



کاتالوگ خدمات مدیریت کسب و کار

(آموزش، مشاوره، تحقیقات بازار و رویدادهای تجاری)

WWW.IMECLUB.IR



«فهرست مطالب»

مقدمه

خدمات آموزشی

خدمات مشاوره ای

تحقیقات بازار

خدمات برگزاری رویدادهای تجاری (MICE)

ضمانت و پیوست ها

مقدمه

کلوب متخصصان مدیریت ایران (IME Club) شامل مجموعه ای از مؤسسات و شرکت های تخصصی می باشد که از طریق همکاری استراتژیک و اشتراک گذاری دانش، تجربه و مهارت های خود با یکدیگر بسته کاملی از خدمات مدیریت کسب و کار را به شرکت های داخلی و خارجی فعال در حوزه تجارت و صنعت ارائه می نماید. مأموریت اصلی کلوب ارائه بسته کاملی از خدمات مرتبط با حوزه مدیریت کسب و کار، حقوق تجارت، داوری تجاری، بیمه های تخصصی و کارگزاری بازاریابی و فروش می باشد. در حال حاضر پنج مجموعه تخصصی با این کلوب همکاری می نمایند که در ادامه به معرفی مختصر آنان پرداخته شده است.

کلوب متخصصان مدیریت ایران:

- ارائه کننده خدمات آموزشی، مشاوره ای در زمینه مدیریت کسب و کار، بازاریابی و فروش، برندینگ و تبلیغات
- انجام تحقیقات بازار، طراحی مدل کسب و کار، تدوین برنامه های بازاریابی و کمپین های تبلیغاتی
- برگزاری رویدادها تجاری (MICE) نظیر رویدادهای استارت آپ، سمینارهای تخصصی بازاریابی و فروش و مدیریت برنامه های نمایشگاههای تخصصی
- تأمین و مدیریت نیروی متخصص در زمینه بازاریابی و فروش
- کارگزاری فروش محصولات و خدمات B2B



مرکز خدمات کسب و کار و نوآوری ADP:

- کارگزار رسمی مرکز رشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز و ارائه کننده خدمات تخصصی به شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها



هفت خوان کارآفرینی:

- تولید کننده محتوای تخصصی در زمینه یادگیری مهارت های کارآفرینی و ارائه کننده دوره های آموزشی تخصصی کارآفرینی با عنوان «هفت خوان کارآفرینی»



بیوهیتاپ:

- برگزارکننده رویدادهای تخصصی تجاری (MICE)



بنیاد حقوقی بهداد:



- مشاوره حقوقی در زمینه تجارت داخلی و خارجی
- داوری داخلی و بین المللی
- بیمه داوری
- خدمات تخصصی بیمه ای در حوزه تجارت

شرکت های خوب نیازها را شناسایی خواهند کرد و شرکت ها بزرگ بازارها را خلق خواهند نمود.

بزرگ باشید، زیرا خوب بودن کافی نیست!

خدمات آموزشی

با توجه به تغییرات مداوم محیط کسب و کارها و در نتیجه مشاغل وابسته به آنان، امروزه شاهد جایگزینی شدید کارکنان می باشیم. به عنوان نمونه به دلیل تغییر ذائقه و سلیقه مشتریان شرکت ها باید خود را با تقاضاهای جدید سازگار نمایند تا از گردونه رقابت خارج نشوند. این امر نیازمند به کارگیری تکنولوژی های جدید و در نتیجه کسب مهارت های جدیدتر توسط کارکنان می باشد. در چنین شرایطی آموزش و یادگیری نه تنها امری بدیهی، بلکه الزامی خواهد بود و عدم توجه به آن باعث حذف شرکت ها از چرخه رقابت در دنیای تجارت خواهد شد. شرکت ها می توانند با توجه به موقعیت خود از روش های رسمی و یا غیررسمی برای آموزش کارکنان خود استفاده کنند و امیدوار باشند که در صورت اجرای درست و مناسب برنامه های آموزشی اثربخشی سازمان را افزایش دهند.

سازمان های اثربخش به طور نظام مند، آموزش هایی را طراحی و اجرا می کنند که به بهبود عملکرد فردی و سازمانی منجر می شود. آموزش تلاشی برنامه ریزی شده است که به کارکنان کمک می کند تا نگرش، دانش و مهارت های مربوط به شغل را بیاموزند. شرکت ها می توانند برنامه های آموزشی را به اشکال مختلف و در حجم های متفاوت اجرا کنند. عنصر اصلی و مشترک تعریف کننده آموزش این است که کارکنان از طریق یک تجربه ساختاریافته و منسجم، مطالبی را می آموزند که به بهبود عملکرد آنان در شغل کمک می کند.

یادگیری عبارتست از تغییر در دانسته ها، توانایی ها، عقاید و باورهای افراد که در نتیجه تجربه رخداد داده است.

همچنین، آموزش منجر به افزایش انگیزه، تعهد و عملکرد شغلی کارکنان می شود. در صورتی که آموزش با استراتژی اصلی کسب و کار هماهنگ شود، به سازمان کمک می کند مزیت رقابتی بیشتری نسبت به سایر رقبا بدست آورد. با توجه به نقش و اهمیت آموزش، ارائه خدمات آموزشی مطابق با نیاز سازمان اولین ابزار بسته خدمات ما می باشد. خدمات آموزشی کلوب به شما کمک خواهد کرد تا بتوانید:

- فعالیت ها و برنامه های آموزشی خود را با استراتژی رقابتی سازمان هماهنگ کنید.
- با استفاده نظام مند از فرایندهای آموزشی از مزایا و منافع آموزش در موارد مختلف نظیر افزایش عملکرد کارکنان و سازمان بهره مند شوید.

فرایند ارائه خدمات آموزشی کلوب

این فرایند نظام مند و شامل گام های سه گانه ذیل می باشد:

۱. نیازسنجی آموزشی: مشخص کردن محتوای آموزشی و افرادی که باید آموزش ببینند.

۲. طراحی و اجرای برنامه: کسب اطمینان از یادگیری صحیح و کاربردی کردن مفاهیم

۳. ارزیابی: مشخص کردن اثربخشی آموزش، چگونگی تداوم و توسعه آن

كلوب با در نظر گرفتن گام های فوق نسبت به ارائه بسته آموزشی به مشتریان خود اقدام خواهد نمود.

بسته آموزشی کلوب محدود به مدیران سازمان در کلیه واحدها و کارکنان واحدهای بازرگانه، بازاریابی و فروش سازمان می باشد.

دوره های آموزشی از نظر شکل اجرا، حجم محتوا، مدت زمان اجرا و تعداد شرکت کنندگان دارای هیچگونه محدودیتی نمی باشند. در ادامه فهرست پرکاربردترین روش های آموزشی اجرا شده، آمده است:

- کارگاه های آموزشی
- سخنرانی
- آموزش ضمن کار
- برنامه های شبیه سازی رایانه ای
- جلسات گفتگو

- سفرهای موضوعی در حوزه کسب و کار
- جلسات نقد کتاب های حوزه کسب و کار
- جلسات نقد فیلم های حوزه کسب و کار
- بازی های مدیریتی
- رویدادهای کسب و کار با هدف توسعه ایده یا حل مسأله
- آموزش آنلاین

خدمات مشاوره ای

دنیای کسب و کار معاصر تحت تأثیر رشد سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات، جهانی شدن، توسعه شبکه های اجتماعی و صدها پدیده نوین دیگر بیش از پیش رقابتی و پیچیده شده است. در چنین شرایط پرتلاطمی دیگر مدیران به تنهایی قادر به اتخاذ تصمیمات بهینه برای کسب و کار نخواهند بود. بنابراین، توسل به خرد جمعی نه به عنوان یک نیاز موقت، بلکه به عنوان ضرورتی مستمر باید مورد توجه مدیران و رهبران کسب و کارهای امروزی باشد. موضوع «مشورت» به عنوان یک مصداق عمل عقلایی یک ابزار راهبردی در این زمینه است و به مدیران برای شناسایی درست مسائل کسب و کار، شناسایی راه حل های مختلف و انتخاب روش بهینه حل مسأله و چالش سازمان کمک شایانی می نماید. این مهم باعث تبدیل شدن «مشاوره مدیریت» به یک صنعت در عرصه کسب و کارها شده است. در حال حاضر، سازمان های موفق به طور پیوسته از خدمات مشاوره مدیریت در زمینه های مختلف نظیر بازاریابی، مالی و یا تکنولوژی برای راه اندازی، بهبود و توسعه کسب و کارهای خود استفاده می کنند.

وظیفه اصلی مشاوران کمک کردن به بهبود عملکرد فردی و سازمانی است. در این مسیر، مشاوران از روش ها و ابزارهای گوناگونی استفاده می کنند، اما همه این روش ها و ابزارها در (۱) یافتن مسأله اصلی یا فرصت، (۲) ارزیابی گزینه ها و (۳) ارائه راهنمایی و اطلاعات برای انتخاب راه حل مشترک هستند. به عنوان مثال مشاوران در زمینه های ذیل به کسب و کارها کمک می نمایند:

- خلق ارزش برای مشتریان موجود یا بالقوه از طریق تولید محصول جدید یا عرضه خدمات متفاوت
- شناسایی بخش های اصلی مشتریان
- ایجاد ارتباط با مشتریان و افزایش وفاداری آنان به شرکت
- شناسایی مؤثرترین کانال های توزیع (فیزیکی و مجازی) محصولات و عرضه خدمات
- شناسایی فعالیت های اصلی کسب و کار
- شناسایی و بهینه نمودن منابع لازم برای مدیریت کسب و کار (نیروی کار، مواد اولیه و نقدینگی)
- ایجاد زنجیره تأمین اثربخش و کارآمد از طریق خلق روابط استراتژیک با تأمین کنندگان

- خلق مدل درآمدی شرکت
- کاهش هزینه های کسب و کار
- افزایش فروش و سودآوری

فهرست فوق، بخش کوچکی از خدمات قابل ارائه توسط مشاوران است. تمامی این خدمات مهم و قابل اندازه گیری می باشند و از طریق آنان یا بهبود شرایط موجود، استانداردهای بقاء و رقابتی سازمان حفظ و ارتقاء خواهند یافت. با توجه به آنچه در رابطه با اهمیت موضوع مشورت ارائه گردید، مشاور آمادگی دارد در حوزه های ذیل با شما همکاری نماید:

- مشاوره مدیریتی: کمک به مدیران برای شناسایی مسائل اصلی موجود یا احتمالی شرکت و انتخاب راه حل بهینه برای حل این مسائل
- منتورینگ: هدایت تیم های تخصصی حوزه مدیریت کسب و کار، بازرگانی، بازاریابی و فروش به صورت حضوری یا راه دور
- کوچینگ: راهبر و هدایت کننده مدیر ارشد سازمان با هدف ارتقاء توانایی های فردی

حوزه مشاوره محدود به مدیریت کسب و کار، مدیریت استراتژیک، مدیریت بازاریابی و نیروی فروش می باشد. خورجه خدمات مشاوره شامل طراحی مدل کسب و کار، مستندسازی چارچوب استراتژیک سازمان، تدوین برنامه بازاریابی و فروش، تدوین برنامه مدیریت برند و کمپین های تبلیغاتی شما می باشد.

تحقیقات بازار

تحقیق را می توان تلاشی منظم و سازمان یافته برای بررسی مسأله ای خاص که به یک راه حل نیاز دارد توصیف کرد و شامل گام هایی است که باید طراحی و پیگیری شوند تا پاسخ هایی برای مسأله مورد نظر مدیران سازمان به دست آید. واقعیتی که امروز همگان آن را پذیرفته اند تأثیر شگرف تحقیق علمی بر رشد و گسترش کسب و کارها می باشد. در دنیای کسب و کار تحقیق در وهله نخست برای حل مسائل و مشکلات مرتبط با حوزه هایی نظیر بازرگانی، بازاریابی، منابع انسانی و یا مالی صورت می گیرد. پژوهش را به دو منظور متفاوت انجام می دهند.

- نخست حل مشکلاتی که در حال حاضر در محل کار یا سازمان وجود دارد (تحقیقات کاربردی)، به عنوان نمونه مشکل کاهش فروش، بررسی میزان آگاهی از برند شرکت در مقابل برند رقبا و یا آزمون محصول جدید برای ورود به بازار.
- دوم برای افزودن به مجموعه دانش بشری در زمینه ای خاص که مورد علاقه پژوهشگر و سازمان است (تحقیقات بنیادی).

فرآیند انجام تحقیقات بازار

مراحل انجام این تحقیقات عبارتند از:

- تعیین و تدوین مسأله (مشکل چیست؟)
- تهیه سوابق علمی و عملی مرتبط با موضوع یا مسأله
- تهیه و تدوین چارچوب عملی برای انجام تحقیق
- تدوین اهداف، پرسش ها و فرضیه های تحقیق
- تعیین جامعه، حجم نمونه و روش نمونه گیری
- طراحی و بکارگیری ابزارهای گردآوری داده ها از جامعه یا نمونه مورد تحقیق
- دسته بندی داده ها و تجزیه و تحلیل آنها
- تحلیل داده ها، نتیجه گیری و پیشنهادات برآمده از تحقیق
- ارائه گزارش مکتوب تحقیق به مدیریت

چرا مدیران به مشاوران و پژوهشگران برون سازمانی نیاز دارند؟

آگاهی مدیر از تحقیق حائز اهمیت است. اما زمانیکه مدیری مشکلی را احساس می کند یا با مسأله ای روبرو است بندرت فرصت دارد که اقدام به یک بررسی کاملاً علمی کند، به ویژه اگر مسأله ابعاد گسترده ای داشته باشد. بنابراین، مدیر ناگزیر خواهد بود تا پژوهشگری را بیابد تا نقش مشاور را برای وی ایفا کند و اطلاعات مفید و راه کارهای مختلف را به او ارائه نماید. مشاوران و پژوهشگران برون سازمانی به دلایل ذیل برای مدیران مفید هستند:

- این مشاوران به دلیل همکاری با سازمان های مختلفی که مسائل یکسان و مشابهی داشته اند، تجربه فراوانی به دست آورده اند. چنین دامنه گسترده ای از تجربه آنها را قادر می سازد تا به جای آنکه به راه حلی فوری و توأم با تعصب برسند، تفکر همگرا و واگرا داشته باشند. از آنجایی که مسائل را از زاویه های مختلف نگریسته اند (تفکر واگرا)، می توانند نکات را منتقدانه ارزیابی کنند، گزینه هایی را که قابلیت دسترسی کم تری دارند حذف کنند و بر راه حل های عملی تمرکز کنند و آنان را برگزینند (تفکر همگرا).

- از آنجایی که کهنگی دانش تهدید بزرگی به شمار می آید، این افراد از طریق برنامه های آموزشی سازمان یافته در جریان جدیدترین نوآوری ها می باشند و دانش گسترده تری در زمینه الگوهای پیشرفته حل مشکل کسب کرده اند.

حوزه های تحقیقات کلوب

فهرست مهم ترین تحقیقات ما عبارتند از:

- تحقیقات بازار (بخش بندی، هدف گذاری و جایگاه یابی)
- تحلیل رفتار مصرف کننده
- شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر عملکرد سازمان به شکل عام و عملکرد واحد بازاریابی و فروش به شکل خاص
- شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر در انتخاب تأمین کنندگان
- ارزش گذاری دارایی های نامشهود سازمان مانند سرمایه های فکری یا برند
- ارزیابی اثربخشی اقدامات بازاریابی سازمان نظیر تبلیغات و برندینگ

برگزاری رویدادهای تجاری

شناخت مشتری و نیازهای او مهم ترین اقدامی است که شرکت ها باید انجام دهند. بدون شناسایی خواسته ها و سلیقه های مشتریان شرکت ها چگونه می توانند محصولات و خدمات مناسب برای مشتریان هدف خود تولید و عرضه کنند؟ با توجه به اهمیت مشتریان در دنیای رقابتی امروز، شرکت ها از روش های مختلفی برای شناخت آنها استفاده می کنند که یکی از راه های آن برگزاری رویداد می باشد. اگرچه در گذشته حضور در نمایشگاه های تجاری (داخلی و خارجی) به عنوان یک رویداد عمومی نقش مهمی در معرفی محصولات و شناخت مشتریان احتمالی داشت، اما امروزه رویدادهای تخصصی جایگزین این رویدادها شده اند زیرا بر مشتریان هدف متمرکز هستند و در نتیجه اثربخش تر عمل می کنند.

شرکت ها ممکن است رویدادها را با هدف شناسایی کارمندان شایسته و یا پیدا کردن راه حل های سریع و چندگانه برای حل مسائل و مشکلات خود برگزار می کنند. در کنار رویدادهای یادشده که با اهداف بیرونی برگزار می شوند، بخشی از شرکت ها رویدادها را با اهداف درونی (افزایش سطح انگیزش و تعهد در کارکنان) خود برگزار می کنند، مانند برگزاری کارگاه های آموزشی، مسافرت های تفریحی، بازی ها و نظایر آن. طراحی سناریوهای مربوط به نحوه اجرای یک رویداد نقش مهمی در تجربه مشتریان و کارکنان سازمان دارد. همچنین اگر رویداد با اهداف آموزشی یا حل مسأله انجام شده باشد (به عنوان مثال رویدادهای ایده پروری و کارآفرینی) طراحی مناسب باعث اجرای مؤثرتر رویداد و کسب نتایج دلخواه و برتر خواهد شد. جدول ۱ فهرست رویدادها و اهداف برگزاری آنها را نشان می دهد.

جدول ۱. فهرست رویدادهای کسب و کار

ردیف	نوع رویداد	هدف از برگزاری رویداد
۱	ملاقات های تجاری	<ul style="list-style-type: none"> شناسایی مشتریان یا تأمین کنندگان جدید مذاکره با تأمین کنندگان فعلی یا دریافت بازخور از مشتریان فعلی
۲	سفرها، بازی ها و تفریحات تجاری	<ul style="list-style-type: none"> افزایش سطح انگیزش و تعهد مدیران ارشد و کارکنان بازاریابی و فروش توسعه تجربه مشتری و افزایش وفاداری مشتریان
۳	کنفرانس (رسمی)	<ul style="list-style-type: none"> اهداف چندگانه آموزشی، افزایش آگاهی از برند، شبکه سازی و ...
۴	نمایشگاه های تخصصی	<ul style="list-style-type: none"> معرفی محصولات و خدمات شرکت به مشتریان بازار هدف
۵	رویدادهای تجاری (نیمه رسمی)	<ul style="list-style-type: none"> اهداف چندگانه آموزشی، تجربه مشتری، حل مسأله، کارمندیابی، ایده پروری

خدمات برگزاری رویدادهای تجاری

خدمات قابل ارائه عبارتند از:

- تعیین اهداف رویداد
- برآورد بودجه برگزاری رویداد
- تولید محتوای رویداد
- طراحی سناریوی رویداد (نحوه اجرای رویداد)
- تعیین معیارهای ارزیابی و اندازه گیری اثربخشی رویداد برگزار شده

ضمائم و پیوست ها

پیوست ۱: تماس با ما

ردیف	نام و نام خانوادگی	شماره همراه
۱	رضا لطفی	۰۹۱۵۵۱۱۹۴۰۳
۲	وب سایت	www.IMEClub.ir

پیوست ۲: ابزارها

- سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان (بازاریابی، فروش، کمپین تبلیغاتی و خدمات)
- سیستم مدیریت دانش
- ارزیابی عملکرد
- تعیین ارزش عمر مشتری
- ارزیابی دارایی های نامشهود
- آزمون های شخصیت شناسی