



ماهان
مرکز مشاوره مدیریت



ماهنامه داخلی باشگاه تحول ماهان

دی ماه ۱۴۰۱ . شماره ۱۷۵

تجارت داستان یک رفاقت است.

تجارت داستان يك رفاقت است. این شعار برند خوشنامی است که از چندی قبل افتخار همکاری با آنها را داریم. مدیرعامل محترم این هلدینگ نفتی سال‌ها پیش خبرنگار بودند و بواسطه رفاقت سالم پایشان به فضای کسب و کار باز شد. در حال حاضر هم تلاش می‌کنند تا با تمام ذی‌نفعانشان رفاقت کنند. برای مهمانانشان شخصاً قهوه عربی می‌ریزند، برای کارمندانشان حکم يك حامی بزرگ را دارند، در مواجهه با شرکای تجاریشان صداقت و رفتار حرفه‌ای پیشه می‌کنند و در استان‌های محروم در قالب مسئولیت اجتماعی مدرسه می‌سازند. با این مسلك، امروز در نقطه‌ای قرار دارند که امکان پذیرش سفارش بیشتر را نداشته و برخی از درخواست‌های همکاری را رد می‌کنند. این همه را عرض کردم تا به اینجا برسم و خواهش کنم که در این روزهای سخت بیشتر با هم رفاقت کنیم. تا جایی که در توان داریم وصول مطالباتمان از شرکت‌ها و افرادی که بدلیل شرایط فعلی جامعه در مضيقه هستند را به تعویق اندازیم، از تعدیل شتاب‌زده منابع انسانی سازمان خودداری کنیم، در قیمت‌گذاری املاک، خدمات و محصولاتمان انصاف داشته باشیم و چنانچه در مجموعه‌ای مشغول به کار هستیم شرایط سرمایه‌گذاران و صاحبان آن سازمان را درك کنیم.

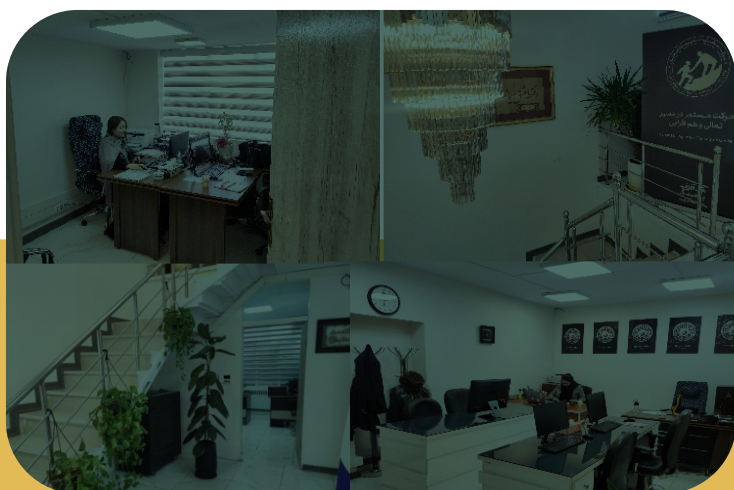
به قول افلاطون: مهربان باش، زیرا هر که را می‌بینی درگیر جنگی طاقت‌فرسا است.

خدمت رسانی از محلی جدید و با همکارانی که به جمع ما اضافه شدند.

مطمئنیم که انرژی فوق العاده این انجمن بر روی بازده ما هم تاثیر مثبت خواهد داشت. در ضمن همزمان با تغییر مکان مرکز مشاوره، خوشبختانه همکاران جدیدی به خانواده ما اضافه شدند. آقای گنجعلی بعنوان مدیر مارکتینگ و فروش آکادمی، خانم غفوری بعنوان مسئول نظارت بر سایت مرکز، آقای قیصری بعنوان مشاور ثبت نام دوره‌ها و رویدادها و خانم بیژنی بعنوان کارشناس آموزش اخیراً به خانواده ماها پیوستند که از همین جا برای همه آنها آرزوی سلامتی و موفقیت می‌کنیم.

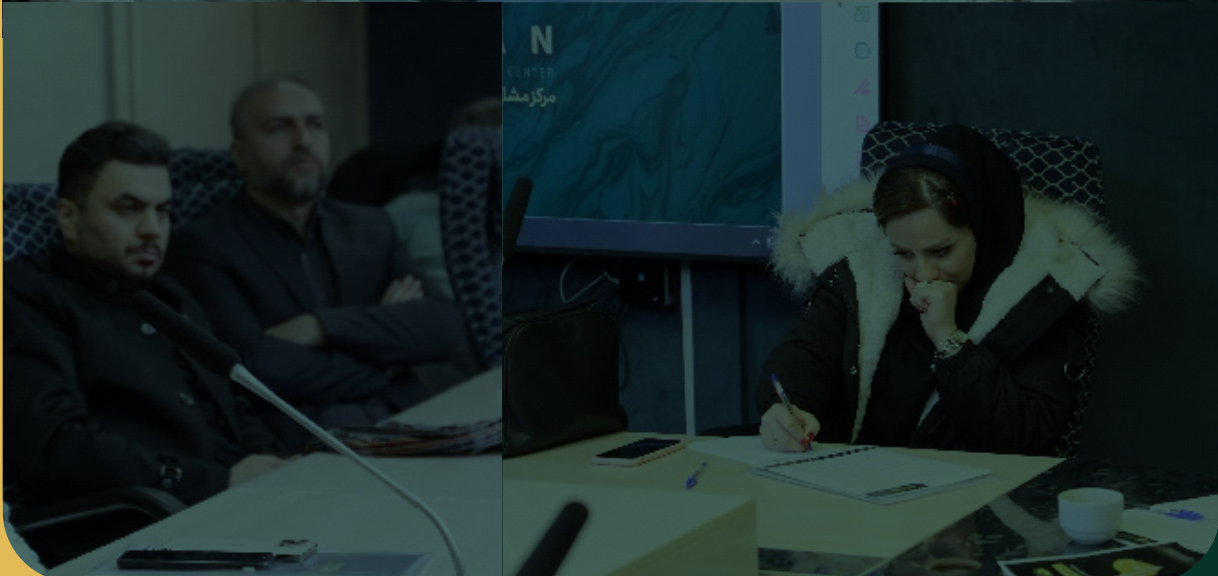


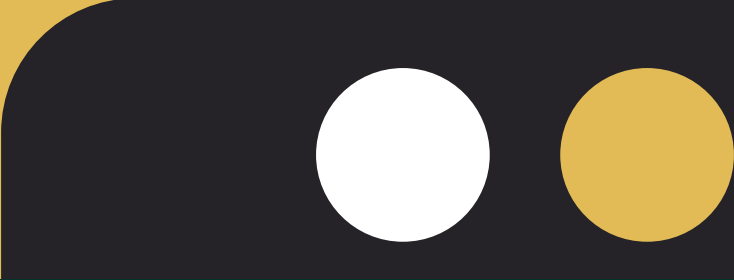
اولین خبری که دوست داریم با شما به اشتراک بگذاریم تغییر نشانی مرکز مشاوره مدیریت ماهان و انتقالمان به محله اندیشه است. از این پس افتخار خواهیم داشت تا از دفتر جدیدمان به جامعه کسب و کار ایران خدمات رسانی کنیم. باعث خوشحالی است که در محل جدید با تیم شریف و حرفه‌ای انجمن حمایت از کودکان همسایه هستیم.




دوره‌می

شرکت های دارویی و آرایشی _ بهداشتی





در روز ۵ دی ماه میزبان جمعی از شرکت های صاحب نام دارویی و آرایشی-بهداشتی کشور بودیم و در مورد اهمیت کوچینگ سازمانی در تحول این سازمان ها به بحث و بررسی پرداختیم. در این دوره می شرکت هایی از جمله رش پارس (نماینده Roche سوئیس)، شوکافامنش (نماینده فیلپس و نیوا و تولیدکننده برند بیول)، سفیر، داروسازی الحاوی، ماهک دارو، داروسازی بوعلی و کلرپارس حضور داشتند. خانم دکتر لیلی فنایی، آقای دکتر علی ناصر حجتی و آقای مهندس کیارش اورنگ در این رویداد از تجربه های خود گفته و فرایند کوچینگ سازمانی را تشریح کردند. بعد از دوره می برخی از شرکت کنندگان تمایل نشان دادند تا از طریق جلسات جداگانه و با دریافت راهنمایی های بیشتر از مرکز مشاوره مدیریت ماهان، کوچینگ سازمانی را در سازمان های خود اجرا کنند.





ورود مرکز مشاوره مدیریت ماهان به حوزه‌های جدید؟

در مرکز مشاوره مدیریت ماهان ما بخش خصوصی را بعنوان جامعه هدف اصلی خود در نظر گرفته و برنامه هایمان را همواره بر همین اساس تنظیم می‌کنیم. اما در این ماه چندین درخواست همکاری از طرف مجموعه هایی داشتیم که احتمالاً خصوصی محسوب نشده و نیاز به بررسی بیشتر دارند. یکی از این موارد مربوط به مرکز فناوری و نوآوری رسا وابسته به پژوهشگاه سازمان انرژی اتمی بود. مدیریت این مرکز در دیدار با مدیر مشتریان کلیدی مرکز مشاوره، درخواست پروپوزالی در زمینه تدوین استراتژی‌های مرکز نوآوری و کمک به اداره یک ساله آن مرکز داشتند. در مورد دیگری آقای دکتر عباس نوربخش معاون مالی و تدارکاتی همراه اول در دیدار با مدیرعامل مرکز مشاوره در ارتباط با همکاری در زمینه‌های گوناگون از جمله تبلیغات و همچنین بازدید از بخش مانیتورینگ همراه اول به بحث و تبادل نظر پرداختند.

منتورینگ

دوره مشاور مدیرعامل با بزرگان کسب و کار



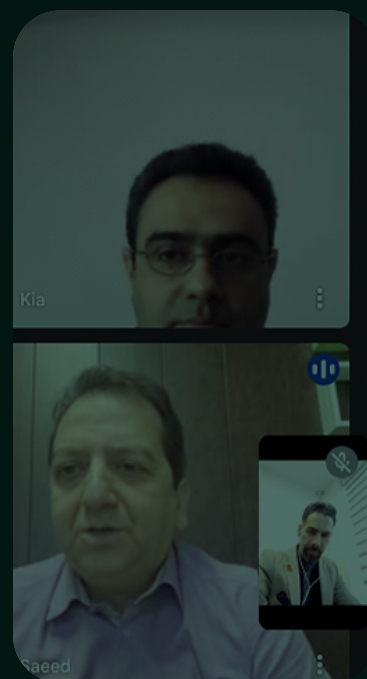
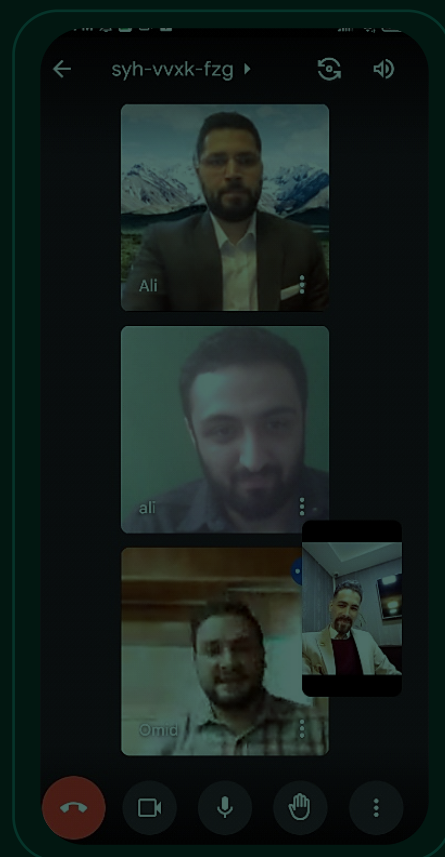
در ماهی که سپری کردیم کلاس‌های دوره‌های مشاور مدیرعامل (کد ۱ و ۲) دنبال شد. یک قسمت جذاب از این کلاس‌ها، جلسات منتورینگ بود که همچون ماه قبل در خدمت بزرگان کسب و کار بوده و از تجربه‌های با ارزش آن‌ها شنیدیم. خانم دکتر سیده فاطمه مقیمی که عضو هیات رئیسه اتاق بازرگانی هستند و بعنوان کارآفرین برتر آسیا- پاسفیک انتخاب شده‌اند در قالب منتورینگ رهبری توضیح دادند که چگونه با ناملایمات جنگیده و تسلیم نشده‌اند. آقای مهندس محسن فیاض دستجردی که مدیرعامل شرکت موفق آدورا طب هستند در قالب منتورینگ استراتژی بیان کردند که استراتژی خوب باید با ارزش و کمیاب بوده و کپی کردنش سخت باشد.

ایشان توضیح دادند که چگونه این دیدگاه موجب رشد سالانه ۶۰ درصدی شرکتشان شده است. آقای دکتر محمد ملک آباد بعنوان معاون مالی و اداری فروشگاه‌های زنجیره‌ای ویوان و مدیرعامل شرکت کشت و صنعت وارنا در جلسه منتورینگ مالی در مورد مشکلات عدم توجه به حسابداری مدیریت در سازمان‌ها بحث کردند.

آقای دکتر محمد قائم مقامی مدیرعامل شرکت داروسازی سپیداج از چالش‌های صنعت دارو در بحث فروش گفتند و آقای مهندس حسین قریب مدیرعامل صرافی ارزهای دیجیتال سیتکس در جلسه منتورینگ تحول دیجیتال از اقدامات مجموعه تحت هدایتشان در این زمینه پرده برداشتند.

با مشاوران بین المللی در کنار کسب و کارها

همیشه در پی آن بوده ایم تا با بهره گیری از دانش و علم روز، کسب و کارها را همراهی کرده و بهترین خدمات ممکن را به آن ها ارائه دهیم. یک راه رسیدن به این مقصد از نظر ما، استفاده از مشاورین مجرب بین المللی برای کمک به کسب و کارهاست. در همین راستا با مشاورین مجربی که سابقه بین المللی داشته قرارداد همکاری امضا کرده و از تجربه و دانش آن ها در پروژه های مختلف بهره می گیریم. در دی ماه نیز جلسات گوناگونی با رهبران کسب و کار در حضور این گروه از مشاوران ماهانی برگزار شد. بطور نمونه آقای مهندس کیارش اورنگ که سال ها با اکسنچر همکاری داشته اند پیشنهادات خودشان برای توسعه هر چه بیشتر برند عرش گستر را تقدیم مدیرعامل محترم این برند کردند. آقای دکتر علی سلوک نیز که با شرکت فورد امریکا همکاری دارند پروپوزالی در زمینه کوچینگ سازمانی شرکت شکوفامنش تدوین و ارائه نمودند.



The screenshot shows an Adobe Connect meeting window. The main content area displays a presentation slide with the following text:

MAHAN
MANAGEMENT CONSULTING CENTER
مرکز مشاوره مدیریت و کارآفرینی ماهان

مشاوره مارکتینگ و فروش پروژه کاردوس

فهیمة رحیم نژاد

دی ماه 1401

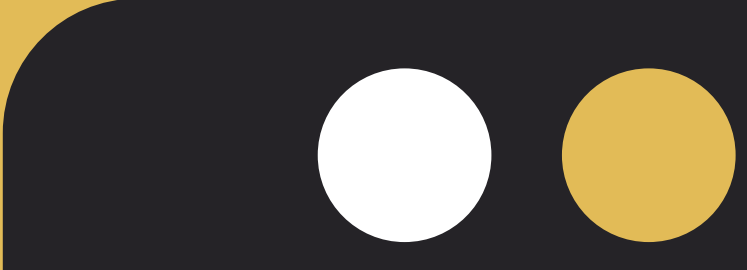
The interface also shows a video gallery with two participants: Fahimeh Rahimnejad and Dr. Suman Sadeghzadeh. A chat window is visible with messages from participants. The attendees list shows 8 participants, including hosts, presenters, and participants.

دوره پرورش مشاور مارکتینگ و فروش کد ۱۱ در این ماه به پایان رسید. جلسه ارائه پروژه‌های این کد با داوری آقای دکتر سامان صادق‌زاده برگزار گردید. در جلسه ارائه، هر یک از دانش‌پذیران در مدت زمان حدود ۳۰ دقیقه پلن مارکتینگ و فروشی را که برای شرکتی خاص تدوین نموده بودند، ارائه کردند. در دوره پرورش مارکتینگ و فروش که کد ۱۲ آن در حال برگزاری بوده و کد بعدیش بزودی آغاز می‌شود، دانش‌پذیران دروسی مانند ارائه پروپوزال، مدیریت پروژه، عرضه‌یابی، هک رشد، سولوشن مارکتینگ، ترندهای مارکتینگ، تحلیل محیط، مبحث مالی فروش و سنجه‌های فروش را فرا می‌گیرند.

رویداد

رفتار مشتریان در صنعت رویداد پخش مویرگی





۲۶ دی ماه ۱۴۰۱ در رویدادی تخصصی میزبان فعالین صنعت پخش بودیم. در این رویداد آقای دکتر مجتبی شفاعی به خوبی به زوایای تاریک و کمتر شناخته شده این صنعت اشاره کرده و توضیح دادند که چگونه می توان با محاسبه پارامترهایی نه چندان پیچیده، رفتار آینده مشتریان را تحلیل کرد. در این سمینار مدیرانی از شرکت های گوناگون نظیر هلدینگ افرا، محیا دارو، کلینیک بتن ایران، پخش نیکام کالارسان، پخش نیکان غرب، صنایع چسب سینا، تجارتکده زرپران رثوف، پرنیان مهیار، پخش سریع حساس کالا، پخش آریانا و شهاب الکترونیک حضور داشتند.

اخبار کوتاه

مرکز مشاوره مدیریت ماهان

• پیرو جلسه با رئیس هیات مدیره شرکت سامان آفرینان فرایند توسعه کیش و اطلاع از نیازهای شرکت مربوطه، پروپوزال خدمات کوچینگ سازمانی مرکز مشاوره تقدیم این مجموعه شد.

• طراحی مجدد و راهبری سایت مرکز مشاوره به مجموعه فراموج برون سپاری گردید.

• در پی جلسه میان مدیران و مشاوران مرکز با مدیران یک شرکت کارآفرینی، پروپوزالی در دو بخش معماری سازمانی و مارکتینگ تدوین و ارائه شد.

• جلسه ارائه نهایی پروژه اپلیکیشن نگهداری از سالمندان برگزار شده و پروژه وارد فاز اجرا گردید. در این فاز مرکز مشاوره مدیریت ماهان در حال استخدام مدیرعامل برای کسب و کار مربوطه است.

• یک آژانس هواپیمایی جهت دریافت مشاوره برای تغییر نام خود به مرکز مشاوره مدیریت ماهان مراجعه نمود. فعلاً در حال رایزنی با مشاوران برند خود برای مشخص کردن چگونگی کمک به این آژانس هستیم.

• در جلسه‌ای مشترک میان مدیر مشتریان کلیدی مرکز با سردبیر ماهنامه سیمای بانکداری، ظرفیت‌های همکاری در زمینه‌های مشاوره، بازاریابی و غیره مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

• جلسات مشاوره و هم‌افزایی با برندهای گوناگونی نظیر LIFE VIP، مکزیلا، ۳D NEXT، کابلور و ... برگزار شد.

مقاله ماه؛ مدل های درآمدی در متاورس

چند سالی است که واژگانی مثل بلاکچین، ارز دیجیتال، متاورس و بسیاری از کلمات وابسته به این حوزه را به ویژه در اینترنت و در فضای مجازی مکرراً می شنویم. افرادی مدعی پولدار کردن شما در یک شب هستند. اما آیا واقعاً چنین ادعایی صحت دارد؟ چگونه می توان این موضوع را راستی آزمایی کرد؟ در این مقاله سعی داریم تا قسمت کوچکی از این حوزه نسبتاً جوان و گسترده، یعنی متاورس را بررسی کنیم. پس با ما همراه باشید.



نویسنده: دکتر بهراد تیموریان

مدیر عامل موسسه ره آفرینان دانش راد

M
E
T
A
V
E
R
S
E

ایده اولیه

M

E

T

A

V

E

R

S

E

متاورس کجاست؟

اولین سوالی که برای تازه واردان این حوزه مطرح می‌شود؛ متاورس کجاست؟

این سوال را با یک مثال پاسخ می‌دهم. دنیای فیزیکی که در آن زندگی می‌کنیم را تصور کنید. چند سری قوانین در آن جاری است. برخی قوانین توسط محیط تعریف می‌شوند و ما به ناچار از آنها تبعیت می‌کنیم. مثلاً نیروی گرانش، ما توانایی کنترل آن را نداریم؛ یا وضعیت آب و هوا و بسیاری دیگر از چنین قوانینی.

اما مسلماً برخی از قوانین را انسان‌ها وضع می‌کنند؛ روابط پولی و مالی، عرف و نوع پوشش، رفتارهای اجتماعی و ...

حالا، دنیای مجازی و موازی دنیای حقیقی را تصور کنید. در این جهان هم این دو نوع قانون صدق می‌کند. پس باید یک سری از آنها تغییر ناپذیر و سری دوم تغییر پذیر باشند. قوانین تغییر ناپذیر را برنامه نویسان و مجریان طرح با توجه به محدودیت‌های تکنولوژی، بودجه و .. وضع می‌کنند و قوانین تغییر پذیر توسط افرادی که در پروژه مشارکت یا حضور دارند مشخص می‌شود.

اما این محدودیت‌ها باعث نمی‌شود تا سازندگان خلاقیت به خرج ندهند. مثلاً پروژه‌ای را تصور کنید که زمین‌هایی مثل جزیره روی آسمان معلق هستند و مردم در آنجا به بجای پول برای داد و ستد، از نوعی ارز دیجیتال استفاده می‌کنند. در چنین پروژه‌هایی، به تقلید از جهان حقیقی، روابط مالی مثل مالیات، خرید و فروش، داد و ستد و حتی اجاره نیز ممکن است برقرار باشد. پس نتیجه می‌گیریم، همانطور که در دنیای واقعی موقعیت‌های کسب درآمد وجود دارد، در این جهان‌های مجازی نیز باید چنین فرصتی مهیا باشد. به همین منظور، مدل‌های درآمدی ایجاد شده است که هریک به سبکی برای کاربر ایجاد درآمد می‌کند. لازم به ذکر است که قرار نیست کسی در یک شب میلیاردر شود، اما با صبر و کمین برای موقعیت‌های مناسب، می‌توان درآمدهای خوبی بدست آورد.

مدل‌های درآمدی در متاورس

خرید و فروش زمین

یکی از اصلی‌ترین و معروف‌ترین مدل‌های درآمدی در متاورس، خرید و فروش زمین‌های مجازی است؛ دقیقاً مثل دنیای حقیقی. اما زمین شما به شکل مجازی است. در همین ابتدا یک موضوع را توضیح دهم. مالکیت این دارایی‌ها بر بستر بلاکچین ثبت می‌شود و طبق قرارداد هوشمندی که به امضای طرفین قرارداد (خریدار و فروشنده) می‌رسد، خریدار رسماً مالک آن خواهد شد. نتیجه این تراکنش مثل برگ سند تا ابد بر روی بستر بلاکچین ثبت شده و غیرقابل برگشت خواهد بود.

در این زمین مجازی، می‌توانید ساخت و ساز کنید، رویداد برگزار کنید یا فقط آن را نگه دارید تا قیمت آن افزایش یابد. البته انتخاب این پروژه‌ها با توجه به قیمت معمولاً بالا و تعداد زیاد پروژه‌ها کار راحتی نیست و ممکن است در دام پروژه‌های پانزی یا کلاه‌برداری بیفتید. بسیاری از کسانی که متحمل ضرر می‌شود به همین دلیل است. اما با بررسی، کارشناسی و شناخت پروژه‌های خوب، می‌توانید سودهای خوبی از این راه کسب کنید. پروژه‌های متاورسی مثل سندباکس (Sand Box) و دیسنترالند (Decentraland)، از پروژه‌های محبوب هستند.

M
E
T
A
V
E
R
S
E

برگزاری یا شرکت در رویداد

بسیاری از برندهایی که محصول یا خدمت عرضه می‌کنند مثل آدیداس، نایکی، استارباکس و... در پروژه‌های متاورسی حضور پررنگی دارند و میلیون‌ها دلار سرمایه گذاری می‌کنند؛ اما چرا؟ مگر می‌توان چنین محصولاتی را در این فضا عرضه کرد؟

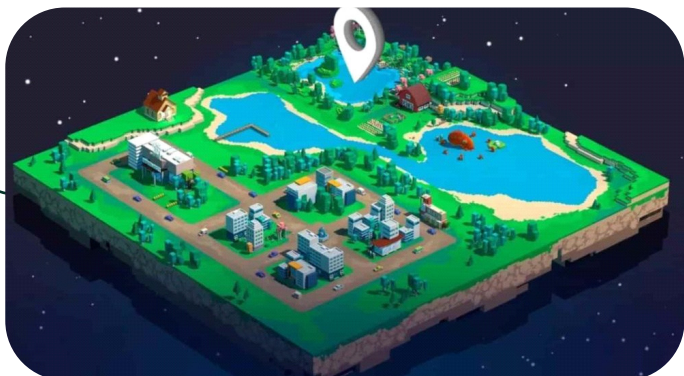
سازمان‌های بسیاری به منظور گسترش برند، افزایش آگاهی و افزایش تعامل با مشتریان خود، اقدام به حمایت (Sponsorship) یا برگزاری انواع رویداد با محوریت گیمیفیکیشن (Gamification) کرده‌اند. این رویدادها به قدری اخیراً پرطرفدار شده است که بسیاری از مشاهیر و خوانندگان هم نظیر Paris Hilton، Steve Aoki، Snoop dogg و برخی دیگر اقدام به برگزاری آن‌ها کرده‌اند.

در قبال شرکت در این رویدادها و انجام بازی‌های، مقادیر کم یا زیادی ارزش دیجیتال محلی آن پروژه، به عنوان جایزه در بین شرکت‌کنندگان توزیع می‌شود. انجام چنین برنامه‌هایی به یکی از بهترین و موثرترین روش‌های افزایش آگاهی برند تبدیل شده است.

طراحی، اجرا و فروش آواتار

یکی از پردرآمدترین سیستم‌های درآمدی در حوزه متاورس که مورد علاقه گرافیست‌ها و هنرمندان است، طراحی و فروش انواع NFT است؛ به عنوان مثال ساخت ان اف تی آواتار (Avatar).

آواتارها، نمودی از شما در فضای متاورس است. به عنوان مثال، شما بجای اینکه شمایل یک انسان با مشخصات خودتان (چهره، بدن و...) را داشته باشید، می‌توانید بدن انسان به همراه سر کوسه و بال داشته باشید! اگر چه چنین موضوعی ممکن است برای شما عجیب به نظر برسد، اما واقعیت دارد. چنین آواتارهایی تا چندین هزار دلار به فروش می‌رسند! جالب‌تر اینکه، ساخت و فروش این آواتارها کار خیلی دشواری نیست!



M

E

T

A

V

E

R

S

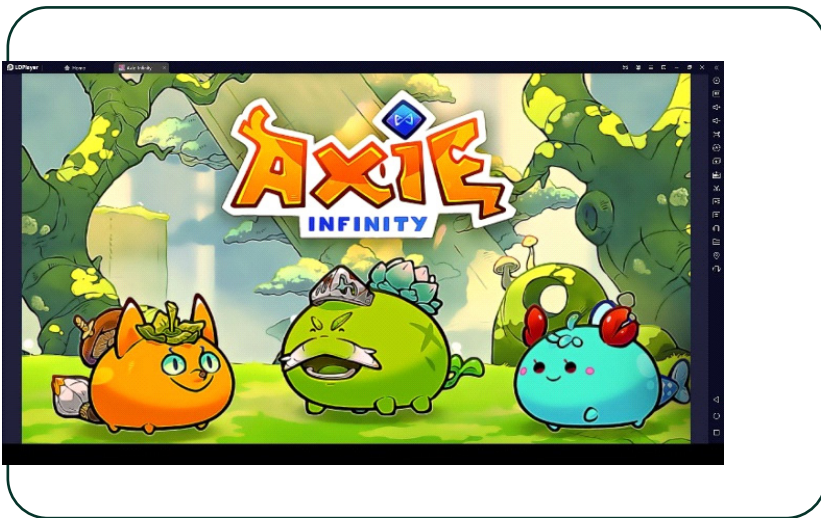
E

مدل

M

مدل W2E یا Walk to Earn

یکی از جالب‌ترین و غیرقابل‌باورترین مدل‌های درآمدی در متاورس، مدل W2E است. در این مدل شما در ازای راه رفتن درآمد خواهید داشت! جالبتر اینکه، برندهایی مثل Asics و Nike پیشتازان این نوع از بازی‌ها هستند. از اصلی‌ترین پروژه‌های این مدل درآمدی می‌توان به بازی StepN اشاره کرد. شما در این بازی با تهیه NFT یک کفش مجازی، که گاهی ممکن است تا چند هزار دلار قیمت داشته باشد، در ازای سرعت و مسافت خاصی، رمزارز GMT دریافت می‌کنید. این توکن نیز توانایی نقد شدن را دارد. در سال ۲۰۲۲ رمزارز این بازی بیش از دویست درصد افزایش قیمت یا به معنایی سود داشته است. SweatCoin پروژه دیگری در این مدل است و شما بدون نیاز به خرید NFT، فقط با توجه به تعداد قدم پیموده، می‌توانید درآمد داشته باشید؛ اما، در حال حاضر توانایی ریال کردن درآمد خود را ندارید و باید آن را در فروشگاه داخلی نرم افزار خرج کنید.



E

مدل P2E یا Play to Earn

T

A

V

E

R

S

E

از مدل‌های درآمدی که طرفداران زیادی دارد، می‌توان به مدل P2E اشاره کرد. به زبان ساده شما در ازای بازی کردن، درآمد خواهید داشت. پروژه‌های این مدل، کاملاً یک بازی کامپیوتری هستند که امتیازهای شما بعد از رسیدن به سطحی خاص، به ارزهای دیجیتال تبدیل و پرداخت می‌شوند. یکی از اصلی‌ترین، محبوب‌ترین و قدیمی‌ترین بازی‌های P2E، بازی Axie Infinity است. در این بازی شما با تیمی سه نفره، متشکل از جانورانی به نام "اکسی" با سایرین به رقابت می‌پردازید. برنده این مسابقات، رمز ارز SLP به عنوان جایزه دریافت می‌کنند. شما می‌توانید از طریق کسب این رمزارز، تیم خود را تقویت کنید، اکسی‌های جدید بخرید، ترید (Trade) کنید یا آن را تبدیل به ریال کنید. پروژه‌ها یا بازی‌های دیگری مثل Thetan Arena نیز از همین مدل تبعیت می‌کنند.

مدل B2E یا Build to Earn

در نهایت، مدل B2E که شما در ازای طراحی، اجرا و خلق انواع چیزها، درآمد خواهید داشت. در این اکوسیستم بازیکن باید از طریق طراحی و اجرای موارد مختلف (ساختمان، اشیا، آواتار و...) در پروژه، آنها را فروشگاه داخلی قرار دهد. این موارد می‌تواند به شکل رایگان یا پولی باشد. بخشی از این درآمد به حساب طراح واریز می‌شود. به عنوان مثال، می‌توانید در پروژه Spatial، یک گالری نقاشی طراحی کنید و آن را در محیط برنامه بسازید؛ درست مثل بازی The Sims، و آن را برای فروش یا اجاره قرار دهید و از این طریق درآمد داشته باشید. چنین حالتی در پروژه REALM و Bit.country نیز دیده می‌شود که این اجاره را به شما می‌دهد تا با ساخت دنیاها کامل متاورسی (ساخت یک پروژه شخصی متاورسی در یک پروژه خیلی بزرگ متاورسی عمومی!)، درآمد داشته باشید. در این مقاله سعی کردیم به اختصار چند مدل درآمدی را به شما معرفی کنیم، هر چند صحبت کامل درباره مدل‌های درآمدی در متاورس نیازمند ساعتها گفتگو است. در مقالات آتی به بررسی موارد بیشتری خواهیم پرداخت. همچنین، به منظور مشاوره در سرمایه‌گذاری و فعالیت در حوزه متاورس، می‌توانید با مرکز مشاوره ماهان در ارتباط باشید.





توضیح هیات تحریریه در مورد مقاله ماه: با سپاس فراوان از همه عزیزانی که مقالات خود را برای انتشار در ماهنامه دی ماه ارسال فرمودند. بدلیل محدودیت، فقط امکان انتشار یک مقاله را داشتیم. سایر مقالات دریافتی با افتخار در شماره‌های بعدی ماهنامه منتشر خواهد شد. هستی را سپاس که هستید.