

موسس شرکت توسعه بازار سام

Website: www.sammarketinggroup.com

شرح حال مجید عقلائی، دانشجوی کار آفرین دانشکده کار آفرینی

Email: m.oghalae@gmail.com



تحصیلاتم مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی شریف، ارشد و دکتری کارآفرینی دانشگاه تهران و تخصصم تحلیل و توسعه بازار

من مجید عقلائی موسس شرکت سام در سال ۱۳۶۴ در شهر قم متولد شدم. دارای یک خانواده ای هستم که تقریباً هیچ کسی در آن دارای شغل دولتی و کارمندی نیستند. خانواده مادریم از بازاریان قدیم و خانواده پدری از آجر پزی بزرگ بود و کم کم با تغییرات شهری و محدودیت تولید آجر در حومه شهر، کوره های آجر پزی تعطیل شدند و ایشان شروع به فعالیت در حوزه صنعت پلاستیک کردند. من هم در تمام این دوران در کنار پدرم در کوره ها و کارخانه ها حضور داشتم و به صورت ناخودآگاه به کسب و کار علاقه مند شدم و به ایجاد کسب و کار مستقل فکر می کردم. در دوران مدرسه شاگرد زنگ و درس خوانی بودم و معمولاً جزء برترین های مدرسه به حساب می آمدم. واقعیتش زیاد اهل مطالعه نبودم و اغلب به دنبال کسب تجربیات جدید بودم.

از دوران بچگی با توجه به علاقه ای که به کار کردن و کسب درآمد برای خودم داشتم به همراه یکی از عمو های هم سن و سال خودم دست فروشی می کردیم. سه تا چهار سال این برنامه رو داشتیم تا این که خانواده ام مخالفت کردند و دیگه ادامه پیدا نکرد. بزرگ تر که شدم در دوره ی دبیرستان کار های مالی و حسابداری مغازه ها را انجام می دادم. در اداره امور کارخانه پا به پای پدرم حضور داشتم و به ایشان کمک می کردم. سال ۱۳۸۱ مهندسی صنایع دانشگاه شریف قبول شدم. در این رشته با فضای علمی کسب و کار آشنا شدم و به کمک تجربیات قبلی و دوستانم سال ۱۳۸۵ شرکت تحلیل کسب و کار ایباکو را تأسیس کردیم. البته از سال ۱۳۸۳ وارد محیط کار شدیم. سال ۱۳۸۶ دوره ی کارشناسی ارشد در دانشکده کارآفرینی قبول شدم و با حضور در این دانشکده، ایده های جدیدی به ذهنم رسید و همین باعث شد کسب و کار قبلی را رها کنم. من تا سال ۱۳۸۹ در همان جا مشغول به کار بودم و از سال ۱۳۸۹ کسب و کار فعلی خودم را به راه انداختم. رشته کارآفرینی تأثیر زیادی در من گذاشت و موجب ایجاد دانش و انگیزه زیاد برای خروج از کسب و کار

بنیان و فناوری های پیشرفته بود که هنوز در کشور ما به بلوغ زیادی نرسیده بود. چالش دیگر، مدیریت جریان نقدی در این کسب و کار بود، چرا که من بدون هیچ سرمایه اولیه ای کار را شروع کرده بودم و مدیریت مالی کسب و کار از این جهت با مشکلات زیادی روبرو بود. برای تأمین مالی شرکت از مشتریانم کمک گرفتیم و با پیش پرداخت ۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال دو مشتری، در سال ۱۳۸۹ کارمان را شروع کردیم. همین طور کسب و کار فعلی من وابستگی زیادی به نیروی انسانی متخصص در حوزه فناوری های پیشرفته دارد و نبود نیروی با کیفیت در این حوزه یکی از عوامل باز دارنده ی رشد کسب و کار ماست. مشتری های ما هم، خاص هستند هم دولتی و هم خصوصی و اخیراً چند شرکت سرمایه گذار خارجی از کره جنوبی و ترکیه و اتریش و ایتالیا.

از سال ۱۳۸۹ که اقدام به ورود به این حوزه گرفتیم تا الان تغییرات زیادی در این زمینه رخ داده است. فناوری های متنوعی در حوزه های دانش بنیان قرار می گیرند ما به صورت مرحله ای اقدام به توسعه کسب و کار کردیم. ابتدا دپارتمان پلیمر، بعد فناوری نانو، بعد فناوری IT و در حال جاری در حال توسعه دپارتمان زیست فناوری

قبلی و اشتیاق برای راه اندازی کسب و کار جدید شد. این کار برای من ریسک زیادی داشت، زیرا تصمیم گرفتیم تمام سهام خودم در شرکت قبلی و یک کارخانه وابسته به آن را به صورت رایگان به سایر شرکاء بسپارم و خودم از صفر شروع کنم. برای راه اندازی کسب و کارم ایده های زیادی را بررسی کردم، اما بیشتر آنها رد یا به آینده موکول شدند و در نهایت در زمینه فناوری های پیشرفته کارم را شروع کردم.

از آنجایی که ایده کسب و کار جدیدم در حوزه فناوری های پیشرفته بود و با توجه به این که تمام سهام و دارایی ام در شرکت های قبلی را واگذار کرده بودم و باید از صفر و بدون هیچ سرمایه ای شروع می کردم، بهترین گزینه برای شروع کار من، پارک های علم و فناوری بود. در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران ثبت نام کردم و در آنجا مستقر و شرکت "سام" را با دوستان تأسیس کردم.

ایده اصلی این کسب و کار به نوعی بر گرفته از یکی از جملات آقای hoffman است و ایشان تأثیر زیادی در شکل گیری کسب و کار من داشتند. پدرم هم الهام بخش خوبی برای کسب و کارم بود و همچنین دو نفر از دوستان خوبم نیز کمک زیادی در این زمینه به من کردند. در مسیر راهبری و توسعه کسب و کارم استاد عزیزم جناب آقای دکتر طالبی راهنمایی و مشاوره های ارزشمندی برای من داشتند.

یکی از چالش های اساسی اول من، فعالیت در حوزه دانش

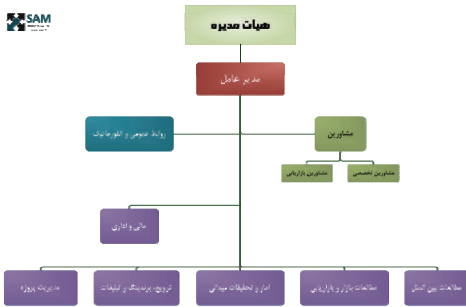


هستیم. بعد از گذشت پنج سال از تأسیس شرکت سام در سال جاری همزمان سه کسب و کار مکمل سام، در حال تأسیس و ایده های بسیار دیگری نیز در حال پرورش اولیه هستند. در حوزه تخصصی ما سه شرکت مهم فعالیت دارند که جامعیت شرکت ما را ندارند و در برخی خدمات ما منحصر به فرد هستیم.



- ❖ پاسخگویی سریع به مشتریان
- ❖ قانون مداری
- ❖ به کارگیری دانش و تکنولوژی در مقاصد انسان دوستانه
- ❖ اتمام پروژه با کیفیت و زمان قابل قبول
- ❖ حفظ کیفیت و به کارگیری استاندارد های جهانی در گزارشات ارایه شده
- ❖ ایجاد روحیه کارگروهی در سازمان
- ❖ بهره گیری از خلاقیت و نوآوری
- ❖ در نظر گرفتن مصالح مشتری
- ❖ حضور مستمر و همراهی مداوم با مشتریان
- ❖ صداقت و راست گویی
- ❖ راز داری، حفظ امانت و محرمانگی اطلاعات مشتریان
- ❖ همکاری مبتنی بر صمیمیت و اعتماد متقابل
- ❖ پایبندی به تعهدات

شرکت توسعه بازار سام، مطابق نمودار زیر از پنج دپارتمان تخصصی و دو واحد ستادی و پشتیبانی تشکیل شده است. در کنار این اجزا دو گروه اصلی مشاوران تخصصی و مشاوران بازاریابی نیز در ارتقای



کیفیت دستاوردهای شرکت سهیم هستند. در این بخش اجزای شرکت و مشاوران و همکاران، معرفی می گردند. ساختار فعالیت های شرکت ماتریسی بوده و تمامی پروژه ها و فعالیت ها، با استفاده از ترکیبی از تخصص ها و مشاوران انجام می گردند. در ساختار ماتریسی، مجری پروژه، گروه مدیریت پروژه بوده و متناسب با نوع و نیاز پروژه، نیروهای سایر بخش ها، در پروژه سهیم شده و بخشی از فعالیت های مورد نیاز آن را انجام خواهند داد. شرکت توسعه بازار سام با بهره گیری از نیروهای متخصص و توانمند، سعی در ارایه خدماتی با کیفیت و دقیق در حوزه تحقیقات بازاریابی دارد. این شرکت در حال حاضر دارای ۱۶ نفر پرسنل تمام وقت، ۱۲ نفر مشاور متخصص، ۸ نفر نیروی پاره وقت و ۳۵ نفر پرسشگر میدانی و مصاحبه گر می باشد.

- ❖ ارزیابی و تحلیل الگوی خرید کنندگان
 - ❖ توسعه محصولات جدید و تحلیل سبد محصولات
 - ❖ سازماندهی و بازمهندسی دپارتمان بازاریابی و فروش شرکت
 - ❖ تدوین استراتژی بازاریابی
 - ❖ تدوین استراتژی قیمت گذاری محصولات
 - ❖ بررسی بازارهای صادراتی و توسعه بازار
 - ❖ تحلیل صنایع و پیش بینی تحولات منطقه ای و جهانی
 - ❖ تحلیل رضایت مشتری و طراحی سازمان ارتباط با مشتریان
 - ❖ طراحی و اجرای سیستم توزیع، متناسب با محصولات شرکت
 - ❖ تحلیل صنایع و پیش بینی تحولات منطقه ای و جهانی
 - ❖ اعتبارسنجی ورود محصولات دانش بنیان و با تکنولوژی بالا (HiTech) به بازار
 - ❖ ارزیابی تصویر و کارکرد برند
 - ❖ تدوین استراتژی توسعه برند
 - ❖ تدوین استراتژی و ارزیابی اثر بخشی تبلیغات
 - ❖ طراحی سیستم ارتباطات یکپارچه بازاریابی
- اهداف سام:**
- ❖ توسعه بازارهای صادراتی محصولات ایرانی
 - ❖ حضور در عرصه پژوهش جهانی بازار
 - ❖ بهبود مستمر خدمات ارایه شده
 - ❖ پرورش نیروی انسانی توانمند و کارآمد



- ❖ ارایه خدمات مکمل بازاریابی و توسعه بازارهای تخصصی در صنایع مختلف
- ❖ خط مشی کیفی سام:
- ❖ خدامحوری، خودباوری و خرد جمعی

اما چند نکته مهم در خصوص شرکت سام به عنوان یک شرکت دانش بنیان بین المللی:

سام یکی از شرکت های برتر مشاوره بازاریابی و پژوهش بازار در منطقه خاورمیانه است که از جمله خدمات قابل ارائه توسط این شرکت می توان به موارد زیر اشاره نمود:

مطالعات بازار داخلی و بین المللی با رویکرد شناسایی و توسعه بازار، تدوین اجرا و کنترل استراتژی بازاریابی، پیش و پشتیبانی مستمر بازار، برآورد تقاضا و پیش بینی فروش و ارایه برنامه فروش، تدوین استراتژی برندینگ و ارزیابی کارکرد برند، تحلیل محیط بیرونی بنگاه

صنعتی کردن یک کشور با ساختن کارخانه ها فریبی بیش نیست. بازاریابی است که کشورها را صنعتی می کند.

Paul G. Hoffman

اقتصادی با نگاه به بازار و پیش رقیب، تحلیل رضایت مشتری و طراحی و راه اندازی سازمان ارتباط با مشتریان (CRM) و اعتبارسنجی ورود محصولات دانش بنیان و با تکنولوژی بالا به بازار.

بسیاری از شرکت های داخلی هیچ گونه توجهی به بازارهای منطقه ای و در حال توسعه خاورمیانه ندارند. شرکت توسعه بازار سام، فعالیت خود را با هدف کمک به توسعه بازارهای داخلی و بین المللی در صنایع مختلف و پوشش بخشی از خلاء موجود در کشور در زمینه بازاریابی و توسعه بازار آغاز کرده است و با بهره گیری از نیروهای متخصص داخلی و بین المللی و شبکه همکاران گسترده در سراسر کشور و منطقه خاورمیانه، سعی در ایجاد ارزش افزوده و کسب رضایت مشتریان خود دارد. محدوده فعالیت سام، منطقه خاورمیانه و کشورهای همسایه ایران بوده که با ارائه طیف گسترده ای از ابزارهای مطالعه بازار و خدمات مشاوره پوشش داده شده است. با توجه به شبکه همکاران خبره و قابل اعتماد این شرکت که در سراسر منطقه گسترش یافته، سام گزینه مناسبی در اجرای تحقیقات بازار چند ملیتی می باشد.

- حوزه های تخصص سام شامل موارد زیر است:**
- ❖ بررسی و شناسایی بازار، پیشنهاد بازارهای هدف و روش های نفوذ به بازار (پیش از راه اندازی)
 - ❖ پیش رقیب و بخش بندی بازار

تهیه کنندگان: محمد حسین خانی، مجید حسین زاده
با نظارت: دکتر محمدرضا زالی (رئیس دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران)

