


**خبر**

### نشست اعضای مرکز شتابدهی نوآوری برگزار شد

در ادامه رویدادهای مرکز شتابدهی نوآوری پارک فناوری پردیس در سال ۱۴۰۳، به منظور شبکه‌سازی بین شتاب‌دهنده‌های جدید سطح دو عضو مرکز شتابدهی نوآوری، دومین رویداد با عنوان "نشست اعضای مرکز شتابدهی نوآوری" به میزبانی دفتر توسعه زیرساخت‌های زیست بوم نوآوری معاونت علمی در محل ساختمان معاونت علمی برگزار شد. در این نشست، شرکت‌کنندگان که اعضای جدید در مسیر رشد (شتاب‌دهنده‌های سطح دو) بودند به معرفی فعالیت‌ها و ظرفیت‌های مجموعه خود پرداختند. این نشست با حضور سید محمد جواد صدری مهر، مدیر کل دفتر توسعه زیرساخت‌های زیست بوم نوآوری و فناوری معاونت علمی، مهدی عظیمیان مدیر کل توسعه شعب و پردیس‌ها و رئیس مرکز شتابدهی نوآوری پارک فناوری پردیس و جمعی از شتاب‌دهنده‌های اکوسیستم نوآوری و نوآوری در تاریخ ۲۳ دی در محل ساختمان معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان ریاست جمهوری برگزار شد.

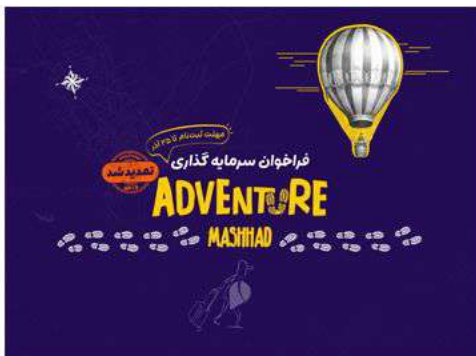
مدیر کل دفتر توسعه زیرساخت‌های زیست بوم نوآوری و فناوری معاونت علمی در این نشست، بر اهمیت موضوع توسعه زیست بوم برای معاونت علمی تأکید کردند و یکی از مهم‌ترین اقدامات برای توسعه این زیست بوم را تقویت شتاب‌دهنده‌ها برشمردند. رئیس مرکز شتابدهی نوآوری پارک فناوری پردیس در این نشست، ضمن ارائه توضیحاتی پیرامون نحوه امتیاز دهی به درخواست‌ها و همچنین اهمیت داشتن برخی از شاخص‌ها در ارزیابی، بر ضرورت تمکن مالی شتاب‌دهنده‌ها و عدم وابستگی مستقیم آنها به حمایت‌های مالی دولت تأکید کردند. همچنین در این نشست هر یک از شتاب‌دهنده‌های حاضر به بیان دغدغه‌ها و مسائل خود پرداختند و در پایان گواهی‌نامه‌های در مسیر رشد فعالیت‌های شتابدهی به حضار اعطا شد.



### رویداد ادونچر مشهد برگزار شد

رویداد ادونچر مشهد، اولین دوره از سری رویدادهایی است که شتاب‌دهنده تریگ‌آپ با هدف شناسایی و کشف استعدادها بالقوه در میان کسب و کارهای نوپای کشور و در میان فضای اکوسیستم نوآوری ترتیب داده است. این رویداد روز یکشنبه ۲۳ دی ماه در کارخانه نوآوری مشهد و با همکاری دو مجموعه تریگ‌آپ و گرین تک با حضور جمع بسیاری از فعالان اکوسیستم نوآوری و سرمایه‌گذاران مطرح کشور برگزار شد. کارآفرینان جسوری که به دنبال ماجراجویی و رشد هستند و برای ادامه مسیر ایده نوآورانه و استارت‌آپ خود نیاز به جذب سرمایه دارند در این رویداد ثبت نام کردند.

در این رویداد، ۱۲۰ تیم جوان و خلاق استان‌های خراسان رضوی، شمالی و جنوبی، در قالب تیم‌های استارت‌آپی محصولات و ایده‌های خود را ارائه نموده و توسط داوران مطرح ارزیابی شدند. در نهایت در اختتامیه اولین دوره این رویداد، ۱۲ تیم با هدف جذب سرمایه‌گذار، ایده و محصول فناورانه خود را در حضور سرمایه‌گذاران ارائه کردند.



### معرفی اعضای جدید مرکز شتابدهی نوآوری در دی ۱۴۰۳

#### شتاب‌دهنده فرانیک

فینتک و هوش مصنوعی  
(مستقر در شهر تهران)



#### شتاب‌دهنده شروع

فعال در کشاورزی و امنیت غذایی، سلامت  
(مستقر در شهر تهران)



## خبر

### اولین اپراتور هوش مصنوعی ایران بوری می شود

مهدی محمدی در گفتگو با دیجیاتو از تصمیم این شرکت دانش بنیان برای ورود به بورس تهران خبر داد و گفت: «گرین وب در تلاش است با شرکت‌های زیرمجموعه خود که شامل ۸ شرکت است و ذیل سرزمین نوآوری گرین وب تعریف شده‌اند، در بورس تهران پذیرش شود و سهام آن طی ماه‌های آینده عرضه اولیه شود.» او با اشاره به رونمایی از اهورا به عنوان اولین اپراتور هوش مصنوعی ایران در نمایشگاه ال‌کامپ امسال، اظهار کرد گرین وب اولین شرکت بوری خواهد بود که در زمینه هوش مصنوعی و زیرساخت ابری فعالیت می‌کند و مسیر را برای ورود دیگر فعالان این صنعت نیز هموار خواهد کرد.

در ادامه محمدی در پاسخ به سؤالی درباره آینده گرین وب پس از پذیرش و عرضه در بورس گفت: «علاوه بر خدماتی که گرین وب تاکنون در زمینه زیرساخت‌های ابری و هوش مصنوعی ارائه کرده است، اولویت ما در دوره جدید فعالیت و پس از ورود به بازار سرمایه، هوشمندسازی صنایع است و در این راستا، راهکارهای تحول را به شرکت‌های صنعتی، به ویژه صنایع حاضر در بازار سرمایه خواهیم داد.»

اپراتور هوش مصنوعی اهورا تمامی خدمات زیرساختی و فنی مورد نیاز را به متقاضیان هوش مصنوعی ارائه می‌دهد و بستر لازم برای تسریع حرکت کشور به سمت فناوری‌های نوظهور را فراهم می‌کند. اهورا یک اپراتور کامل و راه‌حلی جامع برای دسترسی بی‌وقفه به منابع قدرتمند پردازش گرافیکی مورد نیاز، به منظور توسعه AI در کسب و کارها است و با ارائه خدماتی همچون پردازش گرافیکی ابری، ذخیره سازی هوش مصنوعی و مشاوره تخصصی، پاسخگوی همه جانبه نیازهای متنوع مشتریان حوزه هوش مصنوعی است.



### معرفی تیم‌های مستقر یا خارج شده از شتابدهنده‌ها

#### استار تاپ فلوچت (از تیم‌های شتابدهنده دیجی نکست)

فلوچت، یک سرویس ساخت چت‌بات بدون کدنویسی است. در فلو استودیو، با چند Drag&Drop ساده می‌توان یک چت‌بات هوشمند ساخت. فلورا اطلاعات را به صورت متن دریافت می‌کند و با استفاده از هوش مصنوعی مولد، نسبت به سوال پرسیده شده به کاربران پاسخ می‌دهد. در نهایت اگر مشکل کاربر با چت‌بات حل نشد، کاربر به چت زنده متصل می‌شود و با یک اپراتور صحبت می‌کند.

این استار تاپ در حال حاضر از تیم‌های پورتفوی دیجی نکست است و در کارخانه نوآوری آزادی تهران مستقر است.

به منظور آشنایی بیشتر با این استار تاپ می‌توانید به آدرس <https://flowchat.tech> مراجعه نمایید.



### معرفی اعضا مرکز شتابدهی نوآوری

#### شتابدهنده شروع

تجربیات سالیان گذشته در زیست‌بوم علم و فناوری کشور، نشان داده است که شتابدهنده‌های تخصصی در صورت توجه به جوانب مختلف، میتوانند با سرمایه‌گذاری درست و حساب شده، به رشد و ارتقای مجموعه‌های دانش بنیان نوپا کمک نموده و توسعه‌ی عرضی و طولی فعالیت‌های اقتصادی کلان کشور را نیز در پی داشته باشد. با توجه به اهمیت این موضوع در تحقق اقتصاد مقاومتی، شرکت شتابدهنده فناوری تاثیر، مأموریت خود را در اجرای فرآیند شتابدهی به منظور حمایت از تیم‌های دانش بنیان و رفع نیازهای محصولی و فناورانه در حوزه‌های اولویت‌دار کشور، تعریف نموده است. شرکت شتابدهنده فناوری تاثیر، فعالیت خود را از سال ۱۳۹۵ به صورت رسمی در اصفهان شروع نمود.

این شرکت با هدف کشف فرصت‌های اقتصادی دانش بنیان، ارائه خدمات شتابدهی کسب و کارهای نوپا، عرضه یابی بنگاه‌های اقتصادی و به منظور رفع نیازهای اساسی کشور در این حوزه فعالیت خود را آغاز نمود و هم‌اکنون با استقرار در تهران، با بیش از ۲۰ نفر پرسنل تمام وقت، ۱۵۰ نفر شبکه منتورینگ تخصصی و کسب و کاری در حال خدمت‌رسانی می‌باشد.

مرکز شتابدهی شروع، یک شبکه‌ی شتابدهی است که با گردهم آوردن عناصر مختلف زیست‌بوم کارآفرینی مانند راهبران تشکیلاتی، ناظران فنی و مشاوران متخصص و بکارگیری نوآوری باز، نقش برجسته‌ای را در زیست‌بوم کارآفرینی کشور حول حوزه‌های موضوعی اولویت‌دار، ایفا می‌کند.

این شتابدهنده در شهر تهران مستقر است.





The problem with the future is that it is different if you are unable to think differently, the future will always arrive as a surprise

«مشکل آینده این است که متفاوت است، اگر نتوانید متفاوت فکر کنید، آینده همیشه غافلگیر کننده خواهد بود»  
گری همل (از نام آورترین متفکرین در حوزه مدیریت)

## معرفی کتاب

معرفی کتاب از برند بازنده تا برند برنده (نکات کلیدی در برندسازی متمایز در کسب و کارهای کشورهای آسیایی) اثر کاترین چای.

نویسنده کتاب در مقدمه کتاب می گوید: من با بسیاری از مدیران کسب و کارهای مختلف در کشورهای آسیایی این پرسش را مطرح کرده ام که چگونه با وجود این همه برند و رقابت بین آدم‌ها، می توانم به یک برند برجسته و متمایز دست یابم؟ این کتاب کلیدی است برای راه گشایی و کمک به کسب و کارهای مختلف تا بتوانند ارزشهای شناخته نشده برند خود را نشان دهند. مجموعه روشهای این کتاب به منظور پر کردن خلا دانش افراد در پایه ریزی برند و مشخص کردن چارچوب مختصری برای کسب و کارها طراحی شده است.

کتاب پیش رو بر مبنای روش مشاوره ای من به نام بروک است. این رویکرد به هیچ وجه یک فرآیند خطی نیست اما با مرآجل رشد برند مطابقت داده شده است. در ذیل چهار مرحله این فرآیند را به صورت مختصر مرور می کنیم:

### ۱- کشف یک برند

بینش ها پایه و اساس استراتژی برند هستند و بینش های قوی درباره بازار هدف، برندهای بزرگ را به وجود می آورد. برای دریافت هایی از ذینفعان داخلی و خارجی، سوالاتی میتوان پرسید. برند ما چه مشکلاتی را برای شما حل می کند؟ برند ما چه راه هایی به شما ارائه می کند؟ با چه بیشتر از همیشه تحت تاثیر برند ما قرار گرفتید؟ برند ما چه وعده ای داده است؟ ما به چه کسانی خدمت می کنیم؟ ما چه مشکلاتی را حل می کنیم؟

### ۲- بررسی و یافتن راهبرد کاربردی

برندهای بزرگ آنهایی هستند که پشتیبان چیزهای مهمی هستند. آنها این کار را انجام می دهند زیرا چیزی را دارند که می خواهند تغییر دهند و ما به عنوان مشتری می خواهیم بخشی از این تغییر باشیم. یک هدف مشخص برای برند بر آنچه که شما روی آن متمرکز شده اید اثر می گذارد. هدف برند یعنی مقصود برند و کاری که انجام می دهد. ماموریت برند مسیری است که شما برای دستیابی به چشم انداز برند دنبال خواهید کرد.

### ۳- سازمان دهی و هدایت تجربه ها

برند با ارائه تجربیاتی که با وعده هایش مطابقت دارد وارد زندگی می شود. تجربه برند در نتیجه هیجانانگیز، احساسات، ادراک و پاسخ های رفتاری برانگیخته شده توسط محرک های مربوط به برند مفهوم می شود که بخشی از طراحی برند، هویت، بسته بندی، ارتباطات و فضاهای آن هستند. نویسندگان ابعاد مختلف تجربه را مشخص کرده و مقیاس تجربه برند را که چهار بعد حسی، عاطفی، فکری و رفتاری را در بر دارد در نظر دارند.

### ۴- خلق مشخصه های بارز یک برند

در این بخش باید موارد مهم زیر را در نظر داشته باشیم:

- اسم برند و شعار تبلیغاتی آن
- داستان گویی برند
- نماد و رویدادهای مهم برند
- آیین ها و تشریفات برند
- کارکنانی که نماینده های برند هستند.

بسیاری از شرکت ها عمده توجه و تلاش خود را وقف پوسته ظاهری برندشان کرده اند. شرکت ها برند خود را بر مبنای آگاهی و بینش، تعیین اهداف برند، شناسایی مشتریانی که به راستی باید به آنها خدمت رسانی شود، بهبود کیفیت محصولات و خدمات، استخدام و تعلیم کارکنانشان و در جهت ارائه مناسب وعده برند به مشتریان پایه ریزی نکرده اند.



ترجمه و تالیف: دکتر سارا میرزایی

## آشنایی با اصطلاحات حوزه کسب و کار

### Brand Promise

**وعده برند:** وعده برند بیانیه ای است که کسب و کارها برای توصیف ارزشی که به مشتریان ارائه می کنند، می نویسند. وعده برند می تواند اعتماد بین یک کسب و کار و مشتریانش را پرورش دهد، زیرا تعاملات مشتری را هدایت می کند. سهامداران همچنین می توانند از وعده برند برای مدیریت انتظارات خود از کسب و کار استفاده کنند. وعده برند عبارتی کوتاه و ساده است که به مشتری می گوید از برند شما چه انتظاری می تواند داشته باشد.

