

مهندس

علی

دانشی

مشاور

ارشد IT



مهندس

پیام امامی

مشاور ارشد

مدیریت

پروژه



خلق ایده های کسب و کار

برنامه فشرده سه روزه Startup Weekend: این برنامه از طرح ایده های مختلف مطرح شده توسط شرکت کنندگان آغاز و در نهایت به برنامه ریزی تولید محصول ختم می شود. اولین گام، طرح ایده است. یک ایده به تنهایی هیچ ارزشی ندارد و کسی صرفاً حاضر به سرمایه گذاری روی یک ایده هیجان انگیز که تنها با چند جمله بیان شده است، نخواهد بود.

در گام بعدی به دنبال تشکیل یک تیم می روید تا بتوانید از تخصص ها و مهارت های گوناگون، برای به اجرا در آوردن ایده بهره بگیرید. سپس به طراحی یک مدل کسب و کار خواهید پرداخت تا بتوانید شرکت، مشتریان، ارزش پیشنهادی به آنان و محل فروش محصول را بشناسید.

در مرحله بعد، مدل کسب و کار خود و آن محصولی را که قصد دارید تولید کنید با دیگران در میان می گذارید و سعی می کنید نیازهای مشتریان خود را در محصول جدیدتان ببینید، شاید حتی لازم باشد یک مدل کسب و کار جدید طراحی کنید. گام بعدی، مرحله تولید محصول با کدنویسی برنامه کاربردی است. حال می توانید آن را با توجه به نظریات مشتریان، کامل کنید. گام بعدی، برنامه ریزی توسعه محصول توسط خود یا مراکز رشد و انکوباتورهاست. بنابراین، برنامه ریزی برای آینده محصول خود را ادامه داده و کامل می سازید. این، خلاصه کار گروهی تعاملی است که در یک رویداد Startup Weekend در طی ۵۴ ساعت رخ می دهد و شما فرصت دارید تا ایده هایتان را به محصول تبدیل کنید و آن را ارائه دهید.

مهندس رضا غیابی

کارآفرین، مشاور ارشد مدیریت

و برگزار کننده رویدادهای نوآورانه



قدرت ایده ها

به اعتقاد من برای تغییر جهان هیچ قدرتی کارسازتر از قدرت ایده ها نیست. «ایده» برای تولید شدن فقط به یک ذهن با انگیزه احتیاج دارد. می تواند با سرعت نور و بی هزینه از یک گوشه جهان به گوشه دیگر برود و اگر جذب ذهن آماده دیگری شود، می تواند بسیار مؤثر باشد، چشم اندازها و رفتارها را تغییر دهد و اشاعه پیدا کند.

انگیزه اصلی اکثر کارآفرینان در ارائه ایده ها، استقلال است. کارآفرینان علاقه ای به مدیر شدن ندارند. بلکه بر عکس، در جوانی قدرت و نفوذ در مجامع و مدیریت اطرافیان شان انگیزه های خوبی برایشان فراهم می کند. آنها می آموزند که مدیریت انسان ها جوابگوی خواسته هایشان نیست و باید از رهبری توانمندساز کمک گرفت. چالش های انتزاعی، تنوع شغلی و میراثی که از خود بجا می گذارند انگیزه های آنان در سنین بالاتر را شکل می دهد. جالب آن است که درآمدهای مالی آخرین انگیزه آنان محسوب می شود. کارآفرینان در ابتدا از «خود» شروع می کنند. از خود می پرسند که

هستند؟ چه می دانند؟ و چه کسانی را می شناسند؟

پاسخ به این پرسش ها، منجر به کشف معنی دار سلائی، مهارت ها، تخصص ها، شبکه های اجتماعی و حرفه ای آنان می شود. سپس با داشته های خود هر آنچه می توانند انجام دهند، تجسم و اجرایی می کنند. آنها معمولاً نقشه های خود را ترسیم می کنند، تغییر می دهند و دوباره ترسیم می نمایند و این عمل را آن قدر تکرار می کنند تا به نقشه های مناسب برسند.

مدیران به دنبال سود بیشتر و کارآفرینان به دنبال ضرر کمتر هستند هنگامی که مدیران در حال تحلیل بازار و انتخاب بخش های پربازده هستند کارآفرینان به دنبال راه هایی می گردند که با صرف کمترین زمان، تلاش و منابع مالی، در دسترس ترین بازار را هدف بگیرند. مدیران به تحلیل رقبا می پردازند و کارآفرینان به دنبال ساختن رقابتی بیشتر هستند. کارآفرینان هر خود را در آن می دانند که اتفاقات راه را تبدیل به فرصت کنند.

اگرچه «کارآفرین» فرد است، اما «کارآفرینی» یک فرآیند گروهی است. اکثر کارآفرینان موفقیت خود را حاصل تعامل صحیح شبکه ای از کارکنان، شرکا، سرمایه گذاران، مشاوران، خانواده و دوستانشان می دانند و به همین دلیل نقش کارآفرین به عنوان رهبر این شبکه حیاتی است.

مدیر، کارآفرین و رهبر در سازمان، شخصیت هایی جداگانه نیستند بلکه هر کدام «نقش» هایی هستند که بسیاری از ما در ساعات مختلف روز به خود می پذیریم. با ایجاد ترکیبی مناسب از این سه تا، می توان تغییرات عمیقی را در محیط کسب و کار ایجاد کرد، در راه خدمت به جامعه قدمی برداشت و برای آن مفید بود.

دکتر غلامرضا نصیرزاده

عضو هیئت علمی سازمان مدیریت صنعتی

و عضو ارشد کمیته علمی رشته MITM



کسب و کار پایدار؛ تکامل عشق در کنار عقل

سالها پیروی مذهب زندان کردم

تا به فتوای خرد حرص به زندان کردم (بخش اول) در ادبیات کسب و کار چگونه می توان حرص را زندان کرد؟ زمانی محصول و منابع اولیه مثل نفت در جهان مطرح بود، بعد ابزارها، بعد خدمات و امروز می گوئیم زنده باد دانش.

میلتون فریدمن، بزرگترین اقتصاددان قرن بیستم، معتقد بود کسب و کارها فقط یک وظیفه دارند و آن کسب سود است. حافظ هم در شعر خود می گوید: «را نمی کشد و بر زندان کردن آن تأکید می کند. امروزه، انسانی که در زندگی دانش محور زندگی می کند، دنیا را متفاوت تر می بیند. آقای لکینی به چند انقلاب در کسب و کار در قرن بیست و یکم اشاره می کند و معتقد است در زمینه بازار از مطلوبیت به سمت رقابت حرکت می کنیم. انقلاب سوم، حرکت از ارزش های سخت به سمت ارزش های نرم است.

سومین انقلاب، در حوزه "شفافیت" است که از حالت بسته به حالت باز و اطلاعات شفاف خواهیم رفت.

در انقلاب چهارم، چرخه عمر تکنولوژی به سمت "محصول" و بعد به سمت کارکرد شکل گرفت.

در انقلاب پنجم، سرنگون کردن رقبا جای خود را به هم قدرتی داد با اینکه در گذشته زمان کوتاه بود اما در ششمین انقلاب رفته رفته موفقیت تیم

عرض زمان را گسترده کنیم



جذب سرمایه گذاران
علاقه مند



کسب و کار
اجتماعی پایدار



هنر مدیر
اجرای استراتژی هاست



نوآوری
در
نوآوری

◀◀ مدیریت کارکنان دانشگاه
تعلیم و تربیت ساخت و ساز گر
تلاقی و همبستگی

