

آغاز راه

Start Line

۲۶ دی ۱۳۹۴

پیش شماره اول

شنبه

Sunday

۱۱

ویز چینیارامتی

من یاد گرفتهام همیشه کارهایی را انجام دهم که قبلا انجامشان نداده‌ام. رشد و راحت طلبی با یکدیگر همزیستی ندارند.

ستون

Column

گرمافون



حسین مهران، دانش آموز علامه حلی ۴ تهران است. او که در مقطع دوم دبیرستان تحصیل می‌کند، به گفته خودش آخرین نسل سیستم آموزش قدیمی است و خوش‌شانسی آورده که دانش‌آموز سیستم آموزشی جدید نیست. «من خیلی به کارآفرینی علاقه دارم. دوست ندارم بگویم شغلم مثلاً خلبانی است، شغلم تولیدی لباس است... و اینکه کار جدیدی ایجاد کنم حس دیگری دارد. ترجیح می‌دهم نوآوری کنم تا صرفاً دنبال پول باشم، چون شما اگر خوبی کنید، این خوبی به شما برمی‌گردد. ضمن اینکه در کار آزادی دارید و مشکل خودتان را حل کرده‌اید. مشکل دیگران را هم حل می‌کنید و خودبه‌خود پول هم با آن می‌آید.» ایده او «گرمافون» نام دارد که یک شبکه اجتماعی مانند اینستاگرام است. کاربران در آن به جای عکس، صداه اشتراک می‌گذارند. این صدای تواندهر چیزی باشد؛ صحبت کردن، بخشنی از یک قطعه موسیقی یا مثلاً صدای طبیعت. تیم او با الهام از کلتش آو کلتز، یک ارزش درون‌شبکه‌ای هم ایجاد کرده که کاربران با استفاده از Coin می‌توانند به امکانات بیشتری دسترسی داشته باشند. این Coin ها هم به صورت عادی مثل لایک جمع کردن قابل کسب هستند و هم کاربران می‌توانند آن‌ها را خریداری کنند.

موبایل

یک دوست خوب



سارا سوربان دانشجوی طراحی صنعتی است و به کسب‌و کار استارت‌آپ‌ها علاقه دارد. او با استارت‌آپ ویکند از طریق بنرهایی که در سطح شهر دیده، آشنا شده. سپس، در مورد آن جست‌وجو کرده و گزارش‌های دیجیاتو را در موردشان خوانده. جالب است که او پیش خود تصور می‌کرده که یک روز خودش هم در یکی از مصاحبه‌های دیجیاتو حضور خواهد داشت که همین‌طور هم شد. سوربان به همراه برادرش در این رویداد شرکت کرده و قصد دارد کاری کند که وسایل اطرافمان به دوست خوبمان تبدیل شوند. او در مورد ایده‌اش می‌گوید: «همه ما تلفن‌ه‌ها را داریم و هر روز از آن استفاده می‌کنیم. اما این وسیله بسیاری اوقات به زندگی ما آسیب می‌زند و حتی سلامتمان را در معرض خطر قرار می‌دهد. بنابراین تصمیم گرفتم اپلیکیشنی طراحی کنم که موبایل‌مان دوست خوبمان باشد؛ وقتی کم‌تر حرکت هستیم به ما اخبار بدهد، و حتی دسترسی ما به خود تلفن‌ه‌ها را محدود کند تا مجبور به تحرک شویم. اپلیکیشن‌های گام‌شمار بسیاری وجود دارند، اما تفاوت اپلیکیشن ما با آن‌ها این است که سیستم تنبیه و تشویق دارد. در فازهای بعدی، می‌توان این اپلیکیشن را به یک شبکه اجتماعی پیاده‌روی توسعه داد که افراد بتوانند در آن مسیرشان را پیدا کنند و با هم تعامل داشته باشند. برای کسب درآمد هم قرار دادن تبلیغات در مسیرهای پرتدد، فروش اطلاعات مسیرها به شرکت‌های متقاضی و همکاری با شرکت‌های ورزشی را در نظر داریم.»



کشور کمک‌شایانی کرد، تا جایی که در حال حاضر بیش از ۴۰۰ شرکت از خدمات ما استفاده می‌کنند. این مشکلات ما را قوی‌تر کرد.

- بسیاری از کسانی که به دنبال طراحی و اجرای استارت‌آپ‌ها هستند، در تیم‌سازی دچار مشکل‌اند. شما با چنین مشکلی مواجه نبودید؟

اتفاقاً بزرگ‌ترین مشکل ما تیم‌سازی بود. این مشکلی است که هر استارت‌آپ در حال رشدی با آن روبه‌روست. اینکه افراد مشتاق و چالش‌پذیر را گرد هم آوریم و آن‌ها را در راستای یک هدف متحد کنیم کار ساده‌ای نبود. اینکه تفکر کارمندی را تغییر دهیم و تفکر کارآفرینی و رشد را جایگزین کنیم شرط اصلی موفقیت بود و با چالش‌هایی که هر استارت‌آپ در خصوص هزینه‌ها با آن روبه‌روست، این تغییر بسیار دشوار بود. برای غلبه بر این مشکل هم استارت‌آپ‌ها باید بتوانند یک مسیر رشد مشخص با دورنمایی جذاب برای هریک از اعضای تیم ترسیم کنند.

- در حال حاضر اعضای تیم شما چند نفرند؟

ما ۴ نفر در حال حاضر ۱۴ نفر در اخبار رسمی مشغول به فعالیت هستند که ۴ نفر از آن‌ها تیم فنی و مابقی از کارشناسان حوزه‌های روابط عمومی و رسانه هستند.

- برای آینده اخبار رسمی چه تصمیمی دارید؟

قصد داریم با ارتقای سرویس، به شفافیت، سرعت و اطمینان فضای رسانهای کشور کمک کنیم و همچنین سکویی برای توسعه فضای کسب‌و کار در ایران باشیم.

در زمینه بین‌المللی نیز قصد داریم بخش توزیع بین‌المللی اخبار شرکت‌های داخلی را توسعه دهیم تا به ارتقای جایگاه برندهای ایرانی در جهان کمک کنیم و صدای آن‌ها را ر سائر به گوش رسانه‌های جهانی برسانیم.



گفتگو با مجید کثیری، بنیان‌گذار و مدیرعامل سایت «اخبار رسمی»

۴۰۰ شرکت مشتری

این جوان‌ها هستند

سایت اخبار رسمی اولین سرویس آنلاین توزیع محتوا در ایران است که به شرکت‌ها کمک می‌کند به بیش از ۲ هزار رسانه داخلی و ۷۰ هزار رسانه بین‌المللی دسترسی هدفمندی داشته باشند. در دنیایی که رسانه‌ها از هر طرف ما را محاصره کرده‌اند و گروه‌ها و کانال‌های خبری رسمی و غیر رسمی در شبکه‌های اجتماعی از سروکول هم بالا می‌روند، دسترسی داشتن به یک منبع جامع و مانع می‌تواند برای هر مخاطبی دلگرمی باشد. به‌ویژه اگر کسی در جریان اخبار شرکت‌ها و کمپانی‌های مهم باشد. کثیری جوان می‌گوید در پی آن است تا نیاز مخاطب به خبر را در این حوزه‌ها کاملاً برطرف کند.

کریدید؟

نام آن را «اخبار رسمی» گذاشتیم به این معنی که در آن اخبار یا به طور کلی محتوا مستقیماً توسط شرکت‌ها منتشر می‌شود. از طرفی «اخبار رسمی» هویت منبع خبری را تضمین و دسترسی رسانه‌ها، خبرنگاران و عموم جامعه را تسهیل می‌کرد.

- بعد از اینکه ایده و برند را انتخاب کردید، چگونه وارد مراحل اجرایی شدید؟

پس از اینکه ایده ما در جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب‌و کار شریف در آذرماه ۹۲ برنده مدال طلا شد، کارهای اجرایی را شروع کردیم. در مهرماه ۹۳ که طرح اولیه کار آماده شد، وارد شتاب‌دهنده کارآفرینی آواتک شدیم و پس از طی دوره ۶ ماهه شتاب‌دهی شرکت مستقلی راه‌اندازی کردیم.

- در فراز و نشیب‌هایی که گذراندید، نقاط لذت‌بخش و اوج اجرای این ایده کجا بود؟

اینکه توانستیم در کمتر از ۹ ماه از آغاز فعالیت، افتخار خدمت‌رسانی رسانهای به بیش از ۴۰۰

گزارش

Report

مونا جعفری

- مراحل شکل‌گیری «اخبار رسمی» را از ایده تا اجرا برپیمان بگویید.

به عنوان روزنامه‌نگار، در دسترسی به اخبار موثق شرکت‌ها در ایران مشکل داشتم. در خارج از ایران دیده بودم که سرویس‌های انتشار اخبار چگونه کار می‌کنند و چگونه برای دسترسی به محتوای موثق منابع خبری کمک می‌کنند. از طرفی به حوزه روابط عمومی هم بسیار علاقه داشتم و در جریان مشکلات شرکت‌های داخلی در دیده شدن اخبارشان در فضای رسانه قرار گرفته بودم. اینجا بود که ایده شکل‌دهی یک سایت خبری شکل گرفت.

- چرا نام «اخبار رسمی» را برای آن انتخاب

اپلیکیشن BRT

فاطمه اسحاقی دانشجوی ترم ۵ گرافیک است. او تصمیم گرفته یکی از مشکلات خودش را مطرح کند. اسحاقی با استفاده از اتوبوس‌های تندروی BRT در تهران جابه‌جا می‌شود.

به نظرش اتوبوس خیلی شلوغ است و این شلوغی او را اذیت می‌کند. توضیحات بیشتر را از زبان خود او بخوانید: «بعضی افراد در صف می‌ایستند اما بعضی دیگر اصلاً به قوانین پایبند نیستند. می‌خواهیم قابلیت ویژه‌ای را برای افرادی که در ایستگاه‌ها به صف می‌ایستند، فراهم کنیم تا آن‌ها نیز به این کار تشویق شوند. این قابلیت را از طریق یک اپلیکیشن موبایل در اختیار شما قرار می‌دهیم. می‌توانید QR Code را که در ایستگاه‌ها نصب می‌کنیم با دوربین موبایل اسکن کنید و سپس از محتوایی که ما در اختیار شما می‌گذاریم، مثل عکس، ویدیو، موسیقی، کتاب و... بهره‌مند شوید.»

دیجی‌بوک

یک

محمدحسین منبری ۱۴ ساله است و در کلاس هشتم دبیرستان البرز درس می‌خواند. او از طریق معلمش که از برگزار کنندگان استارت‌آپ و یکند است با این رویداد آشنا شده. محمدحسین قبلاً دوره حرفه‌ای گرافیک را گذرانده و در این رویداد به عنوان طراح شرکت کرده است. ایده او یک کتابخانه آنلاین است که افراد می‌توانند برای مدت مشخصی در آن عضو شوند و در این مدت، از تمامی کتاب‌ها به صورت رایگان بهره‌مند شوند. توضیحات بیشتر درباره «دیجی‌بوک» را از زبان خودش بخوانید: «مخاطبان ما عموم مردم هستند و سعی می‌کنیم تمامی موضوعات را پوشش دهیم. قصد داریم ناشران و نویسندگان را در ببن‌دیم و درصدی از سودمان را به آن‌ها بدهیم. در مقابل هم از آن‌ها می‌خواهیم کتاب‌های موردنظرمان را انطور که می‌خواهیم در اختیارمان بگذارند؛ مثل کتاب الکترونیکی و کتاب صوتی.»



خلق کردید برای چند نفر اشتغال‌زایی کرده‌اید؟

من اعضای تیم را طی سال‌ها همکاری و شکست و تلاش شناسایی کرده‌ام. ما یک تیم سه‌نفره بودیم که از شیراز به تهران آمدیم و برای موفقیت پروژه تلاش زیادی کردیم. برای ۱۵ نفر به صورت مستقیم در فراش شغل ایجاد کردیم و تا امروز بیش از صد نفر متخصص از طریق پلتفرم فراش به کسب درآمد مشغول‌اند. همچنین اعضای تیم فراش افراد بااستعدادی هستند که از شهرهای مختلف ایران به تیم ما پیوسته‌اند.

- توصیه شما به علاقه‌مندانی که در آغاز راه هستند چیست؟

از تجربیات شکست و موفقیت دیگران استفاده کنید. اگر دانش و تجربه کافی ندارید، به تیم‌های خوب بپیوندید و از همه مهم‌تر، کوچک شروع کنید. برای نمونه باید بگویم که خود من اگر به گذشته برمی‌گشتم به تیم‌های موفق و بزرگ می‌پیوستم و حتی بدون دریافت دستمزد از آن‌ها می‌آموختم.

- راز موفقیت تیم‌تان را در چه می‌دانید؟

راز موفقیت ما در چابکی، تلاش بی‌وقفه، استمرار در یادگیری و اندازه‌گیری نتیجه کارهای مان است. همین بس!

آسان کردن یادگیری برای دیگران

گفتگو با محمد رشیدی، بنیان‌گذار و مدیرعامل وبسایت فراش، برنده جایزه بهترین وبسایت علمی ایران

نگاه دو

Second View

مهدی ابهران

آغاز راه

فراش، برنده جایزه بهترین وبسایت علمی ایران، بهترین مجله آنلاین علمی ایران، بهترین رعایت‌کننده کپی‌رایت در ایران و بهترین پروژه جوانان جهان در شاخه دانش برای همگان در اجلاس هزاره سال ۲۰۱۰ بوده است. محمد رشیدی ایده این وبسایت را مطرح کرده و اجرای آن را برعهده گرفته است. او مدیرعامل شرکتی است که بعد از مدتی به بن‌بست رسیده است. محمد تصمیم گرفته با کمک آواتک دوباره آن را زنده کند.

● از روند شکل‌گیری این وبسایت برای ما بگویید.

من از سال ۱۳۸۶ این ایده را اجرایی و وبسایت را راه‌اندازی کردم. تا سال ۹۱ پروژه فعال بود و به موفقیت‌های مهمی دست یافت. اما در مقطعی از زمان به دلیل نداشتن دانش مناسب کسب‌و کار، با توجه به درآمدزا نبودن کانتنا (فراش امروزی)، برای تأمین هزینه‌های آن مجبور شدیم تمرکز از روی این کار برداریم و به پروژه‌های دیگر اختصاص دهیم، که همین موضوع باعث از بین رفتن پروژه شد. سال ۹۳ در پی جذب سرمایه‌گذار مناسبی که علاوه بر پول، دانش و تجربه کسب‌و کار را در اختیار ما قرار دهد، وارد آواتک شدیم. در آواتک با کمک آموزش‌ها و مشاوران با تجربه، پروژه جان تازه‌ای گرفت و با رشد خیره‌کننده خود نظر سرمایه‌گذاران را جلب کرد.

در شنبه فیلم ببینید

را دیدید می‌توانید دوربین اپلیکیشن را روی آن بگذارید و با موبایل‌تان فیلم ببینید. شرکت واقعیت افزوده پندار در سال ۹۱ با معرفی اپلیکیشن واقعیت افزوده رانایه سفارش گروه صنعتی ایران خودرو فناوری واقعیت افزوده را برای اولین بار به ایران معرفی کرد. سید مجتبی طباطبایی، مدیرعامل شرکت واقعیت افزوده پندار، در مورد اپلیکیشن پندار + می‌گوید:

«هدف از ارائه این برنامه این است که به عنوان مرکز جامعی برای تجارب واقعیت افزوده ایران عمل کند. چون پیش از این اپلیکیشن تجارب واقعیت افزوده در بیشتر اوقات به سختی صورت می‌گرفت. هزینه واقعیت افزوده چه در ایران و چه در خارج از کشور گران تمام می‌شود، اما حداقل با پندار + هم برای تولیدکننده و هم برای استفاده‌کننده هزینه داندلود و

نصب برنامه کاهش می‌یابد.» از ویژگی‌های مهم پندار + این است که افراد حقیقی یا کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ می‌توانند با مبلغی بسیار کمتر و بدون نیاز به فرد سومی تجربه‌های واقعیت افزوده تولید کنند. این سامانه با سیستم مدیریت محتوای خود می‌تواند به هر فردی که در این سیستم ثبت‌نام کرده، بدون نیاز به دانش برنامه‌نویسی سرویس واقعیت افزوده ارائه دهد.

