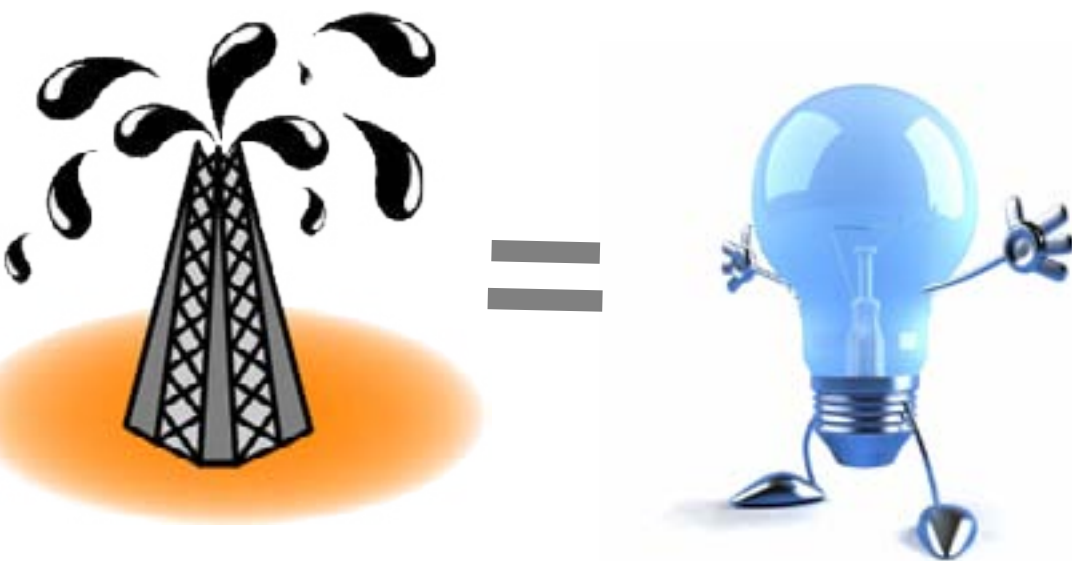


کارخانه تبدیل فکر به ثروت

ideas-to-wealth.blog.ir

ماهنامه کارآفرینی و خلاقیت - شماره چهارم - اسفند ۹۰ - ۱۰۰۰ تومان (Donate)

هر ایده خوب ، یک چاه نفت



انکوباتور مجازی !!!

۱۳ زن خلاق

سیلیکون ولی ایران

چاه نفت شخصی من

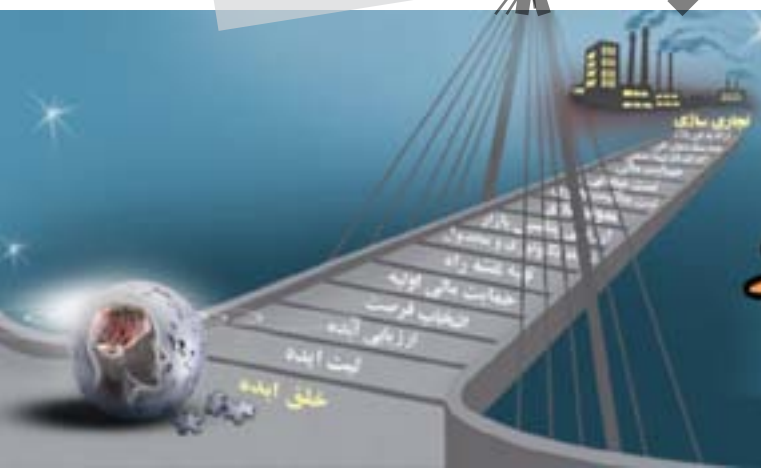
۲۰ میلیون چاه نفت در ایران

گوگل ، کارخانه تبدیل فکر به ثروت

همایش

تجاری سازی تحقیق و توسعه

از ایده تا موفقیت در بازار





شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت

همه چیز از یک رویا شروع شد. رویای ساختن ایرانی ثروتمند و شاد. و سپس ایده ای که در ذهنم شکل گرفت. ایده کارخانه تبدیل فکر به ثروت. هسته ی اصلی کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پارک فناوری مجازی است. بستری که این امکان را بوجود می آورد که ۷۵ میلیون ایرانی، در آن ایده های خود را تجاری کنند. برای تحقق این ایده، در تابستان ۹۰، گروه دانش بنیان سلام تشکیل شد. گروهی که بعدها به تفصیل در مورد آن سخن خواهیم گفت. در ابتدا من بودم و یک وبلاگ. اما الان شبکه ای بزرگ در حال شکل گیری است که میلیون ها نفر در آن عضویت خواهند داشت. این شبکه با یک وبلاگ شروع شده، با مجله الکترونیکی رشد پیدا کرده، با انجمن و وب سایت، رسمیت پیدا کرده و همچنان در حال گسترش است. شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت، پشتیبان جوانان خلاق ایرانی خواهد بود تا بار دیگر پرچم ایران را در سراسر جهان به احتزاز در آورند. اما این بار کمی متفاوت خواهد بود. پرچم علم و دانش و تکنولوژی، پرچم کسب و کارهای دانش بنیان، پرچم کارآفرینان و ثروت آفرینان ایرانی.

ما می خواهیم یک پارک علم و فناوری مجازی به وسعت تمام ایران تأسیس کنیم و به دنیایی از موفقیت، شگفتی و ثروت سلام کنیم. سلام به دنیای زیبای دیگر. سلام به میلیاردرهای آینده ایران، سلام به کارآفرینان جوان و موفق ایرانی. سلام به انسان های زیبای دیگر.

ثمره ی این پارک علم و فناوری مجازی، میلیاردرها دلار ارز آوری برای کشور، و ایجاد ۲۰ میلیون برند ایرانی قابل رقابت با برندهای خارجی در همه ی عرصه ها و حوزه ها خواهد بود. سکندار این ۲۰ میلیون برند ایرانی، ۲۰ میلیون کارآفرین جوان خلاق و خوش فکر ایرانی خواهند بود.

شاید این سوال براتون بوجود آمده باشد که منظور از پارک فناوری مجازی دقیقاً چیست؟ برای پاسخ به این سوال با ما همراه باشید.

هم اکنون به شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت بپیوندید.

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت:

مجله الکترونیکی، وبلاگ، انجمن، دفتر کار مجازی، شبکه اجتماعی کارآفرینان، شبکه مناقصه ایده و پروژه، رادیوی اینترنتی، تلویزیون اینترنتی، پارک علم و فناوری مجازی، دانشگاه مجازی، اینترنت فارسی و در نهایت شهر مجازی سلام



کارخانه تبدیل فکر به ثروت

ایده ای برای ثروتمند شدن ایرانیان

ما این امکان هستیم که مردم استعدادهای خود را شکوفا نموده، تبدیل به ثروت و ارزش افزوده نمایند.

چشم انداز ما برای سال ۱۴۰۴

۲۰ میلیون برند ایرانی،

۲۰ میلیون کارآفرین میلیاردر ایرانی

شعار ما

اقتصاد دانش بنیان، خلاقانه و پویا

شماره ۴ - اسفند ماه ۹۰

ماهنامه و انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت، یک گروه مردمی و دانش بنیان می باشد و به هیچ سازمان و ارگانی وابسته نیست.

صاحب امتیاز: تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر

مدیر مسئول و سردبیر: علی علی اکبرزاده

هیئت تحریریه:

دکتر کیوان رامین، باور ثروتی، ایده غنی پور، علی علی اکبرزاده

همکاران این شماره:

طراحی جلد و صفحه آرایی:
ایده غنی پور

تلفن تعاونی: ۷۷۳۹۱۵۱۲ - ۰۲۱

سایت تعاونی: www.knn-co.com

سایت انجمن: forum.ideas-to-wealth.ir

وبلاگ: ideas-to-wealth.blog.ir

پذیرش آگهی در مجله و انجمن:
ali.anzabi@gmail.com

پست الکترونیکی مجله:

Salam.imperial@gmail.com

دوستان و همراهان عزیز مجله، لطفاً برای ارتقای کیفیت مجله، انتقادات، پیشنهادات و مطالب خود را برای ما ارسال کنید.

۱	سر مقاله
۲	پروشور کارخانه تبدیل فکر به ثروت
۳	سال نو مبارک !
۴	گزارش غرفه ما در نمایشگاه نوآوری
۵	هر ایده خوب ، یک چاه نفت
۶	سیلیکون ولی
۷	سیلیکون ولی ، کارخانه تبدیل فکر به ثروت
۸	۱۳ زن خلاق سیلیکون ولی
۱۰	سیلیکون ولی ایران ، در حال تأسیس
۱۲	۱۴۰ سوال در مصاحبه استخدامی گوگل
۱۴	تازه ترین مدل جهانی فروش
۱۶	۲۰ میلیون برند ایرانی ، ۲۰ میلیون چاه نفت
۱۷	معرفی یک برند آموزشی
۱۸	دوره های آموزشی این برند
۱۹	محصولات این برند آموزشی
۲۰	گزارش نیوزویک از فرار مغزهای ایرانی

اینجا ، شروع راه است

سر مقاله

داشتم تلویزیون نگاه می کردم . تبلیغ یک فیلم وسترن بود . یادم اومد در زمانی که آمریکایی ها وحشیانه همدیگر را می کشتند و هیچی نداشتند ، ما در اوج علم و فرهنگ و ادب بودیم . خواجه نصیر ، ملاصدرا ، ابن سینا ، زکریای رازی ، سعدی ، حافظ ، مولانا ، عطار ، و ... در ایران می زیستند .

یک سوال بزرگ در ذهنم شکل گرفت : چرا الان آمریکا مهد تکنولوژی است ؟
جواب : پول و مدیر خوب .

در اوایل بوجود آمدن آمریکا دویست یا سیصد سال پیش ، افرادی موسوم به فراماسون ، در این کشور سرمایه گذاری های فراوان کردند . به طوری که الان ۶۷ درصد ثروت کل جهان ، در کشور آمریکا (امپریالیسم اقتصادی) است . (و البته متعلق به یک درصد مردم آمریکا).

پول و ثروت ، قدرت جاذبه دارد . پول و ثروت ، سرمایه گذاران و ثروت های دیگر کشورها را به خود جذب می کند . پول و ثروت ، نخبگان دنیا را به خود جذب می کند . شرکت های بزرگ را متوجه خودش می کند . اگر آمریکا ، امروز مبدأ تکنولوژی های پیشرفته است ، به خاطر جذب نخبگان و دانشمندان دنیا است .

یکبار کشور کانادا ، رسماً از ایران تشکر و قدردانی کرد . به گفته ی خودشون ، کانادا یک چشم انداز ۱۵ ساله برای فناوری خود ترسیم کرده بود که با جذب نخبگان ایرانی در کانادا ، ظرف ۵ سال به چشم انداز خود رسیدند .

اما دیگر کافی است . STOP . دوران شکوفایی ایران فرا رسیده است .

الان زندگی شما به دو قسمت تبدیل شد :

۱- قبل از اینکه این جمله رو بخوانید .

۲- بعد از اینکه این جمله رو خواندید . D:

ما می خواهیم ایران ، قطب علم و فناوری و ثروت در جهان باشد .

با خواندن این جمله ، شما مسئولیت پیدا کردید .

برای این خواستن ، باید ۳ کار را خوب انجام دهیم :

۱- استفاده هدفمند از متخصصان ، نخبگان و دانشمندان ایرانی (جلوگیری از فرار مغزها)

۲- جذب نخبگان دنیا و سرمایه گذاری های خارجی

۳- تجاری سازی ایده و دانش به منظور تولید ثروت

به دلایلی که در ادامه مطالب مجله می خوانید ، الگوری مرکز رشد (انکوباتور) بهترین راه برای جذب و هدایت نخبگان به منظور تجاری سازی ایده های دانش بنیان است .

خروجی مرکز رشد اصولی و موفق ، افزایش صادرات دانش بنیان ، جذب گردشگر و جذب سرمایه های خارجی ، خواهد بود .

پس بسم الله منتظر چی هستید ؟ اینجا شروع راه است حرکت !!!!!

نیاز می بینم در اینجا نکته ای را مطرح کنم . و آن دلیل ورشکستگی برخی کارخانجات و تولیدات داخلی است .

برای موفقیت در یک کارخانه ، ما نیاز به یک چرخه ی تولید و یک چرخه ی فروش داریم .

متأسفانه برخی از مدیران ، برنامه ی مدوئی برای فروش ندارند . در حالی که برندسازی

و برنامه ریزی برای فروش ، بخش اصلی کار است . مدیران بسیاری هستند که در سخت

ترین شرایط ، کارخانه و شرکت خود را به اوج قله ها می رسانند . برای نمونه ، مدیر هوندا

در شرایط بحران اقتصادی ، مدیر دوو در شرایط فقر کشور کره ، مدیر اینتل در شرایط

ورشکستگی ، مدیر سونی در شرایط جنگ جهانی دوم و

متأسفانه برخی مدیران کارخانه های ما ، مدیر نیستند .

ما باید مدیران کار آفرین پرورش دهیم .

از ویژگی های این مدیران ، **دانش مدیریت نوین و EQ (هوش هیجانی و عاطفی) بالا** است .

امروزه شاهد دگرگونی های عمیقی در محتوای تفکر مدیریت و روشهای به کارگیری از آن در فعالیت سازمانها هستیم . در این شرایط تلاش برای بهبود و توسعه ظرفیتهای مدیران و کارکنان امری اجتناب ناپذیر است . در حقیقت کشف استعدادها و نیروهای خارق العاده نهفته در منابع انسانی و همچنین استخراج و به کارگیری آن و بهبود و توسعه نیروی انسانی هنر مدیریت و اصلی ترین مسئولیت هر مدیری است . یکی از بهترین روشهای افزایش مهارتهای انسانی و ادراکی مدیر و تسهیل شیوه رهبری وی توجه به هوش هیجانی و تقویت آن است .

در کتاب «چارچوب های ذهن» هفت دسته هوش شناسایی و مطرح شده است :

هوش کلامی: توانایی بیان افکار از طریق صحبت کردن و نوشتن .

هوش منطقی ریاضی: توانایی استدلال منطقی و کارکردن با ارقام و اعداد

هوش تجسمی: توانایی درک و تجسم تصاویر ذهنی

هوش موسیقایی: توانایی شنیدن و بازنوازی آوا یا آهنگ

هوش جسمی / حرکتی: توانایی کنترل حرکات جسمی

هوش درون فردی: آگاهی از احساسات و علایق شخصی

هوش ارتباطی: توانایی ایجاد ارتباط مطلوب و مناسب با دیگران

پس ما در زمینه افزایش هوش هیجانی و تقویت آن گام خواهیم برداشت . این موضوع هم در زندگی

فردی و هم در زندگی اجتماعی تأثیر خارق العاده ای خواهد داشت .

اما نکته ی آخر .

متأسفانه متأسفانه متأسفانه ، ما ایرانیان گاهی اوقات انسان های پر توقعی هستیم . و همین باعث عدم

پیشرفت ما در برخی حوزه ها است . در کتاب های درسی ژاپن ، به کودکان ژاپنی القا می شود که ما

کشور فقیری هستیم و باید کار کنیم . ذهنیت آنها این است که برای پیشرفت باید سخت کار کرد .

اما در ایران ذهنیت این است که ما نفت داریم و منتظریم سر سفره ها بپایند .

این ذهنیت کاملاً اشتباه و فوق العاده خطرناک و مضر است که کمترین اثر آن عدم حرکت ، سستی و تنبلی است . چند نفر از مردم ایران ، این ذهنیت را دارند که ما باید چاه های نفت را ببندیم و سخت کار کنیم ؟!!!!

اما واقعیت این است که برای پیشرفت پایدار ، ما باید چاه های نفت را ببندیم و سخت کار کنیم .

به این ترتیب ، هر ایده یک چاه نفت خواهد بود .

لطفاً از چاه های نفت بلااستفاده ، استفاده کنید .



به دنیایی از شگفتی و ثروت خوش آمدید !!

شبکه کارخانه تبدیل فکر به ثروت در حال گسترش است .

آیا تا بحال بجز اکثر تکنی کارخانه تبدیل فکر به ثروت را خوانده اید ؟

آیا از ایده با فرصت های بکر کارآفرینی در ایران اطلاع دارید ؟

آیا تا بحال ایده ای در ذهن تان بوجود آمده است ؟

آیا می دانید چگونه ایده های خود را عملی کنید ؟

آیا می دانید چگونه ایده های خود را تجاری کنید ؟

آیا می دانید چگونه ایده های خود را به پول تبدیل کنید ؟

آیا می دانید الگوها و مجاری چیست ؟ آیا می دانید کارخانه تبدیل فکر به ثروت چیست ؟

آیا می دانید پول درآوردن با فکر ، از طریق تعادلی دانش بنیان لذت بخش تر است ؟

آیا می دانید کسب و کار دانش بنیان چه مزایایی دارد ؟

آیا می دانید شما هم می توانید صادرکننده محصولات دانش بنیان باشید ؟

آیا می دانید اقتصاد دانش محور چیست ؟

انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، برای پاسخ به چند سوال به وجود آمده است :

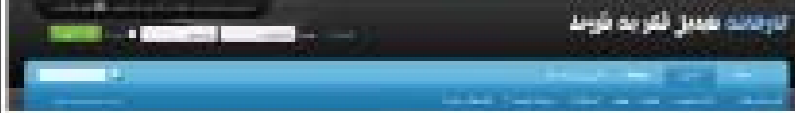
چگونه فرصت های را بنیم ؟ (مزرکتف فرصت ها)

چگونه از این فرصت ها استفاده کنیم ؟ (استخراج)

یک فرصت ، یک نیاز ، یک ایده ، مانند چاه نفت است ، اول باید آن را کشف کنید ، سپس باید ثروت نهفته در آن را استخراج کنید .

ما دیدیم که چاه های نفت زیادی در ایران بدون استفاده مانده است و گاه طوری بیگانگان می شود ، بنابراین کارخانه تبدیل فکر به ثروت را راه اندازی کردیم تا مردم ایران را از این ثروت ملی محروم نماندیم .

5 گام برای عملی کردن ایده ها



گام اول : آدرس forum.ideas-to-wealth.ir بازدید و انجمن ثبت نام کنید.

گام دوم : خانه کارآفرینی

در این قسمت با نیازها و فرصت های کسب و کار جدید و بکر آشنا می شوید ، با تکنیک های عالی علاقت آشنا می شوید و ایده پردازی می کنید . در جلسات طوفان فکری شرکت می کنید . سپس برپاوارگی ، امکان سنجی و پرورش ایده می پردازید .

گام سوم : تیم سازی

بعد از شکل گیری و تجت ایده ، شما نیاز به یک تیم برای پیاده سازی ایده دارید . در این قسمت ، از این گروه های تخصصی ، نیروی انسانی خود نیاز را جذب کرده ، تیم تشکیل می دهید .

گام چهارم : مرکز رشد

بعد از تجت ایده و تشکیل تیم ، شما وارد مرکز رشد می شوید . در اینجا آموزش های لازم و یک دفتر کار مجازی به شما اختصاص داده می شود تا بتوانید ایده ی خود را به مرحله اجرا برسانید .

گام پنجم : مرکز بازاریابی

در این مرحله ، باید یک طرح کسب و کار (BP) بنویسید . ثبت مالکیت فکری کنید و سرمایه مورد نظر برای تولید و گسترش کسب و کارتان را جذب کنید . بعد از این که ایده تبدیل به یک محصول شد ، حالا باید بازاریابی کرده مشتری جذب کنید . ما در طول این مسیر همراه شما خواهیم بود .

هو الخلاق

فصل بهار ، فصل نو شدن ، فصل خلاقیت طبیعت ، فصل تازه شدن ، فصل زنده شدن ، فصل شکفتن را به همه ی دوستان عزیزم تبریک می گویم . پیشاپیش سال نو مبارک ! امیدوارم سال ۹۰ ، بهترین ، موفق ترین و شکوهمندترین سال زندگی شما باشد . به روزهای پایانی سال که نزدیک می شویم ، همه به تکاپو می افتند . همه به فکر خانه تکانی و انجام کارهای عقب افتاده ی خود می افتند و به مرور آنچه در سالی که گذشت ، اتفاق افتاد ، می پردازند . یکسال گذشت . و اکنون زمان حسابرسی است .

لیست اهداف و برنامه هایی که در بهار ۹۰ نوشته بودم را نگاه می کنم و به خودم نمره می دهم . این که چند درصد به اهداف ام نزدیک شدم . چند درصد به رویای کارخانه تبدیل فکر به ثروت تحقق بخشیدم . این که برای رسیدن به اهداف ام چه اقداماتی انجام دادم ؟ آیا اصلا اقدام مؤثری انجام داده ام ؟ این که چند برنامه ای که نوشته بودم را عملی کردم . این که چقدر به اجرای لیست اهداف و برنامه های ۹۰ متعهد بودم در سالی که گذشت ، چگونه از فرصت ها استفاده کردم ؟ چگونه فرصت ها را از دست دادم ؟ چه موفقیتی ها و افتخاراتی بدست آوردم ؟ چه اشتباهاتی انجام دادم ؟ چه نقاط ضعف و قوتی داشتم ؟ زیرا انسان عاقل همواره به اشتباهات و نقاط ضعف و قوت خود توجه دارد . اشتباهات را تکرار نمی کند ، نقاط ضعف را تقویت و نقاط قوت را بهبود می بخشد .

۴ فصل زندگی .

در کل با خودم فکر می کنم که در سالی که گذشت ، از خودم و عملکردم راضی بودم یا نه ؟ چرا ؟

بعد از این کار ، باید برای سال ۹۱ برنامه ریزی کنم . یک کاغذ سفید بر می دارم و بالای آن بزرگ می

نویسم : طراحی زندگی شکوهمند سال ۹۱

و بعد تمام اهداف و اتفاقاتی که دوست دارم در سال ۹۱ برآیم بیافند را در آن می نویسم .

سپس کاغذ سفید دیگری بر می دارم و بالای آن بزرگ می نویسم : **برنامه کلی سال ۹۱**

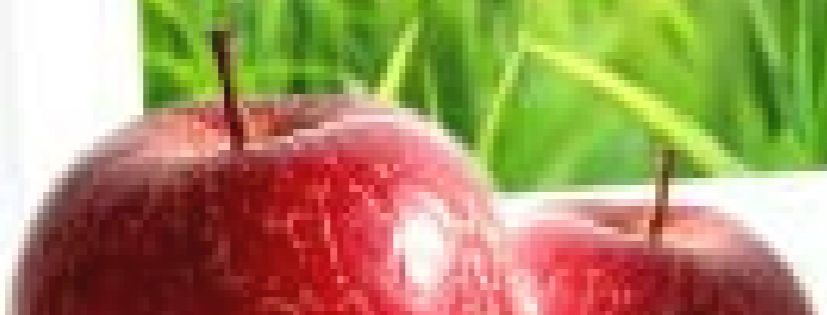
و از خودم سوال می کنم : برای اینکه طراحی زندگی شکوهمند سال ۹۱ اتفاق بیافتد ، چه اقداماتی لازم است ؟ چه اقداماتی باید انجام دهم ؟ و بعد مرحله به مرحله اقدامات لازم را به دقت می نویسم و برای هر کدام یک تاریخ تعیین می کنم .

اما این یک برنامه کلی است ، به مرور زمان و در طول زندگی ، هر کدام از این اقدامات را روی کاغذ سفیدی دیگری می نویسم و به تفصیل بررسی می کنم که در طول روز ، در طول هفته و در طول ماه چه کارهای را باید انجام دهم و به این ترتیب من قدم به قدم به اهداف ام و به زندگی شکوهمند در سال ۹۱ نزدیک میشوم .

امیدوارم همه ی همراهان کارخانه تبدیل فکر به ثروت نیز این کار را انجام دهند .

سال پر از برکت و پر از موفقیت و شادی و سلامت و تندرستی ۹۰ را به همه شما تبریک می گویم !!!!

هو الخلاق
مفکرین



گزارش غرفه کارخانه تبدیل فکر به ثروت در نمایشگاه نوآوری و شکوفایی

۴

Creative Hub

انجمن میلیاردرهای آینده ایران در غرفه کارخانه تبدیل فکر به ثروت



سلام و درود به همراهان همیشگی مجله کارخانه تبدیل فکر به ثروت . یکی از اتفاقات خوب و مبارکی که در هفته های اخیر افتاد ، برگزاری نمایشگاه نوآوری و شکوفایی و حضور کارخانه تبدیل فکر به ثروت در این نمایشگاه بود . در این نمایشگاه ، ما با افراد نخبه و خلاق زیادی آشنا شدیم . غرفه های خلاق ، اختراعات بدیع ، کارآفرینان خوش فکر و جوان آینده ، که قابل وصف نیست . پیشنهاد همکاری دادیم ، پیشنهاد همکاری گرفتیم . با تعدادی از خوانندگان این مجله ، از نزدیک صحبت کردیم . افراد زیادی ایده های خود را با ما در میان گذاشتند . ملاقاتی با بچه های انجمن میلیاردرهای آینده ی ایران داشتیم . در کل نمایشگاه پر برکت و پر شوری بود . با دیدن مخترعان جوان و پتانسیل هایی که در کشور داریم و با دیدن نیازها ، انگیزه و انرژی بیشتری پیدا کردم تا به کمک دوستان محیطی ایجاد کنیم که ایده ها و فکر ها را به ثروت تبدیل کنیم . بعضی از صحبت ها ، مدت زیادی طول می کشید و اینقدر جذاب و جالب بود که اصلا متوجه گذر زمان نمی شدم . برخی دوستان لطف می کردند و نقاط ضعف و قوت ما را به ما هدیه می دادند که از همین جا از همه شون تشکر می کنم . در کل با کوله باری از انرژی ، انگیزه ، بینش تازه ، خلاقیت و عشق به راه خودمون ادامه میدیم . امیدوارم روزی را ببینم که جوانان خوش فکر و خلاق ایرانی ، با همت و تلاش خود ، ایده های خود را به ثروت تبدیل کنند و برای خود و کشور عزیزمان ایران ، کارآفرینی و ارزش آفرینی نمایند .





قبل از هر کاری شما باید برنامه داشته باشید . شما باید Business Plan بنویسید . برنامه تولید ، برنامه بازاریابی ، برنامه فروش ، تخمین هزینه ، پیش بینی راه های تأمین هزینه ، تخمین زمان بازگشت سرمایه و ده ها نکته ی دیگر که باید در طرح کسب و کار (BP) آنها را با جزئیات مشخص کنید .

معمولاً مردم چاه های نفت را شناسایی می کنند ولی هیچ حرکتی برای دستیابی ، بهره برداری و استخراج آن نمی کنند . گاهی ترس از شکست ، گاهی ترس از تغییر ، گاهی نداشتن دانش کافی و برای کشف اقیانوس های جدید ، باید شهامت ترک ساحل آرام خود را داشته باشیم .

چاه نفت شخصی خود را داشته باشید .

اگر از راه اصولی و علمی وارد شوید ، اگر قبل از شروع ، حسابی تحقیق کنید . اگر با افراد متخصص مشورت کنید . اگر طرح کسب و کار کامل و جامعی بنویسید و اگر همت کنید . اگر باور داشته باشید که موفق می شوید و اطمینان داشته باشید که عاشق کار خود هستید . اگر به خدا ، به عنوان قدرت مطلق و خیرخواه شما ، ایمان و اعتقاد داشته باشید و تلاش کنید . تلاش کنید و باز تلاش کنید .

مطمئن باشید ، مطمئن باشید ، مطمئن باشید که موفقیت از آن شما خواهد بود .

آرام باش ، تفکر کن ، آستینهایت را بالا بزن . آنگاه دستهای خدا را می بینی که زودتر از تو دست به کار شده اند



ایده ها سرمایه های فکری ما هستند . هر ایده ی خوب ، یک چاه نفت است .

اول باید یک چاه نفت را شناسایی و کشف کنید . برای این منظور باید هنر کشف فرصت ها را فرا بگیرید . هر نیاز ، یک فرصت است . شما باید فرصت ها را ببینید . ارتقای کیفیت یک فرصت است . هر جا دیدید که محصولی یا خدمتی با کیفیت پایین ارائه می شود . این یک فرصت است . اگر شما کیفیت را هدف قرار دهید ، قطعاً در آن بازار موفق خواهید بود .

کیفیت ، چیزی است که مشتری می خواهد .

دوم ، اطمینان از وجود نفت در این منطقه .

گاهی اوقات شما فکر می کنید که چاه نفت پیدا کردید ولی متأسفانه دچار توهم شده اید . شدیداً پیشنهاد و توصیه می کنم قبل از بهره برداری و هزینه کردن ، دو کار را خیلی خوب انجام دهید : اول ، حسابی در مورد آن چاه نفت ، تحقیق کنید . به طوری که قبل از شروع ، در آن کار حرفه ای شوید . دوم ، قطعاً حتماً با افراد متخصص در آن حوزه مشورت کنید و مشاوره بگیرید . اگر این کار را خوب انجام دادید ، به شما تبریک میگم . شما به مرحله ی سوم راه پیدا کردید .

سوم ، حالا باید زمین را آنقدر حفر کنید و پایین بروید تا به نفت برسید . چه بسیار انسان هایی که زمین را تا به جایی حفر کردند و پایین رفتند .

ولی در نیمه ی راه خسته شده ، کار را رها کردند . در حالی که فقط یک قدم دیگر با نفت فاصله داشتند .

بزرگی می گفت : افراد موفق ، کمی بیشتر از حد تحمل شان تلاش و مقاومت می کنند . هر وقت احساس کردید که با آخر خط رسیدید و دیگر تحمل تلاش و مقاومت را ندارید ، شما در یک قدمی موفقیت قرار گرفتید . کمی بیشتر تلاش کنید ، قطعاً موفق می شوید .

چهارم ، بهره برداری و استخراج نفت از زمین است . وقتی شما به نفت دست پیدا کردید ، حالا وقت آن است که این نفت را از زمین استخراج کنید . اگر نتوانید نفت را از درون چاه به بیرون بیاورید ، چاه نفت شما چه فایده ای خواهد داشت ؟

شما باید ابزار ، تجهیزات و نیروی انسانی این کار را داشته باشید .

پنجم ، بازاریابی و فروش نفت است .

این مرحله فوق العاده اهمیت دارد . تصور کنید شما با مشقت ، سختی و تلاش طاقت فرسا ، چاه نفت را پیدا کردید ، زمین را حفر کردید ، نفت را استخراج کردید .

اگر شما نفت داشته باشید و کسی از شما نفت نخرد ، هیچ سودی برای شما نخواهد داشت . چه بسیار مدیرانی که کارخانه های صنعتی بزرگی راه اندازی کردند اما از ساخت بازار ، بازاریابی ، برندسازی و فروش محصول خود غافل شدند و بعد از مدتی مجبور شدند کارخانه یا کارگاه تولید خود را تعطیل کنند .

برای اینکه چاه نفت را بهتر درک کنید ، یک مثال هندی برای شما می زنم . موقعیت های جغرافیایی سبب شده زمانی که در آمریکا شب است ، در هند روز باشد .

یک شرکت هندی ایده ای داشت که به چاه نفت تبدیل شد . این شرکت هندی ، یک مرکز پاسخ گویی به تلفن راه اندازی کرد و با ۱۱۸ آمریکا قرارداد بست . با این فکر که استخدام کارمند شیفت شب برای پاسخ گویی در آمریکا ، بسیار پر هزینه خواهد بود . برای حل این مشکل ، این شرکت ، از طریق اینترنت و با هزینه ی بسیار کمتر ، در شیفت شب ، پاسخ گوی تلفن های آمریکایی ها خواهد بود . نکته ی بسیار بسیار جالب توجه این است که این ایده در اوج سادگی ، درآمد فوق العاده ای دارد . از آنجایی که آمریکا کشور پر جمعیتی است ، درآمد این ایده به اندازه ی کل صادرات نفت ایران است .





منبع :
ویکی پدیا ، زندگینامه استیو
جایز ، منتشر شده از وب سایت
فازنجی .
سایت همشهری آنلاین
<http://hamshahrionline.ir/news/106887.aspx>

در حدود چند سال ، حدود ۵۰ شرکت فعال در حوزه ی نیمه هادی ها در منطقه شکل گرفت و همین طور بر تعداد شرکت ها افزوده شد . به همین دلیل این منطقه به دره ی سیلیکون شهرت یافت .
اکنون دره سیلیکون (Silicon Valley)، قلب تپنده فناوری دنیاست. فکر و ایده، مرکز فناوری و بازار، فروش، تحقیق و توسعه، تحقیقات بازار، نوآوری و بالاخره افسانه هزار و یک شب قصه توسعه است. الفبای زندگی در این قلب تپنده با ایده و نوآوری ۲ جوان آغاز شد؛ جوانانی که فارغ التحصیل بودند، صاحب ایده بودند و نطفه کارآفرینی را در دل سرد مخروبه‌ای کاشتند، گرما و روشنایی دادند و پروردند و از این دسترنج نه تنها HP که شرکت‌های بزرگ دانش‌بنیان را آفریدند.

نطفه توسعه در آنها شکل گرفته بود، دل‌ها برای نوآوری و تولید می‌تپید و اینک اپل، سیسکو، آی‌بی‌ام، گوگل، یاهو، مایکروسافت، اینتل، اوراکل ، آمازون ، سان ماکروسیستم ، مک آفی ، نوکیا ، نکست ، زیمنس ، ادوبی ، ان ویدیا ، سونی ، وری ساین ، ای ام دی ، ای سوز ، اپرا ، پی پل ، کیندل فایر ، یاهو ، یوتیوب ، فیس بوک ، لینکداین ، سان دیسک ، و ده‌ها شرکت دیگر به این افتخار می‌کنند که نوآوری‌ها، تولید و فروش آنها در دنیا حرف اول را می‌زند.

آنها به این افتخارات بسنده نکردند بلکه قوانین ویژه خود را نیز تعریف کردند و گفتند: باور کنید که می‌توانید دنیا را تغییر دهید، سریع کار کنید، همه وقت کار کنید، سیاسی کاری نکنید، کاغذبازی نکنید، مشتری را حرمت بگذارید، راه‌های متفاوت را کشف و باور کنید که در صورت با هم بودن هر کاری را می‌توان انجام داد.

بحث از دره سیلیکون شد، حرف از فارغ‌التحصیلان دانش‌بنیان پیش آمد. ماجرای دره سیلیکون ولی در ابعاد همه جانبه‌اش تکرار شدنی است والگوی بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته و نیافته شده است و امروز در کشورمان نیز سخن از دانشگاه کارآفرین، فارغ‌التحصیل کارآفرین و شرکت‌های دانش‌گر و دانش‌بنیان است راه تجربه شده بشری آزمودنی است گرچه دره سیلیکون باشد، اگر بخواهیم.

دره سیلیکون (Silicon Valley) نام رایج و غیر رسمی منطقه‌ای در حدود ۷۰ کیلومتری جنوب شرقی سانفرانسیسکو در حومه سانتا کلارا، کالیفرنیا، ایالات متحده آمریکا است . شهرت این منطقه به دلیل قرار داشتن بسیاری از شرکت‌های مطرح انفورماتیک جهان در این منطقه است. نام این منطقه ابتدا برگرفته از تعداد زیاد شرکت‌های تولید کننده چیپ‌های سیلیکونی در این منطقه بود که بعدها به نمادی از وجود کمپانی‌های زیاد فعال در زمینه فناوری‌های پیشرفته در این منطقه تبدیل شد.

تاریخچه ایجاد این ناحیه را گاراژی می‌دانند که در دهه سال ۱۹۳۰ میلادی دو دانشجوی مهندسی دانشگاه استنفورد به نامهای دیوید هیولت و ویلیام پاکارد (موسسین HP) فعالیت خود را در آن آغاز کرده‌بودند. این گاراژ در حال حاضر به‌عنوان نماد دره سیلیکون و محل تولد آن شناخته می‌شود. در فضای سال‌های ۱۹۳۷ کسی دره سیلیکون را نمی‌شناخت ولی مدیران دانشگاهی این منطقه که تاب بی‌پولی برای توسعه را نداشتند، زمین اجاره می‌دادند؛ زمین‌های بکر اطراف دانشگاه استنفورد، چه اینکه بینش دانشگاهی خبر از رویدادهای بزرگ می‌داد.

خوشبختانه در همان نزدیکی ، محلی برای کارآفرینانی که گاراژ خانه هاشان گنجایش دیگر کار نداشت به وجود آمد . در حرکتی ستودنی که دره ی سیلیکان را به مهد انقلاب فناوری بدل کرد ، فردریک ترمن ، رئیس دانشکده مهندسی استنفورد ، در زمین های متعلق به دانشگاه یک پارک صنعتی ۷۰۰ هکتاری برای شرکت های خصوصی احداث کرد تا به این طریق آنها ایده های دانشجویان را به مرحله تجاری برسانند . اولین مستأجر این پارک کمپانی شرکای واریان بود که کلارا جایز در آن کار می کرد . جایز می گفت : «ترمن با این ایده فوق العاده اش بیش از هر کس دیگری موجبات رشد صنایع مرتبط با فناوری را در منطقه فراهم آورد .» در ده سالگی جایز ، HP حدود ۱۰ هزار کارمند داشت و یگانه کمپانی پیشرو و بهشت مهندسان جویای ثبات مالی بود .

مهمترین فناوری مرتبط با رشد منطقه ، فناوری نیمه هادی بود . کم کم به جای استفاده از ژرمانیوم گران قیمت برای ساخت ترانزیستورها از سیلیکان بهره بردند و به این ترتیب شرکت اینتل در آن منطقه شکل گرفت .



هیولت پاکارد

گوگل

ای‌بی‌ام

اپل

یاهو

ادوبی

اوراکل

اینتل

سیلیکون ولی ، کارخانه تبدیل فکر به ثروت



همان طور که اشاره شد ، سیلیکون ولی که در یک منطقه ارزان و حاشیه ای واقع شده است ، در شرایطی بوجود آمد که مهندسين بیکار و اوضاع بد اقتصادی در آن منطقه حاکم بود .

سیلیکون ولی ، مدیون ۳ نفر است . اول ، هیولت و پاکارد ، دو دوست و دانشجوی مهندسی دانشگاه استنفورد (موسسان HP) که کار خود را در گاراژ خانه شان شروع کردند و این موضوع الگو شد . زیرا می دانیم میکروسافت (بیل گیتس) ، گوگل (لاری پیج ، سرگی برین) ، اپل (استیو جابز) ، دل (مایکل دل) و ... همه شرکت های خود را در گاراژ خانه شان بوجود آوردند .

دوم ، رئیس دانشکده مهندسی دانشگاه استنفورد که با اختصاص زمینی به مساحت ۷۰۰ هکتار به تیم های ایده محور دانشجویی ، برای تجاری سازی ایده های دانشجویان ، موجبات ایجاد شرکت های مطرح IT را فراهم کرد .

در واقع ، سیلیکون ولی یا بهتر بگویم مرکز رشد دانشگاه استنفورد ، اولین کارخانه تبدیل فکر به ثروت در دنیا بود . هدف ما نیز از تأسیس کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، راه اندازی یک سیلیکون ولی در ایران است .

این کار شدنی و ممکن است . زیرا یکبار دیگر تجربه شد . بعدها یک کارآفرینی ایرانی الاصل که در مورد مشخصات اش حضور ذهن ندارم ، ایده ی مشابهی را اجرا کرد .

او یک سوله ی بزرگ را پارتیشن بندی کرد ؛ برای هر قسمت ، میز کار ، تلفن ، کابل شبکه (اینترنت پر سرعت) ، فراهم کرد . سپس از بین تیم های ایده محور ، فناور و دانش بنیان ، تعداد زیادی را به رایگان پذیرش کرد . یک وکیل زبده استخدام کرد تا این تیم ها به صورت اشتراکی از آن بهره ببرند . به تیم ها خدمات مختلف از جمله آموزش های مستمر ارائه می داد و عملکرد آنها را پیگیری می کرد . نقاط ضعف و قوت شان را گوش زد می کرد .

در مقابل این خدمات رایگان ، با این تیم ها قراردادی می بست مبنی بر اینکه در صورت موفقیت ، ۲۰ درصد از مالکیت آن تیم های فناور ، متعلق به او (صاحب سوله) باشد . در داخل این سوله (کارخانه) ، ایده های زیادی تجاری شد و تبدیل به کسب و کار و ثروت شد .

در واقع این مرد نیز یک کارخانه تبدیل فکر به ثروت طراحی و راه اندازی کرده بود . پس می بینید سیلیکون ولی ، قابل تکثیر و تکرار است . روسیه نیز شرایطی مشابه با ما دارد . روسیه اولین کشوری است که انسان به فضا فرستاد . دانشمندان روسی ، جز دانشمندان سرشناس در علوم پایه هستند . اما بیشتر صادرات روسیه ، نفت و گاز بود . تا اینکه خیردار شدم . یک پارک علم و فناوری بزرگ با سرمایه گذاری های وسیع در روسیه شکل گرفت است که رسانه ها و سایت های خبری از آن به عنوان سیلیکون ولی روسیه یاد کردند .

ما این پتانسیل های علمی و نیروی انسانی خلاق و فوق العاده ای داریم که می توانیم سیلیکون ولی ایران را تأسیس کنیم و همه ی دانشمندان و متخصصین ایرانی را به کشور بازگردانیم و با قدرت هر چه تمام تر ، بزرگترین قطب فناوری و ثروت را به وجود بیاوریم .

این اتفاق بزرگ ، می تواند اقتصاد متکی به نفت ایران را به یک اقتصاد پویا و انعطاف پذیر دانش محور تبدیل کند و این یعنی شکوفایی اقتصادی ، این یعنی کارآفرینی ، این یعنی ثروت ، این یعنی پیشرفته ترین فناوری های دنیا ، این یعنی ایران ، مرکز تولید علم و فناوری .

به دنیایی از شگفتی و ثروت سلام کنید .

پیام من به همه دوستداران علم و فناوری در جهان :

هر چه زودتر فارسی یاد بگیرید تا از پیشرفت های علمی و فناوری روز دنیا عقب نمانید .

وای از آن روزی که ایرانی بیدار شود . ایرانی برخیزد .

۱۴ زن خلاق و پیشروی سیلیکون ولی

«بیزینس اینسایدر» نگاهی دارد به زنان خلاق دنیای سیلیکون ولی.

۱- مری میکر: او یکی از آگاه‌ترین شخصیت‌های دنیای سیلیکون ولی است. زمانی به وی لقب ملکه نت داده شده بود، او در روانشناسی و اقتصاد تحصیل کرده است. میکر، سهامدار موفق انبوهی از شرکت‌ها از آمازون و گوگل گرفته تا یاهو و مایکروسافت است. او یکی از اعضای هیئت مدیره سایت محبوب اشتراک موسیقی soundcloud است.



۲- Sukhinder Singh: او مؤسس و رئیس سایت خرید آنلاین Joyus.com است. بیشتر سایت‌های خرید و فروش به درج عکس از محصولات خود بسنده می‌کنند، اما Joyus مبتکر قرار دادن ویدئوهای محصولات است.



۳- مریم نفیسی: او در ۲۸ سالگی همراه شریک خود سایت آرایش Eve را به مبلغ ۱۱۰ میلیون دلار فروخت! او حالا در سانفرانسیسکو، استارت‌آپ دیگری دارد: سایت Minted.com که کارش فروختن کارهای مبتکرانه طراحان است، شرکت او در سال ۲۰۱۱، حدود ۵.۵ میلیون دلار درآمد کسب کرده است.



۵- لیزا شوگر: او امپراطوری وبلاگ‌نویسی‌ای مخصوص زنان به نام Sugar Inc را دارد.



۴- کارا ویشر: او یکی از دبیران سایت AllThingsD است. نقدها و مقالات او در مورد شرکت‌های فناوری مؤثر و بیرحمانه است!



۷- آلیسون پینکوس و سوزان فلدمن: آنها مؤسسان سایت خرید و فروش One Kings Lane هستند، سایتی که ارزش آن ۴۴۰ میلیون دلار برآورد می‌شود و سال پیش ۴۰ میلیون دلار سود برای آنها داشته است.



۸- جولیا هارتز: او همراه با شوهرش، سایت Eventbrite را راه انداخته است که سایتی است که کار مدیریت، تبلیغ و فروش بلیط‌های رویدادها و مراسم مختلف را ساده می‌کند.



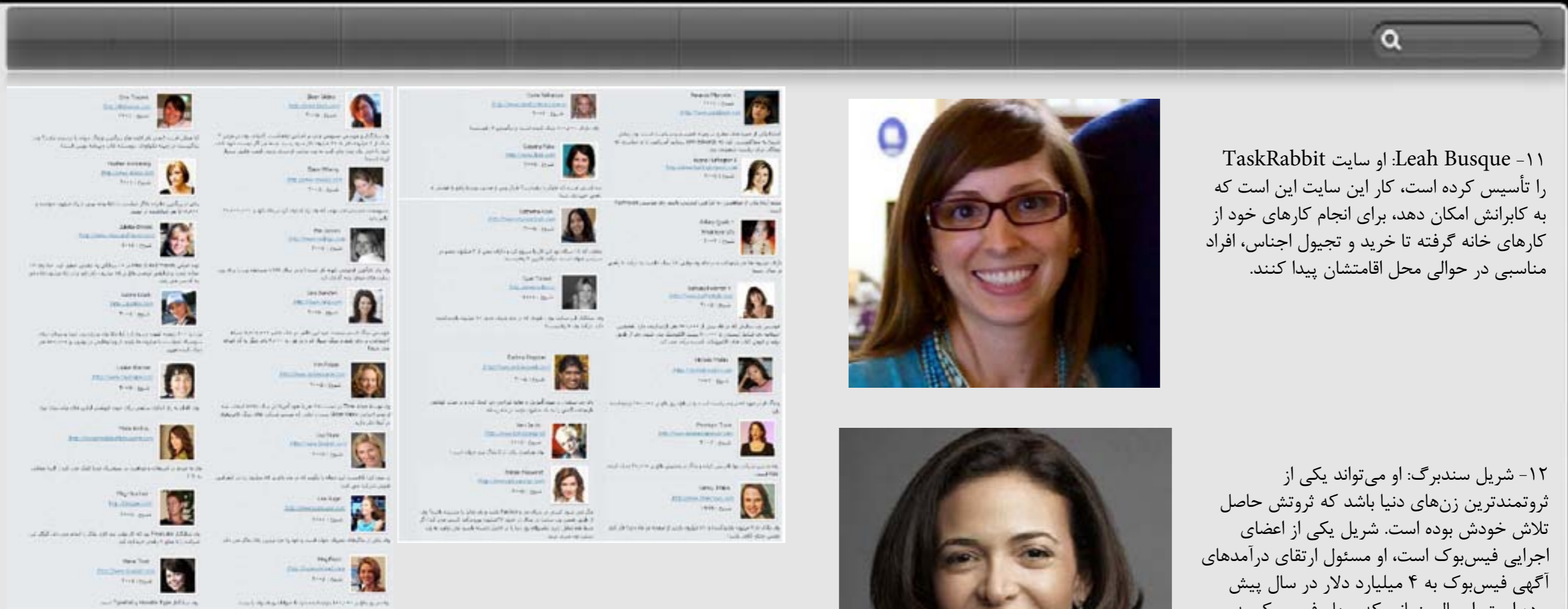
۹- جسیکا اسکورپیو: او استارت‌آپ موفق‌تری به نام GetAround دارد که به کاربران اجازه می‌دهند خودروهای یکدیگر را قرض بگیرند.



۱۰- سارا لیسی: او عضو سابق سایت تک‌کراچ بود و این سایت را برای تأسیس استارت‌آپ خود که یک سایت خبری به نام PandoDaily است ترک کرده است، او توانسته است تا به حال ۲.۵ میلیون دلار سرمایه جمع‌آوری



۶- ارنستین فو: او دانشجوی دانشگاه استنفورد و در عین حال جوان‌ترین سرمایه‌گذار سیلیکون ولی است. او آنقدر موفق کرده است که عکس‌اش، کاور مجله معتبر فوربس هم شده است.



۱۱- Leah Busque: او سایت TaskRabbit را تأسیس کرده است، کار این سایت این است که به کاربران امکان دهد، برای انجام کارهای خود از کارهای خانه گرفته تا خرید و تجویل اجناس، افراد مناسبی در حوالی محل اقامتشان پیدا کنند.



۱۲- شریل سندبرگ: او می‌تواند یکی از ثروتمندترین زن‌های دنیا باشد که ثروتش حاصل تلاش خودش بوده است. شریل یکی از اعضای اجرایی فیس‌بوک است، او مسئول ارتقای درآمدهای آگهی فیس‌بوک به ۴ میلیارد دلار در سال پیش بوده است. امسال، زمانی که سهام فیس‌بوک به صورت عمومی عرضه شود، او بخت میلیاردرد شدن را خواهد داشت! او عضو سابق گوگل و کارمند وزارت خزانه‌داری آمریکا هم بوده است.



۱۳- مگ ویتمن: در اهمیت او همین بس که او رئیس کنونی شرکت بزرگ HP است! او عضو سابق والت دیسنی، DreamWorks و سایت eBay بوده است. ثروت او در سال ۲۰۱۰ حدود ۱.۳ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود. در عین حال او یک سیاستمدار هم است.

منبع: یک پزشک

<http://pezeshk.com>

در چند شماره ی قبل نیز ، نام ۳۰ زن کارآفرین برتر اینترنتی مطرح شد . این مطالب را برای این گذاشتم تا خانم های ایرانی به خود آیند و حرکت را شروع کنند . واقعیت این است که خانم های ایرانی در خلاقیت ، مدیریت و پشتکار ، سرآمد همه ی خانم های دنیا هستند . خانم های کارآفرین ایرانی هم کم نیستند . افرادی که انسان را تحت تأثیر قرار می دهند . اما هنوز پتانسیل های فوق العاده ای دست نخورده مانده اند . خانم های خلاق ایرانی ، می توانند با قدرت هر چه تمام تر در مشاغل خانگی و مشاغل اینترنتی وارد شوند و دنیایی از شگفتی و ثروت بیافرینند . خانم های خلاق زیادی را دیدم که ایده های فوق العاده ای داشتند ، اما متأسفانه برخی همت لازم را به خرج ندادند و ایده ها به ثمر ننشست .

خانم های خانه دار ، فرصت و زمان خوبی در اختیار دارند که ایده ی خود را به یک کسب و کار خانگی پر بازده و درآمدزا تبدیل کنند . در این مجله حتما حتما ، یکی شماره های مجله را به طور اختصاصی به ایده های مشاغل خانگی و خانم های خلاق خانه دار اختصاص خواهد داد . اگر هر خانم خلاق و خانه دار ایرانی ، اوقات فراغت خود را صرف تجاری سازی ایده ی خود کند و کسب و کار خانگی خود را راه اندازی نماید ، علاوه بر درآمدزایی و ارزش آفرینی بانوان ایرانی ، ما شاهد شکوفایی اقتصادی در کشور خواهیم بود .

یه نکته ی درگوشی هم بگم پیش خودمون بمونه :

خانم های ایرانی هوش هیجانی و مدیریت قوی تری دارند ، بهتره ازش استفاده کنند.

کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، در حال تأسیس

سیلیکون ولی ایران ، در حال تأسیس

شرکت گوگل ، الگوی سیلیکون ولی ، (مرکز رشد خصوصی) را در یک محیط بسته و به صورت یکپارچه پیاده کرد . گوگل متخصصان و مهندسان خلاق و ایده پرداز را در یک محیط جذاب و پویای دانشگاهی دور هم جمع کرد . امکانات متنوع رفاهی در اختیار آنان قرار داد تا بدون هیچ دغدغه ای فقط به کار فکر کنند . به این ترتیب ارتباط بین دانشگاه و صنعت را به شکل جذاب و جالبی برقرار کرد . آیا دوست دارید بدانید درون گوگل چه می گذرد ؟ در بدو ورود (هنگام استخدام) ، گوگل همه کارمندان را ملزم کرد تا سهام شرکت را بخرند ، این کار باعث شد که کارمندان (مهندسان خلاق) گوگل ، با جان و دل کار کنند . همه مهندسان گوگل می دانند که هر چقدر بهتر کار کنند ، شرکت سود بیشتری می کند و در نتیجه سهام خودشان رشد می کند . مهندسان گوگل اگر ایده ای داشته باشند ، از دزدیده شدن ایده نمی ترسند . چون هر کس دیگه ای که تو گوگل ، ایده رو اجرا کنه ، سود اش به همه میرسه . کارمندان گوگل رو ایده ی خود کار می کنند و از کار لذت می برند . سیستم کاری به این صورت هست که هر کس موظفه ۲۰ درصد از وقت خودش رو صرف پیدا کردن یه ایده ی خوب و کار روی اون کنه . این موضوع یک احساس رقابتی به وجود آورده . اگر کسی ایده ی در ماه یک ایده ی حالب نداشته باشه ، احساس میکنه بهره وری اش کم شده و از بقیه عقب مونده . کارمندان گوگل ، کارآفرینان گروه های ۳ تا ۵ نفره درون گوگل هستند .

در واقع کارمندان گوگل ، با خرید سهام شرکت گوگل ، در سود تجاری سازی همه ایده های درون گوگل ، سهیم می شوند .

گوگل ، یک مرکز رشد خصوصی است ، گوگل ، کارخانه تبدیل فکر به ثروت است . گوگل ، جایی است که افراد را خلاق نگه می دارد (برعکس بسیاری از سازمان ها و شرکت ها که خلاقیت کارمندان را می کشند) و به آنها توان می دهد تا ایده های خود را تجاری کنند .

ما نیز در حال تأسیس اولین کارخانه تبدیل فکر به ثروت در ایران هستیم . انجمن کارخانه تبدیل فکر به ثروت ، با همکاری انجمن میلیاردرهای آینده ایران و جمعی از اساتید و فارغ التحصیلان دانشگاه خواجه نصیر ، و در رأس آنها دکتر موسوی نائینیان ، رئیس سابق دانشکده هوافضا دانشگاه خواجه نصیر ، دور هم جمع شدند و در قالب تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر در حال فعالیت هستند .

البته تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر ، از یکسال و اندی پیش فعالیت های خود را آغاز کرده است . اما این هم افزایی ، نقطه ی عطفی خواهد بود در تعاونی و به لطف خدا در صنعت کشور . ما در حال خرید کارخانه ای (و سوله ای) در یکی از شهرک های صنعتی اطراف تهران هستیم . با پارتیشن بندی کردن سوله ، دفتر کاری برای صاحبان ایده فراهم خواهد شد . دفتر کار مجازی ، نیز به عنوان مکمل کسب و کار ، در اختیار تیم های مستقر در کارخانه قرار خواهد گرفت . سایر خدمات موردنیاز ، از جمله آموزش های تخصصی و آموزش های مدیریتی ، برای تضمین موفقیت و بقای تیم های فناور ، به آنان داده خواهد شد . همچنین در صورت لزوم ، سرمایه و خدمات تکمیلی دیگر در اختیار آنان قرار خواهد گرفت تا ایده های خود را به ثمر برسانند .





به این ترتیب اولین کارخانه تبدیل فکر به ثروت و اولین پارک علم و فناوری خصوصی کشور ، در حال شکل گیری است .

شاید این سوال برای شما بوجود آمده باشد که : **من ایده دارم ، چگونه می توانم در این مرکز رشد خصوصی مستقر شوم و از خدمات شما استفاده کنم و ایده ی خود را تجاری نمایم ؟**
 جواب این است : این خدمات و امکانات فقط در اختیار سهام داران تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر قرار خواهد گرفت . برای استفاده از این خدمات ، شما باید حداقل ۲ سهم در تعاونی داشته باشید .
برای خرید سهام تعاونی خواجه نصیر ، چه شرایطی باید داشته باشیم ؟
 در ابتدا باید یک تست روانشناسی جامع و کامل را انجام دهید . این تست میزان کارآفرین بودن و هوش هیجانی و هوش تجاری شما را نشان می دهد .

ایده پرداز ، خلاق ، پر انرژی و پر شور بودن ، جز، ضرورت های سهام داران تعاونی است . علاوه بر این ، دانشجو ، یا فارغ التحصیل بودن ، نخبگان و برگزیدگان جشنواره ملی ایده های برتر ، جشنواره های خوارزمی و.. از اولویت های پذیرش سهام داران است .

ما در تلاش هستیم که نخبگان و متخصصین ایرانی را دور هم جمع کنیم .
 سهام داران ، در واقع کارآفرینان خلاق آینده و نیروی انسانی مبتکر ، خلاق و متعهد تعاونی به حساب می آیند .

اگر دانشجو ، فارغ التحصیل نباشیم ، نمی توانیم در این تعاونی سهام دار باشیم ؟
 واقعیت این است که بسیاری از کارآفرینان موفق در طول تاریخ ، افرادی هستند که اصلاً تحصیلات دانشگاهی نداشتند یا اینکه دانشگاه را رها کرده و به تجاری سازی ایده ی خود پرداختند . از جمله افرادی که دانشگاه را رها کردند ، می توان بیل گیتس (مایکروسافت) ، و استیو جابز (اپل) را نام برد . بنابراین تحصیلات دانشگاهی ، معیار خوبی برای نخبگی نیست . افرادی که تحصیلات دانشگاهی ندارند ، به شرط ایده پرداز و خلاق بودن ، می توانند جز، سهام داران تعاونی باشند .
 اما به خاطر ماهیت دانش بنیان بودن تعاونی ، باید بیش از ۵۱ درصد سهام داران دانشجو یا فارغ التحصیل باشند .

چگونه می توانیم سهام تعاونی دانش بنیان خواجه نصیر را خریداری کنیم ؟
 شما دوست عزیز از ۶ فروردین ۱۳۹۱ تا ۱۰ اردیبهشت ۱۳۹۱ ، می توانید با مراجعه به وب سایت تعاونی به آدرس www.knn-co.com ، اقدامات لازم برای خرید سهام را انجام دهید .
 همچنین برای کسب اطلاعات بیشتر ، می توانید از طریق پست الکترونیکی board@knn-co.com با ما مکاتبه نمایید .

به امید تولد و رویش شرکت های بزرگی چون گوگل ، اپل ، مایکروسافت و ... در سیلیکون ولی ایران .



۱۴۰ سوالی که هنگام مصاحبه برای کار در گوگل با آن روبرو می شوید!!!

What does it take to get a job at Google

Google receives over one million resumes per year.

Google reviews every resume it receives.

Of those, they hire between 4,000 & 6,000

.01% ↔ .04%

THE PROCESS OF GETTING HIRED AT GOOGLE



1 Recruiter Screen
The recruiter screens every resume for technical requirements, education, & experience to make sure there is a potential fit.



2 Phone Screen
A recruiter will contact you, explain the process, and let you know what to expect. The recruiter may ask for your SAT scores and college GPA, if this is a technical engineering role.



3 On Site Interview
The first on site interview will be with four or five people for 45 minutes each. If this is a technical role you will be asked to solve technical problems in real time, which may include coding a solution or white-boarding a design. You may also be asked some questions like "How many golf balls can fit in a school bus?" or "There are 8 balls. Seven of them weigh the same, but one is heavier. Using a balance scale, how do you find the heavier ball with just two weighings?"



4 Interview Feedback
Every interviewer submits their feedback in a standard format about the candidate and assigns a numerical ranking to the candidate. A search is done to match the candidates resume to employees resumes to find matches for schools or companies for the years specified. An email is sent to the Google employee asking their opinion on the candidate.

هیچ وقت به این موضوع فکر کرده اید که برای کار کردن در گوگل چه باید کرد؟ قطعاً انجام دادن مصاحبه یکی از مراحل است که باید طی کنید. فکر می کنید در این مصاحبه چه سوالاتی از شما پرسیده خواهد شد؟

تعدادی از این سوالات را در ادامه می خوانید:

۱. آیا تا به حال از محصولات گوگل (مانند جی میل) استفاده کرده اید؟
۲. چرا می خواهید به گوگل بپیوندید؟
۳. رقبای گوگل چخ کسانی هستند و چگونه گوگل با آنها رقابت می کند؟
۴. روشهای خلاقانه بازاریابی برند گوگل را ذکر کنید؟
۵. اگر شما مدیر بازاریابی محصولات جی میل گوگل بودید، برنامه تان برای کسب ۱۰۰ میلیون کاربر در ۶ ماه چه بود؟
۶. فکر می کنید درآمد گوگل از تبلیغات کنار جی میل در روز چقدر است؟
۷. تصور کنید یک نمایش دهنده تبلیغات با هر بار کلیک بر روی تبلیغات نمایش داده شده در سایتش \$۰,۱۰ کسب می کند. تنها ۲۰ درصد از بازدیدکنندگان سایت بر روی تبلیغات نمایش داده شده کلیک می کنند. برای کسب ۲۰ دلار چند نفر باید از سایت بازدید کنند؟
۸. چند عدد توپ گلف در یک اتوبوس مدرسه جا می گیرد؟
۹. چقدر برای شستن تمام شیشه های سیاتل پول می گیرید؟
۱۰. پایگاه داده را در ۳ جمله به برادرزاده ۸ ساله خود توضیح دهید.
۱۱. چند بار در روز عقربه های ساعت روی هم قرار می گیرند؟
۱۲. باید از نقطه A به نقطه B بروید. از امکان رسیدن به نقطه B مطمئن نیستید. چه می کنید؟
۱۳. تصور کنید کمدی پر از پیراهن دارید. پیدا کردن یک پیراهن خاص بسیار مشکل است. برنامه شما برای مرتب کردن کمد چیست؟

لیست کامل سوالات را می توانید در این سایت مطالعه کنید:

<http://blog.seattleinterviewcoach.com/-۱۴۰/۰۲/۲۰۰۹google-interview-questions.html>

نظر شما درباره این سوالات چیست؟ فکر می کنید بتوانید با پاسخهایتان گوگل را قانع کنید؟



در صفحه ی بعد ، یک اینفوگرافیک زیبا برای اطلاع از روش استخدام در گوگل را مشاهده می کنید .

منبع :

<http://iclub.ir/interview-in-google>



5 Hiring Committee

The committee consists of senior managers and directors, and experienced employees from this domain. They see all the potential candidates for all open jobs in this area so they have a very good feeling for the required capabilities and availability of highly qualified people. The committee reviews every piece of feedback as well as the resume and work experience.



6 Executive Review

Senior level management reviews every offer.



7 Compensation Committee

As you might expect the compensation committee determines the appropriate total compensation for the offer.



8 Final Executive Review

Yes, it is true, one of the top execs looks at all employment offers before they are extended to the candidate.



9 The Offer

The recruiter will notify you of an offer, and will explain all the details of the offer. Google offers are very competitive, some might say generous, and very thorough. Google wants you to be happy, motivated, and totally focused.

IN THE PAST
Google
has used up to **29** interviews before granting an offer.

THEIR OPTIMIZED SYSTEM has lowered it to around **4 to 9** interviews

SOURCE: STEPHEN LEVY BOOK "IN THE FLESH"

Hiring decisions are made by hiring committees.
This means that no single hiring manager can make a potentially bad decision by themselves.

Google
is more focused on hiring for talent rather than focusing on specific skill sets.

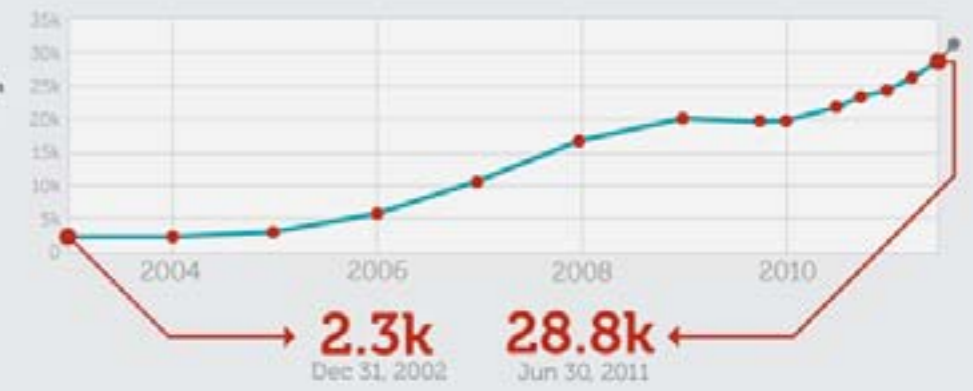
Examples of Google's Crazy Interview Questions

- How many golf balls can fit in a school bus?
- How much should you charge to wash all the windows in Seattle?
- How many piano tuners are there in the entire world?
- Why are manhole covers round?
- Design an evacuation plan for San Francisco.
- How many times a day does a clock's hands overlap?
- A man pushed his car to a hotel and lost his fortune. What happened?

25% Workforce Increase
In 2011, Google plans on hiring more than 6,200 workers.
Google has more than 60 offices in 30 countries.

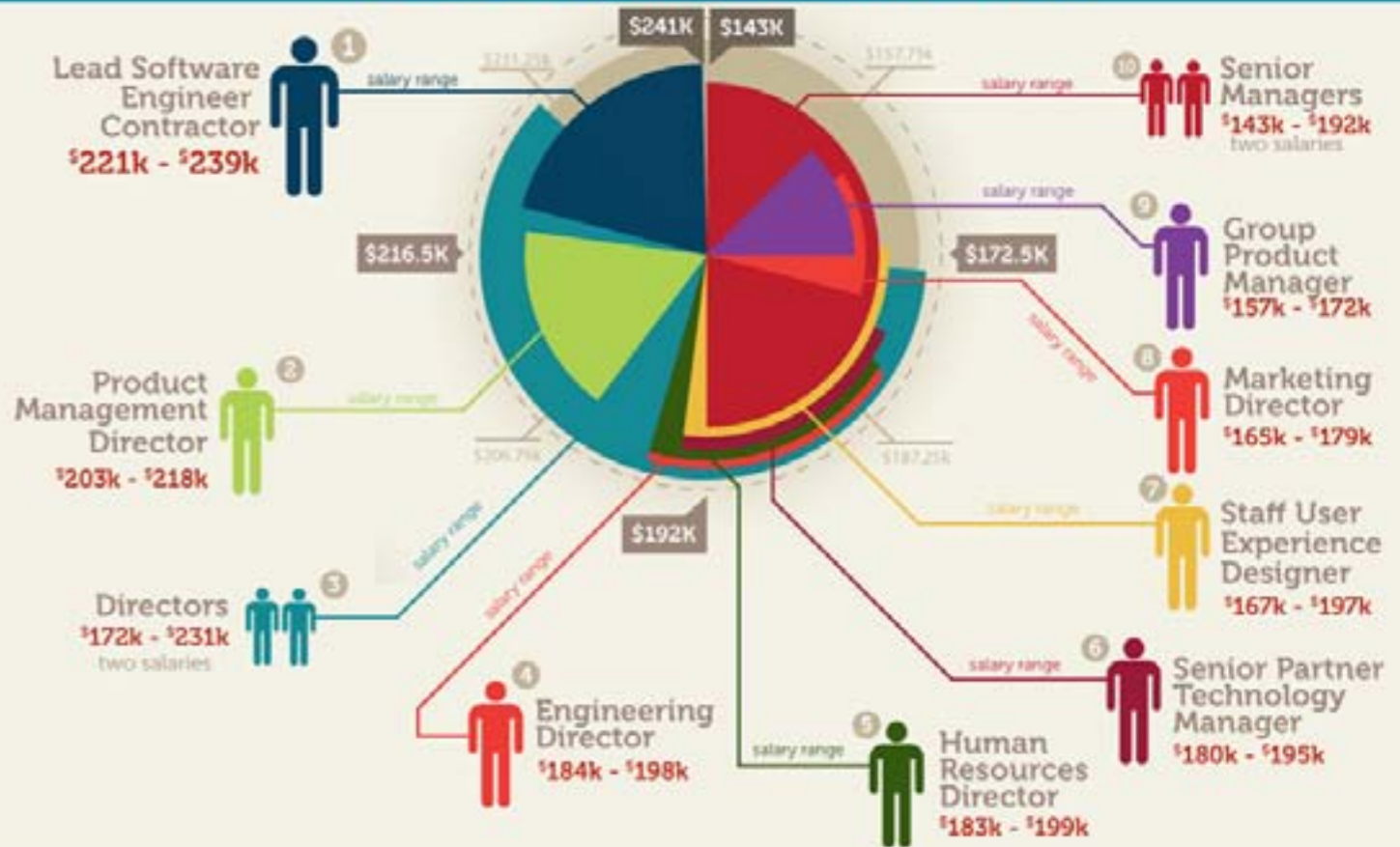
Even if Google increases its workforce by 25% to 31,000 employees, they will still be at 35% the size of **Microsoft** **Google**

Google
employees growth over the Last 10 Years



top 10 salaries at Google

RANGE FROM \$143,000 TO \$241,000 PER YEAR.



Scan the QR Code to join our Facebook community.

or Google us: **"Jobvine"**



Sources: http://doobidoo.typepad.com/the_next_big_thing/2010/09/how-to-get-a-job-at-google-interview-questions-hiring-process.html



گفتگو

صنعت گفتگو

گفتگو با استاد سینا قره‌باغلو، مترجم کتاب‌های فروش، بازاریابی و تبلیغات

تازه ترین مدل جهانی فروش $MQ=IQ+EQ+PQ$

گفتگو با: استاد آخوندی و محسن جابود مؤید

استاد مسیحا قره‌باغلو، خود را در سه منبع خلاصه و معرفی می‌کند: علم، مهارت و مواصلات. دکتر جابود مؤید، تحلیل و مدیریت آموزش در سازمان‌ها و سینا قره‌باغلو، سرانجام در حوزه تبلیغات و رسانه همراه با مرحوم علی آندو، پیش‌کنش‌های تبلیغاتی در ایران و پس از آن، تبلیغات و ترجمه انگلیسی در حوزه‌های تبلیغات و بازاریابی عرضه‌های پرانتظار بودند.

پسپاری از استادان و مدرسان فروش را کاملاً غافلگیر کرد. کتاب یک خواستار آموزش بسیار چشم‌انداز است که با تلاطم‌ها و مشکلات بی‌پایان تبلیغاتی و بازاریابی را تغییر می‌دهد. شرکت‌های مشاوره تبلیغاتی و بازاریابی و تبلیغات را اقتدار یافته‌ها را منتشر کرده است و با هر دست‌ترجیح دارد. گفتگو با ما با استاد آخوندی در باره این کتاب، پس از چاپ، چندین روز، پاسخ‌گویی، پرسش‌های ماسلو مطرح شده که در پرسش‌ها و شکایا اما از آن چه در پی می‌آید حاصل گزیده‌ای از این گفتگو، صمیمانه در ادامه می‌بینیم. در پایان پرسش‌ها، کمال از این گفتگو بهره‌مند شدن کامل آن را در سایت www.TalkTalk.ir بخوانید.

سازمان‌ها و شرکت‌ها در آغاز سال گذشته با چالش‌های فراوان مواجه شدند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی بودند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

به استناد مطالعات انجام شده در دیگر کشورهای جهان، بازاریابی و فروش نقش کلیدی در موفقیت شرکت‌ها ایفا می‌کند. بازاریابی و فروش به گونه‌ای عمل می‌کنند که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

- ۱. بازاریابی و فروش (Marketing & Sales)
۲. بازاریابی و فروش (Marketing & Sales)
۳. بازاریابی و فروش (Marketing & Sales)
در سازمان‌های کوچک و متوسط، بازاریابی و فروش اغلب با هم تلفیق می‌شوند. در سازمان‌های بزرگ، این دو بخش به‌طور مجزا فعالیت می‌کنند.

کمال آخوندی، مدیر عامل شرکت مشاوره تبلیغاتی خود را انجام می‌دهد و در این زمینه به شرکت‌های مشاوره تبلیغاتی و بازاریابی در ایران و خارج از ایران فعالیت می‌کند. او در زمینه بازاریابی و فروش تخصص دارد و به شرکت‌های مشاوره تبلیغاتی و بازاریابی در ایران و خارج از ایران مشاوره می‌دهد.

اگر در محیط سازمان‌های کوچک و متوسط، بازاریابی و فروش اغلب با هم تلفیق می‌شوند. در سازمان‌های بزرگ، این دو بخش به‌طور مجزا فعالیت می‌کنند. بازاریابی و فروش به گونه‌ای عمل می‌کنند که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

مثال کلاسیک و واقعی در این باره مربوط به شخصی است که در آمریکا که در بازاریابی و فروش تخصص دارد. او در زمینه بازاریابی و فروش تخصص دارد و به شرکت‌های مشاوره تبلیغاتی و بازاریابی در ایران و خارج از ایران مشاوره می‌دهد.

صنعت گفتگو

میدان تفریحی در کرمانشاه با دوستان و همکاران گپ می‌زنیم. گاه می‌توانیم در فواصل گپ‌ها، به دغدغه‌ها و چالش‌های بازاریابی و فروش در این منطقه بپردازیم.

برای این سازمان‌ها نصیحت فرار از تبلیغات بی‌هدف، بلکه تبلیغات هدفمند است. تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

تبلیغات سازمان‌های هدفمند فروش در این منطقه با چالش‌های فراوان مواجه هستند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی هستند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

نظریه‌ها و مدل‌های مختلف بازاریابی و فروش در این منطقه با چالش‌های فراوان مواجه هستند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی هستند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

برای این سازمان‌ها نصیحت فرار از تبلیغات بی‌هدف، بلکه تبلیغات هدفمند است. تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

به نظر می‌رسد در این منطقه، بازاریابی و فروش به گونه‌ای عمل می‌کنند که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

استادان و دست‌اندرکاران این صنعت با چالش‌های فراوان مواجه هستند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی هستند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

بازار کرمانشاه به واسطه موقعیت جغرافیایی و اقتصادی خود، پتانسیل بالایی برای توسعه بازاریابی و فروش دارد. با برنامه‌ریزی مناسب و سرمایه‌گذاری در تبلیغات هدفمند، می‌توان به موفقیت در این بازار دست یافت.



فروش کارگزاران به این معناست که زمانی که مشتری در منطقه شما خرید می‌کند، شما به عنوان نماینده شرکت خود، در این منطقه فعالیت می‌کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا با مشتریان محلی ارتباط برقرار کنید و نیازهای آن‌ها را برطرف کنید.

گفتگو

بعضی وقت‌ها به سزا بسجده چنین صحبت‌هایی می‌کنیم و این‌ها می‌ماند.

و اما به آن بی‌توجهی می‌شود. هرگز نمی‌توانیم بگوییم که این‌ها بی‌توجهی است. ما باید به این‌ها توجه کنیم و به آن‌ها پاسخ دهیم. این‌ها سؤالاتی هستند که باید به آن‌ها پاسخ دهیم.

به نظر می‌رسد که مشتریان در این منطقه با چالش‌های فراوان مواجه هستند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی هستند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

جمله‌ها و مدل‌های مختلف بازاریابی و فروش در این منطقه با چالش‌های فراوان مواجه هستند. کمبود بودجه، کاهش مشتریان و افزایش هزینه‌ها از جمله چالش‌های اصلی هستند. در این شرایط، بازاریابی و فروش نقش حیاتی در بقای شرکت‌ها ایفا می‌کند.

برای این سازمان‌ها نصیحت فرار از تبلیغات بی‌هدف، بلکه تبلیغات هدفمند است. تبلیغات باید به گونه‌ای باشد که مشتریان را جذب کرده و به خرید وادارند. این فرآیند شامل شناسایی نیازهای مشتریان، ارائه راه‌حل‌ها و برقراری ارتباط مستمر با مشتریان است.

فروش کارگزاران به این معناست که زمانی که مشتری در منطقه شما خرید می‌کند، شما به عنوان نماینده شرکت خود، در این منطقه فعالیت می‌کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا با مشتریان محلی ارتباط برقرار کنید و نیازهای آن‌ها را برطرف کنید.

کتابخانه

تقریباً حتی امروز خولید دانشها به هر دو طرفت با رخ می‌دهند این موضوع می‌تواند که شرکتها یا حتی دولت‌ها نیز نتوانند متوجه شوند که در فضای کسب و کار، شرکت‌هایی که سابقه دارند به مشتریان پیش از شرکت‌های تازه‌تاسیس این چنین شرکت‌هایی پیشرویی تعیین نکند و خدمات مورد نیاز خریداران یا شرکت‌های تازه‌تاسیس را به لایحه رسانده این شرکت‌ها نتوانند تا شما شرکت‌های تازه‌تاسیس کنید و مشتریان آن‌ها را با روی گشاده بپذیرید.

اینکه شرکت‌ها نتوانند تا خدمات مورد نیاز شما را از این روابط و مشتریان پیدا می‌کنند این طریق قرارگاه انتخاب خدمت‌سازان را در صورتی که بتواند به انتقال رخ دهد که من به عنوان مشتری که ۵ سال است با شرکت با سوسپان خریدهای خود را لایحه می‌دهم این کیفیت و خدمات آن را رعایت کامل کرده شرکت پیشین را با مزه و شرکت جدید شما را برتری می‌بینی من تصمیم گرفته‌ام را برنگردانم تا خدمت به تئوری جدیدی که در خرید شرکت تازه برآمده این موضوع با عنوان «منطقه راجحی یا لایسنس (License)» (Zinn) هم می‌شود.

منطقه راجحی و لایسنس را بیشتر شرح کنید.

منطقه راجحی یا لایسنس جایی است که شما با سودگی خیال کار می‌کنید کار می‌کنید که شما به‌مرتب‌تکرار کرده‌اید و ریسک در آن راه‌اندازی و با ریسک بسیار تاجر و اندکی در دسترس این‌ها به اول ما ایرانی‌ها سری را که نزد می‌کنند جهت استعمال نمی‌کنند یعنی اگر با به ساختن حاضرند تا منطقه راجحی یا لایسنس بیابند.

اگر ما فقط خرید کردن اگر تایید به طور معلوم فر جستجوی لایسنس می‌شود.

● چه زمانی طرفه اگر طرفه به ویژه فروشندگان در این منطقه باقی بمانند هیچ اشکالی ندارد جز آن که شما در منطقه لایسنس کار کنید در بلند مدت و میان مدت

محکوم به شکست خولید بود چون می‌توانید هیچ تئوری ایجاد نشود این در حالی است که در این زمان و سبک‌های مختلف از آن‌ها بسیار در کتهای پیشین خود را لایحه دهید و تولید با همان مشتریان در لندن را بدون درنگ به دست‌اندازید این شرایط ممکن چیزهایی است که بیشتر در مزه آن صحبت شد نظیر: فناوری‌ها را با توجه به شرایط و بازاریابی کسب و کار تئوری شرایط و سنتها چیز ثابت در جهان، تئوری است که داریم در کسب و کار ما می‌دهد.

● برای بیرون آمدن از منطقه لایسنس و راجحی چه باید کرد به ویژه آن که گفتند چنین کاری به شمت سخت است.

توی تئوری‌ها با لایسنس در فروش هم‌چنان که گفته شد می‌شود، بر یک برتری‌های از پیش تعیین شده قرار ملاقات تعیینی را با مشتریان خود خارج از منطقه یا هرگز تکنولوژی‌ها را کالان» در لندن برتری با سایرین در رعایت تمام موارد تخصصی برای حضور و اطلاع مشتری را در برای مشتریان خود کرد تئوری می‌کنند همین شرطی نسبتاً دقیق مشتریان، طبعیت طبیعت آن‌ها تا برتری‌های و شرایط آن‌ها هرگز برای ملاقاتی حاضر نمی‌شوند.

تا به تهرقه یک فرایون سرد آن است که «کار کردن فروش» معنیاً هیچ چیز برای یک مشتری، معنی نمی‌دهد معنی اطلاع لایسنس به محل (فخر موسسه محیط کار خود و...) می‌شود تا ببیند این مشتری، با چه شرایط لازم هست یا نه؟ آشنا، او تنها در این ولایت تهرقه است که برای محل در حال رفت‌وآمد و مقایل آن شرکت عبور کرده است تا تعیینی طرفه که با یک ملاقات مشتری یا حتی بپردازد و محل می‌تواند احتمال فروش را در آینده قلمی کند.

تغییر آهنگان ابتدا به یک فرایون سرد که با ترس حاصل است بهترین نتیجه را می‌گیرد غالبه بر این ترس با یک و لایحه مشتری فرایون سرد



معنای کشف

فرهنگی این عبارت است از سقوط از بلندی یا طغیان تئوری که طیاً یا بیرون یا چتر تهرقه لایسنس در مشتری بر عشق اولی که در دنیا کلاً سرد کارهایی که قبلاً تجربه نکردید و حضور یک لایسنس‌ساز آن‌ها را با لایسنس‌ساز می‌شوید تجربه می‌توانید پیدا کنید.

فرایون سرد یک یکی از این راه‌ها برای بیرون آمدن از منطقه راجحی یا لایسنس است که کارهای بلند فروش با انتقال آن را جستجوی کنند چون با لایسنس روش رفتار می‌تواند فروش خود را افزایش دهد.

● فرایون سرد چه زمانی تازه و جدیدی است و راجحی چه باید کرد به ویژه آن که گفتند چنین کاری به شمت سخت است.

لازمی است؟

کار کردن فروش هم‌چنان که گفته شد می‌شود، بر یک برتری‌های از پیش تعیین شده قرار ملاقات تعیینی را با مشتریان خود خارج از منطقه یا هرگز تکنولوژی‌ها را کالان» در لندن برتری با سایرین در رعایت تمام موارد تخصصی برای حضور و اطلاع مشتری را در برای مشتریان خود کرد تئوری می‌کنند همین شرطی نسبتاً دقیق مشتریان، طبعیت طبیعت آن‌ها تا برتری‌های و شرایط آن‌ها هرگز برای ملاقاتی حاضر نمی‌شوند.

تا به تهرقه یک فرایون سرد آن است که «کار کردن فروش» معنیاً هیچ چیز برای یک مشتری، معنی نمی‌دهد معنی اطلاع لایسنس به محل (فخر موسسه محیط کار خود و...) می‌شود تا ببیند این مشتری، با چه شرایط لازم هست یا نه؟ آشنا، او تنها در این ولایت تهرقه است که برای محل در حال رفت‌وآمد و مقایل آن شرکت عبور کرده است تا تعیینی طرفه که با یک ملاقات مشتری یا حتی بپردازد و محل می‌تواند احتمال فروش را در آینده قلمی کند.

تغییر آهنگان ابتدا به یک فرایون سرد که با ترس حاصل است بهترین نتیجه را می‌گیرد غالبه بر این ترس با یک و لایحه مشتری فرایون سرد

معنای کشف

حرف‌های آنرا می‌شود و گفت این است که ترس، با گذشتن طبع برای یک میل برای هوا فرایون سرد است ترس از رفت‌وآمد، سرافرازی، و احساس تراجیح ناشی از حضور در یک محیط غریبه محل آن که در حال کردن یک مسیر راحت و گرفتن کار با دیگر روش‌ها به جای قرار گرفتن خود در معرض خطر احتمالی فرایون سرد کار بسیار آسان‌تری است که شما را در منطقه راجحی قرار می‌دهد.

● خیلی جالب بود حوسه تمام اندکی در باره خطاهای اشکار فروش صحبت کنید. خطاهایی که بسیار تکرار می‌شود تصور هم بر این است که باید به سود آموختند کلان بینجامد اما در عمل چیز تراجیحی و ناگفتی برای فروشندگان تباه می‌گردد.

این بحث را با معنی موضوع حوسه‌های خریداران و مشتریان بویاید می‌تواند که بیشتر در مزه آن گفتگو کردیم.

فروشندگان امروز با مشتری سروکار دارند که برای خرید اجتناب خود امکان انتخاب دارند خریداران در هنگام بررسی با فروشندگان نمی‌بینند چه معنی دادن مشتری به رفتارهایی ممکن با تکرار شوند، راه اجرا را می‌پسندند.

فروشندگان شروع می‌کنند مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، محصول یا خدمت را برای مشتری ریخت می‌کنند حقیقت نشان طرفه است ریخت کردن ویژگی‌ها عبارت است از صحبت کردن در مزه این که محصول چه هست چگونه حل می‌کند و چگونه با دیگر محصول رقیب مقایسه می‌شود اما نه برای این که برای مشتری چه کسب خولید کرد.

فروشندگان بلافاصله وارد یک گویی آنچه برای نشان می‌شود و شروع می‌کنند به صحبت در باره تمام ویژگی‌ها که غالباً مشتری را چون کسل می‌کند که اشکس در می‌مانند خولید بویاید یا نکته‌ها اما مشتریان برای بیشتر این ویژگی‌هایی که فروشندگان در صف می‌کنند معنی‌گای نیست.

● همچنین که تاکید روزی دید کار کردن نشان فروش شرکت خود با شرکت تک تهرقه (PQ) نقلی می‌شود.

من» را نظره می‌کنند بنابراین چه خوب است جنس به‌صورت را مسومت و مسوی دیگر هم یعنی رویکرد جدیدی که کار کردن فروش چگونه است؟

انکه رویکرد مدیریت تغییر نظری می‌تواند است یعنی در قرن بیست و یکم در سال ۲۰۰۸ که ما با هم در حال گفتگو هستیم مدل نظری مطرح شده است که خود من نیز به تازگی با آن آشنا شدم این مدل به تفصیل در کتاب «حوسه مدیریت» آمده است که اکنون در دست ترجمه درم.

در باره دو مدل پیشین مدیریت مبتنی بر بهره‌دهی (PQ) و هوش عاطفی (EQ) توصیف‌های فرایون شدند اما اکنون این مدل تغییر یافته و سخن از (PQ) است یعنی مدرن‌ترین موانع هستند که از کار با مدل (PQ) و (EQ) بر می‌آید، اما نشان داد در اکثر پیشین که فرد از حوسه‌های بالا برخوردار بود او (مدیران شرکت‌ها، و تهرقه و بر فروش نفتی صاحب و کتب او مولای فروش می‌رفتند جمعا در وقت تهرقه، است از این بر آن، حوسه خوش مشربه صحیحی، مهربان، مرخص و مشتری‌بویاید بلند.

اما می‌تواند سازمان‌هایی در راست از این دو دست آیم که به اصلاح ما هر کس سازمان‌ها در دست نیست خوششان را می‌خورند، برای این که کلام PQ هستند.

● تفاوت PQ را تعریف کنید.

P مختلف Political است یعنی داشتن بهره‌دهی یا سیاست‌مداری، برای کسب قدرت که «حکومت» را برای تحقق بخشیدن به مأموریت‌ها و وظائف و تکالیف که بر عهده طرفه به کار بسته می‌شود، سازمان‌ها نشان داد برای تحقق فعالیت‌ها از این بر «حوش» و «حوش عاطفی» ضروریست شخص یا مدیر او فعالیت‌های شخصی در خیر طرفه باشد تا بتواند آن کار را به انجام رساند و فروش را قطع کند.

تولن شخص برای کسب قدرت بودایی و، برای استفاده از آن در پیشبرد کارنامه مینشوری انگیزه، جسمی برای، به حرکت فرایون همکاران و افزایش بهره‌وری آنان، ویژگی‌هایی است که از (PQ) نقلی می‌شود.

کتابخانه

در مزه «حکومت» درین سازمان، ۲ منبع را ذکر می‌کنند که عبارتند از پول، اطلاعات مهارت‌ها مشتریان، و در باره منبع درآمد مشتریان» فروشندگان حرفه‌ای، با کار کردن فروش، تهرقه آنان را می‌تواند چرا که همین مشتریانند که لایسنس شای آن را تضمین می‌کنند.

فرد کسی می‌تواند مدیریت به این گروه از کار کردن فروش باعث می‌شود کار کردن فروش به سرعت محیط کار خود را تغییر دهد و مشتریان را تا با خود می‌برد چرا که «مشتریان» به دلیل دریافت خدمات مطلوب در طول سال‌ها ترجیح می‌دهند با همین «کار کردن فروش» قرارند بیندازند از آن که او این‌جا با آن‌ها کار کند!

باید بهتر است در این مزه بویاید در مزه PQ با نظری، شده است که این هوش سیاسی یا قدرت در چه مولدی بویاید مورد استفاده قرار گیرد زیرا در بلند مدت به ضرر آید می‌تواند.

۱. استخراج من به معنایی

۲. کسب موفقیت پول‌بویاید که فرد به هر قیمتی برای کسب موفقیت تلاش کند

۳. تهرقه برای سرنگونی رسمی

انکه بسیاری از فرایون حوسه‌های (PQ) و افراد با تفاوت بالا، هوش عاطفی (EQ) برای این صفت او مدیران کار می‌کنند و با تفاوت این مدیران تلاش‌ها، خود را در سازمان به نفع ظاهر می‌رسانند.

این دست از مدیران با انگار می‌توانند در خود تمامی منابع همچنان تلاش‌های خود و سازمان خود را به گفته‌های طراحی کنند که به مقصد مورد نظر بینجامد چرا که در تمام دنیا همیشه منبع لازم که شامل پول، تهرقه و وقت است با کمبود روز بروز.

چون مدیران که کنترل و برتری فر اکثر خوششان نیست وقت خود و دیگران را معصوم می‌کنند منطقه آسایش و راحتی خود و دیگران را در مجموعه‌های خود گسترش می‌دهند و طرفه‌هایی بر خود دارند که منحنی فروش را افزایش می‌دهد.

شدن کلل این معاهده را در سلامت زیر بویاید.

۲۰ میلیون برند ایرانی ، ۲۰ میلیون چاه نفت

در ابتدا ما شعار «هر ایرانی ، یک شرکت دانش بنیان» و «۲۰ میلیون برند ایرانی ، ۲۰ میلیون کارآفرین میلیاردی ایرانی» را مطرح کردیم . برخی به ما گفتند که شما خیلی بلند پرواز هستید و این غیر ممکن است .

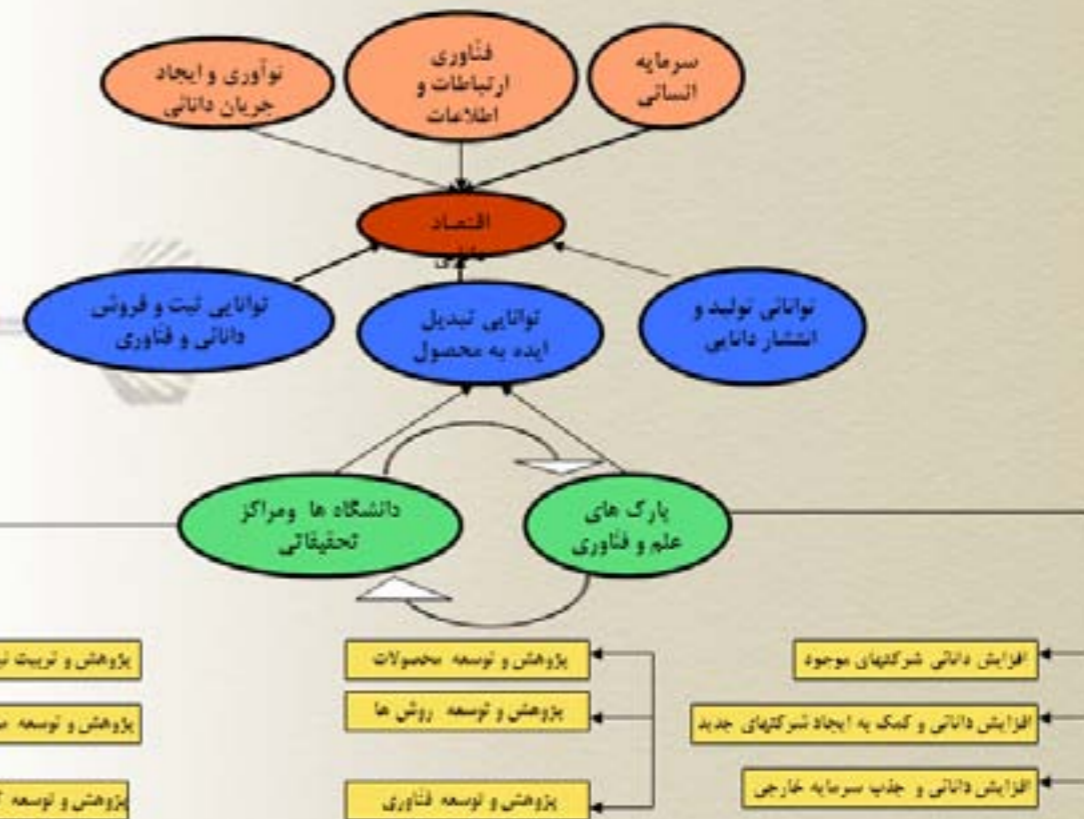
من از شما سوالی می پرسم : «آیا در کشور ما ، ۲۰ میلیون نیاز وجود ندارد؟» اگر واقعا هیچ نیازی در کشور نباشد ، که جای بسی خردسندی و افتخار است .

اما من می دانم که چنین نیست . ما نیازهای زیادی داریم که باید برای رفع آنها چاره ای بیاندیشیم . و وقتی ما سستی و کاهلی می کنیم ، چین و کشورهای دیگر دست به کار می شوند تا نیازهای ما را برآورده کنند و ثروت های ما را به دست بیاورند .

هر نیاز ، یک فرصت است . پس می بینیم که فرصت های زیادی وجود دارد که می تواند به برند تبدیل شود . شاید برخی بگویند که ما ۲۰ میلیون نیاز داریم . اما ۲۰ میلیون کارآفرین نداریم .

اگر اینطور است ، پس ما باید کارآفرین پرورش دهیم . آموزش و تمرین . آموزش و تمرین و تمرین . آیا کسی هست که نخواهد از ثروت های بالقوه ی خود استفاده کند ؟؟؟؟

نقش مراکز رشد و پارک های علم و فناوری در اقتصاد دانایی



حالا ، امروز ما علاوه بر دو شعار قبلی ، یک شعار دیگر اضافه می کنیم :

« ۲۰ میلیون برند ایرانی ، ۲۰ میلیون چاه نفت »

یک فرصت ، یک نیاز ، یک ایده ، مانند چاه نفت است .

اول باید آن را کشف کنید . سپس باید ثروت نهفته در آن را استخراج کنید .

این کار ، کار ساده ای نیست . باید بسیار تلاش و کوشش کرد و مهم تر از آن باید به کار عشق ورزید.

ما دیدیم که چاه های نفت زیادی در ایران بدون استفاده مانده است و گاه طعمه ی بیگانگان می شود .

بنابراین کارخانه تبدیل فکر به ثروت را راه اندازی کردیم تا مردم ایران را از این ثروت ملی بهره مند کنیم .

لطفا از ثروت های بالقوه ی خود استفاده کنید !!

لطفا از چاه های نفت درون خود استفاده کنید !!

طرح دانشگاه خانگی MIT

آیا دوست دارید از خانه ی خود ، در دانشگاه MIT تحصیل کنید ؟
اگر واقعاً به فکر تحصیل هستید ، نه مدرک ، برند آموزشی «ادامه بده » را به شما پیشنهاد می کنم .

ادامه بده...

بسته های آموزشی رشته های مهندسی دانشگاه MIT
به زبان شیرین فارسی

MIT Open Course Ware



برند آموزشی :

ادامه بده...

شعار برند :

ادامه دادن را ادامه بده . Keep Moving Forward

چشم انداز : رسیدن ایران به اقتصاد دانش بنیان
مأموریت : ما این امکان هستیم که مردم توانمندی لازم برای راه اندازی کسب و کارهای دانش بنیان خود را بدست بیاورند .

اهداف : تدوین دانش فنی تکنولوژی های پیشرفته
صادرات دانش بنیان ، صادرات خدمات آموزشی
آموزش تکنولوژی های پیشرفته به زبان ساده
هدفمندسازی آموزش در مدارس و دانشگاه ها
توانمندسازی دانش آموزان و دانشجویان برای درآمدزایی دانش بنیان
پرورش نیروی انسانی متخصص و خلاق
تبدیل پتانسیل های بالقوه به نیروهای بالفعل
آموزش افراد برای تجاری سازی ایده ها
توانمندسازی و هدایت سرمایه های انسانی کشور
توانمند سازی برندهای ایرانی
آموزش مدیریت کیفیت به کسب و کارهای ایرانی
ترویج فرهنگ کیفیت در کالاهای ایرانی
بهینه سازی تولید و کاهش قیمت



دوره ی آموزشی :

ادامه بده...

دوره ی آموزشی طراحی **Tablet**
کامپایل کردن لینوکس و اندروید
دوره آموزشی طراحی بازی آنلاین
دوره ی آموزشی نوشتن نرم افزار برای iPad
دوره آموزشی نوشتن نرم افزار برای Android
دوره آموزشی طراحی بازی کامپیوتری سه بعدی
دوره نوشتن **Plug-in** برای مرورگر کروم و فایرفاکس
چگونه سیستم عامل لینوکس را توسعه دهیم ؟
چگونه یک شبکه اجتماعی طراحی کنیم ؟
چگونه یک مترجم متن طراحی کنیم ؟
چگونه یک موتور جستجو طراحی کنیم ؟
طراحی و تحلیل سیستم های نرم افزار سازمانی
دوره ی آموزشی پردازش صوت - تشخیص و تحلیل صوت
دوره ی آموزشی پردازش تصویر - تحلیل تصویر - شناسایی چهره

برند آموزشی :

ادامه بده...

دوره ی آموزشی راه اندازی موتور ایده پردازی ذهن
دوره ی آموزشی پیاده سازی ایده های نرم افزاری
دوره ی آموزشی چگونه مخترع شویم ؟
کارگاه طراحی برند
کارگاه مهندسی تبلیغات
کارگاه آموزشی دو برابر کردن پول
کارگاه فروش - چگونه یک محصول را بفروشیم ؟
کارگاه آموزشی هنر کشف فرصت ها و بهره برداری
کارگاه بهره برداری از چاه های نفت شخصی
کارگاه چگونه گوگل شویم ؟ (گوگل از درون)
کارگاه پرورش خزه برای تولید برق
کارگاه پرورش بنزین گیاهی
کارگاه مهندسی معکوس
کارگاه راه اندازی خط تولید خانگی
کارگاه طراحی و ساخت هواپیمای بدون سرنشین

با ۶۱۸۶ فلش کارت نرم افزاری ،

حافظ کل قرآن شوید !!!

خداوند خلاقیت مطلق و علم مطلق است .
 خداوند خلاق ، کتابی برای ما فرستاده است که منشأ خلاقیت ،
 تحولات و پیشرفت های بزرگ است .
 بسیار جای تأسف است که یهودیان و مسیحیان در جهت پیشرفت
 خود از این کتاب بهره مند شوند و ما بی بهره و بی اطلاع بمانیم .
 قرآن کتاب زندگی است . عمل به قرآن ، بسیاری از مشکلات
 فردی و اجتماعی ما را حل می کند .
 ثروتمندی از ذهن شروع می شود . آموزه های قرآن ، باورهای
 غنی و ذهن ثروتمند و قدرتمند به ما می دهد و زندگی
 ثروتمندانه و شکوهمندانه را به ما می آموزد .
 اگر از تأثیر افکار و انرژی ها مطلع هستید ، قرآن را حفظ کنید !!

ادامه بده...

در ۲ عدد DVD
 قیمت بسته : ۱۰۰ هزار تومان

با یک میلیون فلش کارت نرم افزاری ،

به ۱۷ زبان زنده دنیا مسلط شوید !!!

آیا از معجزه ی جعبه ی لایتتر چیزی شنیده اید ؟
 آیا می دانید یادگیری زبان ، چه تأثیری روی جوان ماندن مغز و عملکرد
 ذهن شما دارد ؟
 آیا می دانید که با ۳۰ دقیقه تمرین در روز ، می توانید به ۱۷ زبان زنده
 دنیا مسلط شوید ؟
 آیا می دانید پرفسور حسابی به چند زبان زنده ی دنیا تسلط داشت ؟
 آیا می دانید که بیشترین محتوای موجود در اینترنت به چه زبان هایی
 است ؟ و شما به چند درصد از اطلاعات موجود در اینترنت دسترسی
 دارید ؟
 آیا می دانید ۱۷ زبانی که بیشترین گردشگران دنیا به آن صحبت می
 کنند ، کدام اند ؟
 آیا می دانید شما فقط از طریق زبان ، می توانید به درآمدهای عالی
 دست پیدا کنید ؟

ادامه بده...

در ۴ عدد DVD
 قیمت بسته : ۱۰۰ هزار تومان
 ۹۰ درصد کاهش قیمت نسبت به جی ۵ معمولی

گزارش نیوزویک از فرار مغزهای ایرانی



دانشگاه استانفورد محبوب ترین مقصد فارغ التحصیلان دانشگاه شریف برای ادامه تحصیلات عالی است. به گفته «بروس وولی» مدیر پیشین واحد مهندسی برق استانفورد، دانشگاه شریف دارای یکی از بهترین برنامه های آموزشی برای کارشناسی در رشته مهندسی برق است. سرآمدی این دانشگاه را نباید با داشتن رقیبانی چون ام.آی.تی امریکائی و کمبریج انگلیسی و دیگرانی چون چین دست کم گرفت. این روزها برخی دانشجویان ایرانی بی اعتنا به مجادلات سیاسی، سرگرم کسب اعتبار بین المللی در بالاترین سطوح و مراتب علمی هستند. تحسین این دانشجویان به مدیران استانفورد محدود نمی شود. دانشگاههای دیگری در کانادا و استرالیا که از مقررات آسانتری برای اعطای روادید برخوردارند از رونق چشمگیر دانشجویان ایرانی در کشورهای خود سخن می گویند. در حالی که آمارهای دانشگاه های کانادا نسبت به سال ۱۹۸۵ با جهش ۲۴۰ درصدی دانشجویان ایرانی مواجه شده است، رسانه های استرالیا از پنج برابر شدن تعداد دانشجویان ایرانی در پنج سال گذشته و رسیدن آنها به مرز ۱۵۰۰ نفر خبر می دهند.

به غیر از دانشگاه شریف، دانشجویان موسسات آموزشی دیگری نیز چون دانشگاه تهران و دانشگاه صنعتی اصفهان به بازیگران عمده در المپیادهای علمی بین المللی تبدیل شده و جوایز ارزنده را در رشته های فیزیک، ریاضی، شیمی و «روباتیک» درو می کنند. برگزاری المپیاد فیزیک که اخیرا در شهر اصفهان برگزار شد نمونه روشن این نام آوری است که کشورهای دیگر خاورمیانه نتوانسته اند افتخار آن را کسب نموده و به دلیل فقدان چنین دانشورانی، با همسایه خود ایران رقابت کنند. موقعیت های شغلی

در گوشه ای دیگر، نه چندان دور، شرکتهای فن سالار غربی نیز بیکار ننشسته و در کنار موسسات پژوهشی در غرب، این نیروی کارآمد را به گرفته اند و صدها تن از آنها در شرکتهائی چون گوگل و یاهو که در «سیلیکون ولی» مستقر هستند، به کار گرفته شده اند. سرآمدان المپیادها دارای جذابیت فراوانی برای موسسات پژوهشی غرب هستند که براساس خبرهای منتشر شده در رسانه های ایران، بیش از ۹۰ درصد آنها برای کار و یا ادامه تحصیل، کشور را ترک می کنند.

نیوزویک در ادامه گزارش خود مدعی شد: برای بررسی علل مهاجرت دانشوران ایرانی و بویژه دانشگاه شریف باید به این نکته توجه کرد که ایران با مشکلات و بیماریهای گوناگونی چون تورم مزمن، در جا زدن دستمزدها و بخش خصوصی بی بنیه که ناشی از مدیریت ناکارآمد اقتصادی روبرو است. بر اساس ادعای این نشریه، اساتید دانشگاه ها در ایران به ندرت به حقوقی که کفاف زندگی آنها را بدهد دسترسی دارند و بدین سبب ناچارند به شغل دومی چون رانندگی تاکسی و خرده کاسبی دست بزنند. تحریم های سیاسی نیز مزید بر علت شده و تاخیر در واردات تجهیزات علمی، وضع را مشکل تر است. به عنوان نمونه ای از بی مهری های جهان غرب، تا زمانی پیش، ایرانیان مجاز به انتشار مقاله در نشریه «مهندسی برق و الکترونیک» که مجله حرفه ای این رشته است نبودند و اغلب روادید آنها برای شرکت در همایشهای علمی رد می شد.

محمد منصوری، از فارغ التحصیلان سال ۱۹۹۷ دانشگاه شریف که اکنون در نیویورک تدریس می کند ارجحیت و تشویق والدین ایرانی به تحصیل فرزندانیشان در رشته های پزشکی و مهندسی به جای رشته های دیگری چون حقوق را یکی از علل سر آمدی دانشوران ایرانی و دانشگاه شریف می داند.

در جوار آن، دانشگاه شریف از روند گزینشی بسیار دشواری برای ورود فارغ التحصیلان به این دانشگاه برخوردار است.

هر سال حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن از فارغ التحصیلان دبیرستانها در آزمون ورودی موسسات آموزش عالی شرکت می کنند ولی تنها ده درصد از سرآمدان آنها موفق به ورود به دانشگاههای دولتی شده و فقط یک درصد از آنها بخت راهیابی به موسسات آموزشی عالی چون شریف را می یابند. محمد منصوری می گوید: روال گزینشی در ایران، با هوش ترین و پر انگیزه ترین و کوشاترین دانشجویان کشور را در اختیار موسسات آموزشی سر آمدی، چون دانشگاه شریف قرار می دهد. دانشگاه شریف در سال ۱۹۶۵ تاسیس شد. این دانشگاه در آن زمان با استفاده از راهنمایی های دانشگاه ام.آی.تی برپاشد و بسیاری از اساتید کنونی آن از امریکا فارغ التحصیل شده اند. بر اساس گزارش انستیتوی بین المللی آموزش، دانشجویان ایرانی در آن زمان، بزرگترین گروه دانشجویان خارجی در ایالات متحده را تشکیل می دادند.

یکی دیگر از علل موفقیت دانشجویان ایرانی را می توان در سیستم آموزشی دوره تحصیلات متوسطه در ایران جستجو کرد. در این سیستم دروسی تدریس می شود، که دانش آموزان در امریکا تا رسیدن به مقطع کالج از آن بهره نمی برند. این روش آموزشی پیشرفته به مقاطع بالاتری چون لیسانس نیز تعمیم دارد. محمد منصوری و سایر دانش آموختگان می گویند، در مقطع لیسانس در ایران مواردی به ما تدریس می شد که در امریکا، تنها به مقاطع بالاتری چون فوق لیسانس اختصاص دارد.

عده ای دیگر از فارغ التحصیلان دانشگاه شریف به یکی دیگر از انگیزه های مهاجرت اشاره می کنند. یک تن از آنها که مایل نیست نامش برده شود می گوید «هنگامی که شما در ایران زندگی می کنید و با تنشهای روزمره زندگی دست به گریبان هستید، رویای ترک کشور در شما بارور می شود و کتابها و تحصیلات شما به بلیطی به سوی یک زندگی بهتر تبدیل می شود. این فکر تا مرز یک وسواس ذهنی پیش می رود و شما را به جائی می رساند که به خاطر آن ساعت ۴ صبح از خواب بیدار می شوید، تا بتوانید پیش از شروع کلاس چند ساعتی وقت داشته باشید.»

موفقیتهای ایران در این زمینه را می توان به غیر از جنبه مثبت آن، تراژدی هم نا مید چون برخی دانشجویان به چیزی جز ترک کشور پس از فارغ التحصیل شدن نمی اندیشند. این روند برای دانشگاه ها و موسسات خارجی بهره آور و سودمند است ولی ایران را با مساله جدی تهی شدن استعدادها و فرار مغزها مواجه می کند. رامین فرج راد یکی دیگر از فارغ التحصیلان سال ۱۹۹۷ دانشگاه شریف که اینک یکی از مدیران شرکت «آکوانتیا» در «سیلیکون ولی» است می گوید: «فرصتهای شغلی کافی و مناسب برای فارغ التحصیلان در ایران فراهم نیست. از آن گذشته، نخبگانی که در ایران می مانند تا کاری برای خود به راه اندازند با مشکلاتی مواجه می شوند، به این دلیل آن گروهی که نتوانند به غرب مهاجرت کنند به دبی سفر می کنند.

تاریخ ایران انباشته از کامیابی و پرورش نوابغی چون ابن سینا و محمد خوارزمی دانشمند قرن نهم و مبدع «الگو ریتم ریاضی» که دانش پایه کامپیوتر شمرده می شود و عمر خیام ریاضی دان و ستاره شناس است. این همه به جای خود، ولی چه اینکه در سالهای اخیر ایران موفق شده دانشجویان ممتازی عرضه کند، لیکن در صورتی که به سرعت مسیر راه اصلاح نشود، ادامه این روند، آن تاریخ پر افتخار و ظرفیتهای بالقوه آن استفاده نخواهد شد.