بوده است. قبلاً مخاطبان مان بازخورد های منفی در مورد دانلود کردن، استفاده از اپلیکیشن به صورت Offline، کند بودن در بخش های مختلف اپلیکیشن و موارد جزئی دیگری بوده که سعی کردیم تا در هر نسخه به برطرف کردن یکی از این موارد بپردازیم.

چه برنامه ای برای توسعه برند خاله قزی در نظر دارید؟

وقتی در مورد برند صحبت می کنیم باید بدانیم که برند شدن نیاز است تا سال ها زمان و انرژی بر روی یک محصول بگذاریم تا در نهایت مخاطب با شنیدن یا دیدن نام محصول، خاطرات خوشی برای مخاطبان زنده کند.

دانلود از: کافه بازار





بررسی اخبار صنایع خلاق، فرهنگی و نوآور

نهمین نمایشگاه نوآوری و فناوری (اینوتکس ۲۰۲۰) برگزار شد

نمایشگاه اینوتکس با شعار اکوسیستم نوآوری زیر یک سقف و با هدف تسهیل برقراری ارتباط میان بازیگران مختلف حوزه فناوری و نوآوری برگزار شد. اینوتکس ۲۰۲۰ در شرایطی به صورت آنلاین برگزار شد که گمان می‌رفت شیوع ویروس کرونا مانع از برگزاری این نمایشگاه شود. این نمایشگاه در سال‌های پیش به صورت حضوری برگزار می‌شد و با تدبیر دبیرخانه و همکاران نمایشگاه، از ظرفیت‌های فضای مجازی برای برگزاری آنلاین آن بهره‌برده شد. در نهمین دوره از اینوتکس بیش از ۱۵۰ جلسه مشاوره و منتورشیپ در پلویون منتورشیپ برنامه‌ریزی و برگزار شد. در بخش کافه سرمایه‌بیش از ۳۵۰ جلسه میان سرمایه‌گذاران و استارت‌آپ‌ها برگزار شد. بخش کوآپ نمایشگاه نیز با هدف برقراری تعامل میان استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های بزرگ فعالیت داشت که در این بخش نیز ۳۰ جلسه برگزار شد. اینوتکس پیچ و اینوتکس بتل، بخش‌های هیجانی نمایشگاه بود. فینال اینوتکس پیچ با حضور ۱۲ تیم برگزیده رویدادهای اینوتکس پیچ که در ۶ استان مازندران، سیستان و بلوچستان، اصفهان، خوزستان، آذربایجان شرقی و تهران برگزار شده بود، برپا شد و در نهایت سه تیم سایکلایس، آنتی آلوپسیا و سوچن به ترتیب اول تا سوم شدند. آیین اختتامیه نمایشگاه در شامگاه ۲۵ مرداد ۹۹ برگزار شد و همزمان با حضور رئیس و دبیر نمایشگاه از پوستر اینوتکس ۲۰۲۱ رونمایی شد.



مرکز نوآوری رسانه‌های صوت و تصویر ساترا (آومیک) افتتاح شد

به گزارش روابط عمومی ساترا، مرکز نوآوری رسانه‌های صوت و تصویر به عنوان یکی از تسهیلات اعطایی ساترا به زنجیره ارزش صوت و تصویر فراگیر با حضور دکتر علی عسگری، رئیس سازمان صدا و سیما، دکتر امامیان، رئیس ساترا و دکتر ستاری، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری، ۷ تیرماه ۹۹ افتتاح شد. از جمله اهداف راه‌اندازی این مرکز می‌توان به ثبت محتوا و قابلیت استناد زمانی یا فناوری بلاک چین، تشخیص محتوای دارای حقوق مالکیت فکری با استفاده از هوش مصنوعی و تشخیص اصالت اثر با تاکید توسعه تبلیغات اشاره کرد. این مرکز تلاش دارد ارتباطی دوسویه با دانش بنیان‌ها برقرار کند و ظرفیت‌های بالقوه مراکز علمی برای حضور فعال در صنعت رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر را بالفعل کند. در حال حاضر در این مرکز، ۱۶ استارت‌آپ فعال در زمینه رسانه‌های صوتی و تصویری مستقر شده‌اند.



سومین جشنواره مد و لباس سی پال

سی پال با عنوان اولین جشنواره مد و لباس اینترنتی ایران، سومین دوره خود را در سال ۹۹ در روزهای درون کرونا برگزار می‌کند. این جشنواره با محوریت حمایت از تولید ملی و طراحان مد در دو سال گذشته میزبان بیش از ۸۰۰۰ اثر ارزنده از سراسر ایران بود. در سال ۹۹ شرایط پسا کرونا نوید رونق تولید ملی و تقویت تشکل‌های کوچک کسب و کار را می‌دهد. سی پال شانه‌به‌شانه یکایک خانواده بزرگ خود، سومین دوره جشنواره را مزین به ارزنده‌ترین آثار فعالان مد سراسر ایران می‌کند. «مد و معماری» موضوع سومین جشنواره مد و لباس سی پال است. تمامی آثار در دو بخش مد و معماری (موضوع جشنواره) و نگاه آزاد (موضوع آزاد) در سومین جشنواره سی پال حضور خواهند داشت. برای دریافت اطلاعات بیشتر تا پایان مهرماه به سایت جشنواره سی پال به نشانی cipalfestival.com مراجعه کنید.



اختتامیه دومین جایزه ملی تعالی صنعت گردشگری برگزار شد



همایش اختتامیه و اعطای جوایز برگزیدگان دومین دوره جایزه ملی تعالی صنعت گردشگری به همت پارک ملی علوم، فناوری های نرم و صنایع فرهنگی روز سه شنبه ۱۴ مردادماه ۱۳۹۹ به صورت مجازی در دانشگاه علم و فرهنگ و فقط با حضور نماینده های شرکت کنندگان در دومین دوره جایزه برگزار شد.

جایزه ملی تعالی گردشگری در سطح کشور با بهره گیری از مدل تعالی صنعت گردشگری به عنوان ابزاری برای سنجش میزان بلوغ تعالی و استقرار نظام های مدیریتی در سازمان ها، بنگاه ها و نهادهای فعال در صنعت گردشگری، هرساله برگزار می شود.

با به کارگیری مدل تعالی صنعت گردشگری در این صنعت، سازمان ها علاوه بر بهره مندی از دستاوردهای متعدد مرتبط با نتایج کلیدی خود از قبیل سود، سهم بازار، میزان فروش و... می توانند از یک سوم میزان موفقیت خود را در اجرای برنامه های بهبود در مقاطع مختلف زمانی مورد ارزیابی قرار دهند و از سوی دیگر عملکرد خود را با سایر سازمان ها در صنعت گردشگری، به ویژه بهترین آنها مقایسه کنند.

فراخوان چهارمین دوره جایزه بازی های جدی منتشر شد

فراخوان چهارمین دوره جایزه بازی های جدی ۱۳۹۹ منتشر شد تا افراد و تیم های علاقه مند در جریان جزئیات همه آنچه که قرار است در این رویداد اتفاق بیفتد، قرار بگیرند. به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل بنیاد ملی بازی های رایانه ای، رویداد جامع جایزه بازی های جدی، هرسال توسط بنیاد ملی بازی های رایانه ای به عنوان تنها متولی این صنعت و با جذب حامیان این حوزه، برگزار می شود. این رویداد در چهارمین دوره خود تلاش می کند تا زیرساخت های علمی و صنعتی را برای توسعه پیش از پیش بازی های جدی در کشور فراهم و حلقه های توسعه را از تحقیقات دانشگاهی تا تجاری سازی محصولات موجود در صنعت تقویت کند. بخش جذاب برگزاری این رویداد، جوایز آن است. این رویداد امسال هم مثل سال های گذشته با میلیون ها تومان جایزه و شبکه بزرگی از حامیان و همکاران، فرصتی برای مشارکت در رشد بازی های جدی در کشور فراهم کرده است. آخرین مهلت ثبت نام تا ۳ آبان ماه از طریق وبسایت segap.ir است.



جشنواره سراسری ایران نوشت برگزار شد



جشنواره سراسری ایران نوشت با مشارکت بیش از ۱۰۰ تولیدکننده نوشت افزار ایرانی از ۱۹ مرداد آغاز شده تا پایان تابستان ۱۳۹۹ ادامه داشت. به گزارش گروه فرهنگ و هنر خبرگزاری برنا، این رویداد که در سال جاری با توجه به فراگیری بیماری کرونا و لزوم حفظ سلامتی هموطنان، جایگزین نمایشگاه ایران نوشت (با سابقه ۷ دوره برگزاری در کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ و به همت مجمع ایران نوشت) شد، توجه بیش از ۱۰،۰۰۰ مخاطب را اعم از خانواده ها و مدیران فروشگاه های فرهنگی به خود جلب کرد. از نکات این جشنواره می توان به عرضه اینترنتی نوشت افزار ایرانی از طریق فروشگاه اینترنتی تخصصی نوشت افزار و همچنین افزایش تنوع محصولات تولید داخل اشاره کرد که علاوه بر دفتر در حوزه هایی مانند خودکار، ماژیک و مداد نیز تنوع بسیار خوبی پدید آمده است و نوید خودکفایی را در سال «جهش تولید» به ارمغان می آورد.

وضعیت برگزاری نمایشگاه کامپ ۹۹

ستاد اجرایی کامپ ضمن سپاس از استقبال دلگرم کننده شرکت ها، استارتاپ ها و سازمان های دولتی که منجر به پیش ثبت نامی بی سابقه برای بیش از ۳۰ هزار مترمربع فضای نمایشگاهی و ۷۰۰ شرکت کننده شد، اعلام کرد با توجه به شیوع مجدد ویروس کرونا و نگرانی هایی که در مورد به خطر افتادن سلامت شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان وجود دارد تاریخ برگزاری نمایشگاه کامپ به ماه های پایانی سال جاری موکول می شود.



رسانه، نوآوری و تجارت

گفت‌وگوی این بخش با آقای امیرحسین رهبری، مدیرعامل شرکت خلاق «رسانه تجارت نوین» فعال در حوزه دیجیتال مارکتینگ است.



← ماجرای ایجاد این شرکت از کجا شروع شد؟

حدود سال ۱۳۸۰ بود که ایده تاسیس یک وبسایت اینترنتی به ذهن مدیران شرکت رسانه تجارت نوین خطور کرد.

این وبسایت قرار بود به کاربران امکان خرید هدیه و ارسال آن را به صورت کاملاً آنلاین به مخاطبان بدهد (ایده‌ای که امروزه نمونه‌های موفق بسیاری دارد).

هم زمان با تاسیس این وبسایت، شرکت رسانه تجارت نوین نیز به صورت رسمی ثبت شد، اما متأسفانه یا خوشبختانه، آن زمان برای موفق شدن چنین ایده‌ای، هنوز کمی زود بود. چراکه اینترنت در ایران یک پدیده نوظهور به حساب می‌آمد و کاربران هنوز اعتماد کافی برای خرید به صورت آنلاین نداشتند.

هرچند این ایده در آن زمان نتوانست موفق عمل کند، اما تیم سه نفره نوین به گسترش فعالیت‌های خود در اینترنت ادامه داد، چراکه به خوبی از اهمیت و توانایی اینترنت برای بهبود زندگی مردم ایران آگاه بود.

چشم‌اندازی که امروز با وجود سرویس‌های اینترنتی موفق بسیار برای همه ما واضح است.

← محصولات خلاق این شرکت را به طور کامل برای مخاطبان معرفی کنید

از زمان آغاز فعالیت شرکت نوین در راه‌اندازی پروژه‌های بسیاری دست داشته است. یکی از اولین سایت‌های مرتبط با گیمینگ، اولین پروژه تبلیغات کلیک‌کشوری یکی از اولین نمونه‌های سیستم همکاری در فروش را می‌توان تعدادی از این پروژه‌ها دانست. به علاوه، این تیم، ساخت چندین اپلیکیشن اندرویدی موفق را نیز در کارنامه خود دارد. اما ما می‌خواستیم نقشی موثرتر در گسترش فرهنگ استفاده از رسانه‌های دیجیتال داشته باشیم. در حقیقت، هدف ما آن بود که رسانه‌ای باشیم به سوی یک تجارت نوین و اینک شرکت رسانه تجارت نوین شامل زیرمجموعه‌های مختلفی است که هر یک خدمات منحصر به فردی را در زمینه بازاریابی دیجیتال به کسب‌وکارهای ایرانی ارائه می‌دهند.

ملی پیامک؛ ارائه‌دهنده سرویس‌های ارسال پیامک تبلیغاتی و انبوه
ملی پیامک که اولین قدم جدی ما برای ارائه

خدمات بازاریابی دیجیتال به کسب‌وکارها بود. کارکرد اصلی ملی پیامک، مدیریت پیامک‌های انبوه برای کسب‌وکارهاست. شما به کمک پنل اس‌ام‌اس ملی پیامک، شما می‌توانید به راحتی پیامک‌های خود را به صورت انبوه مدیریت کنید و خطوط اختصاصی خود را روی تمام اپراتورهای پیامکی داشته باشید.

پرتال (آسان طراحان هوشمند)؛ پلتفرم سایت‌ساز و فروشگاه‌ساز

پرتال دومین پروژه رسانه تجارت نوین بعد از ملی پیامک بود و البته یکی از بلندپروازانه و پیچیده‌ترین پروژه‌های این شرکت هم محسوب می‌شود. جرقه ساخت این سامانه سایت‌ساز برای اولین بار در سال ۱۳۹۳ و با مشاهده نمونه‌های خارجی پلتفرم‌های سایت‌ساز و فروشگاه‌ساز و احساس نیاز برای یک راهکار ساده و سریع ایرانی برای طراحی سایت زده شد و از آن زمان تاکنون، پرتال فراز و نشیب‌های بسیاری را طی کرده و حالا به لطف خدا توانسته جایگاه ویژه‌ای را در میان کاربران خود کسب کند. البته با توسعه پلتفرم پرتال امسال توانستیم این شرکت را به صورت مجزا ثبت کرده و از زیرمجموعه نوین خارج کنیم تا به صورت مستقل فرایند رشد و توسعه خود را طی کند.



ملی پیامک

ما باور داریم می‌توانیم با خدمات نوینی که ارائه می‌دهیم مسیر بهتر و شفاف‌تری را برای ارائه خدمات به کسب‌وکارها ایجاد کنیم. چشم‌اندازهای کوتاه‌مدت و بلندمدت و استراتژی‌هایی که برای نوین داریم به همراه تیم توانمندی که ما را برای رسیدن به تک‌تک اهدافمان کمک می‌کنند، سبب شده تا هیچ وقت دست از تلاش نکشیم و همیشه با تحلیل و ارزیابی مجموعه توانسته‌ایم نقاط ضعف خود را به نقطه قوت تبدیل کنیم. همواره تلاش می‌کنیم تا در اوج باشیم و خدمات خود را گسترش دهیم.

در حوزه کسب‌وکار خود چه چالش‌ها و مشکلاتی می‌بینید؟

قطعاً همچون هر مجموعه دیگری، ما هم تا به امروز سختی‌های زیادی را دیده‌ایم. سختی‌های که گاهی مربوط به مسائل مالی بوده، گاهی هم موانع قانونی که برسر راه همه کسب‌وکارها قرار دارد.

ولی در حال حاضر آنچه نوین را بیش از پیش رنج می‌دهد عدم ثبات در بازارهای مختلف است که این موضوع امروز باعث ایجاد مشکلات و معضلاتی برای اقتصاد کشور، کسب‌وکارها و همچنین مردم می‌شود.

استانداردهای جهانی را به کار می‌گیرد.

استار تاپ‌ها و فعالان کسب‌وکارهای دیجیتال به چه صورت می‌توانند از محصولات شما بهره‌مند شوند؟

همان‌طور که دیدید، رسانه تجارت نوین با زیرمجموعه‌هایی که دارد به هیچ وجه یک شرکت تک‌بعدی نیست. بلکه خدمات همه‌جانبه‌ای را در زمینه چه در زمینه راه‌اندازی کسب‌وکار و چه در زمینه تبلیغات و بازاریابی و... به کسب‌وکارها ارائه می‌دهد. این یعنی نوین از مشاوره و آموزش بازاریابی دیجیتال تا طراحی سایت و پایگاه‌های اینترنتی تا تبلیغات و افزایش فروش با کسب‌وکارها همراه خواهد بود و حتی به استار تاپ‌ها و کسب‌وکارهای کوچک کمک می‌کند تا به مرور زمان، جایگاه خود را در دنیای دیجیتال تثبیت کنند.

چه تعداد نیروی انسانی و با چه تخصصی در مجموعه شما فعالیت دارند؟

در حال حاضر حدود ۵۰ پرسنل به صورت حضوری در مجموعه مشغول به کار هستند و تعداد بیشتری نیز به صورت دورکار در هر یک از مجموعه‌ها مشغول به فعالیت هستند.

برنامه توسعه شما برای آینده این شرکت چیست؟

دیدوگرام؛ سرویس تبلیغات و بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

مجموعه بعدی دیدوگرام است. دیدوگرام یک سرویس تبلیغات و بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. اولین قدم سامانه دیدوگرام، ارائه سرویس تبلیغات کلیکی تلگرام بود. اما با وجود گسترش شبکه‌های اجتماعی و افزایش روزافزون کاربران این شبکه‌ها علی‌الخصوص باب شدن کسب‌وکارها در اینستاگرام، خیلی زود دیدوگرام قدم‌های بعدی خود را برداشت و توسعه پیدا کرد و اینک به ارائه خدمات گوناگونی در زمینه تبلیغات و بازاریابی در شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌پردازد.

آژانس بازاریابی نوین؛ آموزش و خدمات دیجیتال مارکتینگ

در واقع باید گفت مسیری که شرکت رسانه تجارت نوین در طی این چند سال طی کرد، در نهایت به خلق نوین منجر شد. نوین یک آژانس بازاریابی اینترنتی است که علاوه بر تمام خدماتی که در بالا گفتیم خدمات منحصر به فرد خود (مشاوره بازاریابی، تبلیغات گوگل، سنو، تولید محتوا و...) را نیز به کسب‌وکارها ارائه می‌دهد.

محوریت اصلی فعالیت این مجموعه آموزش و فرهنگ سازی است و مصمم است تا تمام نیروی خود را در راستای افزایش آگاهی کسب‌وکارهای ایرانی برای رسیدن به

از چرخه موشی خارج شوید



گفت‌وگو با رضا کارگزار، مدیرعامل شرکت خلاق «هوش تاروت دارآفرین» و مدیر تیم تحقیق و توسعه بازی خلاق «کش فلو»



حوزه فعالیت شرکت هوش تاروت دارآفرین چیست؟

شرکت هوش تاروت با شعار «هوش مالی با بازی» و براساس این نگرش که بازی‌ها بهترین معلم‌ها هستند، فعالیت خود را در زمینه بازی‌سازی با محوریت هوش مالی به پشوانه ۲ سال فعالیت مستمر موسسان خود در زمینه راهکارهای ارتقای هوش مالی در فروردین ۱۳۹۸ آغاز کرد.

ماهیت و مفهوم بازی کش فلو را برای مخاطبان شرح بدهید.

بازی کش فلو، یک board Game یا بازی رومیزی است که از صفحه، کارت، تاس، مهره و برگه‌های بازی تشکیل شده و در واقع یک شبیه‌ساز اقتصادی منطبق بر شرایط اقتصاد ایران به حساب می‌آید. هدف اصلی این بازی آموزش سواد مالی و سرمایه‌گذاری بدون کتاب و کلاس به افراد و خانواده‌هاست تا بتوانند از چرخه موشی زندگی خود خارج شده و وارد دنیای ثروت شوند.

این بازی برای بزرگسالان ۱۴ سال به بالا مناسب است و باید افراد توانایی فرم‌نویسی و

کار با اعداد و ماشین حساب را داشته باشند. البته نسخه ویژه کودکان بالای ۶ سال نیز در مرحله طراحی و تولید است.

چه شد که به فکر ایجاد این بازی افتادید؟

تیم ما که در راس آن بنده به عنوان مدرس حضور داشتم ۲ سال قبل از تاسیس شرکت، فعالیت خود را در زمینه آموزش مالی شخصی در شهر مشهد شروع کرده بود و براساس ایمان و اعتقادی که بنده به آموزش‌های مالی رابرت کیوساکی به عنوان پرچم‌دار آموزش‌های مالی در دنیا داشتم آموزش‌های خود را با ادبیات آموزشی پدر پولدار ترکیب کردم و به مرور در آموزش‌های خود از بازی جهانی CASH-101 FLOW ایشان نیز بهره‌گرفتم و دوره‌ای به نام پول‌سازی مبتنی بر بازی کش فلو، شکل گرفت. این دوره چنان تأثیر مثبت بر روی همه ما داشت که در نهایت اواخر سال ۹۷ تصمیم به بومی‌سازی و بازطراحی این بازی متناسب با شرایط اقتصاد ایران برای علاقه‌مندان آموزش‌های مالی در ایران گرفتیم.

مراحل انجام این بازی را می‌فرمایید؟

در این بازی بازیکنان علاوه بر رویایی با اتفاقات روزمره زندگی خود، سعی می‌کنند با پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و کنار گذاشتن ترس‌های همیشگی و خارج شدن از دایره امن زندگی کارمندی، اقدام به سرمایه‌گذاری و معامله در ۶ بازار عمده کنند. این بازارها شامل بازار پول (اوراق گواهی سپرده)، بازار سرمایه (سهام، اوراق مشارکت، صندوق‌های سرمایه‌گذاری)، بازار املاک، بازار بیمه (بیمه عمر)، بازار کاروکسب (شراکت، شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان، بازاریابی شبکه‌ای و...) و بازار کالا (طلا، ارز خارجی، ارز رزمز و...) است. در پی این سرمایه‌گذاری‌ها و افزایش درآمد غیرفعال بازیکنان نسبت به هزینه‌هایشان، شرایطی برای بازیکنان فراهم می‌شود تا از چرخه تکراری زندگی موسوم به چرخه موشی خارج شده و به استقلال مالی برسند و سپس وارد مسیر سرعت برای کسب ثروت شوند. بازیکنان در این بازی مهارت‌های حسابداری شخصی و سرمایه‌گذاری را به طور کامل فرامی‌گیرند و با تکرار و تمرین بازی، ذهنیت و باورهای



ثروتمندان را با باورهای فقیرانه در وجود خود جایگزین می‌کنند.

این بازی چقدر با واقعیت نزدیک است؟

افراد در بازی کش فلو با شبیه‌سازی بخش اقتصادی یک زندگی واقعی روبه‌رو هستند و تحت شرایط اقتصادی کسی که در ایران زندگی می‌کند تصمیمات مالی خود را در بازی می‌گیرند. در این بازی تمام اتفاقات جاری زندگی از جمله دریافت حقوق و پرداخت هزینه‌ها، بیکاری، تورم، کمک به امور خیریه و حتی بچه‌دار شدن به تصویر کشیده شده است. بازی کش فلو بهترین مکان برای تجربه استراتژی‌های مختلف سرمایه‌گذاری در محیط شبیه‌سازی شده بازی است. سرمایه‌گذاری، مهارتی است که اغلب افراد نمی‌توانند از طریق خواندن کتاب‌ها آن را کسب کنند، از طرفی اشتباهات در دنیای واقعی هزینه‌های بالایی دارند که افراد در دل بازی کش فلو و به دور از ترس‌های خود از این اشتباهات تجربه کسب می‌کنند و بعد، آن را در واقعیت به کار می‌برند.

مدیر یک شرکت حدود یک سوم از زمان و حجم فکری خود را باید به وظایف و تکالیف شرکت‌داری و سازمان‌هایی که باید به آنها پاسخگو باشد اختصاص دهد و حجم پرداختی‌هایی که باید انجام دهد بسیار بیشتر است. پس زمان و هزینه بیشتری باید صرف کند و قدرت رقابت‌پذیری وی هم نسبت به بخش حقیقی پایین‌تر است. از طرفی یک شرکت نوپای فرهنگی هم به حساب می‌آید که محصول فرهنگی دارد و نیاز به سرمایه و نیروی متخصص و حمایت و... دارد، منتهی با صنعت رو به رشد و پرفرآیندی رو به روست که بعد از عملیاتی شدن، توان پول‌سازی بالایی دارد.

در رابطه با حمایت‌های مورد نیاز، همانطور که عرض کردم ما کار را بدون حمایت سازمان‌های دولتی شروع کردیم ولی همین‌جا از سازمان بورس، بانک مرکزی، بیمه مرکزی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و اتحادیه‌های املاک و طلا و جواهر در سطح کشور و بانک‌ها و شرکت‌های بیمه و بازاریابی شبکه‌ای دعوت می‌کنم به جمع حامیان مالی و معنوی کش فلو پیوندند، زیرا بازی کش فلو ضعف آموزش در بخش‌های تحت مدیریت این عزیزان را تا حد زیادی رفع خواهد کرد و به ورود علمی مردم به فعالیت‌های کارآفرینی و سرمایه‌گذاری کمک شایانی می‌کند.



باشگاه کش فلو نیز به عنوان مرجع آموزش‌های بازی کش فلو تا کنون توانسته بیش از ۴۰۰ عضو بگیرد و در مسیر آموزش‌های مالی بازی محور، همراه و پشتیبان علاقه‌مندان خواهد بود.

در حوزه کسب و کار خود چه چالش‌ها و مشکلاتی می‌بینید؟ دولت در این حوزه چه کمکی می‌تواند کند؟

ما فعالیت در این صنعت را به صورت شرکتی (حقوقی) آغاز کردیم و همان‌طور که می‌دانید

با این بازی تاکنون چقدر مخاطب جذب کرده‌اید؟

ما با شناخت کاملی که از این بازی داشتیم آن را طراحی و تولید کردیم و نگران عدم استقبال نبودیم و خوشبختانه همین‌گونه هم شد، حتی ما توانستیم قبل از عرضه اولیه، بازی را پیش فروش کنیم. البته بعد از رونمایی و عرضه آن در پنج‌مین جشنواره ملی اسباب‌بازی دردی ماه ۹۸ و دریافت جایزه فیروزه از وزارت ارشاد با استقبال خوبی از سمت مشتریان، همکاران و سازمان‌ها مواجه شدیم.



وبسایت: cashflowgame.ir

اخبار

مصاحبه با یک انیماتور پیکسار:

مایک استرن

انیماتورها به طرز ناامیدکننده‌ای وقت فشرده‌ای دارند، بنابراین ما بسیار خوش شانس بودیم که توانستیم با مایک استرن، انیماتور پیکسار و فارغ‌التحصیل AM (انیمیشن منتور) همنشین باشیم. در این سوال و جواب‌ها، مایک درباره‌ی تجربه‌ی دانشجویی خود صحبت می‌کند و روی هنر تفسیر بازخورد تاکید می‌کند. این متن را بخوانید تا هوش و خرد این فرد حرفه‌ای را درک کنید!

انیمیشن منتور: خاطره‌انگیزترین تجربه‌ی شما از انیمیشن منتور چیست؟

مایک استرن: من از ابتدا در کلاس اول در انیمیشن منتور بودم و به یاد می‌آورم که آنجا بودن در هنگام ناهار، چقدر هیجان‌انگیز بود. من خوش شانس هستم که در زمان درست، در مکان درست بوده‌ام. در گروه اول، اکثر ما تلاش کرده بودیم تا انیمیشن را از طریق خودمان یا مدارس مختلف دیگر که آموزش متحرک‌سازی کاراکتر را به صورت بسیار محدود ارائه می‌کردند، یاد بگیریم.



یکی از نماهای مایک از Onward

زمانی که AM باز شد و همه‌ی ما در یک مکان جمع شدیم، AM توانست بهترین افراد را با خود به ارمغان آورد. من فکر می‌کنم که به همین دلیل، آن کلاس توانستند با یکدیگر نزدیک و صمیمی باشند. همچنین ما توانستیم رابطه‌ای را با بابی، شاون، کارلوس و فارغ‌التحصیلان ایجاد کنیم؛ زیرا آنها نسبت به بازخورد‌های ما بسیار پاسخگو و علاقه‌مند بودند. این واقعات حس را ایجاد می‌کرد که آنها می‌خواستند مدرسه‌ی متفاوتی درست کنند. این کار برای گروهی که از راه‌های معمولی مطالعه می‌کردند، تازه و نو بود.

خاطره‌انگیزترین تجربه‌ی من، اولین AMBBQ بودن در Crissy Field بود. در آن زمان، گروه ما

به همت خانه انیمیشن صورت گرفت:

افتتاح مرکز نوآوری انیمیشن، رسانه و بازی‌های رایانه‌ای در مجتمع پارک علم و فناوری استان اردبیل با حضور دکتر سورنا ستاری، معاون محترم علمی و فناوری ریاست جمهوری



مجتمع نوآوری استان اردبیل با حضور معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور راه‌اندازی شد. حبیب ابراهیم پور، رئیس پارک علم و فناوری استان اردبیل روز سه‌شنبه ۲۰ خردادماه ۱۳۹۹ در آیین افتتاح این مجتمع از اختصاص ۱۵۰ میلیارد ریال اعتبار برای خرید راه‌اندازی ساختمان و مجتمع مراکز نوآوری استان اردبیل خبر داد. وی اظهار داشت: هم‌زمان با سفر معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهور، سه مرکز نوآوری انیمیشن، رسانه و بازی‌های رایانه‌ای، عسل و فرآورده‌های آن و همچنین گیاهان دارویی راه‌اندازی شد.

رئیس پارک علم و فناوری استان اردبیل به مراحل ارزیابی و صدور مجوز برای راه‌اندازی شرکت‌های دانش‌بنیان اشاره کرد و افزود: امیدواریم در این سفر مجوز راه‌اندازی ۱۰ شرکت دانش‌بنیان صادر شود.

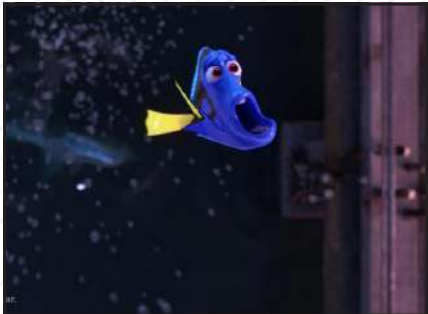
ابراهیم پور از افتتاح مرکز رشد مشترک پارک علم و فناوری و دانشگاه آزاد اسلامی اردبیل خبر داد و اظهار داشت: تلاش می‌کنیم تا با همکاری دانشگاه‌ها فعالیت‌های مشترکی را با موضوع فناوری‌های جدید انجام دهیم.



چیزهایی که می‌دانیم به درستی انجام می‌دهیم، روی چیزهایی متمرکز می‌شویم که نمی‌توانیم بفهمیم. من، شما و انیماتورهای آینده را تشویق می‌کنم تا با خود، مهربان باشید. برای چیزهای جدیدی که یاد گرفته‌اید، برای خودتان، ارزش قائل شوید و به خود، زمان دهید ایده‌ها و تکنیک‌هایی را که هنوز در آنها، استاد نشده‌اید، توسعه دهید.

انیمیشن منتور: چه چیزی را در انیمیشن دوست دارید؟

مایک استرن: چیزهای زیادی در انیمیشن هست که من عاشق‌شان هستم. من همچنان، هنگام گرفتن نماهای جدید هیجان زده می‌شوم. من عاشق فرایند تلاش کردن برای ساخت ارتباط کاراکترها در لحظاتی که به من داده شده است، هستم. هر بار حس می‌کنم که من به این فرایند، متعهد شده‌ام. این فرصتی برای یادگیری چیزهای جدید است.



یکی از نماهای مایک از پیدا کردن دوری

من اغلب، درباره‌ی کاری که برای زندگی کردن انجام می‌دهیم و اعتباری که با خود می‌آورد، فکر می‌کنم. اتفاقات اخیر سبب شده که من، مجدداً ارزیابی کنم. روزهایی هست که نشستن جلوی یک کامپیوتر سخت است، در حالی که می‌دانید که راه‌های تاثیرگذارتری وجود دارند که شما می‌توانید زمان‌تان را صرف آنها کنید.

آن چیزی که همیشه سبب بازگشت من می‌شود، همگانی بودن انیمیشن است. من فکر می‌کنم که این برای مخاطبان راحت‌تر است که کاراکترهای محرک را شناخته و با آنها همدل شوند؛ زیرا ما تلاش نمی‌کنیم که دنیای واقعی را به تصویر بکشیم. این به ما یک فرصت منحصر به فرد برای برقراری ارتباط می‌دهد.

تنظیمات حرفه‌ای است. انیماتور، یادداشت‌هایی از کارگردان فیلم و انیماتورهای همکار آنها، همراه با سایر منابع برای یک نما می‌گیرد. این هنر است که بازخورد را تفسیر کرده و آن را به گونه‌ای در کار خود به کار بگیرید که سبب بهبود آن شود. من خوشحالم که آن تجربه را در AM داشتم و زودتر با آن مفهوم، آشنا شده بودم.

توصیه برای انیماتورهای تازه کار

انیمیشن منتور: چه توصیه‌ای برای دانش‌آموزان کنونی دارید؟

مایک استرن: فکر می‌کنم بهترین توصیه این است که صبور باشید. اکثر ما، وارد انیمیشن شدیم؛ زیرا فیلم‌های متحرکی دیدیم که به ما الهام بخشیدند و تمایل ما این است که قادر باشیم کار آنها را با همان کیفیت در این زمان، تکرار کنیم. فرایند یادگیری طول می‌کشد و این آسان است که با جاه طلبی خودتان خفه شوید. اگر من جای شما بودم می‌گفتم که دست کم بگیر، اما با آن، کار بیشتری کن. خودت را با یک قدم در هر زمان بهبود بده. انیمیشن با جنبه‌های مختلفی به وجود آمده و هر یک از این جنبه‌ها، نیاز به تمرکز خاص برای توسعه دارند.



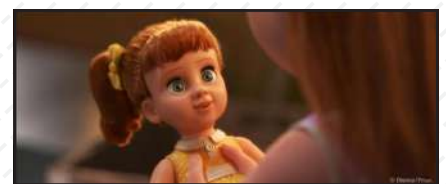
دش از شگفت‌انگیزان ۲

من مشاهده کرده‌ام که ما گروهی هستیم که تمایل داریم به خود، سخت بگیریم. ما اغلب، در مقایسه با

زمان زیادی را روی تعامل آنلاین، صرف کرده بود و برای بسیاری از ما، این اولین باری بود که به صورت حضوری، یکدیگر را می‌دیدیم. ما بیشتر روز را روی گردش در فضای آزاد و انطباق اسامی آنلاین با چهره‌های واقعی سپری می‌کردیم. آن شب، ما در Mint جمع شدیم و کارا تو که خواندیم. این برای من دیوانه‌کننده است که فکر کنم این اتفاقات برای ۱۵ سال پیش است. من نمی‌توانم باور کنم که آن زمان گذشته است. من هنوز هم با بسیاری از افرادی که در آن روز ملاقات کردم در ارتباط هستم.

انیمیشن منتور: چه چیزی از AM یاد گرفتید که به شما کمک کرد به جایی که الان هستید، برسید؟

مایک استرن: یکی از ارزشمندترین چیزهایی که یاد گرفتم، چگونگی تفسیر بازخورد بود. فضا به گونه‌ای طراحی شده بود که تمام مدرسه می‌توانستند کاری را که هر هفته ارائه می‌شد، ببینند یا درباره‌ی آن، نظر دهند. این بدین معناست که دانش‌آموز، علاوه بر مربی خود، مرتباً از منابع مختلفی بازخورد دریافت می‌کرد. من هر هفته احساس می‌کردم که این مسئولیت من است که بازخورد را تجزیه کرده، سپس یادداشت‌های خاص را اولویت بندی کرده و آنها را در کار خودم درست کنم.



گیبکی از داستان اسباب‌بازی ۴

این فرایند، بسیار شبیه به محیط Dailies در یک



م
نما
زیستوم

 ircreative.isti.ir

 aparat.com/ircreative

 ircreative@isti.ir

 [@ircreative.ir](https://www.instagram.com/ircreative.ir)

 [@icreative](https://www.telegram.com/@icreative)

 بخش پذیرش
۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۵

 بخش خدمات
۰۲۱-۸۳۵۳۲۴۷۴