

جلد چهارم

# مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران

فصل اختصاصی ویژه اینفلوئنسرها

مؤلفین:

صدف اصفا – داوود دهقان

مهدی علیپور – محمد رضا آذین

# فهرست

۹.....	مقدمه
۱۲.....	مقدمه مولفین
<b>۱۵.....</b>	<b>فصل اول: تشریح و مطالعه موردی استارت‌آپ‌های ایرانی</b>
۱۷.....	مقدمه فصل اول
۱۸.....	ساختار مطالعه‌های موردی
۲۹.....	استارت‌آپ‌های بررسی شده در این فصل
۳۰.....	ژاکت
۳۷.....	راکت
۴۵.....	کیک آف
۵۲.....	نوبان
۵۹.....	ژتون
۶۶.....	کرایه‌چی
۷۳.....	بامارو
۸۱.....	بلدشو
۸۹.....	بوکینگ ویلا
۹۷.....	کافه کادو
۱۰۴.....	دکترآباد
۱۱۱.....	آی تی یاد
۱۱۸.....	کشمون
۱۲۶.....	نانودیا هلث
۱۳۳.....	نیو
۱۴۰.....	نوروجلنج

۱۴۷.....	وان شیپ
۱۵۴.....	پادپُرس
۱۶۲.....	پاوان
۱۷۰.....	پازلی
۱۷۹.....	رونویس
۱۸۹.....	اوبار
۱۹۸.....	مادران لک لک
۲۰۶.....	دیلی اهواز.....
۲۱۴.....	اصفهان پلاس.....
۲۲۳.....	سون موبایل.....
۲۳۲.....	ایونت سنتر.....
۲۴۱.....	میلوژی.....
۲۴۹.....	استارتاپ آکادمی.....

## فصل دوم: مدل‌های درآمدی اینفلوئنسرهای ایرانی..... ۲۵۹

۲۶۱.....	مقدمه فصل.....
۲۶۴.....	اینفلوئنسر کیست؟.....
۲۶۵.....	سلبریتی.....
۲۶۶.....	بلاگر.....
۲۶۸.....	واینر.....
۲۶۹.....	فالش گرامر.....
۲۷۱.....	مدل درآمدی اینفلوئنسرها از طریق اینفلوئنسر مارکتینگ.....
۲۷۱.....	بازاریابی تاثیرگذار.....
۲۷۴.....	اینفلوئنسرها چگونه اینفلوئنسر شدند؟.....

- ۲۷۶ ..... من چه کسی هستم؟
- ۲۷۷ ..... هدف‌گذاری
- ۲۷۸ ..... چه کاری بلد هستم؟
- ۲۷۸ ..... طراحی نقشه راه
- ۲۷۹ ..... برای خود یک همراه خوب پیدا کنید
- ۲۷۹ ..... بودجه
- ۲۸۰ ..... راه اندازی صفحه
- ۲۸۱ ..... مدیریت صفحه
- ۲۸۳ ..... مدل کسب‌وکار و مدل درآمدی اینفلوئنسرها چیست؟
- ۲۸۵ ..... بوم برند شخصی
- ۲۸۷ ..... ابزارهای مورد نیاز برای اینفلوئنسرها

## اعداد و ارقام جالب توجه از این مجموعه کتاب ۴ جلدی

نویسنده اصلی	۴
نویسنده همکار	۲۰
ساعت جلسه آنلاین	۱۴۰
پیام رد و بدل شده در تلگرام	۱۸,۰۰۰
بازدید از ویدیو معرفی کتاب	۲۱,۹۰۰
کانال اطلاع رسانی	۵۴
حامی رسانه‌ای	۲۸
کیلومتر فاصله اعضای تیم	۱۲,۰۰۰
استان همکار در تولید محتوا	۷
درخواست همکاری	۱۲
درخواست ثبت استارتاپ	۱۳۰
صفحه محتوای این مجموعه کتاب	+۹۵۰
مطالعه موردی (کسب‌وکار و استارتاپ)	۶۷
بوم ناب و بوم مدل کسب‌وکار	۱۱۹
مشاور استارتاپی	۱۲
مثال بومی (به جز مطالعه موردی استارتاپ‌ها)	۷۳
نفر خواننده کتاب تاکنون	۱۵,۵۰۰

فصل اول:

# تشریح و مطالعه موردی استارت‌آپ‌های ایرانی

## استارت‌آپ‌های بررسی شده در این فصل



ubaar.ir



laklak.app



zhetoon.com



cakeoff.ir



milogy.com



nanodiahealth



zhaket.com



dailyahvaz.com



isfahanplus.ir



doctorabad.com



eventcenter.ir



kafekado.ir



kerayechi



nobaan.ir



baladshow.com



keshmoon.com



7mobile.ir



ityad.com



bamaro.ir



oneshape.co



padpors.com



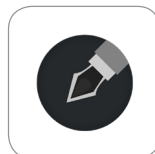
nivoapp.ir



neurochallenge.ir



pavan



ronevis



startupacademy.ir



bookingvila.com



rocket.ir



puzzley.ir



ژاکت

zhaket

---

با اطمینان بخر، به راحتی بفروش



معرفی کوتاه

ژاکت بستری مطمئن و حرفه‌ای برای فروش محصولات مبتنی بر وب و فروشگاه‌های معتبر برای کاربران و توسعه دهندگان وب بالاخص وردپرس است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار

ژاکت   zhaket	نام استارت‌آپ
zhaket.com	آدرس وب‌سایت
تهران - تهران	شهر و استان
آذر ۱۳۹۳	تاریخ اولین ارائه عمومی
۱۴ نفر (در حال حاضر تیم ژاکت را ۱۴ نفر از مدیران و متخصصان وردپرس، توسعه دهندگان و برنامه نویسان وب، متخصصان مارکتینگ و تولید محتوا تشکیل می‌دهند)	تعداد اعضای اصلی تیم
با اطمینان بخیر، به راحتی بفروش	شعار
envato.com	نمونه مشابه خارجی
rtl-theme.com	نمونه مشابه ایرانی
بازارچه یا پلتفرم (Marketplace)	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا
دریافت کمیسیون به ازای فروش محصولات فروشندگان	مدل درآمد

## داستان شکل‌گیری

وب سایت ژاکت ابتدا تنها یک بخش فروشگاه‌های در وب سایت همیار وردپرس بود که با توجه به نیاز کاربران آن وب سایت شکل گرفته بود. در آن دسته محصولات وردپرس در نسخه پیشرفته ولی به تعداد محدود به کاربران عرضه می‌شد.

پس از مدتی از فعالیت این دسته و با توجه به بزرگ تر شدن ابعاد کسب و کار همیار وردپرس و اتخاذ رویکرد چند فروشندگی برای دسته فروش قالب و افزونه وردپرس و به منظور ارائه خدمات در ابعاد بسیار بزرگ تر به کاربران، این مجموعه با دامنه اختصاصی marketwp.ir به صورت یک مجموعه کاملاً مستقل از همیار وردپرس به عرضه محصولات مبتنی بر وب و بالخصوص وردپرس پرداخت.

با توجه به آنکه موسسان و مدیران این مجموعه تجربه پیاده سازی سیستم چند فروشندگی برای محصولات مبتنی بر وب را به خوبی و با موفقیت پشت سر گذاشته بودند و در سال ۹۵ به عنوان وب سایت نمونه در دسته مارکت‌ها و سرویس‌های آپ استور در نهمین جشنواره وب و موبایل انتخاب شده بودند، تصمیم بر بزرگ‌تر کردن ابعاد این کسب و کار تحت یک برند مستقل گرفتند و برند ژاکت را خلق کردند و به این صورت از اواخر سال ۹۵ مارکت وردپرس با نام ژاکت به فعالیت خود ادامه داد. به زودی با رونمایی از پلتفرم جدید ژاکت، دسته‌های دیگری همچون عکس و گرافیک، فیلم و موسیقی، خدمات و... نیز به سبد محصول این کسب و کار اضافه خواهد شد.

## مشکل | Problem

با وجود مقبولیت وردپرس در بین کاربران ایرانی، مرجعی معتبر برای فروش قالب و افزونه اورجینال وردپرس وجود نداشت. از طرفی سایت‌های جهانی نیز به دلیل تحریم‌های ناعادلانه علیه ایران، به کاربران خدمات ارائه نمی‌دادند، از این رو ژاکت برای پر کردن این خلاء شکل گرفت.

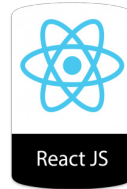
### بخش مشتریان | Customer Segment

- طراحان سایت
- توسعه دهندگان وب و وب مسترها (بالاخص ایران)
- مدیران کسب و کارها
- هر فردی که می‌خواهد صاحب یک وب سایت باشد.
- موسسین استارت‌آپ‌ها

### نحوه اعتبارسنجی | Customer Validation

با توجه به اینکه همیار وردپرس (بزرگ‌ترین و معتبرترین مرجع آموزش وردپرس) را داشتیم و از این طریق با افراد در ارتباط بودیم به مرور متوجه شدیم که توسعه دهندگان وردپرس با فقدان یک مارکت معتبر برای تهیه قالب و افزونه‌ها روبرو هستند، بنابراین در ابتدا با جذب کاربران وب سایت همیار وردپرس و ارائه محصولات مورد نیاز این توسعه دهندگان، ژاکت را شروع کردیم.

## </> تکنولوژی مورد استفاده و مسائل فنی



## تصاویر محصول

The screenshot shows the Zangeneh marketplace website. At the top, there's a navigation bar with a search icon, a shopping cart icon, and a user profile icon. Below the navigation bar, there's a main banner with a dark background and white text. The banner text reads: '۱۴۳۶ افزونه و قالب وردپرس از ۴,۰۰۰ تومان' (WordPress plugins and templates from 4,000 Toman). Below the banner, there's a search bar with the placeholder text 'به عنوان مثال: قلمت سام' (For example: Sam Qalam). Below the search bar, there's a green button that says 'هم اکنون ثبت‌نام کنید' (Sign up now). Below the search bar, there's a section titled 'محصولات پر فروش' (Best-selling products) with a sub-header 'پر فروش ترین محصولات موجود در زاگنه' (Most popular products available in Zangeneh). This section displays a grid of 10 product icons. Below this section, there's another section titled 'محصولات جدید' (New products) with a sub-header 'جدیدترین محصولات موجود در زاگنه' (Latest products available in Zangeneh). This section displays a grid of 18 product icons.

عنوان پروژه: <b>ژاکت   zhaket</b>		تاریخ:	تعداد:	
<b>بخش مشتریان</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>طراحان سایت</li> <li>توسعه‌دهندگان وب</li> <li>مدیران کسب‌وکارها</li> <li>هر فردی که می‌خواهد صاحب یک وب سایت باشد</li> <li>موسسین استارت‌آپ‌ها</li> </ul>	<b>ارتباط با مشتریان</b> <p>حاجب:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تماس‌های صوتی و تصویری</li> <li>حکایت‌های انجمنی و ارسال مارکتینگ</li> <li>دوره‌های آموزشی مرتبط</li> <li>جستجوگرهای اینترنتی، تبلیغاتی کلیکی، بنری، ریبورتاژ</li> <li>نگهداری:</li> <li>بهبود بیستم کیفیت محصولات</li> <li>بهبود کیفیت خدمات</li> <li>برگزاری جشنواره</li> <li>خدمت‌های خریداران تا استرداد هزینه ساریش</li> <li>نظارت بر عملکرد فروشندگان</li> <li>توسعه</li> <li>برگزاری کمپین‌های مشترک با کسب‌وکارهای مشابه</li> <li>برگزاری جشنواره‌های متنوع</li> <li>درج تبلیغات در کسب‌وکارهای مرتبط</li> </ul>	<b>ارزش پیشنهادی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه قالب و افزونه‌های با کیفیت و بومی شده برای کاربران ایرانی</li> <li>نظارت دقیق بر روی محصولات ورودی و عملکرد فروشندگان</li> <li>پشتیبانی تضمین شده و اطلاع رسانی حرفه‌ای</li> </ul>	<b>فعالیت‌های اصلی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه و بهبود سیستم برای تسهیل دریافت خدمات توسط کاربران</li> <li>توسعه و بهبود سیستم برای ایجاد امکانات لازم برای فروشندگان برای افزایش بهتر خدمات</li> <li>تعامل با فروشندگان برای ارائه خدمات و پشتیبانی بهتر</li> <li>یک کردن کیفیت افزونه‌ها و قالب‌های ترجمه شده</li> <li>بازاریابی</li> <li>پشتیبانی مشتریان و پاسخ‌دهی به تیکت‌ها</li> </ul>	<b>منابع اصلی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>نیروی انسانی (مدیران و واحد‌ها، توسعه دهندگان، برنامه نویسان، پشتیبانان و...)</li> <li>ساختمان شرکت</li> <li>تجهیزات (سیستم‌های کامپیوتری، سرورها و...)</li> <li>پول</li> </ul>
<b>جریان درآمدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دریافت کمیسون به ازای فروش محصولات فروشندگان</li> <li>۲۰٪ از فروش محصول به شرط عرضه انحصاری در ژاکت</li> <li>۵۰٪ از فروش در صورت عرضه در مارکت‌های دیگر علاوه بر ژاکت</li> </ul>		<b>ساختار هزینه‌ها</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>حقوق کارمندان</li> <li>توسعه سیستم</li> <li>نگهداری و ارتقا سرور</li> <li>هزینه‌های جاری دفتر شرکت (اجاره، قبوض و...)</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

عنوان پروژه: <b>ژاکت   zhaket</b>		تاریخ:	تعداد:
<b>بخش مشتریان</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>طراحان سایت</li> <li>توسعه‌دهندگان وب</li> <li>مدیران کسب‌وکارها</li> <li>هر فردی که می‌خواهد صاحب یک وب سایت باشد</li> <li>موسسین استارت‌آپ‌ها</li> </ul>	<b>برتری مطلق</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>داشتن سابقه و برند</li> <li>همیار وردپرس در مجموعه</li> <li>و دانشجویان دوره‌های وبمستران هوشمند</li> </ul>	<b>ارزش پیشنهادی یکتا</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه قالب و افزونه‌های با کیفیت و بومی شده برای کاربران ایرانی</li> <li>نظارت دقیق بر روی محصولات ورودی و عملکرد فروشندگان</li> <li>پشتیبانی تضمین شده و اطلاع رسانی حرفه‌ای</li> </ul>	<b>مسئله</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>نبودن مارکت معتبر در زمینه قالب و افزونه حرفه‌ای وردپرس</li> <li>عدم دسترسی کاربران ایرانی به محصولات معتبر خارجی</li> </ul>
<b>بازدیدگان افزایش</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دانش آموختگان دوره‌های همیار وردپرس</li> </ul>	<b>کانال جذب مشتری</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>شبکه‌های اجتماعی</li> <li>جستجوگرهای اینترنتی، تبلیغاتی کلیکی، بنری، ریبورتاژ</li> <li>دوره‌های آموزشی مرتبط</li> </ul>	<b>سنجش‌های کلیدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد مشتریان جدید</li> <li>ماه گذشته</li> <li>تعداد محصولات ثبت شده</li> <li>تعداد فروشندگان</li> <li>جذب شده</li> <li>میانگین تعداد فروش</li> <li>از فروشندگان</li> <li>میانگین تعداد خرید</li> <li>هر کاربر</li> </ul>	<b>جایگزین‌های موجود</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>خرید از سایت‌هایی چون مگاتم، میهن وردپرس، فریش تم و... rtl-theme.com</li> <li>قالب‌ها و تم‌های نال شده</li> <li>خرید یا مستر کارت و پیمنت ۲۴ از سایت‌های خارجی مثل envato و ترجمه قالب و افزونه‌ها</li> </ul>
<b>جریان درآمدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دریافت کمیسون به ازای فروش محصولات فروشندگان</li> <li>۲۰٪ از فروش محصول به شرط عرضه انحصاری در ژاکت</li> <li>۵۰٪ از فروش در صورت عرضه در مارکت‌های دیگر علاوه بر ژاکت</li> </ul>		<b>ساختار هزینه‌ها</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>حقوق کارمندان</li> <li>توسعه سیستم</li> <li>نگهداری و ارتقا سرور</li> <li>هزینه‌های جاری دفتر شرکت (اجاره، قبوض و...)</li> </ul>	

StartupAcademy.ir

### مزیت رقابتی | Unfair Advantage

داشتن سابقه و برند همیاروردپرس در مجموعه و دانشجویان دوره‌های وب مستران هوشمند

### توسعه مشتریان | Customer development

- برگزاری کمپین‌های مشترک با کسب و کار مشابه
- برگزاری جشنواره‌های متنوع
- درج تبلیغات در کسب‌وکارهای مرتبط

### نگهداری مشتریان | Customer Care

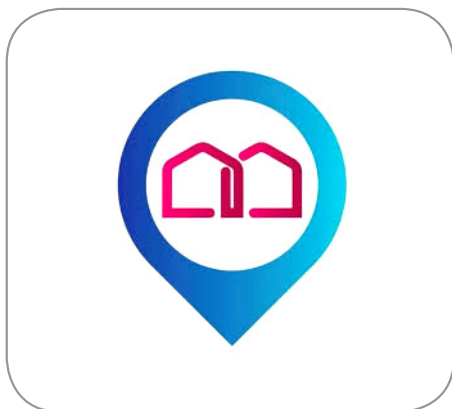
- بهبود پیوسته کیفیت محصولات
- بهبود کیفیت خدمات
- برگزاری جشنواره
- حمایت از خریداران تا استرداد سفارش در صورت لزوم
- نظارت بر عملکرد فروشندگان

### تجربه ناب

تمرکز بر ارائه خدمات با کیفیت به کاربران و احترام به حقوق و انتظارات مخاطبان کسب و کار

### سوالاتی برای تامل

به نظر شما بهترین شریک تجاری برای ژاکت کدامیک از کسب‌وکارهای آنلاین بزرگ ایران می‌باشد؟



**بوکینگ ویلا**

**bookingvila**

---

با بوکینگ ویلا سفرت را تکمیل کن

معرفی کوتاه 

بوکینگ ویلا یک پلتفرم آنلاین ارائه‌ی خدمات رزرواسیون اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ویلا و اقامتگاه شخصی برای مسافران است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

بوکینگ ویلا   bookingvila	نام استارت‌آپ 
bookingvila.com	آدرس وب‌سایت 
تهران - تهران	شهر و استان 
تیرماه ۱۳۹۶	تاریخ اولین ارائه عمومی 
۴ نفر	تعداد اعضای اصلی تیم 
با بوکینگ ویلا سفر را تکمیل کن	شعار 
airbnb.com	نمونه مشابه خارجی 
vilajar.com jajiga.com shab.ir otaghak.com sarayar.com	نمونه مشابه ایرانی 
بازارچه یا پلتفرم (Marketplace)	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 
اخذ کمیسیون از صاحب ملک (۱۰٪)	مدل درآمد 



## داستان شکل‌گیری

تابستون سال ۹۵ بود که تصمیم گرفتیم به سفر بریم شمال. از اونجایی که تابستون بود و مسافرت‌ها هم زیاد، نگران بودیم که نتونیم چالوس ویلا پیدا کنیم، برای همین ۱ ساعت قبل از اینکه راه بیافتیم با مراجعه به یکی از سایت‌های آگهی اینترنتی، شماره یه ویلا رو پیدا کردیم و بهش زنگ زدیم تا رزروش کنیم. اون آقا هم از ما مبلغی رو به عنوان بیعانه درخواست کرد، از طرفی نگران بودم که کلاه برداری باشه، از طرفی هم اگه رزرو نمی کردم قطعاً تو مقصد علاف می‌شدیم، بالاخره دل رو زدیم به دریا و یک ویلای استخردار رو رزرو کردیم.

وقتی رسیدیم مقصد و به ویلا مراجعه کردیم، تازه متوجه شدیم که اون فردی که ویلا رو ازش کرایه کردیم یک دلال بود و با دو برابر قیمت ویلا رو به ما کرایه داده بود و از این بابت خیلی ناراحت شدیم. اونجا بود که ایده ایجاد یک وب‌سایت برای رزرو آنلاین ویلا تو ذهنم جرقه زد.

چند روز بعد که برگشتیم تهران، تو جلسات کمیته ثروت موسسه خیریه پروین آراسته این ایده رو مطرح کردم و با واکنش مثبت مربیان استارت‌آپی اونجا مواجه شدم و تصمیم گرفتیم که ایده رو اجرا کنیم. در نهایت بعد از چند ماه موفق شدیم سایت بوکینگ ویلا رو پیاده‌سازی کنیم.

## مشکل | Problem

بسیاری از مسافران بعد از رسیدن به مقصد اقدام به پیدا کردن محل اقامت اقدام می‌کنند ولی در ایام شلوغ پیدا کردن محل مناسب هم بسیار دشوار است و هم پر هزینه، بنابراین این سایت می‌تواند بستری جهت رزرو اقامتگاه قبل از سفر را فراهم نماید تا علاوه بر راحتی مسافران، مالکان را نیز در پیدا کردن مستاجر برای ملکشان یاری برساند و به عبارتی دیگر بدون واسطه مالک و مسافر را بهم وصل کند.

## بخش مشتریان | Customer Segment

- افرادی که در فصول مختلف سال مسافرت می‌روند و جهت پیدا کردن اقامتگاه خود به اینترنت مراجعه می‌کنند.
- مالکان ویلاها و آپارتمان‌ها

## نحوه اعتبارسنجی | Customer Validation

ما ابتدا چند نمونه از ویلاهایی که شماره آن‌ها را از طریق دوستان و آشنایان پیدا کرده بودیم در یک کانال تلگرامی قرار دادیم و آدرس کانال را از طریق دوستان و سایت‌های آگهی تبلیغ نمودیم و بعد از ۲ هفته اولین ویلای خود را اجاره دادیم و این روند کم‌کم ادامه پیدا کرد و تعداد تماس‌ها رو به افزایش بود تا اینکه متوجه شدیم این سایت می‌تواند مشکل بسیاری از افراد را حل نماید و با توجه به این فیدبک‌های مثبت، تصمیم به توسعه بیشتر بوکینگ ویلا گرفتیم.

## </> تکنولوژی مورد استفاده و مسائل فنی



تصاویر محصول

bookiing
استان شهر کد ...
ورود / ثبت نام

## اجاره ویلا در شمال و سراسر ایران با بوکینگ ویلا

بهترین ویلا را با مناسبترین قیمت رزرو کنید

مناسب ترین ویلا را جستجو کنید

-

+

جستجو

ویلا سه خوابه دوگنبدی استخردار

از شش ۷۷۰,۰۰۰ تومان

سمرقند

۳ اتاق
۳۰۰ متر
۶ نفر

سوییت سه خوابه ساحلی

از شش ۳۵۰,۰۰۰ تومان

نور

۳ اتاق
۲۲۰ متر
۶ نفر

ویلا ۴ خوابه استخردار چمنی

از شش ۵۵۰,۰۰۰ تومان

نمک آبرود

۳ اتاق
۱۸۰ متر
۶ نفر

کد ویلا: ۱۱۵

اجاره ویلا در شمال

کد ویلا: ۱۱۶

تهران

کد ویلا: ۹۹۶

اجاره ویلا در سراسر

کد ویلا: ۱۱۵

اجاره ویلا در چالوس

### جدیدترین ویلاها

کد ویلا: ۱۰۶۴

اجاره ویلا در اطراف تهران

کد ویلا: ۱۰۶۴

اجاره ویلا در رامسر محمودآباد

کد ویلا: ۱۰۶۵

اجاره ویلا در سراسر اجاره ویلا در چالوس

### جدیدترین ویلاها

کد ویلا: ۱۰۶۴

کد ویلا: ۱۰۶۴

کد ویلا: ۱۰۶۵

اجاره ویلاهای ساحلی

اجاره آپارتمان میله

### اجاره ویلا راحت تر از همیشه با بوکینگ ویلا

خیلی از ماها سفر کردن رو دوست داریم و تا فرضی پیدا کنیم عزیزترین میرویم. معمولاً بیشترین هزینه سفر مربوط به اقامت میشه. بعضیا میرن هتل، بعضیا خونه اجاره میگیرن اما اینکدهای ساختمانی و بعضیا هم تفریح صیقل سوئیت یا ویلا اجاره کنن.

ولی اجاره ویلا و اجاره آپارتمان مخصوصاً تو ایام شروع سال نذنه جایزات مخصوصاً اگه بخوان ویلا و آپارتمانهای شخصی اجاره کنی. اما با بوکینگ ویلا این مشکل هم حل شده و شما ایزر از اینکه از جویون رزرو میکنی میتونن با مزایای بیشتری به اجاره و انتخاب شهر مختلف و ورزشی اقامت، ویلاها، سوئیتها و آپارتمانهای مدرنتری در کشورمون رو ببینن. بوکینگ ویلا امکان دیدن کمپها، توضیحات و قیمت آپارتمانها رو برتون فراهم کرده و شما میتونید بعد از انتخاب سوئیت مورد نظر به صورت آنلاین آپارتمانها یا ویلاتون رو رزرو کنید و آنلاین هم پرداخت کنید و با خیال راحت بید مسافرت.

اجاره آنلاین ویلا این امکان رو برتون مینمونه که تعداد زیادی ویلا رو ببینید و بر حسب بودجیون بگوشو آنلاین رزرو کنید. اجاره ویلا از سایت بوکینگ ویلا شامل تخفیف های فصلی و مناسی هم میشه و علاوه بر اون تیم پشتیبانی ما همواره در طول سفر در کنار شما هستند. اجاره ویلا در شمال کشور مخصوص در ایام تعطیلات باید از چند هفته قبل انجام بشه تا بوکینگ ویلا بتونه برتون ویلا یا سوئیت تا قیمت و امکانات مناسب فراهم کنه. پس اگه قصد مسافرت دارید، بد نیست به سر به بوکینگ ویلا برید.

**بوکینگ ویلا | bookingvila** عنوان پروژه: **بوم مدل کسب‌وکار**

<p><b>مشتریان</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>افرادی که در فصول مختلف سال مسافرت می‌روند و جهت پیدا کردن اقامتگاه خود به اینترنت مراجعه می‌کنند.</li> <li>مالکان ویلاها و آپارتمان‌ها</li> </ul>	<p><b>ارتباط با مشتریان جذب:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی</li> <li>بخش تراکت در نمایشگاه‌های تخصصی</li> <li>درج آگهی در سایت‌های آگهی <b>نگهداری:</b></li> <li>پشتیبانی ۲۴ ساعته</li> <li>پیگیری فرایند اقامتگاه بعد از اتمام اقامت</li> <li>ارسال پیشنهاد های ویژه در ایم و ویژه</li> </ul> <p><b>توسعه:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>برگزاری کمپین‌های مشترک تبلیغاتی با استارت‌آپ‌های مختلف</li> <li>ایجاد کچج‌های تحقیقی</li> <li>برگزاری فرسه‌کش و دادن جایزه</li> </ul>	<p><b>ارزش پیشنهادی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه اقامتگاه‌های با کیفیت و قیمت مناسب</li> <li>تضمین حداقل قیمت</li> </ul>	<p><b>فعالیت‌های اصلی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>توسعه و جذب بانک اطلاعاتی ویلاها و اقامتگاه‌ها</li> <li>در سراسر کشور و افزایش کمی و کیفی آن‌ها</li> <li>توسعه وب‌سایت و اپلیکیشن</li> <li>ایجاد کال ستر برای پیگیری رزروها</li> </ul>	<p><b>منابع اصلی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>نیروی انسانی (شامل برنامه نویسان، طراح و بازاریابان)</li> <li>میزان نقدینگی جهت نهایی سازی رزرو و تبلیغات</li> <li>پلتفرم نرم افزاری</li> </ul>
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>کارمزد ۱۰ درصد از هر رزرو که از مالک اخذ می‌گردد</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه خرید برخی پیش نیازها برای راه اندازی سایت مانند هاست و دامین سرور</li> <li>هزینه پرسنلی و حقوق</li> <li>هزینه‌های تبلیغات و مارکتینگ</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

**بوکینگ ویلا | bookingvila** عنوان پروژه: **بوم ناب**

<p><b>مشتریان</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>افرادی که در فصول مختلف سال مسافرت می‌روند و جهت پیدا کردن اقامتگاه خود به اینترنت مراجعه می‌کنند.</li> <li>مالکان ویلاها و آپارتمان‌ها</li> </ul>	<p><b>برتری مطلق</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>در حال حاضر این استارت‌آپ برتری مطلق قابل توجهی ندارد.</li> </ul>	<p><b>ارزش پیشنهادی یکتا</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>آسودگی خاطر رزرو بهترین ویلاها در کشور</li> <li>با بوکینگ ویلا مسافرت را تکمیل کن</li> <li>اجاره ویلاها از صاحبان ویلاها بدون واسطه</li> <li>امکان رزرو ویلاهای خاص با کمترین قیمت و پیگیری آنلاین، پشتیبانی بیست و چهار ساعته و رسیدگی کامل به شکایات مشتریان</li> </ul>	<p><b>مسئله</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>نیود بستری آنلاین برای اجاره اقامتگاه‌های شخصی مسافران را در مقصد با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌ساخت و گاهی بسیاری از افراد موفق به پیدا کردن محل مناسب برای اسکان نمی‌شدند.</li> <li>اجاره ویلاها عموماً از طریق واسطه‌ها انجام میشد که باعث افزایش قیمت می‌شد</li> </ul>	
<p><b>بازدیدگان آف‌لاین</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>دوستان و آشنایان</li> <li>درختی ویلا هم چند ویلائی خوب و آشنا</li> <li>افرادی که از تهران برای مسافرت به شمال می‌روند</li> </ul>	<p><b>کانال جذب مشتری</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تلگرام و مراجعه حضوری</li> <li>سنو</li> <li>تبلیغات در شبکه های اجتماعی (کانال تلگرام و پیج اینستاگرام)</li> </ul>	<p><b>راه حل</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه یک وب سایت با امکان رزرو آنلاین با امکان مشاهده از تلفن همراه</li> </ul>	<p><b>سنتج‌های کلیدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد مراجعه کنندگان به وب‌سایت و ثبت نام کنندگان در فصول پر بازدید</li> <li>تعداد رزروهای موفق ثبت شده</li> <li>تعداد ویلاهای ثبت شده</li> </ul>	
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>کارمزد ۱۰ درصد از هر رزرو که از مالک اخذ می‌گردد.</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه خرید برخی پیش نیازها برای راه‌اندازی سایت مانند هاست و دامین سرور</li> <li>هزینه پرسنلی و حقوق</li> <li>هزینه‌های تبلیغات و مارکتینگ</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

### مزیت رقابتی | Unfair Advantage

با توجه به نبود بستری آنلاین برای اجاره اقامتگاه‌های شخصی که مسافران را در مقصد با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌ساخت و گاهی بسیاری از افراد موفق به پیدا کردن محل مناسب برای اسکان نمی‌شدند، بوکینگ ویلا امکان رزرو ویلاهای خاص با کمترین قیمت و پیگیری آنلاین، پشتیبانی ۲۴ ساعته و رسیدگی کامل به شکایات مشتریان عرضه کرده است.

### توسعه مشتریان | Customer development

- برگزاری کمپین‌های مشترک تبلیغاتی با استارت‌آپ‌های مختلف
- ایجاد پکیج‌های تخفیفی
- برگزاری قرعه‌کشی و جایزه در رویدادهای مختلف و همچنین برای مشتری‌های قبلی

### نگهداری مشتریان | Customer Care

- پشتیبانی ۲۴ ساعته
- پیگیری شرایط اقامتگاه بعد از اتمام اقامت
- ارسال پیشنهادهای ویژه در ایام مختلف سال

### تجربه ناب

ما در ابتدا می‌خواستیم سایت را برون سپاری نماییم و حتی قرارداد آن را هم بسته بودیم و بخش اعظمی از سرمایه اولیه خود را می‌خواستیم صرف طراحی سایت نماییم که با پیشنهاد شتاب‌دهنده دیموند این کار را انجام ندادیم و فردی را به عنوان توسعه دهنده وب به عنوان هم‌بنیانگذار آوردیم که در ادامه کار بسیار مفید واقع شد. همچنین در تقسیم سهام سعی کنید مساوات داشته باشید و اختلاف درصد

سهام بیش از ۷-۸ درصد نباشد. در ابتدا که سایت درآمدی ندارد شاید چندان به چشم نیاید ولی بعدها که درآمد افزایش پیدا کرد موجب دلسردی و اختلاف میان اعضای تیم خواهد شد.

### سوالاتی برای تامل ?

- به نظر شما این استارت‌آپ چگونه می‌تواند تمایزی برای خود را نسبت به رقبا ایجاد نماید؟
- آیا بر سر راه این استارت‌آپ مشکلات و چالش‌های قانونی وجود دارد؟
- آیا قیمت می‌تواند یک ارزش پیشنهادی برای این استارت‌آپ باشد؟



پاوان

pavan

---

یک گجت هوشمند! (an intelligent gadget!)


معرفی کوتاه 

پاوان یک وب‌سایت برای فروش کلاه ایمنی هوشمند به نام (پاوان) برای کاهش تصادفات موتورسواران است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

پاوان   pavan	نام استارت‌آپ 
nareek.ir	آدرس وب‌سایت 
یک گجت هوشمند! (an intelligent gadget!)	شعار 
خراسان - مشهد	شهر و استان 
بهمن ۱۳۹۱	تاریخ اولین ارائه عمومی 
تا بهمن ۱۳۹۷: ۱ نفر	تعداد اعضای اصلی تیم 
شتاب دهنده سرای آسان (رویداد سانبا پلاس)	محل شروع استارت‌آپ
بله	جذب سرمایه
skully.com shoei-helmets.com (مشابه‌های خارجی هم به تولید انبوه نرسیده و هم اکنون به عنوان استارت‌آپ فعالیت می‌کنند)	نمونه مشابه خارجی 
فروش مستقیم	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 



فروش مستقیم	مدل درآمد 
(۱) فروش مستقیم از طریق نمایندگی فروش و فروشگاه سایت	
(۲) فروش به کسب‌وکارهایی مثل الوپیک یا اسنپ باکس و غیره	
(۳) فروش به پلیس راهور	
(۴) فروش به فروشگاه‌ها	
(۵) صادرات	

### “ داستان شکل‌گیری

سال ۸۹ با حضور پروفیسور علی گرجی و دکتر حامد روحانی بررسی‌هایی در شهر مشهد صورت گرفت که بیشترین صدمات و آسیب‌های سر (head trauma) مربوط به تصادفات موتورسواری گزارش شد و در پی آن اقدام به بررسی عوامل گردید و به دنبال آن ۵۰۰ پرسش‌نامه توسط راکبینی که کلاه ایمنی بر سر نداشتند پیر شده و عوامل عدم استفاده از کلاه ایمنی در ایران استخراج شد.

در سال ۹۰ و ۹۱ با توجه به دلایل استخراج شده، ایده کلاه ایمنی هوشمند از طرف مهندس میثم ایجاد می‌طرح گردید و در کنگره بین‌المللی امنیت جاده (safety road) ارائه شد.

پس از تحقیقات میدانی و تخصصی در خرداد سال ۱۳۹۶ این طرح به صورت ایده در رویداد سانباپلاس مطرح شد و پس از تشکیل تیم در تیر ماه ۹۶ و پس از تغییرات مکرر اعضای تیم، در نهایت از ۱۴ آبان ماه ۱۳۹۶ به صورت جدی کار بر روی آن شروع شد و در رویداد بین‌المللی کارآفرین شو موفق به کسب مقام دوم، در رویداد IoTIC موفق به کسب مقام سوم برترین استارت‌آپ کشور در حوزه اینترنت اشیا و در ۲۲ فروردین ۹۷ موفق به کسب مقام اول استارت‌آپ‌های حاضر در رویداد یک

ساله‌ی سانبا پلاس شد.

هم اکنون این محصول یعنی کلاه ایمنی هوشمند، با نام "پاوان" مشغول به کار است.

### مشکل | Problem

سالانه در کشور ایران ۵۵۰۰ جانباخته از میان ۴۶۰ هزار موتور سواری را داریم که با آمارهای گرفته شده ۵۱٪ آن‌ها تنها با استفاده از کلاه ایمنی استاندارد، از سوانح جان سالم به در می‌برند (آمار مربوط به سال ۹۵). این موضوع قابل تامل است که ۴۹٪ افرادی که از کلاه ایمنی استفاده می‌کنند نیز از این آسیب‌ها در امان نیستند و دلیل آن عدم استفاده از کلاه ایمنی استاندارد از طرف موتورسواران به علت قیمت بالای آن است.

### بخش مشتریان | Customer Segment

جامعه ۱۱ میلیونی موتورسواران شامل: (۱) پیک‌های موتور سوار (۲) موتورهای پیست (۳) موتورسواران عادی (۴) موتورسواران پلیس

### نحوه اعتبارسنجی | Customer Validation

با شرکت در چند نمایشگاه مربوط به موتور سواری در تهران و مشهد توانستیم پرسش‌نامه‌هایی را پر کنیم و این نظر سنجی‌ها توانست به ما دید خوبی ارائه دهد. با پیک‌های موتورسوار (الوپیک) هم صحبت‌هایی (نه چندان جدی) داشتیم و توانستیم قیمت گذاری‌هایی نسبت به محصول خود داشته باشیم. با موتور سنگین سواران هم صحبت‌هایی داشتیم و دغدغه آن‌ها را هم مد نظر قرار دادیم و سپس تمایل آن‌ها برای خرید محصول بررسی گردید. با موتورسوارانی که با موتور سفر می‌کنند هم صحبت شد و تمایل زیادی نسبت به خرید این کلاه نشان دادند.

تصاویر محصول 

محصولات پیشنهادی جامان تمامی با ما

با احترام

امروز که با تلاش همه دوستانمان، تیم تاریک، با دستاوردهای خود به عنوان یکی از استارت‌آپ‌های مطرح شرق کشور شناخته می‌شود، بر خود لازم می‌دانیم از مشارکت و همدلی همراهمان خود با افتخار، تقدیر و تشکر نماییم.

ایفای نقش محوری در توسعه صنعتی، اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کشور ماموریتی است بزرگ و شایسته که در راستای اجرای آن، ما بر عهد خود می‌دانیم تا در ارتقای سطح تعالی و ارائه الگویی ملی، پایدار و مصمم باقی مانده تا در آینده‌ای نه چندان دور، چشم انداز تیم مبنی بر تبدیل شدن به شرکت دانش بنیان در سطح ترازهای جهانی را جامه عمل بپوشانیم.

از دیگر سو هیچ نیایی بدون حمایت و پشتیبانی قادر به رشد و شکوفایی نبوده و نیست. بدین سو دری به سوی شما گشودیم تا از حمایت‌های بی دریغ شما نهایت استفاده را در راستای اهداف و آثای خود را ببریم.

<p>تومان ۱۰,۰۰۰</p> <p>طرح زمرد</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ذکر نام حقوقی در لیست جامان</li> <li>• عضویت افتخاری در باشگاه تاریک</li> <li>• عضویت افتخاری در مجموعه شبکه های اجتماعی تاریک</li> <li>• ارسال افتخاری خبرنامه پیشرفت پروژه های تاریک</li> </ul> <p>حمایت کنید!</p>	<p>تومان ۱,۰۰۰,۰۰۰</p> <p>طرح باقوت</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ذکر نام حقوقی در لیست جامان تأثیر گذار</li> <li>• درج لوگو و لینک های درخواستی در لیست جامان</li> <li>• نصب لوگو بر روی محصولات در نمایشگاهها به عنوان حامی</li> <li>• درج لوگو در اسلاید های تبلیغاتی رویدادها</li> <li>• ذکر نام حامی در رویداد ها سخنرانی ها و مصاحبه ها</li> <li>• ذکر نام حامی در تاریخچه تاریک</li> <li>• عضویت افتخاری در باشگاه تاریک</li> <li>• عضویت افتخاری در مجموعه شبکه های اجتماعی تاریک</li> <li>• ارسال افتخاری خبرنامه پیشرفت پروژه های تاریک</li> </ul> <p>حمایت کنید!</p>	<p>تومان ۱۰۰,۰۰۰</p> <p>طرح فیروزه</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ذکر نام حقوقی در لیست جامان سایت</li> <li>• درج لوگو و لینک های درخواستی در لیست جامان سایت</li> <li>• درج لوگو در اسلاید های تبلیغاتی در رویدادها</li> <li>• عضویت افتخاری در باشگاه تاریک</li> <li>• عضویت افتخاری در مجموعه شبکه های اجتماعی تاریک</li> <li>• ارسال افتخاری خبرنامه پیشرفت پروژه های تاریک</li> </ul> <p>حمایت کنید!</p>
---	--	---



Design Product with Best Quality

According to an irrefutable requirement for safety and convenience for motorcycle riders using helmets, we decided to produce the system for the production of helmets. In this way, we investigated the means of production of such helmets using 3D modeling devices and design analysis in the end.



عنوان پروژه: **پاون | pavan**

شماره: \_\_\_\_\_  
تعداد: \_\_\_\_\_

بخش مشتریان	ارتباط با مشتریان	ارزش پیشنهادی	فعالیت‌های اصلی	شرکای کلیدی
<ul style="list-style-type: none"> <li>جامعه ۱۱ میلیون موتوسواران شامل:</li> <li>بیک‌های موتور سوار</li> <li>موتور های پیست</li> <li>موتور سواران عادی</li> <li>موتور سواران پلیس</li> </ul>	<p><b>چند:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>بازاریابی (فروشگاه‌های موتورسواران و لوازم جانبی)</li> <li>کمپین‌های موتورهای سنگین</li> <li>شبهه‌های اجتماعی</li> <li>اجبار از طریق پلیس راهور</li> <li>نوسعه:</li> <li>سایتز کردن کلاه برای کاهش قیمت</li> <li>ارائه در مدل‌های کامل و شخصی سازی</li> <li>شخصی سازی کلاه</li> <li>افزودن امکانات جذاب و کاربردی</li> </ul> <p><b>نگهداری:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>خدمات پس از فروش</li> <li>آپدیت‌های نرم افزاری کلاه</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>کاهش تصادفات</li> <li>موتور سواری (پیشگیری از تصادفات)</li> <li>کاهش صدمات ناشی از سوانح</li> <li>اخذ داده‌های سلامتی و ترافیکی</li> </ul>	<p><b>منابع اصلی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تئوری انسانی متخصص (برنامه نویسی، طراحی صنعتی، مهندسی الکترونیک و طراحی مدار، بازاربازاریابی و مدیر فروش و غیره)</li> <li>دفتر مرکزی</li> <li>کارگاه تولید</li> <li>سرور و تجهیزات مخابراتی</li> <li>پول</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>پلیس راهور</li> <li>پلیس راهنمایی و رانندگی</li> <li>تأمین کننده‌های قطعات</li> <li>سخت افزاری</li> <li>تأمین کننده‌های مواد اولیه</li> <li>بدنه‌ی کلاه</li> </ul>
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>فروش مستقیم از طریق نمایندگی فروش و فروشگاه سایت</li> <li>فروش به کسب و کارهایی مثل الوپیک یا اسنپ باکس و غیره</li> <li>فروش به پلیس راهور</li> <li>فروش به فروشگاه‌های تأمین کننده کلاه ایمنی</li> <li>صادرات</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه راه اندازی اولیه</li> <li>حقوق کارمندان و بازاریابی</li> <li>هزینه توسعه پلتفرم</li> <li>هزینه سرور</li> <li>هزینه تجهیزات</li> <li>اجاره مکان</li> <li>هزینه تبلیغات</li> <li>خدمات پس از فروش و گارانتی</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

عنوان پروژه: **پاون | pavan**

شماره: \_\_\_\_\_  
تعداد: \_\_\_\_\_

بخش مشتریان	برتری مطلب	ارزش پیشنهادی یکتا	راه حل	مسئله
<ul style="list-style-type: none"> <li>جامعه ۱۱ میلیون موتوسواران شامل:</li> <li>بیک‌های موتور سوار</li> <li>موتور های پیست</li> <li>موتور سواران عادی</li> <li>موتور سواران پلیس</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ورود زود هنگام به بازار</li> <li>روابطی قوی با پلیس راهور</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تنها کلاه ایمنی هوشمند ایرانی</li> <li>اخذ داده‌های سلامتی و ترافیکی</li> <li>کاهش تصادفات موتور سواری (پیشگیری)</li> <li>کاهش صدمات ناشی از سوانح</li> </ul>	<p><b>سئجه‌های کلیدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>تعداد فروش کلاه در یک ماه گذشته</li> <li>تعداد سفارشات و پیش فروش‌های کلاه در ماه گذشته</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>سالانه در کشور ایران ۵۵۰۰ جانباخته از میان ۳۶۰ هزار موتور سواری را داریم که با آمارهای گرفته شده ۵۱٪ آن‌ها تنها با استفاده از کلاه ایمنی استاندارد، از سوانح جان سالم به در می‌برند (آمار مربوط به سال ۹۵)</li> </ul>
<p><b>بندبندگان آغازین</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>پلیس راهور</li> </ul>	<p><b>کانال جذب مشتری</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>برگزاری جام و کاپ برای موتور سواران و اسپانسرینگ</li> <li>اجاره به تریپرها</li> <li>کانال و صفحات اجتماعی</li> </ul>	<p><b>مفهوم سطح بالا</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>SKULLY ایرانی</li> </ul>	<p><b>بازارین‌های موجود</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Senu</li> <li>Livall</li> <li>Nuvis</li> <li>Coros</li> <li>Reacon jet</li> <li>Brooklynness</li> <li>Reevu</li> <li>کلاه برند انرژی و دیگر شرکت‌های تولید کلاه در داخل کشور</li> </ul>	
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>فروش مستقیم از طریق نمایندگی فروش و فروشگاه سایت</li> <li>فروش به کسب و کارهایی مثل الوپیک یا اسنپ باکس و غیره</li> <li>فروش به پلیس راهور</li> <li>فروش به فروشگاه‌های تأمین کننده کلاه ایمنی</li> <li>صادرات</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه راه اندازی اولیه</li> <li>حقوق کارمندان و بازاریابی</li> <li>هزینه توسعه پلتفرم</li> <li>هزینه سرور</li> <li>هزینه تجهیزات</li> <li>اجاره مکان</li> <li>هزینه تبلیغات</li> <li>خدمات پس از فروش و گارانتی</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

### مزیت رقابتی | Unfair Advantage

- ورود زود هنگام به بازار
- داشتن روابط قوی با پلیس راهور
- علاوه بر این ویژگی‌های فنی این محصول می‌تواند به‌عنوان یک مزیت ثانویه مدنظر قرار گیرد.
- ماژولار بودن کلاه برای کاهش قیمت تمام شده
- ۲۵ ویژگی که یک جا در یک گجت تعبیه شده

### توسعه مشتریان | Customer development

- ماژولار کردن کلاه برای کاهش قیمت
- ارائه در مدل‌های فول و کاستوم برای کاهش قیمت
- طراحی جذاب کلاه
- افزودن امکانات جذاب و کاربردی

### نگهداری مشتریان | Customer Care

- خدمات پس از فروش
- آپدیت‌های مناسب برای کلاه (نرم افزاری)

### تجربه ناب

اگر بخواهم روزی از اول شروع کنم (۱) حتماً اول با خودم کنار می‌آمدم و از انجام این کار اطمینان ۱۰۰٪ پیدا می‌کردم و تحقیقات بیشتری می‌کردم و دانشم را افزایش می‌دادم (یک طرح زمانی موفق می‌شود که شما با دانش خودتان بتوانید یک نفره تمامش کنید و نیازی به شخص دیگری نداشته باشید)

۲) حتما اعضای تیم را به درستی انتخاب می‌کردم و بیک آزمون ورودی و تخصصی از آن‌ها می‌گرفتم و می‌خواستم که حتما تضمین بانکی بدهند و باید برنامه زمانی خودشان را می‌دادند و در صورتی که تخطی می‌کردن آن‌ها را بلافاصله حذف می‌کردم.

۳) یک مکان مناسب در ابتدا برای کارم پیدا می‌کردم تا اینقدر سرگردان نباشم.

۴) خوشحالم که از تکنیک بوت استرپ استفاده کردم و توانستم صیقل کافی را به کار بدهم تا ارزشش اثبات شود.

۵) نباید کم آورد، نباید ترسید، باید پررو بود و قوی، ناامیدی ممنوع و هر دردی بسته شد در دیگری باید باز کرد و این فقط یک شرط دارد و آن هم این است که به خودتان و طرحتان ایمان داشته باشید و نیتتان از شروع کار برای خودتان واضح باشد.

## </> تکنولوژی مورد استفاده و مسائل فنی

**C / matlab / ARM / BT/ GPS / GPRS /GSM**

### سوالاتی برای تامل ?

- بهترین سرمایه‌گذار یا کسب‌وکاری که می‌تواند از این استارت‌آپ حمایت کند، کدام است؟
- به نظر شما در کشور ما که هنوز فرهنگ استفاده از کلاه‌های ایمنی همه‌گیر نشده است، این استارت‌آپ چگونه می‌تواند یک چنین محصول جذاب و نوآورانه‌ای را فرهنگ‌سازی کند؟ آیا این محصول در سبد خرید عموم موتور سواران قرار می‌گیرد؟



اصفهان پلاس

**IsfahanPlus**

---

رسانه جامعه کارآفرینی شهر اصفهان

معرفی کوتاه 

اصفهان پلاس رسانه جامعه کارآفرینی اصفهان است که رسالت اصلی آن تولید، ترجمه و انتشار محتوای مستند، معتبر و ناب در حوزه کارآفرینی و اطلاع رسانی فعالیت‌های اکوسیستم کارآفرینی اصفهان می‌باشد. معرفی استارت‌آپ‌های اصفهان، تهیه نقشه اکوسیستم کارآفرینی اصفهان، انعکاس اخبار مرتبط، ترجمه و تهیه مطالب مرتبط با بوم لین استارت‌آپ و ترجمه بوم مدل کسب و کار شرکت‌های بزرگ، چاپ و فروش کتاب‌های مرتبط با حوزه کارآفرینی از فعالیت‌های این مجموعه است.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

isfahanplus   اصفهان پلاس	نام استارت‌آپ 
isfahanplus.ir	آدرس وب‌سایت 
رسانه جامعه کارآفرینی شهر اصفهان	شعار 
اصفهان	شهر و استان 
زمستان ۱۳۹۳	تاریخ اولین ارائه عمومی 
۲ نفر	تعداد اعضای اصلی تیم 
startupresources.io	نمونه مشابه خارجی 
ictstartups.ir motamem.org	نمونه مشابه ایرانی 
رایگان	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 
رایگان	مدل درآمد 



## داستان شکل‌گیری

در سال‌های ۹۲-۹۳ که می‌توان گفت اوایل ورود رویدادهای استارت‌آپی و به خصوص استارت‌آپ ویکند بود، وب‌سایت‌های بسیار کمی بودند که علاقه‌مندان به استارت‌آپ و کارآفرینی در حوزه‌ی وب در آن‌ها فعالیت می‌کردند، یکی از آن سایت‌ها karya.ir بود که در آن زمان حتی نویسنده‌های استارت‌آپی این حوزه مثل مهدی ناصری، محمد کرمانی، محمد زاهدی و غیره هم که اصفهانی بودند در سایت کاریا مطالبشان را منتشر می‌کردند. یک روز من (داوود) به ذهنم خورد که چرا ما اصفهانی‌ها خودمان یک وب‌سایت مستقل نداشته باشیم که مطالبی که تولید می‌کنیم را داخل آن بنویسیم و همین‌طور رویدادهای کارآفرینی - استارت‌آپی را در آن اطلاع‌رسانی کنیم، با توجه به اینکه آن موقع با محمد زاهدی در دومین و سومین استارت‌آپ ویکند اصفهان آشنا شده بودم، به او زنگ زدم و ایده‌ام را گفتم و او هم از ایده‌ام استقبال کرد و قرار شد آن راه‌اندازی کنیم. پس از مدتی که محمد امریکا بود به او ایمیل زدم و درباره‌ی ایده‌ی آن روز باهم چند ایمیل رد و بدل کردیم و گفتم که اسم سایت اطلاع‌رسانی را چی بگذاریم؟ گفتم هر چیزی که بخواهیم بگذاریم باید ترکیبی از کلمه‌ی "اصفهان" + "یک چیزی" باشد که در ایمیل بعدی محمد جواب داد اسم وب‌سایت را "اصفهان پلاس" بگذاریم، من هم پاسخ دادم که اسم خوبی هست از کجا به ذهنت رسید؟ گفت خودت گفتی اصفهان + یک چیزی.

به این صورت بود که اصفهان پلاس به وجود آمد و بعد از گذشت ۴-۵ سال به یکی از وب‌سایت‌های غنی در حوزه مطالب آموزشی استارت‌آپی و کارآفرینی ایران تبدیل شده و در آن حدود ۱۲۰۰ مطلب متنوع درج شده است.

### مشکل | Problem

نبود یک رسانه‌ی کارآفرینی-استارت‌آپی برای بازتاب رویدادهای اصفهان در این حوزه. نبود یک وب‌سایت برای منتشر کردن مطالبی که توسط افرادی که در شهر اصفهان

هستند، تولید می‌شود.

### بخش مشتریان | Customer Segment

- کاربرانی که دنبال رویدادهای کارآفرینی و استارت‌آپی هستند
- کاربرانی که به دنبال مطالب آموزشی به خصوص مطالب رایگان در این حوزه هستند.

### نحوه اعتبارسنجی | Customer Validation

با توجه به اینکه من (داوود) و محمد خودمان از فعالان اکوسیستم استارت‌آپی اصفهان بودیم و من از هم‌بنیانگذاران همفکر اصفهان (اولین دوره‌می استارت‌آپی اصفهان) نیز بودم، متوجه چنین مساله‌ای شدیم و اقدام به راه‌اندازی اصفهان پلاس کردیم.

تصویر محصول

[خانه](#)
[اصفهان](#)
[رویدادها](#)
[پایگاه](#)
[دوره ها](#)
[اصفهان](#)
[رویدادها](#)
[پایگاه](#)
[دوره ها](#)

تیم ما

سرویس برای استارت‌آپ‌ها آماده

۱۰ استارت‌آپ که با توسعه از طریق برون‌سپاری به موفقیت دست‌یافته‌اند

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

تیم مدل کسب و کار این استارت‌آپ

مقالات

ویدیو

پوم مدل کسب و کار

اسلاید

دانشنامه

چهار ابزار کارآفرینی

ما را دنبال کنید


مطالب منتخب در این عمل شما

تیم ما

اصفهان پلاس در رسانه ها





















اصفهان پلاس در رسانه ها


تصویر محصول



روز همراهی با 1000


گزارش عملکرد اصفهان پلاس در سه سال گذشته به همراه آمار ورقام

 <b>483</b> تعداد وب‌سایت‌های متصل شده در پورتال شبکه کامپیوتری اصفهان	 <b>320</b> تعداد مطالب تولید و ترجمه شده	 <b>1,100</b> تعداد کارکنان مشغول شده در واحدهای اصفهان پلاس	 <b>114</b> تعداد شرکت‌ها عضو بازار خدمات تخصصی نو اصفهان پلاس
 <b>373</b> تعداد پرونده‌های ثبت شده در شعبه در محله اصفهان پلاس	 <b>98</b> تعداد کارکنان ثبت شده در شعبه اصفهان	 <b>25</b> تعداد کارکنانی که با حضور کارفرمایان یا اصفهان پلاس همکاری می‌کنند	 <b>32</b> تعداد شرکت‌ها عضو اصفهان پلاس
 <b>31</b> کتاب‌های معرفی شده در مجله کارفرمایان و استارت‌آپ‌ها اصفهان	 <b>30</b> مستندات و پرونده‌های کارفرمایان و استارت‌آپ‌ها اصفهان	 <b>40</b> ترجمه و انتشار پمپ‌ها و آگهی‌ها کارفرمایان پلاس	 <b>70</b> تعداد پرونده‌های اصفهان پلاس
 <b>400</b> آگهی‌های معرفی شده در بازار کار اصفهان	 <b>87,000</b> بازدید از کانال آپارات اصفهان پلاس	 <b>4</b> تعداد سخنرانی‌ها برگزار شده توسط اصفهان پلاس	 <b>15</b> راه‌اندازی و برگزاری رویدادهای نوآوری و استارت‌آپ‌ها اصفهان
 <b>100</b> پرونده معرفی در کارگزاری اصفهان پلاس	 <b>2</b> کتاب‌های تهیه و ترجمه شده در شعبه کارفرمایان	 <b>3,000</b> راه‌اندازی خدمات در بخش‌های کارفرمایان	 <b>48</b> آگهی‌های اصفهان پلاس




**لیست مستندات کلان‌سازمانی تهران**

تهیه جدولی از مستندات کلان‌سازمانی تهران در زمینه‌های مختلف (تعداد: ۱۲ سند)




**لیست طرح‌های کلان‌سازمانی ایران**

تهیه جدولی از طرح‌های کلان‌سازمانی ایران در زمینه‌های مختلف (تعداد: ۱۶ طرح)




**نقشه اصفهان**

نقشه اصفهان با نشان‌دهنده مراکز اصفهان پلاس در مناطق مختلف (تعداد: ۱۲ مرکز)



**نقشه اصفهان**


نقشه اصفهان با نشان‌دهنده مراکز اصفهان پلاس در مناطق مختلف (تعداد: ۱۲ مرکز)



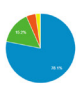
**نقشه اصفهان**

نقشه اصفهان با نشان‌دهنده مراکز اصفهان پلاس در مناطق مختلف (تعداد: ۱۲ مرکز)


**آمار مزیت به کاربران و وسایط اصفهان پلاس**




**درصد ورودی از گوگل**




**جنسیت کاربران**

  
**۶۷%**


  
**۳۳%**


**۵ استان با بیشترین بازدید**




- تهران
- اصفهان
- خراسان
- قزوین
- همدان

**کاربران با دستگاه‌های مختلف**

  
**۶۶%**

  
**۳%**

  
**۳۱%**

عنوان پروژه: **اصفهان پلاس | isfahanplus**

شماره: \_\_\_\_\_  
تعداد: \_\_\_\_\_

<p><b>بخش مشتریان</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>کاربرانی که دنبال رویدادهای کارآفرینی و استارت‌آپی هستند</li> <li>کاربرانی که به دنبال مطالب آموزشی به خصوص مطالب رایگان در این حوزه هستند</li> </ul>	<p><b>ارتباط با مشتریان</b></p> <p>جذب:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>اعضای همفکر اصفهان</li> <li>توسعه: ایمیل مارکتینگ</li> </ul> <p><b>کانال توزیع</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>وبسایت</li> <li>شبکه‌های اجتماعی</li> </ul>	<p><b>ارزش پیشنهادی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه‌ی محتوای رایگان در حوزه کارآفرینی و استارت‌آپی</li> <li>اطلاع‌رسانی رویدادهای استارت‌آپی شهر اصفهان</li> </ul>	<p><b>فعالیت‌های اصلی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>درج محتوا در سایت</li> <li>درج رویدادها در سایت</li> <li>سنجی مطالب و رویدادها</li> <li>تولید محتوای آموزشی</li> <li>زیرنویس کردن ویدیوها</li> <li>ترجمه مطالب انگلیسی</li> </ul> <p><b>منابع اصلی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>موسسین</li> <li>دفتر</li> <li>نیروی تولید محتوا</li> <li>پول</li> </ul>	<p><b>شکای کلیدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>برگزارکنندگان رویدادهای استارت‌آپی</li> <li>اهالی فعال اکوسیستم کارآفرینی</li> </ul>
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>رایگان</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه تجهیزات</li> <li>هزینه سرور دامنه</li> <li>اجاره دفتر</li> <li>هزینه تبلیغات و بازاریابی</li> <li>هزینه نیروی انسانی</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

عنوان پروژه: **اصفهان پلاس | isfahanplus**

شماره: \_\_\_\_\_  
تعداد: \_\_\_\_\_

<p><b>مسئله</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>عدم وجود یک رسانه بومی برای اطلاع‌دهی از رویدادهای شهر اصفهان</li> <li>عدم وجود یک وبسایت تخصصی در حوزه‌ی استارت‌آپی</li> </ul> <p><b>بازترین‌های موجود</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ictstartups.ir</li> <li>متنم</li> <li>اکوموتیو</li> </ul>	<p><b>راه حل</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>راه‌اندازی یک وبسایت برای اطلاع‌رسانی رویدادهای شهر اصفهان و ارائه‌ی مطالب آموزشی در حوزه استارت‌آپ‌ها و کارآفرینی</li> </ul> <p><b>سنج‌های کلیدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>میزان ورودی از گوگل</li> <li>میزان ورودی از شبکه‌های اجتماعی</li> <li>میزان بازدید مطالب</li> <li>Bounce rate</li> </ul>	<p><b>ارزش پیشنهادی یکتا</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه‌ی محتوای رایگان در حوزه کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها</li> <li>اطلاع‌رسانی رویدادهای استارت‌آپی شهر اصفهان</li> </ul> <p><b>مفهوم سطح بالا</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>متنم برای استارت‌آپی‌ها</li> </ul>	<p><b>برتری مطلق</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>یک رسانه‌ی بومی استارت‌آپی برای شهر اصفهان</li> </ul> <p><b>کانال جذب مشتری</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>سنو</li> <li>رویدادهای کارآفرینی</li> <li>شبکه‌های اجتماعی</li> </ul>	<p><b>بخش مشتریان</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>کاربرانی که دنبال رویدادهای کارآفرینی و استارت‌آپی هستند</li> <li>کاربرانی که به دنبال مطالب آموزشی به خصوص مطالب رایگان در این حوزه هستند</li> </ul> <p><b>پایه‌گذاران آغازین</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>اعضای همفکر اصفهان</li> </ul>
<p><b>جریان درآمدی</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>رایگان</li> </ul>		<p><b>ساختار هزینه‌ها</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>هزینه تجهیزات</li> <li>هزینه سرور دامنه</li> <li>اجاره دفتر</li> <li>هزینه تبلیغات و بازاریابی</li> <li>هزینه نیروی انسانی</li> </ul>		

StartupAcademy.ir

## مزیت رقابتی | Unfair Advantage

یک رسانه‌ی بومی استارت‌آپی برای شهر اصفهان

## توسعه مشتریان | Customer development

• ایمیل مارکتینگ

★ تجربه ناب

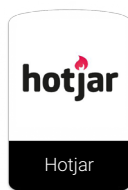
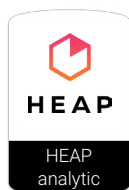
مهم نیست که ایده‌ی شما چقدر انقلابی و جدید باشد، مهم این هست که یک نیاز را حل کند، اصفهان پلاس در اول کار با یک ایده‌ی ساده که اطلاع‌رسانی رویدادهای استارت‌آپی شهر اصفهان و درج مطالب توسط ساکنین این شهر بود شروع شد ولی به مرور زمان به سایتی تبدیل شد که چیزهای زیادی را به آدم‌های زیادی یاد داده است، حتی طی صحبت‌هایی که با دست‌اندرکاران شبکه نسیم داشتم، از من پرسیدند که یک آیا یک وب‌سایت مثل اصفهان پلاس برای تهران نیست؟ برایم جالب بود که با وجود اینکه اکوسیستم استارت‌آپی تهران نسبت به اصفهان دارای افراد متخصص‌تری در این زمینه است ولی ما با دست‌خالی و بودجه‌ی شخصی و زمانی که باید برای کسب‌وکار خودمان می‌گذاشتیم اصفهان پلاسی را راه‌اندازی کردیم که تقریباً به غیر از اصفهان به درد کل ایران خورده است، مثلاً کامل‌ترین لیست شتاب‌دهنده‌های ایران، کامل‌ترین لیست سرمایه‌گذاران ایران و غیره را گردآوری کردیم که واقعاً برای افراد مفید بوده است.

## سوالاتی برای تامل ?

به نظر شما بهترین شریک تجاری برای اصفهان پلاس کدامیک از کسب‌وکارهای آنلاین بزرگ ایران می‌باشد؟  
اصفهان پلاس چگونه و با افزودن چه امکاناتی می‌تواند خود را از وب‌سایت‌های

مشابه دیگری مثل متمم، اکوموتیو و غیره متمایز کند؟

</> تکنولوژی مورد استفاده و مسائل فنی





سون موبایل

7mobile

---

فروش آنلاین تخصصی لوازم جانبی موبایل



معرفی کوتاه 

فروشگاه اینترنتی سون موبایل به عنوان فروشگاه تخصصی فروش لوازم جانبی موبایل فعالیت خود را از سال ۹۲ با هدف ارائه‌ی انواع لوازم جانبی برای تلفن‌های همراه و تبلت آغاز کرد و به مرور زمان تبدیل به یکی از کامل‌ترین فروشگاه‌ها برای عرضه‌ی لوازم جانبی موبایل شد.

اطلاعات عمومی کسب‌وکار 

سون موبایل   7mobile	نام استارت‌آپ 
7mobile.ir	آدرس وب‌سایت 
فروش آنلاین تخصصی لوازم جانبی موبایل	شعار 
اصفهان	شهر و استان 
تابستان ۱۳۹۲	تاریخ اولین ارائه عمومی 
۳ نفر	تعداد اعضای اصلی تیم 
mobilefun.com snapdeal.com	نمونه مشابه خارجی 
janebi.com	نمونه مشابه ایرانی 
فروش مستقیم   Direct selling	مدل کسب‌وکار از دیدگاه اش موريا 
فروش مستقیم	مدل درآمد 

## داستان شکل‌گیری

قبل از اینکه سایت سون موبایل رو راه‌اندازی کنم من سوپروایزر سونی موبایل توی اصفهان بودم، و یه ۷-۸ سالی هم بود که آرزو داشتم از طریق اینترنت و با راه‌اندازی سایت خودم بعد از آشنایی خوبی که با بازار فروش موبایل و لوازم جانبی به واسطه همکاری با سونی موبایل داشتم، به این فکر افتادم که یک سایت فروشگاهی داشته باشم و در اون سایت موبایل رو به صورت آنلاین بفروشم.

بعد از گذشت تقریباً ۱ سال که آن ایده به ذهنم خورده بود بالاخره سایت را راه‌اندازی کردم و درگاه بانکی را نیز گرفتم و حوالی شهریور ۱۳۹۲ بود که با فروش موبایل سایت شروع به کار کرد.

با توجه به اینکه قیمت موبایل نوسانات زیادی داشت و اینکه فروش در سون موبایل هم به صورتی بود که من از خودم جنس نداشتم و پس از فروش یک محصول آن را از عمده فروش تهیه می‌کردم و برای مشتری ارسال می‌کردم (مدل MVP به روش Wizard Of OZ)، متوجه شدم که فروش موبایل در دسرهای زیادی دارد و همینطور حاشیه سود کمتری دارد، به همین دلیل پس از گذشت ۳-۴ ماه کل محصولات موبایل را از سایت حذف کردم و لوازم جانبی موبایل رو به سایت اضافه کردم.

## مشکل | Problem

با توجه به اینکه در سال ۹۲ فروش آنلاین در ایران هنوز نوپا بود و وب‌سایت‌های کمی بودند که لوازم جانبی موبایل را به صورت آنلاین به فروش می‌رساندند و از طرف دیگر در مناطق محروم نیاز به لوازم جانبی موبایل خیلی حس می‌شد، تصمیم گرفتم که این مشکل را به کمک اینترنت و فروش آنلاین حل کنم. جالب اینجاست که اولین فروش وب‌سایت را هم از استان سیستان و بلوچستان داشتم و هنوز پس از

گذشت ۶-۷ سال حدود ۴۰٪ فروش وبسایت سون موبایل توسط شهرهای محروم کشور ثبت می‌شود.

### بخش مشتریان | Customer Segment

- کاربرانی که به دنبال لوازم جانبی موبایل در اینترنت هستند
- افرادی که در مناطق دور افتاده‌تر زندگی می‌کنند و دسترسی به فروشگاه‌های لوازم جانبی فیزیکی ندارند

### نحوه اعتبارسنجی | Customer Validation

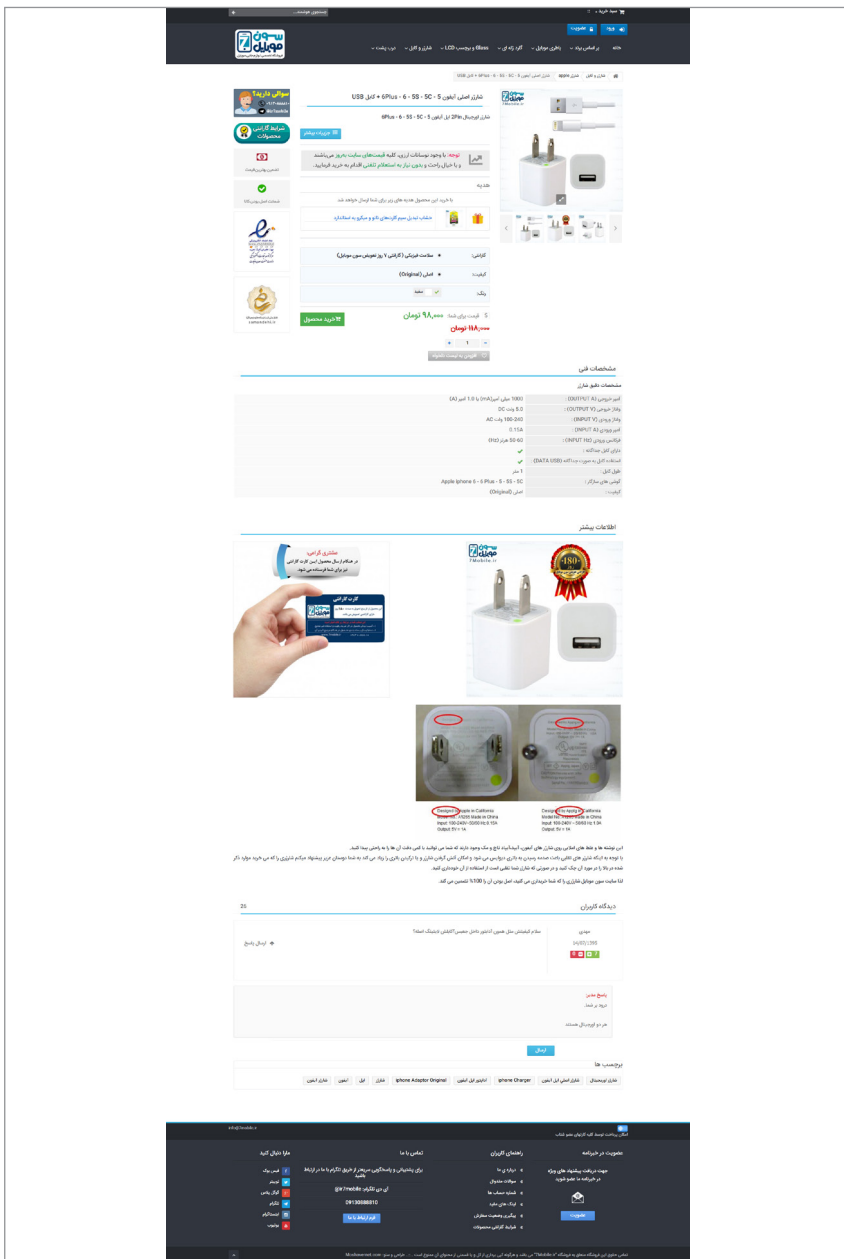
با توجه به اینکه من سوپروایزر سونی موبایل بودم و تسلط خوبی به فروش گوشی موبایل و لوازم جانبی داشتم و همچنین با توجه به تحقیقات بازاری که در اینترنت انجام دادم، متوجه شدم راه اندازی یک وبسایت تخصصی لوازم جانبی موبایل می‌تواند ارزش امتحان کردن را داشته باشد.

The screenshot displays the 7mobile website interface. At the top, there is a navigation bar with the 7mobile logo and menu items such as 'خانه' (Home), 'بر اساس برند' (By Brand), 'باتری موبایل' (Mobile Battery), 'کارت‌های SIM', 'GPS و رجیستر LCD', 'شارژر و کابل', 'تور و پشت', and 'سرویس'. Below the navigation bar, a main banner features the text 'انواع باتری اورجینال موبایل با 180 روز گارانتی بدون قید و شرط' (Original mobile batteries with 180-day warranty without conditions) and an image of a battery. To the right of the banner are several service icons: 'نقد اعتماد الکترونیکی' (Electronic trust), 'مخزن سداد سامانه‌های' (Savings account), 'مدیریت حساب‌های شما' (Manage your accounts), 'ارسال به سراسر کشور' (Delivery nationwide), and 'بوسه‌پسته پیشتاز' (Post service).

The main content area is divided into sections for 'محصولات جدید' (New products) and 'محصولات تخفیف خورده' (Discounted products). Each section contains a grid of product cards. The 'New products' section includes items like 'شارژر اچ‌آی‌سی ام‌اچ مدل H100 به همراه' (AICOM H100 charger with...), 'شارژر اچ‌آی‌سی ام‌اچ مین ماسونگ' (AICOM mini Misonog charger), 'رجیستر گسی بی‌وی ماسونگ UV Nano Glass' (UV Nano Glass Misonog GSI), and 'رجیستر گسی بی‌وی ماسونگ UV Nano Glass' (UV Nano Glass Misonog GSI). The 'Discounted products' section includes items like 'شارژر اصلی ای‌سی 1.8 امپر' (1.8A AC charger), 'رجیستر گسی بی‌وی ماسونگ UV Nano Glass' (UV Nano Glass Misonog GSI), 'رجیستر گسی بی‌وی ماسونگ UV Nano Glass' (UV Nano Glass Misonog GSI), and 'شارژر اصلی ای‌سی 1.8 امپر' (1.8A AC charger).

Below the product sections, there are promotional banners for 'سود موبایل را در تلگرام دنبال کنید' (Follow us on Telegram for mobile savings) and '7mobile.ir ما در اینستاگرام دنبال کنید' (Follow us on Instagram). The bottom of the page features a footer with contact information, including social media links for Telegram, Instagram, Facebook, and Twitter, and a 'فرم بازخورد' (Feedback form) button. The footer also contains the text 'ما می‌توانیم به شما کمک کنیم' (We can help you) and '7mobile.com'.

# تصویر محصول



عنوان پروژه: <b>سئون موبایل   7mobile</b>		تاریخ:	تعداد:	
<b>بخش مشتریان</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>کاربرانی که به دنبال لوازم جانبی موبایل در اینترنت هستند</li> <li>افرادی که در مناطق دورافتاده‌تر زندگی می‌کنند و دسترسی به فروشگاه‌های لوازم جانبی فیزیکی ندارند</li> </ul>	<b>ارتباط با مشتریان</b> <p>جذب:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>موتور جستجوی گوگل</li> <li>شبکه‌های اجتماعی</li> </ul> <p>نگهداری:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ارائه‌ی کد تخفیف مناسبی</li> </ul> <p>توسعه:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ایمیل مارکتینگ</li> </ul>	<b>ارزش پیشنهادی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>گارانتی منحصر به فرد ۱۲ ماهه محصولات (حتی دیجی کالا هم برای باتری‌های خود نهایت گارانتی ۶ ماهه قرار داده است)</li> <li>تخصصی بودن وب‌سایت فروش‌ها</li> </ul>	<b>فعالیت‌های اصلی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>درج محصولات در سایت</li> <li>سئوی محصولات</li> <li>بسته بندی و ارسال محصولات</li> <li>خدمات پس از فروش و گارانتی محصولات</li> <li>تهیه محصولات از عمده فروش‌ها</li> </ul>	<b>کلایم</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>اداره پست</li> <li>بانک (درگاه‌های پرداخت)</li> <li>عمده فروش‌های لوازم جانبی موبایل</li> </ul>
<b>جریان درآمدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>فروش مستقیم محصولات</li> </ul>	<b>کانال توزیع</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>وب‌سایت</li> </ul>	<b>ساختار هزینه‌ها</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>اجاره دفتر</li> <li>تجهیزات دفتر</li> <li>حقوق کارمندان</li> <li>هزینه هاست و سرور</li> <li>خرید محصولات</li> </ul>	<b>منابع اصلی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دفتر وب‌سایت</li> <li>تجهیزات</li> <li>کارمندان</li> <li>پول</li> </ul>	

StartupAcademy.ir

عنوان پروژه: <b>سئون موبایل   7mobile</b>		تاریخ:	تعداد:	
<b>بخش مشتریان</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>کاربرانی که به دنبال لوازم جانبی موبایل در اینترنت هستند</li> <li>افرادی که در مناطق دورافتاده‌تر زندگی می‌کنند و دسترسی به فروشگاه‌های لوازم جانبی فیزیکی ندارند</li> </ul>	<b>برتری مطلق</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>گارانتی ۱۲ ماهه محصولات</li> <li>ارائه گارانتی برای محصولات که در سایت‌ها و حتی فروشگاه‌های فیزیکی رقیب گارانتی ندارند مثل شارژر و کابل</li> </ul>	<b>ارزش پیشنهادی یکتا</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>گارانتی منحصر به فرد ۱۲ ماهه محصولات (حتی دیجی کالا هم برای باتری‌های خود نهایت گارانتی ۶ ماهه قرار داده است)</li> <li>تخصصی بودن وب‌سایت</li> </ul>	<b>مسئله</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>عدم دسترسی شهرهای محروم کشور به لوازم جانبی موبایل</li> </ul>	
<b>پایه‌گذاران آغازین</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دوستان و آشنایان</li> <li>کاربرانی که از طریق موتور جستجوی گوگل وارد سایت می‌شوند</li> <li>شبکه اجتماعی فیسبوک</li> </ul>	<b>کانال جذب مشتری</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>شبکه‌های اجتماعی</li> <li>موتور جستجوی گوگل (سئو)</li> </ul>	<b>مفهوم سطح بالا</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>آمازون برای لوازم جانبی موبایل</li> </ul>	<b>راه حل</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>راه اندازی یک فروشگاه آنلاین فروش لوازم جانبی موبایل</li> </ul>	
<b>جریان درآمدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>فروش مستقیم محصولات</li> </ul>	<b>سنجش‌های کلیدی</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>فروش به ازای افزوده شدن به سبد خرید</li> <li>فروش به ازای ثبت نام در سایت</li> <li>فروش به ازای ورودی از گوگل</li> </ul>	<b>ساختار هزینه‌ها</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>اجاره دفتر</li> <li>تجهیزات دفتر</li> <li>حقوق کارمندان</li> <li>هزینه هاست و سرور</li> <li>خرید محصولات</li> </ul>	<b>بازگشایی‌های موجود</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>دیجی کالا</li> <li>Janebi.com</li> </ul>	

StartupAcademy.ir

### مزیت رقابتی | Unfair Advantage

- گارانتی ۱۲ ماهه‌ی محصولات
- ارائه‌ی گارانتی برای محصولاتی که در وبسایت‌ها و حتی فروشگاه‌های فیزیکی رقیب گارانتی ندارند مثل شارژر و کابل

### توسعه مشتریان | Customer development

- ایمیل مارکتینگ
- موتور جستجوی گوگل

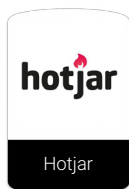
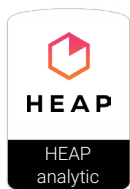
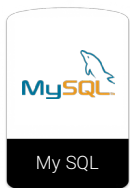
### تجربه ناب

وقتی که من سایت سون موبایل را راه‌اندازی کردم اصلاً نمی‌دانستم مجوز میخواهد یا نه! حتی نمی‌دانستم که قرار هست سایت را با چه cms یا با چه زبان برنامه نویسی راه‌اندازی کنم؟ و یا اینکه حتی در هنگام شروع نمی‌دانستم اصلاً سئو چی هست و چقدر می‌تواند برای من، مشتری بیاورد (در حال حاضر بالای ۹۰٪ ورودی‌های فروشگاه سون موبایل از گوگل هست) ولی وقتی که شروع کردم با همه‌ی مواردی که نیاز بود آشنا شدم و با مسائل و مشکلات پیش رو در زمان خودش مواجه شدم و آن‌ها را برطرف کردم، خلاصه اینکه موقع شروع مهم نیست که چقدر عالی هستید، مهم این هست که برای عالی شدن قطعاً باید شروع کنید.

### سوالاتی برای تامل

- به نظر شما بزرگترین تهدید برای فروشگاه سون موبایل چه می‌باشد؟

</> تکنولوژی مورد استفاده و مسائل فنی





فصل دوم:

# مدل‌های درآمدی اینفلوئنسرهای ایرانی

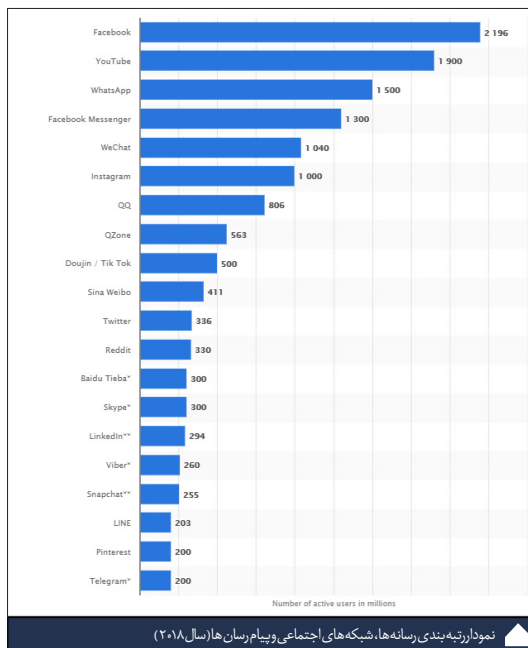
### خواننده در انتهای این فصل:

- ✓ با معنای اینفلوئنسر آشنا خواهد شد.
- ✓ تفاوت میان اینفلوئنسر، واینر و بلاگر را خواهد آموخت.
- ✓ در قالب مثال و تمرین این مفهوم برای وی روشن خواهد شد و مهارت‌های اولیه به او آموزش داده خواهد شد.
- ✓ با اجزای گام به گام راه‌اندازی یک کسب‌وکار مبتنی بر اینفلوئنسر مارکتینگ آشنا خواهد شود.
- ✓ با مدل‌های رایج درآمدی اینفلوئنسرها آشنا خواهد شد.



## مقدمه فصل

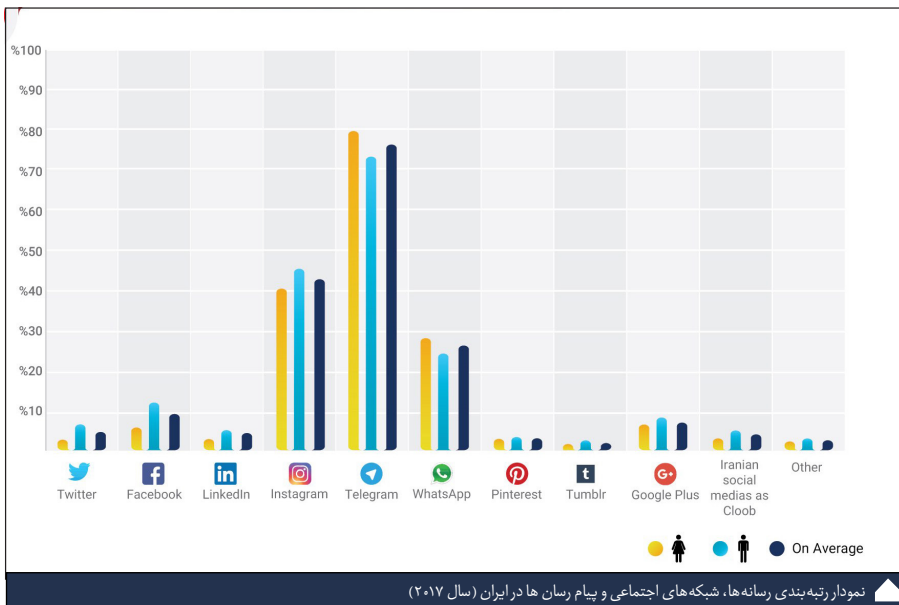
ظهور اینترنت و بعد از آن، ظهور شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر باعث شده است تا تمایل به استفاده از این فضاها بیشتر شود. از طرف دیگر پیدایش کسب‌وکارهای مجازی و رشد پر سرعت آن‌ها باعث شد، بسیاری از کمپانی‌ها به مجموعه‌های خود واحد دیجیتال اضافه نمایند. از این رو برندها توانستند از فضای واقعی خود خارج شده و برای توسعه بازارشان به سمت فضاهای مجازی و برندسازی دیجیتال حرکت کنند. این موضوع افراد را نیز تحت تاثیر قرار داد. بسیاری از آن‌ها به واسطه حضور فعال در فضای واقعی تمایل شدیدی به مطرح شدن بیشتر در فضای مجازی پیدا کردند. این افراد ابتدا با اقداماتی مانند وبلاگ نویسی و سپس انتشار محتوای شخصی و علمی در شبکه‌های اجتماعی فعالیت خود را آغاز کردند. بسیاری از این شبکه‌ها و وب سایت‌های انتشار وبلاگ کم کم به فراموشی سپرده شد و تنها بخشی از آن‌ها به حیات خود ادامه دادند. از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های فعال در دنیا می‌توان به فیس‌بوک، یوتیوب، واتساپ، پینترست، اینستاگرام، لینکدین،



تویتر و غیره اشاره کرد. در ادامه اینفوگرافیکی از رتبه بندی اخیر این شبکه‌ها که در ماه جولای ۲۰۱۸ در وب سایت statista منتشر شده، آمده است. طبق این آمار فیس‌بوک، یوتیوب و واتساپ به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به خود اختصاص داده‌اند. اما با توجه به اینکه محتوای این کتاب بومی است و نوع و میزان مصرف شبکه‌ها در ایران کمی متفاوت‌تر از سایر کشورهاست، طبق پژوهش

نظربازار<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۷ می‌توان گفت محبوبیت شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های اجتماعی در ایران به ترتیب تلگرام، اینستاگرام، واتساپ، فیسبوک، گوگل پلاس، توئیتر و غیره می‌باشد. نظربازار از ۳۷۰۷ نفر از ایرانیان با رده سنی ۱۸ تا ۶۵ سال پرسیده است که بیشتر از کدام یک از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها استفاده می‌کنند؟ فراوانی استفاده از این شبکه‌ها طبق نمودار زیر مشخص شده است.

مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا<sup>۲</sup>) نیز در پژوهشی مشابه که در مهرماه ۱۳۹۷ انجام داده است. از ۱۲۸۱ نفر به شیوه تلفنی میزان مصرف شبکه‌ها و پیام‌رسان‌های اجتماعی را پرسیده است که نتایج آن به ترتیب استفاده تلگرام ۴۷٫۳ درصد، اینستاگرام ۳۲٫۲ درصد، واتساپ ۳۰٫۱ درصد و سروش ۴٫۳ درصد می‌باشد.<sup>۳</sup>



از طرفی طبق پژوهش ایسپا، ۶۳٫۷ درصد از مردم حداقل یکی از شبکه‌ها یا پیام‌رسان‌های اجتماعی هستند و این موضوع باعث شکل‌گیری پدیده‌های جدید و

۱) nopahub.com/nazarbazaar

۲) ispa.ir

مدل‌های درآمدی در این محیط‌ها شده است. در جلد اول کتاب، مدل‌های درآمدی زیادی مورد بررسی قرار گرفت. در این فصل تصمیم داریم با تمرکز روی شبکه اجتماعی اینستاگرام به تشریح یکی از راه‌های درآمدزایی در آن بپردازیم. در ادامه با مفهوم نوظهور اینفلوئنسر<sup>۴</sup> آشنا خواهیم شد و پس از آن با نحوه راه اندازی کسب‌وکار مبتنی بر مدل درآمدی اینفلوئنسر مارکتینگ در کنار شما هستیم.

### اینفلوئنسر کیست؟

اینفلوئنسر بر اساس معنای لغت نامه‌ای یعنی تاثیرگذار. در واقع اگر اینفلوئنسر را به مثابه یک انسان در نظر بگیریم می‌توان گفت، اینفلوئنسر فردی است که قدرت نفوذ و تاثیرگذاری بر افراد، دوستان، بستگان و پیروان خود را دارد که توسط جمع زیادی از مردم دنبال می‌شود و قدرت ایجاد تغییر در جامعه را دارد.

این کلیدواژه در چند سال اخیر (نهایتاً ۴ سال اخیر) در ایران بسیار زیاد بر سر زبان‌ها افتاده است و مردم افرادی را که در شبکه‌های اجتماعی مخصوصاً اینستاگرام فالورهای زیادی دارند را اینفلوئنسر می‌نامند (فارغ از تاثیرگذار بودن فرد). در زبان عامیانه نیز به این افراد «شاخ» گفته می‌شود.

به نظر شما افراد شاخص جامعه همان اینفلوئنسرها هستند؟

سوال



جواب: اینفلوئنسرها لزوماً افراد شاخص جامعه نیستند و هر شخصی که با فعالیت‌های خلاقانه، خاص و منظم در بستر شبکه‌های اجتماعی توانسته است به محبوبیت دست پیدا کند را اینفلوئنسر می‌گویند.

به نظر شما افراد اینفلوئنسر در ایران چه ویژگی‌هایی دارند، به عبارتی مخاطبین ایرانی چه افرادی را دنبال می‌کنند؟

اولین تاثیرگذاران در شبکه‌های اجتماعی افرادی بودند که در یوتیوب با ساخت کانال و فعالیت در آن توانسته بودند اعضای زیادی را جذب نمایند. در اصطلاح به آن افراد یوتیوبر<sup>۱)</sup> گفته می‌شد.

به مرور زمان افزایش ضریب نفوذ فیسبوک و توئیتر باعث شد اینفلوئنسرهای جدیدی به

۱) YouTuber

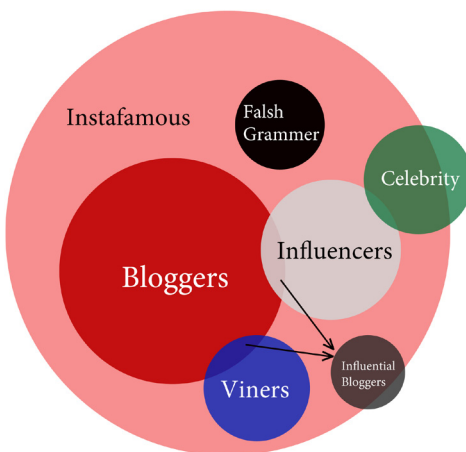
اسم‌های فیسبوکر<sup>۲</sup> و توئیتراتیست<sup>۳</sup> در این فضا رشد کنند. اما در ایران داستان اینفلوئنسرها بیشتر به اینستاگرام بر می‌گردد. اینستاگرام شبکه‌ای به منظور به اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو است که این امکان را به کاربران خود می‌دهد که عکس‌ها و ویدئوهای خود را در آن به اشتراک گذارند. از این رو اشخاصی با فعالیت خلاقانه و منظم در این شبکه توانستند افراد زیادی را به خود جذب کنند.

قبل از ادامه بحث برای شفاف‌سازی ذهن خوانندگان لازم می‌دانیم چند کلیدواژه دیگر که توسط برخی از افراد، هم راستا با واژه اینفلوئنسر، استفاده می‌شود را نیز تعریف نماییم. برخی در مواجهه با افرادی که در شبکه‌های اجتماعی اعضای زیادی دارند از واژه‌های دیگری همچون سلبریتی<sup>۴</sup>، بلاگر<sup>۵</sup>، واینر<sup>۶</sup>، فالش گرامر<sup>۷</sup>، پرفالور، اینستاگرامر<sup>۸</sup> و اینستافیمس<sup>۹</sup> استفاده می‌کنند و حتی گاهی بین اهل فن اختلاف نظرهایی وجود دارد از قبیل:

- آیا فلان شخص در اینستاگرام بلاگر هست یا اینفلوئنسر؟
  - اینستاگرامر هست یا واینر؟
  - چرا اینقدر می‌گویید اینفلوئنسر؟ ما توی ایران اصلا اینفلوئنسر نداریم!
- در شکل مقابل سعی شده است این مفاهیم به صورت شماتیک نشان داده شود.

### سلبریتی

داستان سلبریتی‌ها کمی متفاوت است. آن‌ها لزوماً به خاطر فعالیت خود در شبکه‌های اجتماعی معروف نشده‌اند.




- ۲) Facebooker
- ۳) Twitteratis
- ۴) celebrity
- ۵) blogger
- ۶) viners
- ۷) falsh Grammar
- ۸) instagrammer
- ۹) instafamous

### بوم برند شخصی<sup>۱</sup>

در فصل ابزارهای بصری تحلیل و طراحی مدل کسب‌وکار، بوم مدل کسب‌وکار به صورت کامل توضیح داده شد. جالب است بدانید برای اینفلوئنسرها نیز می‌توان بوم مدل کسب‌وکار را ترسیم کرد. این بوم که توسط لوییجی سنتنار، بنیان‌گذار مؤسسه بیگ‌نیم، براساس بوم مدل کسب‌وکار تدوین شده است برای برندهای شخصی مورد استفاده قرار می‌گیرد. ما نیز می‌توانیم برای اینفلوئنسرها از این بوم استفاده کنیم.

در تصویر زیر تفاوت‌های اصلی "بوم مدل کسب‌وکار" با "بوم برند شخصی" را مشاهده می‌کنید و در صفحه بعد نیز نسخه اصلی بوم مدل کسب‌وکار شخصی و نسخه اصلی بوم برند سازی شخصی آمده است.

بوم مدل کسب‌وکار <del>برند شخصی</del>				
 <p><del>شرکای کلیدی</del></p> <p><b>چه کسانی به شما کمک می‌کنند</b></p>	 <p><del>فعالیت‌های اصلی</del></p> <p><b>چه کاری انجام می‌دهید</b></p>	 <p><del>ارزش پیشنهادی</del></p> <p><b>چطوری کمک می‌کنی</b></p>	 <p><del>ارتباط با مشتریان</del></p> <p><b>چطوری تعامل می‌کنی</b></p>	 <p><del>بخش مشتریان</del></p> <p><b>به چه کسانی کمک می‌کنی؟</b></p>
	 <p><del>منابع اصلی</del></p> <p><b>چیزی که هستید و چیزی که دارید</b></p>		 <p><del>کانال توزیع</del></p> <p><b>مخاطبین چطوری تو رو میشناسن و چطوری باهاشون ارتباط برقرار می‌کنی؟</b></p>	
 <p><b>چه چیزی از دست می‌دی؟</b></p>	 <p><del>ساختار هزینه‌ها</del></p>		 <p><del>جریان درآمد</del></p> <p><b>چه چیزی بدست میاری؟</b></p>	

(۱) این بوم با نام بوم کسب‌وکار اینفلوئنسرها نیز شناخته می‌شود.



## PERSONAL BUSINESS MODEL CANVAS (BIGNAME EDITION)

**KEY PARTNERS** (Who help you?)

Who support you when you need it? Who support you when you are not ready? Who support you when you are not ready? Who support you when you are not ready?

**KEY PARTNERS SHOULD INCLUDE:**

- Suppliers
- Partners
- Manufacturers
- Distributors
- Logistics
- Service providers
- Other partners

**NAME**

**KEY ACTIVITIES** (What you do?)

What do you do to make your business work? What do you do to make your business work? What do you do to make your business work?

**KEY RESOURCES** (What you need?)

What do you need to make your business work? What do you need to make your business work? What do you need to make your business work?

**VALUE PROPOSITION** (What you help?)

What do you offer to your customers? What do you offer to your customers? What do you offer to your customers?

**REVENUE AND BENEFITS** (What you get?)

What do you get from your business? What do you get from your business? What do you get from your business?

**CUSTOMER RELATIONSHIPS** (How you interact?)

How do you interact with your customers? How do you interact with your customers? How do you interact with your customers?

**CHANNELS** (How they know you?)

How do you reach your customers? How do you reach your customers? How do you reach your customers?

**CUSTOMERS** (Who you help?)

Who are your customers? Who are your customers? Who are your customers?

**ARENA**

What is your arena? What is your arena? What is your arena?

Designed by @bigname, founder of @bigname / @bigname pro the people and team innovation specialists for enterprise. Version: May 2018 v 2.1.1

BIGNAME

نسخه اصلی بوم مدل کسب و کار شخصی

## THE PERSONAL BRANDING CANVAS

**DESIGNED BY**

**SKILLS** (What you can do?)

What are your skills? What are your skills? What are your skills?

**PROMISE** (Do what?)

What do you promise your customers? What do you promise your customers? What do you promise your customers?

**REASONS TO BELIEVE** (Why you are credible?)

Why are you credible? Why are you credible? Why are you credible?

**INVESTMENTS** (What you invest?)

What do you invest in your business? What do you invest in your business? What do you invest in your business?

**GOAL**

**POSITIONING** (Why you?)

How do you position yourself? How do you position yourself? How do you position yourself?

**COMMUNICATION** (How you tell the world?)

How do you communicate your brand? How do you communicate your brand? How do you communicate your brand?

**RESULTS** (What you get?)

What do you get from your branding? What do you get from your branding? What do you get from your branding?

**PROFESSION** (What you do and how you do it?)

What is your profession? What is your profession? What is your profession?

**COMPETITORS** (Who are your competitors?)

Who are your competitors? Who are your competitors? Who are your competitors?

**AUDIENCE** (Who needs to know?)

Who is your audience? Who is your audience? Who is your audience?

نسخه اصلی بوم برند سازی شخصی

در چهارمین جلد از کتاب "مدل‌های درآمدی و کسب‌وکار با رویکرد بازار ایران" به تشریح و مطالعه موردی (Case Study) مدل کسب‌وکار و مدل درآمدی ۲۹ استارت‌آپ می‌پردازیم که به جزئیاتی از قبیل بوم کسب‌وکار و بوم ناب هر استارت‌آپ، ایده و داستان شکل‌گیری، بخش مشتریان، نحوه اعتبارسنجی و ورود به بازار، مزیت رقابتی و مباحث جذاب دیگر پرداخته شده است، لازم به ذکر است کلیه موارد و اطلاعات هر استارت‌آپ از موسیسن آن به صورت مصاحبه حضوری یا تلفنی اخذ شده است که این موضوع، خود دلیلی بر منحصر به فرد بودن و اغنای محتوای این کتاب می‌باشد. استارت‌آپ‌های بررسی شده: ژاکت، اصفهان پلاس، سون موبایل، ایونت سنتر، میلوژی، استارت‌آپ آکادمی، راکت، کیک آف، ژتون، کرایه‌چی، بامارو، بلدشو، کافه کادو، دکترآباد، آی تی یاد، کشمون، نانودیا هلث، نیو، نوروچلنج، وان شیپ، پادپرس، پاوان، پازلی، رونویس، مادران لک لک، دیلی اهواز، اوبار، نوبان و بوکینگ ویلا. در فصل دوم این جلد نیز به تفصیل به موضوع مدل‌های درآمدی اینفلوئنسرهای ایرانی پرداخته‌ایم، به موضوعاتی مانند تعریف و تفاوت‌های اینفلوئنسر - سلبریتی - فالش گرامر - بلاگر - واینر، انواع مدل‌های و کسب وکار برای اینفلوئنسرها، طراحی نقشه راه برای اینفلوئنسر شدن، نحوه راه‌اندازی و مدیریت صفحه اینستاگرام، تشریح بوم برند شخصی و ابزارهای آنلاین مورد نیاز برای اینفلوئنسرها نیز پرداخته شده است.

---

۲۹ مطالعه موردی استارت‌آپ‌های ایرانی ۱۱ مصاحبه عمیق با اینفلوئنسرها ۲۹ بوم مدل کسب‌وکار ۳۲ بوم مدل کسب‌وکار ناب

---



startupacademy.ir