مایکروسافت با درآمد ۵۱/۷ میلیارد دلاری رکورد زد

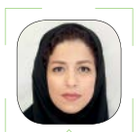
درآمد تجارت ابری مایکروسافت در دومین فصل سال مالی ۲۰۲۲ به ۲۲/۱ میلیارد دلار رسید. این دومین باری است که درآمد فصلی واحد خدمات ابری از ۲۰ میلیارد دلار می‌گذرد. مایکروسافت در مجموع در این فصل ۵۱/۷ میلیارد دلار درآمد داشته که یک رکورد محسوب می‌شود و خدمات ابری بخش بزرگی از این درآمد را شکل داده است. درآمد خالص مایکروسافت ۱۸/۸ میلیارد دلار برآورد شده که نسبت به بازه زمانی مشابه پارسال ۲۱ درصد بیشتر شده است. / دیجیاتو

فراخوان صاحبان ایده و محصول با محوریت دستیاری زنان

خانه خلاق و نوآوری تبیان در راستای حل مسائل، شبکه نیازها و مسائل زنان، اقدام به برگزاری رویداد عصر زنان کرده است. این رویداد در شش محور دستیاری زنان در نقش‌آفرینی در جامعه، تعارضات بین‌نقشی، حفظ سلامت فردی، تسهیل فرزندآوری، شکوفایی توانمندی‌ها و تفریح و اوقات فراغت برگزار خواهد شد. صاحبان ایده در حوزه زنان و افراد علاقه‌مند به حوزه زنان و کسب‌وکارهای نو و شرکت‌های خلاق می‌توانند ایده‌ها و محصولات خود را برای شرکت در این رویداد ارسال کنند. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

پیش از ورود کسب‌وکار به هر بازار باید نکات مختلفی برای شناسایی درنظر گرفته شود

۱۴ قدم تا شناسایی بازار جدید



عسل اخویان طهرانی
دانش

عرضه محصول یا خدمات جدید به بازار یا عرضه محصولی که موجود هست در بازاری بکر ممکن است حرکتی قدرتمند به‌نظر برسد اما با توجه به بازار پرنوسان داخلی و وضعیت بی‌ثبات اقتصاد جهانی که هر لحظه ممکن است دچار تغییرات ناگهانی و غیرقابل پیش‌بینی شود، هر کسب‌وکاری باید پیش از ورود به بازار مورد نظرش به‌خوبی جوانب مختلف تأثیرگذار بر آن بازار را بسنجد و استراتژی دقیق و فکر شده‌ای را برای ورود به بازار درنظر بگیرد. موارد زیادی برای فکر کردن وجود دارد؛ آیا محصول یا خدمات شما با بازار هدف جدید سازگار است؟ چقدر سریع می‌خواهید در منطقه گسترش پیدا کنید و آیا توسعه کسب و کارتان با ارزش‌های شخصی و مأموریت‌هایی که برای کسب‌وکارتان تعریف کرده‌اید مطابقت دارد؟

اگر در مورد ظرفیت‌های توسعه‌ای کسب‌وکارتان هیجان‌زده هستید اما نمی‌دانید که آیا تصمیم درستی برای ورود به بازار گرفته‌اید یا نه، بهتر است ۱۴ موردی که از نگاه کارشناسان کسب‌وکار باید پیش از ورود هر کسب‌وکاری به بازار بررسی شود را مرور کنید.

برگرفته از: Forbes.com

۱ منابع داده‌های اطلاعاتی

برای رهبران کسب‌وکار مهم است که چارچوب خاصی برای نوع سؤالاتی که می‌خواهند با تحقیق و بررسی به آنها پاسخ دهند تعریف کرده باشند. علاوه بر این، آنها باید منابع و داده‌هایی را ترسیم کنند که می‌توانند به بهترین شکل اطلاعات مورد نیاز برای پاسخ به سؤالات‌شان را فراهم کنند و روند تصمیم‌گیری آنها را شفاف کنند. در واقع تعیین کردن منابع اطلاعاتی مناسب برای به‌دست آوردن اطلاعات مورد نیاز می‌تواند فرآیند تصمیم‌گیری را سریع‌تر و بهتر پیش ببرد.

۲ ارزش‌های تعریف‌شده

پیش از ورود به بازاری جدید این سؤال را از خود بپرسید: «آیا این تصمیم با ارزش‌های شخصی من مطابقت دارد؟» گرفتار شدن در دام جذابیت‌ها و بالا و پایین‌های یک فرصت تجاری بسیار ساده است. بیشتر رهبران کسب‌وکارها سریعا اهداف تجاری را پیش از بررسی‌های کامل و جامع تعیین می‌کنند و برای اجرای آن برنامه عملیاتی را در دستور کار قرار می‌دهند. به همین دلیل در بسیاری از مواقع ممکن است فراموش کنند که پیش از هر چیز باید زمانی را به بررسی این موضوع اختصاص دهند که آیا کاری که قرار هست انجام دهند ارزشش را دارد؟ آیا نتیجه حاصل از آن ارزش هزینه‌های مالی، زمانی، انرژی و... که برایش صرف می‌شود را دارد؟

۳ به دست آوردن سهم‌های کوچک

در ابتدا سهم کوچکی از بازار را از آن خود کنید. نشان دادن بازاری بزرگ با ظرفیت بالا برای ارائه خدمات یکی از راهکارهای مناسب برای دریافت حمایت‌های مالی است. با این حال به‌دست آوردن و موفقیت در بازاری بزرگ و جدید کار دشواری است. کارآفرینان نباید فرآیند تحقیق و شناسایی هدفمند یک بازار متمرکز و کوچک جدید را که در آن مشتریان مشخص با نیاز واضح برای هدف قرار دادن وجود دارد، نادیده بگیرند. به‌دست آوردن این موقعیت مطلوب، مرجعی برای گسترش سریع‌تر در بازار به‌وجود می‌آورد.

۴ جمعیت‌شناسی بازار محلی

هنگام ورود به بازارهای جدید، راهبران کسب‌وکارها در بیشتر موارد یا بخشی از تیم بازاریابی موجود در شرکت را برای این بخش اختصاص می‌دهند یا نیروهای جدیدی را برای این کار استخدام می‌کنند. در هر صورت درنظر گرفتن منحصر به فرد بودن و ویژگی‌های خاص هر بازار در هر حوزه‌ای ضروری است؛ به همین علت نمی‌توان با اطلاعات بازارهای دیگر وارد بازار جدیدی شد؛ این شامل جمع‌آوری اطلاعات مشتریان احتمالی، جمعیت‌شناسی، بینش بازار محلی و داده‌ها می‌شود. همچنین حصول اطمینان از این‌که اعضای تیم تجربه و پیشینه کافی برای این دارند که بتوانند به‌طور مناسب شناخت جمعیت بازار هدف را انجام بدهند، بسیار مهم است.

۵ در نظر گرفتن سیاست‌ها و قوانین

در نظر گرفتن شرایط و قوانین حاکم بر هر بازار، روند اخذ مجوزها و گواهینامه‌های مورد نیاز برای ورود محصول یا خدمات به بازار ازجمله زیرساخت‌هایی است که باید به‌طور دقیق پیش از ورود به هر بازار داخلی یا بین‌المللی مورد توجه قرار بگیرد. درصورتی که به قوانین و الزامات بازار اشراف کاملی نداشته باشید، نمی‌توانید با خیال راحت و بدون نگرانی از چالش‌های پیش‌بینی نشده فعالیت داشته باشید. برای دستیابی به این هدف باز هم نیاز است که تا پیش از تعیین بازار هدف، همسو بودن فعالیت‌ها و اهداف کسب‌وکارتان را با بازار درنظر گرفته باشید.

۶ مشتریان بالقوه

همه می‌دانند که باید فرصت‌های بالقوه کلی را در هر بازار جدید درنظر بگیرید، با این حال باید کمی عمیق‌تر به این بخش دقت کنید. شما همچنین باید شخصیت خریدار خود را شناسایی کنید. به این فکر کنید که خریدار هدف شما چه کسی است، از چه روش‌هایی باید با مشتریان بالقوه خود ارتباط برقرار کنید، آنها به چه چیزی علاقه‌مند هستند، چگونه به بهترین شکل به آنها دسترسی پیدا می‌کنید و چه پیام‌های سفارشی برای دستیابی بهتر به مشتریان باید به بازار وارد کنید.

۷ دریافت بازخورد کسب‌وکارهای مشابه

از نوع افرادی که استخدام می‌کنید گرفته تا بازاریابی، مدیریت کانال‌های بازار، استراتژی قیمت‌گذاری و معرفی محصول، تصور نکنید آنچه در یک بازار موفق عمل کرده است به‌طور خودکار در بازار دیگر نیز کارآمد خواهد بود. در نتیجه، باید تمام اقدامات مورد نیاز عرضه به بازار و مسیر ورود به بازار باید برای آن «بازار خاص» مجددا برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی شود. دریافت بازخورد از کسب‌وکارهای هم‌حوزه‌ای که از قبل در آن بازار تجارت می‌کنند، می‌تواند بینش ارزشمندی به شما به‌عنوان تازه وارد این بازار ارائه دهد.

۸ اطلاعات محلی

هوش محلی نکته مهمی برای موفقیت در یک بازار به شمار می‌رود. در بیشتر موارد، تنظیم بودن با شرایط هر بازار چالش‌هایی به دنبال دارد. این موضوع می‌تواند در دنیای امروز که بیشتر کسب‌وکارها به سمت دیجیتال شدن در حال حرکت هستند و فعالیت کسب‌وکارهای فیزیکی کمرنگ‌تر شده است، چالش برانگیزتر شود. گاهی اوقات عواملی وجود دارد که نمی‌توانید بدون حضور در آن منطقه شناسایی کنید. هرگز نباید از تماس با متخصصان صنعت محلی برای به دست آوردن بینش محلی بهراسید.

۹ خطرات احتمالی

بررسی و به دست آوردن درک کامل از تهدیدها و خطرات احتمالی تجارت در بازارهای جدید برای هر کسب‌وکاری ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. از فرهنگ رایج، بیماری‌های عفونی و حملات سایبری گرفته تا بحران‌های مالی و مقررات طاقت‌فرسا، فهرست تهدیدهای بالقوه طولانی و متنوع است. کمی کردن و درک بهتر از ریسک‌هایی که محتمل‌تر است خود را نشان بدهند، می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا هنگام کشف فرصت‌های رشد بتوانند به‌موقع اقدام کنند و فرصت‌سوزی نکنند.

۱۰ پیشنهاد منحصر به فرد

موارد واضحی که کارآفرینان به طور معمول پیش از ورود به هر بازاری مدنظر قرار می‌دهند اندازه بازار، متناسب بودن محصول یا خدمات، موانع ورود به بازار و نکاتی از این قبیل است. با این حال، آنچه فراتر از این ارزیابی‌ها باید در نظر گرفته شود، حق برنده شدن است. چرا مشتری هدف از شما خرید می‌کند؟ چه چیزی در مورد پیشنهاد شما منحصر به فرد است؟ چگونه برای مشتریان خود در این بازار ارزش قائل می‌شوید و آیا این ارزش با نیازها و رفتارهای خرید مشتریانی که هدف قرار داده‌اید، همسوست؟

۱۱ سرمایه

یکی از مواردی که کارآفرینان نباید از آن غافل شوند، در نظر گرفتن سرمایه‌هاست. تعداد سرمایه‌ها و منابعی که در اختیار دارید را دست کم نگیرید. برای مثال سرمایه‌های مالی و مردمی می‌تواند در موفقیت شما برای سرمایه‌گذاری در بازار جدید کمک شایانی کند. ظرفیت‌هایی که در اختیار دارید را به‌خوبی شناسایی و تلاش کنید بهترین بهره‌وری را از آنها به دست بیاورید.

۱۲ سازگاری محصول

از دیگر عوامل مهمی که هیچ راهبر تجاری نباید هنگام انجام تحقیقات برای ورود به یک بازار جدید نادیده بگیرد، تناسب بازار است. آیا محصول شما در بازار جدید بازتاب گسترده‌ای خواهد داشت؟ آیا جنبه‌های فرهنگی رایج در منطقه هدف را در نظر گرفته است؟ آیا بازگشت سرمایه قوی بر اساس داده‌های موجود در بازار جدید وجود دارد؟ آیا کانال‌های فروش شما همان کانال‌های فروش قبلی هستند یا باید متناسب با این بازار جدید تطبیق داده شوند؟

۱۳ روش‌های خرید متنوع

شما باید قبل از ورود به هر بازار جدیدی بدانید چگونه و چرا مردم در هر بازاری خرید می‌کنند. بسیاری از کسب‌وکارها با در نظر گرفتن شخصیت ایده‌آل مشتری و فرآیند فروش و تصور این که شرایط هر بازار با بازار دیگر همخوانی دارد، دچار چالش‌های زیادی می‌شوند. تفاوت‌هایی در استدلال خرید، چرخه خرید و هدف خرید در سراسر جهان وجود دارد. در برخی بازارها، برای مثال بازار چین، هنگام فروش به شرکت‌های دولتی، شرکت‌های چند ملیتی یا مصرف‌کنندگان، ممکن است تفاوت‌های ظریف محلی وجود داشته باشد و اگر این تفاوت‌ها را به‌خوبی نشناسید ممکن است دچار آسیب شوید.

۱۴ فروش تخصصی و تاکتیک‌های بازاریابی

برای بار دیگر باید تأکید کنیم با این فرض که اندازه بازار و تناسب محصول با بازار تأمین شده است، تصور نکنید تکنیک‌های فروش و بازاریابی که در بازارهای دیگر موفق بودند، در این بازار هم قرار است کار کنند. فرهنگ، نحوه خرید شرکت‌ها و نحوه تعامل مردم با فروشندگان مواردی است که باید حتما لحاظ شود. میانگین ارزش‌های سفارش و چرخه‌های فروش متوسط به طور قابل توجهی از بازاری به بازار دیگر در ابتدا و طول زمان متفاوت است. بنابراین باید همه چیز را از ابتدا برای ورود به بازار جدید برنامه‌ریزی کنید تا بتوانید درخشش مورد انتظارتان را در این مرحله کسب کنید.

درنظر گرفتن شرایط و قوانین حاکم بر هر بازار، روند اخذ مجوزها و گواهینامه‌های مورد نیاز برای ورود محصول یا خدمات به بازار ازجمله زیرساخت‌هایی است که باید به‌طور دقیق پیش از ورود به هر بازار داخلی یا بین‌المللی مورد توجه قرار بگیرد

با این فرض که اندازه بازار و تناسب محصول با بازار تأمین شده است، تصور نکنید تکنیک‌های فروش و بازاریابی که در بازارهای دیگر موفق بودند، در بازار جدید هم قرار است کار کنند

یک شرکت خلاق، موفق به طراحی پلتفرم خرید و فروش امن شد

یک شرکت خلاق، موفق به طراحی و تولید پلتفرم خرید و فروش تضمین شده و امن برای خریداران و فروشندگان شده است.

مدیرعامل شرکت تضمین‌اپ، در خصوص این پلتفرم توضیح می‌دهد: «این روزها بازار خرید و فروش‌های اینترنتی بسیار گسترده شده و سوءاستفاده و کلاهبرداری نیز افزایش یافته است، ما برای رفع آن پلتفرم تضمین‌اپ را طراحی و روانه بازار کرده‌ایم.»

شرکت خلاق تضمین‌اپ که در کارخانه نوآوری آزادی مستقر است، موفق به تولید پلتفرمی شده که برای تضمین سلامت معاملات حضوری و غیرحضوری مورد استفاده قرار می‌گیرد و با حمایت‌های پارک فناوری پردیس موفق به تجاری‌سازی این محصول شده است.

علی دانش، مدیرعامل این مجموعه می‌گوید: «این روزها بازار خرید و فروش‌های اینترنتی بسیار گسترده شده است. سوال اینجاست چه تضمینی برای عدم سوءاستفاده و کلاهبرداری در این حوزه وجود دارد؟ فروشندگان و خریداران در معاملات اینترنتی با چالش‌ها و دغدغه‌های فراوانی همچون عدم اعتماد خریدار به فروشنده، سوءاستفاده و کلاهبرداری، عدم تطابق سفارش با کالای دریافتی، پایبند نبودن فروشنده جهت تحویل به موقع کالا، رسیدهای پرداخت تقلبی، عدم شفافیت معاملات، فیشینگ و بسیاری موارد دیگر روبه‌رو هستند.»

به گفته دانش، تضمین‌آپ به عنوان اولین سرویس تضمین معاملات آنلاین و حضوری، برای جلوگیری از این دغدغه‌ها و مشکلات ناشی از جابه‌جایی‌های مالی ایجاد شده است. در این بستر امن، خریدار و فروشنده که شناختی از هم ندارند، با اعتماد کامل باهم معامله می‌کنند.

تضمین‌اپ چگونه به انجام معامله‌ای امن کمک می‌کند؟

دانش در مورد نحوه کاربری این پلتفرم توضیح می‌دهد: «محصول ما یک پلتفرم و سرویس آنلاین است. ما به افرادی که به صورت حضوری یا اینترنتی قصد انجام یک معامله دارند و به هم اطمینان ندارند خدماتی را ارائه می‌دهیم. ما در معاملات بین خریدار و فروشنده قرار می‌گیریم و بستر امنی برای انجام آن معامله ایجاد می‌کنیم.»

وی در رابطه با فرآیند معامله در این پلتفرم می‌گوید: «روش کار تضمین‌اپ به این صورت است که ابتدا خریدار و فروشنده در خصوص کالا و قیمت، باهم توافق می‌کنند، سپس خریدار پول را به حساب امانی تضمین‌اپ انتقال می‌دهد. بعد از آن تضمین‌اپ دریافت وجه را به فروشنده اعلام کرده و فروشنده کالا را برای خریدار ارسال می‌کند. خریدار دریافت کالا را در سیستم تایید می‌کند و بعد از تایید خریدار، پول به حساب فروشنده انتقال داده می‌شود.»

نوآوری‌های خلاقانه

از سلامت پوست و محیط تا فضانوردی

مترجم: نادیا زکالوند
دانش

هر هفته در این ستون دو سه نمونه از تازه‌ترین محصولات فناورانه که خلاقیت در تولید آنها نقش محوری داشته است را معرفی می‌کنیم.

محصول دومنظوره مراقبت از پوست

محصولات مراقبت از پوست حاوی ویتامین C می‌توانند نقاط تیره پوست را محو کرده و رنگ پوست را یکنواخت کنند. به همین دلیل این محصولات مراقبتی، محبوب‌تر از هر زمانی شده‌اند. اما یکی از شرکت‌های معروف تولید محصولات آرایشی پس از بررسی نظرات مشتریان خود به این نتیجه رسیده که مواد موجود در محصولات درمانی حاوی ویتامین C، زیر تابش نور مستقیم خورشید از بین رفته و ویژگی‌های خود را از دست می‌دهد. در واقع محصولات حاوی این ویتامین، بدون استفاده از کرم ضدآفتاب، ناکارآمد می‌شود. به همین دلیل این شرکت تصمیم به تولید محصولی گرفت که بتواند با اس‌پی‌اف (SPF) موجود در کرم‌های ضد آفتاب سازگاری داشته باشد. بنا به گفته سازنده این محصول، ترکیب ویتامین C با اس‌پی‌اف کار مشکلی است زیرا pH محیط روی کیفیت و ثبات آنها اثر می‌گذارد و دو ماده نمی‌توانند در کنار هم قرار گیرند. همچنین محصول نهایی باید بی‌بو و بی‌رنگ باشد که این کار هم سخت و دشوار است. این شرکت سرانجام توانست محصولی برای مراقبت روزانه از پوست تولید کند که حاوی ویتامین C و سرم اس‌پی‌اف ۴۰ است. این کرم که مرطوب‌کننده است، نه‌تنها تیرگی‌های پوست ناشی از آلودگی، نور آبی و تابش فروسرخ را از بین می‌برد، بلکه از پوست در برابر تابش فرابنفش مراقبت می‌کند. این ویژگی‌ها این محصول را میان نوآوری‌های خلاقانه امسال قرار داده است.

تولید لباس سازگار با محیط زیست

شلوارهای جین از محبوب‌ترین مدهای لباس هستند که طرفداران بسیاری دارد و سالانه بیش از چهار و نیم میلیارد شلوار جین فروخته می‌شود. اما رنگ مصنوعی نیلی که موقع رنگ کردن پارچه‌های جین استفاده می‌شود، به محیط‌زیست صدمه می‌زند و آب را با رواناب‌های سمی آلوده می‌کند. به‌تازگی محققان نوعی باکتری تولید کرده‌اند که با تقلید روش تولید رنگ در گیاهان که به وسیله‌های آنزیم‌های موجود در آنها انجام می‌شود، قندهای طبیعی را به رنگ‌هایی شبیه نیلی تبدیل می‌کند، بدون این‌که کوچک‌ترین صدمه‌ای به محیط‌زیست بزند.

این محققان قصد دارند با استفاده از پلتفرم برنامه‌نویسی سلولی شرکت گینک‌گو بایوورکس (Ginkgo Bioworks) تولید این نوع رنگ سازگار با محیط‌زیست را افزایش دهند و پارچه‌های رنگ‌شده جین به روش جدید را به دست تولیدکنندگان لباس‌های جین برسانند.

گردشگران فضایی

چند ماه پیش، ویلیام شاتنر، بازیگر و سه نفر دیگر با موشک تا نزدیک لبه جو زمین (۱۰۰ کیلومتری سطح زمین) رفتند و با این کار آغاز عصر جدیدی از گردشگری فضایی-تجاری را رقم زدند. شرکت بلواوریجین، موشک نیوشپرد، یک بوستر و کپسول ۱۸ متری را طراحی کرده و ساخته است که تاکنون دو گروه از گردشگران فضایی را به مدت ۱۱ دقیقه راهی فضا و نزدیک جو زمین کرده است. موشک نیوشپرد با سوخت پاک اکسیژن مایع و هیدروژن که کاملا قابل استفاده مجدد است کار می‌کند. بخش کپسول این موشک پس از پرتاب با چتر نجات فرود می‌آید و قسمت بوستر موشک با نیروی موتور خود به زمین باز می‌گردد و به حالت عمودی روی زمین قرار می‌گیرد. اگر شما هم دوست دارید به فضا بروید، باید کمی صبر کنید تا شرکت بلواوریجین، قیمت بلیت‌های موشک نیوشپرد و تاریخ جدید حرکت به فضا را اعلام کند. / منبع: Time