

برگزاری رویداد انتقال تکنولوژی هیئت علمی فناور

سرای نوآوری اتاق بازرگانی و دانشگاه با همکاری واحدهای خدمات به اعضا، امور تشکیل‌ها و دفاتر منطقه ای، رویداد انتقال تکنولوژی هیئت علمی فناور را برگزار کرد.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این رویداد که باموضوع استراتژی بازاریابی و تاثیر آن بر ارزش پیشنهادی کسب و کار برگزار شد، **علی محمد آقاچان**، مدیرخدمات به اعضا اتاق بازرگانی اصفهان به ارائه توضیحاتی درخصوص خدمات شخصی سازی شده ویژه اعضا پرداخت.

وی ارائه خدمات مشاوره ای، برخورداری از پتانسیل موجود درشتاب دهنده ها، میزاتاق بازرگانی دربانک مرکزی، کمیسیون های تخصصی از جمله برخورداری از مزایای میزهای تخصصی تجاری با کشورهای هدف صادراتی و استفاده از ظرفیت های سرای نوآوری اتاق بازرگانی اصفهان و دانشگاه را از جمله این خدمات عنوان و بر ضرورت آشنایی فعالان اقتصادی با این فرصت ها در راستای کمک به رفع مشکلات و توسعه کسب و کارها تاکید کرد.

همچنین **حمید منتظرالقائم**، سرپرست سرای نوآوری اتاق بازرگانی اصفهان و دانشگاه ضمن تشریح اقدامات این مرکز، شناسایی وعارضه یابی بنگاه های اقتصادی و ارائه راهکاررفع این مشکلات از سوی دانشگاه ها را فلسفه شکل گیری سرای نوآوری بیان کرد.

وی برگزاری رویداد صنعتیار با هدف توانمندسازی علاقمندان برقراری تعامل میان صنایع و دانشگاه ها، برگزاری رویدادی درخصوص بازیافت ضایعات سنگ های معدنی، استعدادیابی و ایده پردازی «جعبه» به منظور کمک به طراحی خلاقانه بسته بندی خرما، عطر و بیسکویت های صادراتی، برگزاری دوره رایگان مدرسه تابستانی مهارت محور(متمم) باهدف پرورش کارآموزان زبده برای صنایع را از جمله اقدامات سرای نوآوری اتاق بازرگانی اصفهان و دانشگاه بیان کرد.

منتظرالقائم تشکیل 18دپارتمان تخصصی ویژه صنایع با بهره گیری از تخصص اساتید برجسته دانشگاه را فرصتی برای کمک به حل مشکلات صنایع دانست.

در ادامه **سیدکاظم بدیعی**، رئیس انجمن مدیریت کسب و کار استان اصفهان به ارائه توضیحاتی درخصوص استراتژی های رقابتی و تاثیرآن برارزش پیشنهادی کسب و کار، اجزاء هوش کلامی و نقش آن در بازاریابی کسب و کار، روش های تامین مالی، ساختارهای هزینه کسب و کار و تاثیرآن بر بخش بندی مشتریان پرداخت.

وی با بیان اینکه برای اداره هرچه بهتر کسب و کارها نیازمند مدل هستیم، تاکید کرد مدل های کسب و کار توصیف و تبیین جریان ارزش در سازمان هستند.

عضو دپارتمان برندینگ، بازاریابی وفروش سرای نوآوری مخاطب شناسی، مزیت رقابتی، کانال های جذب مشتری، جریان های درآمدی، روش های توزیع محصول، ساختار هزینه ها، تعیین حاشیه سود و ... را از جمله مواردی دانست که در تعیین ماهیت کلی کسب و کار موثر است.

همچنین **حمیدرضا پیکری**، رئیس دپارتمان برندینگ، بازاریابی و فروش سرای نوآوری اتاق بازرگانی و دانشگاه نیز به ارائه توضیحاتی در زمینه تدوین استراتژی صنایع پرداخت.

وی مقصود از استراتژی سازمانی را برنامه کلی یک سازمان برای ادامه حیات در محیط کسب و کار دانست و تاکید کرد: این استراتژی مشخص کننده چشم انداز و اهداف بلندمدت سازمان است. درحالیکه دراستراتژی بازاریابی، چشم انداز سازمان مطرح نمی شود و تنها به تعیین بازارهدف، ارزش و نیاز مشتری و راه های پاسخگویی به نیاز واقعی مشتری می پردازد.

وی در ادامه به تشریح روش های مختلف بازاریابی پرداخت.

درپایان این رویداد روسای دپارتمان های تخصصی سرای نوآوری به ارائه مشاوره به فعالان اقتصادی پرداختند.