



# نوآوران زیر یک سقف

نگاهی گذرا به برنامه‌های رویداد اینوتکس ۲۰۲۴



- یادداشتی به بهانه
- تبریک روز روابط عمومی
- امیرعلی نجفی
- معاون بازاریابی روبیکا

روز : در برخی روزها ۲۸ میلیون

مهارت نرم : کاربر فعال داشته‌ایم

گزارشی از وام‌هایی که به صورت علنی تبلیغ می‌شوند و سودشان گاهی به ۸۲ درصد می‌رسد

## وام‌های فوری دام کلاهبرداران برای مردم نیازمند

یادداشتی به بهانه تبریک روز روابط عمومی

## روز مهارت نرم

جایگاه روابط عمومی را در شرکت و نهاد خود تشریفاتی قلمداد می‌کنند. اما این نکته را نباید فراموش کرد که روابط عمومی مناسب، هویت یک برند را می‌سازد. در این بین برخی واحد روابط عمومی را با واحد تبلیغات و حتی منشی دفتر مدیرعامل یکی می‌دانند. اما روابط عمومی تبلیغات نیست؛ روابط عمومی یک نیاز است که باید به صورت هنرمندانه مدیریت شود.

در بسیاری نقاط، کار رسانه و روابط عمومی شبیه یکدیگر است و در مواردی همپوشانی جدی وجود دارد، اما در نقاطی دیگر با یکدیگر دچار چالش‌هایی از نوع نگاه به یک موضوع می‌شوند. روابط عمومی وظیفه دارد منافع نهاد و شرکت متبوع خود را دنبال کند و در مواقعی این موضوع لزوماً همراه و همسو با سیاست‌های رسانه نباشد. این نقطه دقیقاً همان جایی است که حتی ممکن است با دوستان خود نیز دچار چالش شویم. در طول سال‌ها کار رسانه در موارد متعددی با دوستان خود دچار چالش شده‌ایم و همین بالا و پایین‌ها برخی روابط دوستانه را دچار مشکل کرده، ولی در اکثر مواقع این هنر روابط عمومی است که رابطه را پایدار نگه داشته است.

فردی که وارد روابط عمومی می‌شود باید مجموعه‌ای از هنرها را کنار هم قرار دهد تا بتواند در کار خود موفق شود؛ بتواند رابطه منطقی با کارفرمای خود شکل دهد و به منافع خود در خارج از مجموعه با مهارت هرچه تمام‌تر دست پیدا کند و همین موضوع مجموعه‌ای از انعطاف‌پذیری و مهارت نرم را در کنار خود می‌طلبد.

روز روابط عمومی را به تمامی دوستان و هم‌راهانی که در این سال‌ها با یکدیگر همراهی و همکاری کردیم تبریک می‌گوییم.

ما روزنامه‌نگاران و خبرنگاران معمولاً یکی از بیشترین تبریک‌هایی که در روز خبرنگار دریافت می‌کنیم از سوی مدیران و کارشناسان روابط عمومی است.

اما امسال که به روز روابط عمومی رسیدیم، این سؤال برام مطرح شد که چند بار این روز را به دوستان مان در روابط عمومی تبریک گفته‌ایم.

نوک پیکان هر نهاد و کسب‌وکاری در ارتباط با رسانه را روابط عمومی‌ها شکل می‌دهند. شاید از دید ما روابط عمومی کار پیچیده و سختی نیست و شاید بسیاری از شرکت‌ها وقتی که هیچ مشکلی ندارند این جایگاه را درک نمی‌کنند، ولی هنگامی که با مشکلی مواجه می‌شوند اولین نقطه تماس، روابط عمومی است.

برای یک رسانه کسب‌وکاری مانند «کارنگ»، شاید حضور فردی در روابط عمومی که بتواند تعامل دوسویه برقرار کند یک موهبت است.

باید مطرح کنم که نه کار رسانه بی‌ایراد است و نه کار روابط عمومی، اما درک این دو حوزه از یکدیگر می‌تواند نقطه عطفی رقم بزند که هر دو طرف خروجی مطلوبی داشته باشند. اما در روابط عمومی امروزی دیگر نمی‌توان موضوع این حوزه را به رسانه محدود کرد. روابط عمومی

در عمل چهره یک برند را می‌سازد. شاید شما بتوانید بسیاری از برندهای بزرگ و کوچک را با مدیر روابط عمومی که در آن فعالیت می‌کند مورد سنجش قرار دهید. حضور برخی افراد می‌تواند ذهنیت افراد نسبت به یک شرکت کوچک را در برخی اذهان تغییر دهد و در طرف مقابل، یک فرد نادرست در جایگاه نادرست ممکن است برند یک شرکت بزرگ را نابود کند.

جای تأسف است که همین امروز بسیاری هستند که



میثم سلیمانی

سردبیر

چاپ هنر اشکان

دبیر تحریریه رضا امیرزاده

ناظر چاپ قادر شهبازی

تحریریه بهناز ملکی، مریم آزادی طلب، مهران امیری

نشانی تهران، جنت آباد جنوبی، خیابان لاله غربی،  
خیابان حدیث، کوچه حدیث دوم، پلاک ۸

مدیر هنری علیرضا کیوان

صفحه آرا حمید ابراهیمی، محمد قربانی

وبسایت Karangweekly.ir

عکس نسیم اعتمادی

شماره تماس ۰۲۱-۴۶۰۱۲۲۰۴

شبکه‌های اجتماعی محمدحسین صیادی نژاد،  
حانیه همتی

کارنگ

هفته نامه | سال چهارم  
کارنگ | ۲۹ اردیبهشت  
شماره ۱۳۵ | ۱۴۰۳

صاحب امتیاز و مدیرمسئول  
مینا والی

سردبیر میثم سلیمانی



# باید به مخاطب یادآوری کنیم رسانه هم کسب و کار است

مدیرمسئول  
کارنگ در برنامه  
اینونایت اینوتکس  
۲۰۲۴ به دشواری‌ها  
و چالش‌های  
کار رسانه در ایران  
پرداخت

مینا والی، عضو هیات مدیره کارخانه نوآوری رسانه راه کار و مدیرمسئول کارنگ طی سخنرانی خود در رویداد اینونایت اینوتکس ۲۰۲۴ از چالش‌های رسانه‌داری به عنوان یک کسب و کار سخن گفت. اینونایت یکی از برنامه‌های جانبی اینوتکس است که از سال ۱۳۹۱ به این رویداد اضافه شده است. اینونایت در واقع یک شب‌نشینی غیررسمی برای شرکت‌کنندگان اینوتکس است تا در حالی دوستانه‌تر و غیررسمی به تعامل و شبکه‌سازی بایکدیگر بپردازند. مینا والی، عضو هیات مدیره راه کار در اینونایت ضمن صحبت درباره چالش‌های رسانه‌نگاری و رسانه‌داری در ایران به عنوان یک شغل و منبع درآمد، از تولد رسانه کارنگ و مسیری که تا امروز پیموده صحبت کرد.





# قطار بی‌نظمی‌های الکامپ روشن شد

برگزاری نشست خبری  
نمایشگاه الکامپ  
همزمان با برگزاری  
اینوتکس نارضایتی  
برخی از خبرنگاران حوزه  
فناوری را در پی داشت

خبرگزاری نشست خبری رویداد الکامپ، درست همزمان با برگزاری رویداد اینوتکس، باعث شد در ابتدا برخی از اهالی رسانه گمان کنند که شاید اشتباهی در این میان رخ داده است. اما در ادامه مشخص شد، سازمان نظام صنفی رایانه‌ای تصمیم گرفته، نشست خبری الکامپ امسال را دقیقاً در چهارشنبه‌ای برگزار کند که مخاطبان اصلی رسانه‌ای این نشست، یعنی خبرنگاران حوزه فناوری، اغلب درگیر پوشش رویداد اینوتکس بودند. ظاهراً درخواست خبرنگاران برای جابجایی تاریخ نشست خبری به نتیجه نمی‌رسد و این برنامه در همان ساعت اطلاع‌رسانی شده با حضور برخی از خبرنگاران برگزار می‌شود. برخی از اهالی رسانه این موضوع را بدسلیقگی روابط عمومی عنوان کردند و برخی دیگر معتقد هستند چنین مسئله‌ای نمی‌تواند بابتی اطلاعاتی هیئت مدیره و تیم اجرایی الکامپ اتفاق افتاده باشد. روابط عمومی نصر تهران اما عنوان می‌کند که برگزاری این نشست براساس زمان بندی برنامه‌های الکامپ انجام شده است. در ادامه گفت‌وگوی کارنگ با برخی از فعالان حوزه رسانه و همچنین روابط عمومی نصر را در خصوص این موضوع می‌خوانید.

# تاکنون ۱۵۰ ایستگاه جابار در کشور مستقر شده‌اند

گفت‌وگو با رامین  
سمیع زاده، عضو هیئت  
مدیره و مدیرعامل جابار در  
حاشیه اینوتکس ۲۰۲۴

توسعه سریع فناوری مبتنی بر اینترنت و فضای مجازی در خلال یک دهه گذشته ظرفیت‌های بسیار زیادی را برای تسریع در کسب و کارها فراهم کرده است که نتیجه بهره‌گیری از آن‌ها می‌تواند صرفه‌جویی در زمان و کاهش هزینه‌های بسیار و ارتقای بهره‌وری در کسب و کارهای مختلف و فعالیت‌های فردی باشد. امروزه توسعه هوش مصنوعی نیز به این مسیر سرعت خواهد داد و باید گفت سرعت تحولات در کسب و کارها مبتنی بر فناوری‌های جدید به حدی است که می‌تواند عملکرد شرکت‌ها تا سال ۲۰۵۰ را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. در این میان ارسال محموله‌ها، خریدهای اینترنتی، نامه‌های اداری، کالاها و مایحتاج روزانه افراد و کسب و کارها که از طریق سیستم پست سنتی صورت می‌گرفت تغییر پیدا کرده و شکل جدیدتری به خود گرفته است. همواره زمان و مکان ارسال بسته پستی دو فاکتور مهم است؛ ضمن این که حفظ دریم خصوصی نیز پارامتر بسیار مهمی به شمار می‌آید، لذا ارائه سرویس‌های نوین «جابار» با ایجاد مزیت‌های ارزشمندی در کنار تحویل و ارسال مرسولات پستی، فرصت‌های مهمی در این مسیرها ایجاد کرده است.

## گسترش شبکه لاکرهای هوشمند جابار در ایران

نوعی حرکت در اکوسیستم پست، لجستیک و تجارت الکترونیک است. در واقع جابار منحصر به هیچ کوریر دولتی یا خصوصی و فروشگاه آنلاین خاصی نیست. واقعیت این است که به صورت شبکه‌بازی یا به عبارتی Open network فعالیت می‌کند و هر ۳ مشتری B,C,G (سازمان‌های دولتی، شرکت‌های خصوصی و اشخاص حقیقی) را که از کانال‌های کوریری و فروشگاه‌های مختلف تمایل به استفاده از لاکرهای هوشمند جابار دارند را پوشش می‌دهد.

## رونمایی از لاکر هوشمند اختصاصی (لاکی باکس) در کشور

سمیع زاده با تأکید بر این که شبکه در ذات خود توسعه‌پذیری دارد و این توسعه‌پذیری مبتنی بر نیاز مصرف‌کننده است، عنوان کرد: «بر اساس نیازها، شبکه جابار نیز رشد و توسعه خواهد یافت و انتخاب مشتری نیز به این ترتیب توسعه می‌یابد و هر چه جلوتر می‌رویم استفاده از این روش برای سازمان‌ها، کسب و کارها و افرادی که انعطاف‌پذیری و مدیریت زمان در مناسبات اقتصادی و اجتماعی آنها از اهمیت بالاتری برخوردار است بیشتر افزایش می‌یابد، چراکه این محصول بهره

بگفته رامین سمیع زاده، پست و لجستیک و صنعت جابه‌جایی مرسوله‌های پستی از یک مبدأ مشخص به مقصد معین دارای یک خلأ مهم بود که این خلأ توسط جابار از بین رفته است. او در این باره توضیح می‌دهد: «سیستم سنتی پست و لجستیک بر انتظار مصرف‌کننده (صاحب بسته) مبتنی بود، اما جابار این معادله را تغییر داده و بسته در انتظار (گیرنده) می‌ماند. در این مسیر توسعه فروشگاه‌های آنلاین و سفارش‌های اینترنتی از یک سو و موضوعاتی مانند ترافیک، نامشخص بودن زمان تحویل و وصول بسته پستی و... باعث شده تا این خلأ بیش از پیش فعالان این حوزه را دچار چالش کند، بنابراین با استفاده از جابار، مرسوله به ایستگاه مورد نظر گیرنده منتقل می‌شود و گیرنده بسته نیز در زمان دلخواه خود به نزدیک‌ترین ایستگاه جابار مراجعه و با ارائه کد ارسال شده به تلفن همراه خود بسته را تحویل می‌گیرد. او با اشاره به اینکه لاکرهای هوشمند جابار به صورت یک شبکه گسترده و در نقاط مختلف شهر دارای ایستگاه است، افزود: «در صورت خرید اینترنتی از هر نقطه، محصول خریداری شده به لاکر هوشمند جابار منتخب مشتری و فروشگاه اینترنتی منتقل می‌شود، زیرا شبکه لاکرهای هوشمند، از طریق اینترنت و بر بستر شبکه امن و اختصاصی VPN به هم مرتبط هستند. سمیع زاده از استقرار حدود ۱۵۰ ایستگاه جابار در سراسر کشور خبر داد و گفت: «صد لاکر جابار از این تعداد در تهران قرار دارند. جابار بیش از سه سال است در هلدینگ فاخر تأسیس شده و هدف آن توسعه در اکوسیستم حمل و نقل است و به دلیل رویکرد اکوسیستمی خود، دارای مشتریان متعدد و متنوعی است؛ علاوه بر تیپاکس و شرکت ملی پست، بزرگ‌ترین مشتریان جابار فروشگاه‌های آنلاین هستند. سفارش‌گردان‌ها و پلتفرم‌های واسط پستی نیز دو گروه دیگر مشتریان جابار هستند.» سمیع زاده در این راستا ادامه داد: «رویکرد اکوسیستمی جابار



## در برخی روزها ۲۸ میلیون کاربر فعال داشته ایم

امیرعلی نجفی  
معاون بازاریابی روبیکا

به دلیل برخی مسائل سیاسی و اجتماعی از جمله فیلترینگ پیام رسان ها و شبکه های اجتماعی خارجی مانند تلگرام و اینستاگرام، فعالیت شبکه های اجتماعی داخلی در سال های گذشته همواره با حاشیه های مختلفی همراه بوده است. روبیکا یکی از بازیگران حوزه پلتفرم های شبکه اجتماعی در ایران است که فعالیت خود را از سال ۱۳۹۰ آغاز کرده است. امیرعلی نجفی، معاون بازاریابی روبیکا در گفت و گوی خود با استودیو راه کار در حاشیه اینوتکس ۲۰۲۴ مطرح می کند که در حال حاضر ۲۵ میلیون کاربر در فضای این پلتفرم فعال هستند و گاهی این آمار به ۲۸ میلیون کاربر نیز می رسد. او در این گفت و گو درباره مسیر روبیکا برای تبدیل شدن به یک سوپر اپلیکیشن گفته است.



# ثبت ۸۰۰۰ شرکت ایرانی در دبی

طی پنل «دبی چه طور  
نوآوری را به پیش  
می برد؟» در فروم  
حکمرانی اینوتکس  
۲۰۲۴ مطرح شد

پنل «نوآوری در خاورمیانه: دبی چگونه نوآوری را به پیش می برد؟» در فروم حکمرانی اینوتکس ۲۰۲۴ با تسهیلگری رسول قربانی، هم بنیان گذار راه کار و با حضور مازیار نوربخش، رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی و فرزین فردیس، مدیرعامل سرآوا برگزار شد.



# وام فوری

## ۵۰ میلیون تومان

بدون نیاز به پیش پرداخت  
بدون نیاز به ضامن  
فقط با سفته

در حداقل زمان ممکن

## وام های فوری دام کلاه برداران برای مردم نیازمند

گزارشی از وام هایی که  
به صورت علنی تبلیغ  
می شوند و سودشان  
گاهی به ۲۲ درصد  
می رسد

وام های فوری این روزها بازار داغی دارند؛ بازار غیررسمی و بدون ناظر. کاهش تسهیلات دهی بانک ها باعث شده مردم به راه های غیررسمی برای دریافت تسهیلات روی بیاورند؛ فضایی که راه را برای کلاه برداری باز کرده است و مردم بی پناه را بی پناه تر.

شماره های تلفن ثابت و تلفن همراه. این صحنه اگر روی پرده سینما نشان داده می شد سیاه نمایی بود، اما در یکی از معمولی ترین و روشن ترین روزهای سال اتفاق افتاد که نقاشی ترسناکی است از آوار اقتصاد ایران. با توجه به تورمی که ما را در خودش غرق کرده، وام گرفتن به نظر تصمیم اقتصادی خوبی است. سایه تورم اعلامی حدود ۴۰ درصدی مردم را به سمت گرفتن



مریم  
آزادی طلب

### تبلیغات در روز روشن

دم در مترو پسر جوانی ایستاده که می بایست مشغول کاری مفید و ارزش ساز باشد، اما تراکت پخش می کند. برای اینکه تراکت ها زودتر تمام شود، بلکه پسر زودتر مشغول کار مفیدتری شود، تراکت را می گیرم. متن تراکت اما جالب تر است: «وام فوری، ۵۰ میلیون، بدون نیاز به پیش پرداخت، بدون نیاز به ضامن، فقط با سفته، در حداقل زمان ممکن» به همراه لیستی از





# نوآوران زیر یک سقف

نگاهی گذرا به  
برنامه‌های رویداد  
اینوتکس ۲۰۲۴

نمایشگاه اینوتکس ۲۰۲۴ با بیش از ۲۰۰ رویداد جانبی از ۱۱ الی ۲۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۳ با حضور بیش از ۴۰۰ شرکت فناوری و نوآورد در پارک فناوری پردیس برگزار شد. توسعه همکاری و مشارکت بین بازیگران کلیدی اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور، جذب سرمایه برای استارت‌آپ‌ها و شرکت‌ها و نیز معرفی فرصت‌های نوین سرمایه‌گذاری، شبکه‌سازی و تولید محتوای ناب آموزشی از اهداف اصلی این دوره نمایشگاه اینوتکس بود.



در بخش فروم حکمرانی یکی از پنل‌ها به موضوع مارکتینگ پرداخت و در این گفت‌وگو مطرح شد: «نزدیک به چهل سال پیش در حوزه تبلیغ آفلاین دستورالعملی منتشر شده که همچنان مورد استفاده است، اما در زمینه دیجیتال هنوز دستورالعمل مکتوبی نداریم و پیش می‌آید رگولاتور برای مسائل موردی ورود می‌کند و در پی آن مسئله خاص، تمام فعالان این حوزه را می‌زند.»

یکی دیگر از پنل‌های مهم این بخش موضوع امنیت بود که در آن محمدرضا جمالی، مدیرعامل نبض‌افزار بیان کرد: «در کشور ما حدود ۱۰۰ هزار مسئله امنیتی مشخص نشده و امنیت به ابزاری برای حاکمیت تبدیل شده که به واسطه آن کسب‌وکارهایی را که به نقطه مطلوبی رسیده‌اند تصاحب کند. در حالی که هر کسب‌وکاری با ریسک‌های مختلفی مواجه است و این موارد باید در نظر گرفته شود؛ در غیر این صورت مشتری‌های آن کسب‌وکار آسیب می‌بینند.»



در بخش استیج اینوتکس نیز نشست‌هایی با موضوع شیوه‌های نوین پرداخت و همچنین نقش رگولاتوری در حاکمیت مورد بررسی قرار گرفت. به طور کلی سه بخش عمده محتوایی اینوتکس را می‌توان حلقه اصلی اینوتکس ۲۰۲۴ دانست که بسیاری از فعالان اکوسیستم نوآوری کشور را زیر یک سقف گرد هم آورد.



## زرزنجی: دولت‌ها

هیچ وقت به  
فکر توسعه و  
آینده نیستند  
و همواره به  
فکر برند خود  
هستند؛ به  
همین دلیل  
با عوض شدن  
دولت‌ها  
شاهد متوقف  
شدن برخی  
حمایت‌ها  
و پروژه‌ها  
هستیم

گفت: «امروز نوآوری در کشور ما نقش کولبری را دارد که وسایل کسی را حمل می‌کند که رؤیای صعود به قله اورست را دارد. به تعبیر دیگر ما امروز در حال حمل رؤیایی هستیم که از آن ما نیست. در صورتی که تاریخ ما متفاوت بوده و تا ۱۲۰ سال پیش ایران برای جهان دستاوردهایی منحصر به فرد داشت، از جمله قنات، سبک خاص باغ‌پروری، فرش و... که البته هنوز هم چنین ابداعاتی داریم؛ مانند غذای ایرانی و... اما ما حتی می‌ترسیم از آنها حرف بزنیم، زیرا طی این سال‌ها از دستاوردهای ایرانی به درستی استفاده نشده و حتی در مواردی به محاق رفته‌اند.»

اما یکی از پنل‌های مهم دیگر نشست‌ها به موضوع برند کارفرمایی پرداخت و در این نشست این موضوع مطرح شد که برند کارفرمایی نه در منابع انسانی می‌گنجد و نه در برندینگ. این مقوله باید به صورت مستقل و با تخصص‌های خاص خود شکل بگیرد.

در این نشست بیان شد که بخشی از مدیران منابع انسانی چماق کارفرما بر سر کارکنان هستند. این بخش بیشتر حامی منافع کارفرماست تا کارمند. تعارض منافع کارفرما و کارکنان باعث شده واحد منابع انسانی اینچنینی نتواند کاری را برای کارکنان پیش ببرد و بعضاً کانال ارتباطی‌اش با کارکنان مختل شود؛ از این رو نمی‌تواند به برند کارفرمایی کمکی کند. بنابراین بهتر است بخش روابط عمومی یا برندینگ که امکان همدلی و ارتباط بهتری با کارکنان دارند این مسئولیت را برعهده بگیرند و این خلاء را پر کنند.

اما بخش مهم دیگر این رویداد فروم حکمرانی بود که مسائل مهمی از رگولاتوری تا قانون‌گذاری مورد بحث قرار گرفت. رضا زرنوخی، مدیرعامل صندوق توسعه تکنولوژی یکی از مهمانان فروم حکمرانی بود. او در سخنان خود عنوان کرد: «دولت‌ها هیچ وقت به فکر توسعه و آینده نیستند و همواره به فکر برند خود هستند؛ به همین دلیل با عوض شدن دولت‌ها شاهد متوقف شدن برخی حمایت‌ها و پروژه‌ها هستیم.»

در این بخش طی پنلی با عنوان «دولت‌ها و نوآوری در ایران» این موضوع مطرح شد که گاهی تعارضاتی بین فعالان سنتی و بازیگران جدید ایجاد می‌شود. نوآوری‌ها به سرعت وارد بازار می‌شوند، اما تنظیم مقررات از آنها عقب‌تر است.



# لندزک شو

اتاق آبی  
BLUE ROOM

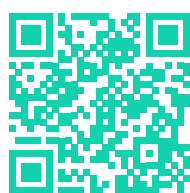


آرش لرستانی

فصل ۳، قسمت ۱

میثم سلیمانی

استودیو راهکار



برای تماشای ویدیو  
اسکن کنید

با حمایت پارک فناوری فردا