



## سلامی گرم به اساتید

نگاهی به آخرین تحولات «استادسلام» که نغمه عقیلی بنیان گذار آن است

## ثبت لحظات ماندگار

استار تاپ اینستاچاپ، کار آتلیه‌های قدیمی را انجام می‌دهد، منتها آنلاین و امن و سریع

معرفی فضای استارت‌آپی

### نوآوری به گستردگی ایران زمین



مرکز نوآوری ایران زمین یکی از بازیگران پر تلاش فضای کسب‌وکارهای نوپای کشور است که تبدیل به نقطه پیوند امیدبخش افراد نوآور و مسائل واقعی حوزه کسب‌وکار شده. بر خور داری از حمایت بانک ایران زمین و قرار گرفتن در کانون فعالیت‌های بانکداری دیجیتال، قابلیت‌های گسترده‌ای را فراهم کرده که برای صاحبان طرح‌های خلاق جذابیت و ویژه‌ای دارد. صاحبان طرح‌های خلاق حضور در مرکز نوآوری ایران زمین، امیدوار به بهره‌برداری از حمایت این مرکز در مسیر تبدیل شدن به یک کسب‌وکار و جلب توجه سرمایه‌گذاران علاقه‌مند نیز هستند. گستره متنوع قابلیت‌ها و نیازمندی‌های بانکداری دیجیتال در کنار امکانات حمایتی مرکز نوآوری، فرصت ویژه‌ای برای شناسایی نیازهای روز بازار و ارائه راه‌حل توسط گروه‌های نوآور فراهم کرده. امکان دسترسی به زیرساخت موسوم به بوم نوآوری ایران زمین که در این مرکز، قابلیت‌ها و خدمات گسترده حوزه بانکی و بیش از ۲۰۰ خدمت در این زمینه را به کسب‌وکارهای نوپا عرضه می‌کند. این زیرساخت بستر شکل‌گیری فعالیت‌های گوناگونی است که نسل بعدی کسب‌وکارهای فناوری‌محور را شکل خواهند داد. کافی است به بهانه یک رویداد، برای آشنایی با یکی از گروه‌های تحت حمایت، با شرکت در یکی از کلاس‌های آموزشی که در مرکز نوآوری ایران زمین تشکیل می‌شود، سری به این محل بزنید، تا همه شور و انگیزه لازم برای این نوع فعالیت‌ها را از فضای مناسب و گروه علاقه‌مند و با تجربه‌ای از نزدیک ببینید. مرکز نوآوری ایران زمین گروه خوبی از افراد آگاه و با سابقه در حوزه کسب‌وکار را گرد هم آورده تا در یک محیط دلپذیر برای توسعه و پرورش طرح‌های خلاق کار کنند. این گروه بر نام سنتی‌دیده و مناسبی را برای حمایت از افراد و گروه‌های خلاق و نوآور برنامهریزی کرده و از مسیر فراخوان‌ها و اجرای برنامه‌های مستمر آشنایی با صاحبان طرح‌های خلاق، زمینه جذب آنها را فراهم می‌کند. هر گروه نوآوری که بتواند در مسیر ارزیابی نمره قبولی دریافت کند، در یک برنامه ۴ تا ۶ ماهه شتابدهی تحت حمایت مرکز نوآوری ایران زمین قرار می‌گیرد. آنگونه که گروه‌های تحت حمایت فعلی می‌گویند، در طول برنامه شتابدهی امکان استفاده از فضای جذاب کاری و زیرساخت‌های فراهم شده در مرکز دارند. آنها همچنین به شبکه خوبی از مشاوران آگاه و کارآزموده در حوزه‌های مختلف دسترسی دارند که نیازهای هر گروه برای رشد تا تبدیل شدن به یک کسب‌وکار را برآورده می‌سازند. مرکز نوآوری ایران زمین در کنار همه اینها، مبلغ قابل توجهی را هم به عنوان سرمایه پرورش طرح در اختیار این گروه‌ها قرار می‌دهد تا گام‌های نخستین در مسیر تبدیل شدن به یک کسب‌وکار با سهولت بیشتری دنبال کنند.

مرکز نوآوری ایران زمین به شکل مستمر برنامه‌های مختلفی را برای بهبود زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای کشور اجرا می‌کند. رویداد «جای تلخ» یکی از این نوع برنامه‌هاست که به مسائل زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای کشور و مفاهیم کلیدی در این زمینه می‌پردازد. مرکز نوآوری ایران زمین در این نوع رویدادها هر بار یک موضوع یا مفهوم کلیدی را با حضور تعدادی از افراد با تجربه و اثرگذار مورد کنکاش قرار می‌دهد. سابقه اجرای این برنامه حاکی است که تلاش ارزشمند و منحصر به فردی برای بررسی جوانب مختلف موضوعات روز از مجرای مسائل فرهنگی شکل گرفته. محل برگزاری رویدادهای این مرکز به طور مداوم شاهد حضور علاقه‌مندان برای شرکت در رویدادهای متنوع است که علاوه بر گسترش شبکه ارتباطی موجب رشد دانش فعالان زیست‌بوم کسب‌وکارهای نوپای کشور می‌شود.

مرکز نوآوری ایران زمین بستر نرم‌افزاری را ایجاد کرده که در گام نخست فناوری‌های مالی خانواده ایران زمین و در ادامه آن فناوری‌های کل تأمین‌کنندگان خدمات مالی کشور را در قالب یک زیرساخت یکپارچه در اختیار کسب و کارها قرار می‌دهد. از این طریق ورود کسب و کارهای نوپا به صنعت مالی کشور با سهولت بیشتری محقق شده و خلق محصولات مالی نوآورانه با شتاب بیشتری انجام خواهد شد. دسترسی به بوم بانکداری باز، محیط کار جذاب، گروه مشاوران کارآزموده و حمایت‌های گسترده‌ای که مرکز نوآوری ایران زمین به صاحبان طرح‌های خلاق نوآورانه عرضه می‌کند، اتفاق خوبی است که تکرار آن آرزوی علاقه‌مندان و فعالان حوزه کسب‌وکارهای نوپای کشور است و بر همین اساس مدیران و دست‌اندرکاران این مرکز آماده خود را «نوآوری به گستردگی ایران زمین» قرار داده‌اند.

## تغییر معادلات آموزش آنلاین بانماتک

استار تاپ نماتک روی ایده آموزش تخصصی حوزه صنعت دست گذاشته و عملکردی فراتر از انتظار داشته است

هنوز مانده تا بازار آموزش آنلاین به جد و اندازه رقابتی سنتی قدر و قدرتی که سال‌هاست پول‌های کلان در می‌آورد، برسد. چندین سال است استار تاپ‌ها و کسب و کارهایی وارد این بازار شده‌اند و با آنکه دور‌های شتابدهی را نیز تجربه کرده‌اند، خروجی‌شان انظور که باید و...

روزنامه فرهنگی، اجتماعی، شهری و اقتصادی ایران، پنجشنبه ۲۴ بهمن ۱۳۹۸ | شماره ۲۵۹۲



**ویژه‌نامه جشنواره وب و موبایل ایران**

## دیروز و امروز سرمایه‌گذاری خطرپذیر در استارت‌آپ‌ها

گفت‌وگو با رادمان ربیعی، معاون سرمایه‌گذاری جسورانه گروه مالی فیروزه گروه مالی فیروزه از سال ۸۶ فعالیت خود را در ایران آغاز کرد. ۱۵ سال پیش با اینکه پای شرکت‌های بزرگ خارجی به ایران باز شده بود اما هنوز سرمایه‌گذاران خارجی به ایران نیامده بودند و حتی در بانک‌های بین‌المللی صندوق سرمایه‌گذاری تحت عنوان ایران وجود نداشت...



یادداشت رضا جمیلی

### سال سختی گذشت و سالی سخت‌تر در پیش است...

واقعیت این است که زندگی ما این روزها بر مدار پرحادثه می‌گردد. سالی پرخبر و پر از اتفاق را داریم به پایان می‌بریم. سال سخت ۹۸ که بارها در مورد آن هشدارها داده شده بود به ویژه برای کسب‌وکارها. حال‌این سال پر از چالش آخرین نفس‌هایش را می‌کشد. در حال عبور از سالی همتسیم که در عمر کمتر از دو دهه‌های فضای آنلاین کسب و کاری ایران؛ می‌توان آن را سخت‌ترین سال نامید. اما پرسشی که این روزها مطرح است اینکه سال ۹۹ چگونه خواهد بود؟ آیا باید منتظر گشایشی باشیم یا اینکه در کماکان بر همین پاشنه خواهد چرخید؟

استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای ایرانی مدت‌هاست که پذیرفته‌اند بر زمینی بنای کاروبارشان را گذاشته‌اند که مهم‌ترین ویژگی آن عدم قطعیت است؛ زمینی که هر روز و هر ساعت می‌تواند آستان حادثه‌ای یا خبری باشد که کلیت یک تجارت و بیزینس را تحت‌شعاع قرار دهد. در این فضا شاید بهتر باشد چند اصل را پیش‌رومان داشته باشیم تا با شوک‌هایی مشابه سال ۹۸ روبه‌رو نشویم.

#### ۱- امیدوار باشید اما خوش‌خیال نه!

مهم‌ترین درس سال ۹۸ این بود که آن‌ها که برای روزهای سخت بی‌برنامه باشند در منظومه کسب و کاری آنلاین ایران باقی نخواهند ماند. منظور از روزهای سخت، روزهای کم‌مشتري نیست، منظور روزهای بی‌انترنیتی و بی‌پاسخ‌گویی است. روزهایی که به یکباره دسترسی به ابتدایی‌ترین ابزارهای کسب و کار آنلاین از شما دریغ می‌شود و باید با چنگ و دندان آنچه ساخته‌اید را زنده نگه دارید. این مهم‌ترین آموخته ما از سالی است که کم‌کم وارد ماه پایانی آن می‌شویم. سالی که به ما یاد داد بیشتر امیدهای گذشته چیزی جز خیال باطل نبوده و به جز ساختن و برپا کردن یک کسب و کار باید برای بی‌گزند ماندن آن از دست تیرهای غیب هم برنامه داشته باشیم.

#### ۲- مسئولان را به حال خود بگذارید

یکی از بهترین جنبه‌های سال ۹۸ این بود که برای همه ما روشن و مسلح شدن به چندان نیاید به حمایت‌ها و شعارهای مسئولان دولتی و نیمه دولتی در روزهای آرام توجهی کرد. عیار حمایت‌های آن‌ها که داعیه پشتیبانی از اکوسیستم کسب‌وکارهای آنلاین ایران را داشتند در پاییز ۹۸ روشن شد. کسانی که به یکباره از فضاهای مجازی خود را کنار کشیدند و صاحبان کسب و کارهای نوپا را با مشتریان ناراضی و هزینیه‌های تحمیل‌شده ناگهانی، تنها گذاشتند. بارها در مورد دولتی شدن اکوسیستم کسب‌وکار نوآورانه ایران هشدار داده شده بود. اینکه نباید اجازه داد دولتی‌ها خط و ربط و مسیر آینده این فضا را مشخص کنند. اینکه تجربه‌های گذشته نشان داده مدیران دولتی گزینه‌های مناسبی برای راهبری تمام‌عيار یک فضای نوآورانه نیستند. اعتمادی که این اکوسیستم در مسئولان دولتی داشت در پاییز که گذشت به شدت کاهش‌دهنده شد و فعالان استارت‌آپی متوجه شدند بیشتر از آنچه فکر می‌کنند در این فضا تنها هستند و باید دست روی زانوی خودشان بگذارند و بر خیزند و از این روزهای سخت عبور کنند.

#### ۳- با موج دوم اکوسیستم استارت‌آپی همراه شوید

کم‌کم در حال نزدیک شدن به ۱۰ سالگی اکوسیستم استارت‌آپی ایران با مبدا سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده روی استارت‌آپ‌ها هستیم. شاید ۱۰ سالگی این فضا را باید فرصت مناسبی برای بازیگری در روندها و آینده این فضا دانست. دهه اول برای این فضا دهه آزمون و خطا و تجربه‌گری در حوزه‌های ددم‌دستی و امن بود. اما حالا می‌توان اذعان کرد که با شروع دهه دوم عصر فضای استارت‌آپی ایران، وقت آن رسیده که موج دومی از نوآوری در کسب و کارهای ایرانی اتفاق بیفتد. موجی که می‌تواند با نزدیک کردن فاصله خود بسا روندهای جهانی از یک سو و همراه کردن بخش‌های دیگری از اقتصاد سنتی که هنوز تن به نوآوری نداده‌اند، فرصت‌ها و بازارهای تازه‌ای برای خود دست‌پا کند. در این موج دوم مسئولان دولتی هم برز استارت‌آپی‌ها می‌خواهیم بود که هم در نوآوری و فناوری آن‌ها بیشتر است و هم کمی دور از فضای خردده‌روشی آنلاین و خدمات فعلی استارت‌آپ‌های بزرگ، میدان بازی خود را تعریف خواهند کرد. برندگان اصلی دهه دوم اکوسیستم استارت‌آپی ایران کسانی خواهند بود که به موقع با این موج همراه شوند و با دور شدن از تجربه‌های تکراری و اشباع‌شده فعلی، دست به ریسک‌های بزرگ‌تری بزنند. البته که باید امیدوار بود کلیت این فضا تحت تأثیر اتفاقاتی مشابه آنچه در سال ۹۸ رخ داد در معرض خطر قرار نگیرد.

#### ۴- و اما سال ۹۹...

با تمام امیدواری‌هایی که هر صاحب کسب و کاری باید همیشه در کار و زندگی‌اش داشته باشد دوست دارم بگویم و بنویسم که پیش‌بینی من این است سال آینده سالی سخت‌تر برای کسب‌وکارهای آنلاین خواهد بود. ایسن پیش‌بینی هرچقدر هم احتمال اشتباه از آب درآمدنش زیاد باشد این خوبی را دارد که عده‌ای هرچند معذور را به فکر وادارند برای نجات و راهبری در سخت‌تر کسب و کارشان از همین حالا کاری کنند. من هم امیدوارم سال ۹۹ سال گشایش در جنبه‌های مختلف زندگی و کسب‌وکار ایرانی‌ها باشد، اما تجربه ۹۸ به ما می‌گوید باید کمی منطقی و واقع‌بین بود و برای روزهای دشوارتر هم آمادگی داشته باشیم. این واقعیتی ناخوشایند است اما شکی نیست بی‌اعتنایی به آن حسرت‌هایی بزرگتر از آنچه در ماه‌های گذشته تجربه کردیم بر دل ما خواهد گذاشت.



## ۱۰۰ تندیس برای سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها

رقابت دوهزار وب‌سایت و اپلیکیشن در جشنواره دوازدهم وب و موبایل ایران

مسعود شاه حسینی | کسب‌وکارهای آنلاین فضا می‌خواهند و حمایت، دیده‌شدن و توجه، اگر سکوئی پر تاپ نباشد، دست‌کم کمترین انتظاری است که استارت‌آپ‌ها از دولت و سیاست‌گذاران و در بعدی حیاتی‌تر، از سرمایه‌گذاران دارند. داستان مجوزها، قوانین و مقررات و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی برای کسب‌وکارهای آنلاین و اتحادیه‌ها و انجمن‌های آن‌ها، قصه پر غصه‌ای است که سال‌ها و بلکه دهه‌هاست همه درگیر آنند. داستانی که سر دراز دارد و جای کار بسیار. با همه این‌ها، از ۱۲ سال پیش که ایده برگزاری رویدادی با محوریت استارت‌آپ‌های حوزه وب شکل گرفت و بعدها هم با جشنواره موبایل ادغام و یکی شد، فعالان این دو عرصه دور همدیگر جمع می‌شوند تا از ایده‌ها و فکرهای جدید و نوس، رونمایی کنند و فرصت و زمینه را برای حمایت از استارت‌آپ‌های برتر فراهم کنند. «جشنواره وب و موبایل ایران» فارغ از کم و کاستی‌ها و ضعف‌ها و گله‌هایی که هم نمی‌نستند، در دوره دوازدهم خود بعد از عبور از هفت شهر، حالا به ایستگاه پایانی رسیده است. جشنواره‌ای که امسال شعار «ایران فقط تهران

#### نیت‌نام دوهزار و ۸۳۷ سرویس آنلاین

انتظور که برگزار کنندگان رویداد سال ۹۸ وب و موبایل ایران می‌گویند، هدف از برگزاری جشنواره، ایجاد پل ارتباطی و در اکوسیستم کارآفرینی آنلاین و شناخت بیشتر است. شایان شلیله، از بنیانگذاران این جشنواره در نشست خبری پیش از برگزاری مراسم احتمالمیه گفت: «هدف جشنواره وب و موبایل ایران توسعه فضای کسب‌وکارهای آنلاین است. ما می‌خواهیم پلی ارتباطی میان فعالان اکوسیستم و نسل قدیم و جدید حوزه کارآفرینی برقرار کنیم و به استارت‌آپ‌های نوپا برای بیشتر شناخته‌شدن کمک کنیم و در کنار آن زمینه برای استارت‌آپ‌هایی که چندین سال است فعالند و نیاز به جلب اعتماد عمومی دارند، صورت گیرد.» دوهزار و ۸۳۷ اثر برای حضور در جشنواره نیت‌نام کرده بودند اما در نهایت از میان آن‌ها تنها دوهزار و ۱۲۱ اثر واجد شرایط و استانداردهای لازم برای شرکت در جشنواره تشخیص داده شد.

#### استار تاپ گردشگری

### خیز بلند جاجیگا برای تصاحب ۲۰ درصد بازار

آنلاین اقامتگاه مورد علاقه خود را انتخاب و واپر زرزور نیز به صورت خودکار دریافت کنند. جاجیگا در حقیقت بستری فراهم کرده که از یک طرف میزبانان می‌توانند پس از ثبت اقامتگاه و طی کردن مراحل تأیید میزبانی، خدمات اقامتی خود را به گردشگران عرضه کنند و از دیگر سو گردشگران می‌توانند به راحتی به تنوع بی‌نظیری از اقامتگاه‌های مردمی که میزبانان و صاحبان اقامتگاه‌ها ثبت می‌کنند، دسترسی داشته باشند و پس از مطالعه و مقایسه ویژگی‌های اقامتگاه‌ها، اقامتگاه منتخب خود را به صورت آنلاین رزرو کنند. در حال حاضر حدود ۷۰ شهر در ۲۰ استان در جاجیگا پوشش داده شده‌اند و تمرکز اقامتگاه‌ها بیشتر در استان‌های شمالی است. همچنین حدود ۱۲۰۰ اقامتگاه فعال در جاجیگا ثبت شده‌اند و از زمانی که جاجیگا کار خود را شروع کرده است، حدود ۱۸۰ هزار کاربر از آن بازدید داشته‌اند. ثبت و انتشار اقامتگاه‌ها در جاجیگا رایگان است، تنها هنگامی که اقامتگاهی رزرو می‌شود، کارمزد جاجیگا از صورت‌حساب رزرو کسر می‌شود.

داده‌های رسمی‌ای درباره حجم و گردش مالی بازار اقامتگاه‌های بوم‌گردی وجود ندارد. با این حال برآوردها در زمینه اجاره روزانه ویلا، سوئیت، منزل میله و سایر انواع اقامتگاه‌ها حول و حوش هزار میلیارد تومان در سال است که جاجیگا می‌خواهد یک پنجم این بازار پرکشش را نصیب خود کند. سهرابی در این باره می‌گوید: «چشم‌انداز جاجیگا دست‌نهایی به سهمی ۲۰ درصدی از بازار رزرواسیون آنلاین اقامتگاه‌های خصوصی و مردمی است که تا چهار سال آینده به آن



دست می‌یابیم.» در سه سالی که جاجیگا کار خود را شروع کرده، با اینکه نام آن در زمره یکی از بازیگران کلیدی پلتفرم‌های رزرو آنلاین قرار گرفته، سنگ‌ها و موانع پیش‌پای آن استارت‌آپ هم کم نیست. موانعی که اگر پای صحبت‌های فعالان استارت‌آپی بنشینیم، سیاه‌های بلندبالا می‌شود. بوروکراسی پیچیده و دشواری‌های دریافت انواع مجوز، مواردی است که سهرابی معتقد است سرعت رشدشان را گرفته است. او توضیح می‌دهد: «به طور کلی سازمان‌های مرتبط در حوزه گردشگری به‌روز نیستند و همگام با رشد پرتابند در حوزه استارت‌آپ حرکت نمی‌کنند و اکثر قوانینی که براساس آن در حال حاضر تصمیر گرفته می‌شود، مربوط به سال‌های گذشته است که نیاز به بازنگری جدی دارد.» به زعم بنیانگذاران جاجیگا و اعداد و ارقام، و مهمتر از همه این‌ها باز خوردهای عمومی، جاجیگا کارنامه موفق‌تری از خود به جا گذاشته و مسیر رو به رشد خوبی را هم تجربه کرده است. حالا موسسان این استارت‌آپ در حال مذاکره برای جذب سرمایه‌گذار هستند تا فعالیت‌های خود را به واری مرزها و کشورهای دیگر هم گسترش دهند. ایده‌ای بلندپروازانه که سهرابی معتقد است اگر همه‌چیز خوب پیش برود، به زودی به آن دست می‌یابند.









# تغییر معادلات آموزش آنلایین با نماتک

## استار تاپ نماتک روی ایده آموزش تخصصی حوزه صنعت دست گذاشته و عملکردی فراتر از انتظار داشته است

هنوز مانده تا بازار آموزش آنلایین به حد و اندازه رقبای سنتی قدر و قدرتی که سال‌هاست پول‌های کلان در می‌آورند، برسد. چندین سال است استار تاپ‌ها و کسب و کارهایی وارد این بازار شده‌اند و با آنکه دوره‌های شتابدهی را نیز تجربه کرده‌اند، خروجی‌شان آنطور که باید و شاید راضی‌کننده نبوده است. در این میان البته استثناهایی هم مثل نماتک وجود دارد. استار تاپی که سال گذشته یک میلیارد تومان فروش داشته و به گفته دو بنیانگذار برقی خوانده آن، راز اصلی موفقیت‌شان پیاده کردن مدل جدید در عرصه آموزش مهارت‌های آنلایین است. نماتک که کار خود را با فروش تجهیزات صنعتی و تهیه کلیپ ویدیوی‌های کوتاه آموزشی و نقد و بررسی محصولات و برگزاری کارگاه آموزشی شروع کرد، حالا به استار تاپی موفق تبدیل شده که برنامه‌های بلندپروازانه زیادی هم در سر بنیانگذاران آن می‌گذرد. اعداد و ارقام می‌گویند این کسب و کار به‌زودی فروش ۱۰میلیارد تومان را هم رد خواهد کرد.

### دغدغه ارتقای صنعت کشور

کاری که نماتک انجام می‌دهد و همان هم آن را متمایز و در کانون توجه قرار داده، کیفیت آموزش هاست. آموزش‌های آکادمیک و دانشگاهی در آموزشگاه با مدرسانی شناخته شده و خیره‌شاغل در صنعت، برای آموزش‌های اتاق‌های فکر ستاروی نوشته می‌شود و محصول نهایی مثل فیلم‌های سینمایی از آب درمی‌آید. مجید گودینی، یکی از بنیانگذاران نماتک نقطه قوت این استار تاپ را در اصلی به نام انتقال تجربه می‌داند و می‌گوید: «هدف اولیه و دغدغه اصلی نماتک صنعت کشور است. آموزش در حوزه صنعت برای ارتقای صنعت کشور چرا که باید دانست که کارخانه بزرگ، متوسط و کوچک به چه جنس آدم و مهارتی نیاز دارد تا خطوط تولید با مهارت‌های نیروهای کار راه بیفتد. در نماتک متناسب با این هدف دوره آموزشی طراحی و عملیاتی می‌شود.» نماتک با این شعار که «مهارت برای رشد کافیتست» بر تولید محتوای آموزشی در زمینه‌هایی چون اتوماسیون صنعتی، الکترونیک، ابزار دقیق، تابلوی برق، بازرسی جوش، ساخت‌وساز و ساختمان و... متمرکز شده و سعی کرده تا افراد در کوتاه‌ترین زمان، مهارت‌های کاربردی در صنعت را بیاموزند. به گفته گودینی، در نماتک یک چشم‌مان به صنعت است که چه نیازی دارد و متناسب با آن به جست‌وجوی بهترین اسناد پرداخته می‌شود تا ادامه راه ممکن شود؛ راه تربیت کارشناسان ماهر و تبدیل نقطه ضعف به قوت.

### پیوند مهارت و رشد

نماتک از ایده‌ای دو نفره حالا به تیمی ۵ نفره تبدیل شده که صدها نفر هم به صورت غیر مستقیم با آن همکاری می‌کنند. استار تاپی که نقاط قوت و تمایز آن بسیارند: نیازمندی‌ها، دسترس پذیری، اساتید برتر و آموزش حرفه‌ای و بی‌پایان، کسب و کاری که در انتخاب جامعه هدف خود هم برنامه خاصی دارد. مجید برمایون دیگر موسس استار تاپ نماتک با تاکید بر اینکه در کسب و کارشان می‌خواهند گامی هم برای اصلاح فرهنگ مدرک‌گرایی بردارند، می‌گوید: «سه سگمنت آموزشی در نماتک دنبال می‌شود؛ دسته اول دانش‌آموزان و دانشجویان هستند که در رشته‌های فنی و مهندسی درس می‌خوانند. دسته دوم مدرک‌گراها هستند و دسته سوم هم افرادی هستند که در صنعت تجربه دارند و خلأ مهارتی را حس می‌کنند.» به گفته بنیانگذاران نماتک، در دنیای امروز اهمیت مهارت نگاه‌ها را به مدرک عوض کرده و کارفرمایان دیگر

بومیان این است که برای فردی که مهارتی دارد و قصد دارد مهارت بیاموزد، مفید خواهد بود. اساس درآمد هم از همین ویدئوهاست منتها ویدئوهایی که به صورت بسته‌های جامع به فروش می‌رسند. بازار آموزش الکترونیک در ایران ارزشی معادل حدود ۲۴۰ میلیون دلار دارد؛ بازاری جامع که شامل ویدئو، یادکست و وب‌سایت و... می‌شود. نماتک گرچه با بازارهای برقی شروع کرد و حالا به مکانیک، شیمی، متالورژی رسیده، در تمام این مدت با تمرکز بر حوزه آموزش‌های فنی، رشد فوق‌العاده‌ای را تجربه کرده است. آن هم در بازاری به ارزش ۱۰میلیون دلار که در خوشبینانه‌ترین حالت فقط ۵درصد آن پوشش داده شده است. سهم نماتک از این بازار حدود ۲۰درصد از رقبا بیشتر است. ارزش افزوده‌ای که این استار تاپ سال ۹۶ به‌دست آورده، یک و نیم میلیارد تومان معادل یک درصد بازار بوده است. مطابق داده‌های گزارش عملکردی که بنیانگذاران نماتک داده‌اند این استار تاپ سال گذشته حدود ۱۰۰ میلیون تومان فروش داشته که این رقم امسال به یک میلیارد تومان رسیده و برآورد می‌شود این روند سال آینده هم با تکیه بر بازاریابی دیجیتال مارکتینگ استمرار یابد و فروش ۱۰ میلیارد تومانی محقق شود. مشخص نیست در آینده سهم نماتک از بازار آموزش آنلایین ایران چه خواهد بود اما بنیانگذاران آن مدل استار تاپی را در سر می‌پروراند که براساس آن اندازه کسب و کارشان هر شش ماه باید دو برابر شود. برمایون در این باره می‌گوید: «برنامه ما این است که هر سال، چهار برابر بیشتر از بازار سهم بگیریم.» گرچه در بازاریابی و تبلیغات، تمرکز اصلی تیم نماتک بر سئو است، از دیگر روش‌های تبلیغات هم استفاده می‌شود. از پخش تراکت گرفته تا دادن تبلیغ به سایت‌ها، کانال‌ها در فضای مجازی و برگزاری همایش و حضور در نمایشگاه‌ها.

### سرمایه‌گذاری بر استار تاپ از سود حاصله

جس کار استار تاپ نماتک زیرساخت‌محور و تجهیز محور است. با اینکه تولید محتوا در حوزه آموزش آنلایین با هزینه‌های نسبتاً بالایی که برای جذب اساتید و اداره استودیو و تیم‌های فیلمبرداری و تدوین و... روزانه و ماهانه صرف می‌شود، نماتک نه تنها سرمایه‌ای از بیرون جذب نکرده، از نقطه سر به‌سری هم گذشته است. گودینی در این باره می‌گوید: «از روز اول متناسب با سرمایه‌ای که داشتیم گام برداشتیم. نقطه سر به‌سری را هم رد کردیم و به درآمذایی رسیدیم. هر ماه که در آمدمان طبق عرضه محصولاتمان بیشتر شده، سرمایه را به بیزینس برگردانیم و زیرساخت‌ها و کسبوکارمان را قوی‌تر کردیم.» در این استار تاپ هزینه‌ها متفاوت است و پرداخت‌ها هم به پرسنل و سهامداران به صورت درصدی از فروش و سود است. برمایون در این باره چنین توضیح می‌دهد: «حدود ۲۰درصد درآمدها صرف هزینه‌های پرسنلی می‌شود، ۱۵ تا ۲۰درصد هم به اساتید اختصاص می‌یابد و بخشی هم صرف مارکتینگ می‌شود. آنچه باقی می‌ماند به سیستم برمی‌گردد و سرمایه‌گذاری می‌شود تا رشد دردی ماه بعد محقق شود و فرآیند رشد سرعت بگیرد.»

### در جست‌وجوی «سرمایه‌گذار رشد»

چالش‌ها و گرفتاری‌های استار تاپ‌ها در کشور ما یکی دو تا نیست. نماتک هم با اینکه از جمله استار تاپ‌های موفق است که در فصل‌های مختلف به نقشه راه ترسیمی خود دست یافته، با معضلاتی روبه‌روست. از چالش انتقال تجربه گرفته تا انتخاب افراد با تجربه و جذب تجربه که این آخری در بسیاری از کسب و کارهای نو مانعی اساسی است. با این وجود اما بنیانگذاران نماتک معتقدند مسیر شان را ادامه می‌دهند و اگر رشد سرمایه‌گذار جذب می‌کنند. سرمایه‌گذاری که به رشد کسب و کارشان کمک و پایداری‌شان را حفظ کند چیزی که برمایون درباره آن چنین می‌گوید: «درست است که سیستم ما به‌صورت کارگیک رشد می‌کند و بالا می‌آید اما ما دنبال یک سرمایه‌گذار اسمارت هستیم که در همه زمینه‌ها به ما کمک کند. پول هست اما مهم این است که بتواند به رشد کسب‌وکارمان کمک کند.»



# سلامی گرم به اساتید

## نگاهی به آخرین تحولات «استادسلام» که نغمه عقیلی بنیان‌گذار آن است

**مهر مهرداد |** استادسلام پلتفرم آنلایین آموزشی است که استاد و شاگرد را به یکدیگر معرفی می‌کند و خدمات آموزشی را که شاگرد برای یادگیری و استاد برای یاد دادن، به آن نیاز دارد، فراهم می‌کند. استادسلام با بیش از ۴۰هزار استاد، در رشته‌های گوناگون مانند ریاضی، زبان، تکواندو، قلاب‌بافی، نرم‌افزارهای طراحی سایت، زبان‌های برنامه‌نویسی و درس‌های مهندسی و... دوره‌های آموزشی برپا می‌کند. هر استادی از هر شهری حتی دورترین مناطق ایران می‌تواند در سایت استادسلام ثبت‌نام کند تا هم برای خود و هم دیگران ارزش آفرینی کند. استادسلام با طراحی مناسب، جایگاه بسیار خوبی در موتورهای جست‌وجو از جمله گوگل دارد و پاسخ‌گوی نیازهای کاربران در زمینه آموزش، استاد و کلاس درس است. نغمه عقیلی‌فرد، بنیان‌گذار استار تاپ استادسلام است. او دغدغه اصلی استار تاپ‌اش را کمک به آموزش و تدریس خصوصی در کشور می‌داند. از نظر او، آموزش تنها درس نیست، بلکه مهارت نیز هست. او اعتقاد دارد، اگر جوینده‌ای در هر کجا تمایل به آموختن دانش، حرفه یا مهارتی اعم از کارهای هنری، خدماتی، فنی، درس‌های مدرسه و دانشگاه دارد، با مراجعه سریع و ساده به سایت استادسلام می‌تواند با استادان و آموزشگاه‌ها ارتباط برقرار کند و فرآیند تدریس را به هر شیوه که تمایل دارد، بگذارد.

### استادسلام چه می‌کند

برای گرفتن معلم خصوصی از سایت استادسلام، دو روش برای کاربران در نظر گرفته شده است.

روش اول این است که به عنوان مثال، کاربر برای درخواست تدریس خصوصی ریاضی مسال نهم و حسابان، آن را در بکس جست‌وجو سرچ می‌کند. همان‌طور که کاربر در حال تایپ است، لیست درس‌های مختلف و شبیه آن نمایش داده می‌شود، بعد از انتخاب کلیدواژه مورد نیاز خود، کلید جست‌وجو را می‌زند، لیست معلم‌ها که ستاره هم دارند، در تب بالا به‌صورت ردیفی نمایش داده می‌شوند. حال روی هر گزینه کلیک کند، یک صفحه باز می‌شود که شماره معلم هم در آن درج شده است. البته باید روی دکمه نمایش شمار، کلیک کند.

در روش دوم، استادسلام برای متقاضیان معلم پیدا می‌کند. به این صورت که در جست‌وجو برای درس‌های خاص تر مثل تدریس خصوصی فیزیک، ممکن است شماره معلم‌ها درج نشده باشد، تیم پشتیبانی استادسلام، معلم و کاربر را برای تدریس خصوصی با هم هماهنگ می‌کند. فقط کافی است در تب بالای سایت، دکمه «رزرو معلم خصوصی» را بزنند و با پر کردن فرم خیلی کوتاهی، معلم حرفه‌ای و با‌متمایز و تجربه بالا برای کاربر هماهنگ می‌شود. اگر هم درخواست معلم خصوصی آنلایین داشته باشند، راه‌های ارتباطی با معلم برای آن‌ها فعال می‌شود.

### چرا از استادسلام استفاده کنیم؟

برای کاربرانی که قصد گرفتن معلم خصوصی دارند شاید دغدعات اول سخت باشد که با معلم منزل خود یا منزل او برای تدریس قرار بگذارند، بنابراین می‌توانند با ورود به صفحه «جاره کلاس» در سایت، یک آموزشگاه نزدیک به هر دو نفر (شاگرد و معلم) را پیدا و کلاس را با مبلغی معقول رزرو کنند. مزیت دوم استفاده از خدمات سایت آنلایین استادسلام این است که کاربران در شرایط بد جوی، ترافیک، آلودگی هوا و

معلم خصوصی  
استاد سلام!  
OSTAD SALAM!  
www.ostadsalam.ir  
ostadsalam

زبان انگلیسی  
تخصصی  
ریاضی  
چینی  
تدریس آنلاین  
پایانو  
فوتبال بازی

## انقلابی در آموزش

اینترنتی، در لوکیشن‌های مختلف و فیلم‌های مختلف خدمات و محصولاتشان دیده شوند. در عین حال ابزارهای مکملی هم وجود دارد که صاحبان مشاغل وب‌سایت‌ها ما از سمت هیچ نهاد و ارگانی حمایت نمی‌شود. تا به امروز هم سرمایه‌گذاری جذب نکردیم. در سال‌های اخیر فعالیت‌هایی برای کسب‌وکارهای اینترنستی آغاز کردیم مثل انتشار پورتال‌آگهی، تبلیغات همسان و بنری، بکلینک‌ها. که بخشی از هزینه‌های ما را تامین می‌کند. البته یک پلتفرمی در اواخر اسفند راه‌اندازی می‌کنیم که اوایل سال ۹۹ رسماً رونمایی می‌شود. این پلتفرم به کسب و کارها کمک می‌کند که خودشان را به جامعه هدفشان معرفی کنند. در این پلتفرم ابزارهایی در اختیار صاحبان مشاغل قرار می‌دهیم تا درامدشان را افزایش دهند و در صنف خود در جست‌وجوهای سازمان‌های بزرگ‌تر مثل

اطلاع‌رسانی است، نیاز است مخاطب از اخبار روز مطلع باشد. تمام حوزه‌های اطلاع‌رسانی ما بخش خبری دارند. برای مثال، در بخش خودرو به‌جز اینکه در مورد خرید و تعمیر و... تولیدمحتوا می‌کنیم، اخبار این حوزه را هم پوشش می‌دهیم. در تک‌تک بخش‌ها به‌جز تولیدمحتوا در حوزه‌های مختلف، اخبار مربوط به حوزه‌ها را هم اطلاع‌رسانی می‌کنیم. «**در مورد جامعه هدف و مخاطبان خود بگویید.**» مخاطبان آسمونی روزانه هستند. ۳۰ هزار مخاطب روزانه داریم که در طول زمان براساس اتفاقات مختلف تغییر کرده است و نمی‌توان میزان رشد بر آن را در نظر گرفت، چون با ظهور شبکه‌های اجتماعی و گوشه‌های هوشمند مخاطبان ماربیزش کردند. «**با چه جالب‌هایی مواجه بودید؟**» مهم‌ترین چالش که ما داشتیم بحث تأیید به‌های سازمانی بود. پس از حدود ۱۰ سال، تازه اسمال توانستیم این مراحل را پشت‌سر بگذاریم، چون نوع فعالیت ما برای خیلی‌ها ناآشناست. با ارتباط با سازمان‌های بزرگ‌تر مثل

وب‌سایت‌های زیادی طراحی کردیم تا بتوانیم اطلاع‌رسانی را در شاخه و حوزه‌های تخصصی گسترش دهیم، اما کمی که پیش رفتیم، دیدیم این کار با برندهای مختلف، قابل اجرا نیست، بنابراین همه را روی پورتال آسمونی آوردیم. «**تیم وب‌سایت آسمونی چند نفر هستند؟**» اعضای تمام‌وقت و پاره‌وقت تیم ۳۰ نفر هستند، البته ۲۰۰ مخاطب فعال هم داریم که در توسعه وب‌سایت به ما کمک می‌کنند. اعضای تیم در چند گروه دسته‌بندی شده‌اند؛ یک گروه در حوزه فناوری که در زمینه اطلاعات روز، معرفی گجت‌ها، پوشش نمایشگاه‌های فناوری و هر آنچه در دنیای تکنولوژی برای علاقه‌مندان این حوزه جذاب است، تولیدمحتوا می‌کنند. همچنین در حوزه ورزش کارشناسان زبده در این حوزه به ما همکاری دارند. در حوزه فیلم و سینما هم از منتقدان بنام این حوزه استفاده می‌کنیم. همین‌طور در زمینه سبک زندگی تولید محتوا داریم که اعضای این تیم شامل نویسندگان، پزشکان هستند، در کنار بحث تولیدمحتوای تخصصی و عمومی، در حوزه خبر هم فعالیت می‌کنیم و اخبار ایران و جهان را پوشش می‌دهیم. در انتشار اخبار سعی می‌کنیم از منابع خبری موق استفاده کنیم. «**کار خبری هم انجام می‌دهید؟**» خبرگزاری نیستیم، اما چون پایه وب‌سایت در حوزه

## اطلاعات برای همه

### سعید زنگنه از آسمونی می‌گوید

استار تاپ آسمونی توسط سعید زنگنه، راه‌اندازی شده است. او ۳۳ ساله است و دانش آموخته کارشناسی کامپیوتر. سعید زنگنه سال ۸۲ که فقط ۱۶سال داشته دغدغه اطلاع‌رسانی به مردم در حوزه‌های مختلف مثل پزشکی، ورزشی، فیلم و... را داشته. بنابراین تصمیم می‌گیرد در کنار کلاس و مدرسه وب‌سایت آسمونی راه‌اندازی کند. وب‌سایت آسمونی این امکان را برای مخاطبان عام و خاص خود به‌وجود آورده است که به راحتی به اطلاعات مورد نیاز خود در حوزه‌های مختلف، دسترسی داشته باشند.

«**ایده آسمونی چگونه شکل گرفت؟**» زمانی که دبیرستانی بودم، موتور جست‌وجوی خوبی نبود و در یاهو سرچ می‌کردیم و اطلاعاتی نبود و اگر اطلاعاتی هم پیدا می‌شد، سایت‌های اسپم و روبات‌های خبری بودند که عملاً نتیجه‌ای حاصل نمی‌شد و من خلا کمبود اطلاعات را کاملاً حس کرده بودم که تصمیم گرفتم سایتی طراحی کنم تا با تولیدمحتوا در حوزه‌های مختلف، مردم به اطلاعات مورد نظر خود دست یابند. البته الان سایت‌های مختلف خبری و اطلاع‌رسانی خیلی زیاد شدند، ولی کامکان این مشکل وجود دارد. به‌عنوان مثال، زمان قطعی اینترنت سایت‌های خبری از دسترس خارج شدند و موتور جست‌وجوی ایرانی وجود نداشت که مشکل مخاطبان را حل کند. ما به دنبال این هستیم محتوا و اطلاعات موجود در وب‌سایت را دسته‌بندی کنیم تا افراد به راحتی موضوعات مورد نیازشان را سرچ کنند.

«**وب‌سایت آسمونی چه خدماتی ارائه می‌کند؟**» آسمونی به‌عنوان اولین پورتال جامع اینترنستی و رسانه‌ای به‌صورت روزانه در بخش‌هایی مانند کسب‌وکار، سینما، ورزشی، فناوری، دکوراسیون، گردشگری، اطلاعات شهری، مد و زیبایی، دین و اندیشه، فرهنگ و هنر، سبک زندگی و... تولیدمحتوا می‌کند. همچنین خبرهای هر بخش را پوشش می‌دهد. یکی از بخش‌های اصلی شرکت آسمونی، بخش کسب‌وکارها و نیازمندی‌هاست، در این بخش مدیران مشاغل و اصناف مختلف می‌توانند کسب‌وکار خود را به‌صورت هدفمند در تمام بخش‌های وب‌سایت به‌یازدید کنندگان نمایش دهند که این موضوع باعث جذب جامعه هدف مورد نظر و مدیران کسب‌وکارها می‌شود. «**برای ارائه بهتر خدمات خود چه راهکارهایی اندیشیده‌اید؟**» در این سال‌ها وب‌سایت را گسترش دادیم، همچنین