رویداد امروز

رویداد پارسی - گروه رسانه‌ای

اصفهان امروز | رویداد امروز | رویداد شهران | رویداد ویژه | رویداد ایران | اصفهان امروز ONLINE | Meet Iran | نیمروز | دنیای ایران | شهرآرای ایران | شهرآرای پارسی

شناسنامه

صاحب امتیاز: شرکت رسانه رویداد پارسی **مدیر مسئول و سردبیر:** امیر اکبری

روزنامه کثیرالانتشار سراسری | امتیاز کیفی روزنامه: ۶۴/۸ | رتبه آگهی: ۲

پایگاه اینترنتی www.ruydademrooz.ir

پایگاه خبری رویداد ایران www.ruydadiran.com

سامانه رویداد آگهی - سفارش آگهی مفقودی www.ruydadagahi.com

تلفن سفارش: ۲۸۴۲۱۴۷۴-۰۲۱

توزیع و اشتراک: رویداد پارسی لیتوگرافی و چاپ: شاخه سبز

راه ارتباطی با ما

دفتر تهران: خیابان مطهری، خیابان میرزای شیرازی، نبش کوچه آزادگان، ساختمان زیتون، پلاک ۲۱۹، طبقه اول، واحد ۱

تلفن: ۸۸۵۵۷۶۹۸ - ۰۲۱ | مستقیم سردبیر: ۸۶۰۴۶۴۵۵ - ۰۲۱

دفتر اصفهان: میدان آزادی، خیابان دانشگاه، نرسیده به خیابان حکیم نظامی

کوچه شهید مصطفی روحانی (شماره ۱۹)، پلاک ۶، ساختمان رویداد پارسی

تلفن: ۰۳۱۳۶۲۹۳۷۵۰ (ده خط) | نمابر: ۳۶۲۹۳۳۹۲ - ۰۳۱

ruydademrooz.ir @ruydademrooz

در اینوتکس ۲۰۲۶ مطرح شد:

آسیب ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان در جنگ اخیر

معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی با اعلام خسارت بیش از ۷۰ همتی به ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان در جنگ از نهایی‌شدن پرونده ۳۳ شرکت و ابلاغ مصوبه حمایتی برای ۱۱ شرکت خبر داد.

به گزارش مهر، پنل «ماندن یا رفتن؛ تصمیم‌هایی که جنگ برای کسب‌وکارها رقم زد» با حضور تورج امرایی، معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری؛ احسان چیت‌ساز، عضو هیئت علمی دانشگاه تهران و معاون سیاستگذاری و برنامه‌ریزی توسعه فاوا و اقتصاد دیجیتال وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات؛ فرزین فردیس، عضو هیئت‌رئیسه اتاق بازرگانی تهران و نیما قاضی، رئیس انجمن تجارت الکترونیک تهران، در سالن چندمنظوره رویداد اینوتکس ۲۰۲۶ برگزار شد. تورج امرایی در این پنل با اشاره به خسارت‌های واردشده به کسب‌وکارها در جریان جنگ ۱۲روزه، اظهار کرد: در جنگ ۱۲روزه، عمدتاً اقتصاد دیجیتال کشور آسیب دید و برآوردها از خسارت روزانه ۲ تا ۳ همت تا ۵ و ۶ همت متفاوت بود.

۲.۵ همت برای حمایت از شرکت‌های آسیب‌دیده در جنگ ۱۲روزه

معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی ادامه داد: پس از جنگ ۱۲روزه حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ شرکت برای استفاده از تسهیلات حمایتی درخواست دادند که حدود ۳۰۰ شرکت مشمول دریافت این تسهیلات شدند.

امرایی افزود: مجموعا از سوی معاونت علمی، صندوق نوآوری و شکوفایی و بخشی از پست‌بانک که از طرف وزارت ارتباطات در این موضوع همراه بودند، حدود ۲.۵ همت اعتبار ابلاغ شد که تا امروز بیش از ۵۰ تا ۶۰ درصد آن به قرارداد تبدیل شده است. وی با بیان اینکه عمده شرکت‌های مخاطب این حمایت‌ها از حوزه اقتصاد دیجیتال بودند، گفت: حتی اگر تمام ۲.۵ همت به یک شرکت بزرگ اختصاص پیدا می‌کرد، ممکن بود پاسخگوی خسارت آن شرکت نباشد.

امرایی با اشاره به گسترده‌تر شدن دامنه آسیب‌ها در جنگ ۴۰ روزه گفت: در جنگ بعدی علاوه بر اقتصاد دیجیتال، سایر شرکت‌ها نیز آسیب دیدند. در این میان حدود ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان آسیب دیدند که میزان خسارت آنها از تخریب کامل خطوط تولید تا آسیب‌های اساسی و جزئی متفاوت بود. وی ادامه داد: در ستاد بازسازی ذیل معاونت اول ریاست‌جمهوری مصوباتی برای جبران کامل خسارت‌ها به تصویب رسید. او ادامه داد: معاونت علمی و صندوق نوآوری و شکوفایی به‌صورت جداگانه برای احیای اضطراری شرکت‌های آسیب‌دیده وارد عمل شدند. با حدود ۷۰ شرکت از مجموع ۱۰۰ شرکت آسیب‌دیده جلسه برگزار کردیم تا برای احیای اضطراری آنها، حداقل تسهیلات مورد نیاز برای سرپا ماندن کسب‌وکارشان فراهم شود. امرایی افزود: تاکنون پرونده ۳۳ شرکت نهایی شده و برای حدود ۱۱ شرکت نیز مصوبه ابلاغ شده است تا بتوانند از تسهیلات استفاده کنند؛ البته تا زمان برگزاری این پنل پرداخت این مبالغ هنوز انجام نشده است.

خسارت بیش از ۷۰ همتی به ۱۰۰ شرکت دانش‌بنیان

وی با تأکید بر اینکه حمایت‌های اضطراری به معنای جبران کامل خسارت‌ها نیست، اظهار کرد: این حمایت‌ها جدا از تعهد دولت برای جبران کامل خسارت‌هاست که بر اساس مصوبات ستاد بازسازی همچنان به قوت خود باقی است. امرایی تصریح کرد: اگر فقط همین ۱۰۰ شرکت، به‌جز شرکت‌های حوزه دفاعی را در نظر بگیریم، مجموع خسارت آنها بیش از ۷۰ همت برآورد می‌شود؛ در حالی که تسهیلاتی که برای احیای اضطراری در نظر گرفته شده کمتر از ۱۰ درصد این میزان است. وی ابراز امیدواری کرد که پرداخت بخشی از این حمایت‌ها در شنبه هفته آینده انجام شود.

تسهیلات به‌تنهایی نمی‌تواند اکوسیستم اقتصاد دیجیتال را نجات دهد

معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی در بخش دیگری از سخنان خود با تأکید بر ضرورت تغییر رویکرد در حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و فناور گفت: اگر توسعه اکوسیستم دانش‌بنیان و واحدهای فناور صرفاً مبتنی بر معافیت و ارائه تسهیلات باشد هم بخش خصوصی و هم دولت شکست خواهند خورد. امرایی افزود: مجموع دارایی صندوق نوآوری و شکوفایی در سال گذشته حدود ۱۰ همت و بودجه معاونت علمی نیز حدود ۱۰ همت بوده است؛ در مجموع این منابع به ۲۰ همت می‌رسد که اگر اهرم شود حدود ۸۰ همت ظرفیت ایجاد می‌کند. وی ادامه داد: آیا این میزان منابع می‌تواند در برابر اکوسیستمی چند هزار همتی که بخش قابل توجهی از آن اقتصاد دیجیتال است، نقش‌آفرینی کند؟ بنابراین باید در کنار حمایت مالی، به ابزارهای دیگری نیز توجه کرد.

دولت باید بازار اقتصاد دیجیتال را فعال کند

امرایی یکی از مهم‌ترین راهکارها را ایجاد بازار رقابتی از سوی دولت دانست و گفت: بخشی از بازار اقتصاد دیجیتال مقصد دولتی دارد اما تاکنون به اندازه کافی به این ظرفیت توجه نشده است. وی افزود: دولت می‌تواند محرک ایجاد بازار برای اقتصاد دیجیتال باشد. معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی با اشاره به تجربه بخش دولتی در توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر اظهار کرد: در بخش دولت تا زمانی که موضوع به الزام تبدیل نشود، بازار شکل نمی‌گیرد. امرایی توضیح داد: برای نمونه، دولت دستگاه‌های مشمول ماده ۵ را مکلف کرده بود که پس از پنج سال ۲۰ درصد انرژی خود را از منابع تجدیدپذیر تأمین کنند و در غیر این صورت باید برای هر کیلووات‌ساعت ۱۱ هزار تومان پرداخت کنند. همین الزام موجب شد دستگاه‌ها به سمت استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر حرکت کنند. وی گفت: در حوزه هوشمندسازی و بخش مالی و بانکی نیز تا زمانی که استفاده از ظرفیت‌های اقتصاد دیجیتال در بخش دولتی به الزام تبدیل نشود بازار مورد نظر شکل نخواهد گرفت.

اقتصاد دیجیتال از ظرفیت اعتبار مالیاتی استفاده نکرده است

امرایی با اشاره به تجربه دو ساله خود در این حوزه، یکی دیگر از ظرفیت‌های مغفول اقتصاد دیجیتال را استفاده محدود از قانون جهش تولید دانش‌بنیان عنوان کرد. وی گفت: اقتصاد دیجیتال یکی از بخش‌های ضعیف در فعال‌سازی ظرفیت قانون جهش تولید دانش‌بنیان بوده است. سال گذشته ۱۷ همت مصوبه اعتبار مالیاتی داشتیم که صنایع دارویی و انرژی پیشتاز استفاده از این ظرفیت بودند اما بخش اقتصاد دیجیتال بهره‌مندی قابل توجهی از آن نداشته است. معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی توضیح داد: اعتبار مالیاتی یک ظرفیت مناسب برای شرکت‌هاست؛ به این معنا که اگر شرکتی مثلا سالانه یک همت مالیات پرداخت کند و به همان میزان برای فعالیت‌های تحقیق و توسعه هزینه کند، هزینه انجام‌شده می‌تواند از مالیات آن کسر شود.

پیشنهاد دولت برای بزرگ‌شدن شرکت‌های اقتصاد دیجیتال؛ ادغام و تملیک

امرایی در ادامه از ادغام و تملیک به‌عنوان یکی دیگر از راهکارهای پیشنهادی برای تقویت شرکت‌های اقتصاد دیجیتال نام برد و گفت: این برنامه حدود یک ماه پیش از سوی ما اعلام شد. وی با اشاره به وجود حدود ۷ هزار شرکت نوپا افزود: بزرگ‌ترین حوزه پس از ماشین‌آلات، حوزه فناوری اطلاعات است و پس از آن نیز شرکت‌های اقتصاد دیجیتال سهم قابل توجهی دارند. امرایی ادامه داد: برای دولت دشوار است که هر روز با تعداد زیادی شرکت کوچک تعامل کند؛ از طرف دیگر تعامل با بازارهای خارج از کشور نیز برای شرکت‌های کوچک دشوارتر است. بنابراین ادغام و تملیک می‌تواند راهکاری برای بزرگ‌شدن شرکت‌ها باشد. وی برای توضیح این مدل گفت: یک شرکت کوچک فعال در حوزه هوش مصنوعی می‌تواند با یک شرکت امنیت سایبری ادغام شود و یک شرکت بزرگ‌تر شکل دهد. معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی افزود: معاونت علمی و صندوق نوآوری و شکوفایی اعلام کرده‌اند که تا جایی که بتوانند برای این فرآیند تسهیلات ارائه می‌کنند، امتیازات دانش‌بنیانی شرکت‌ها را حفظ خواهند کرد و همه ظرفیت‌های قانون جهش تولید دانش‌بنیان را پشت شرکت جدیدی قرار می‌دهند که از دل این ادغام و تملیک شکل می‌گیرد.

بزرگ‌شدن قدرت چانه‌زنی شرکت‌ها را افزایش می‌دهد

امرایی بزرگ‌شدن شرکت‌ها را یکی از مزیت‌های ادغام و تملیک دانست و اظهار کرد: در حوزه اقتصاد دیجیتال چهار یا پنج شرکت بسیار بزرگ داریم که از بسیاری از طوفان‌ها جان سالم به در برده‌اند؛ دلیل آن نیز تا حد زیادی بزرگ بودن آنهاست. وی گفت: وقتی یک شرکت بزرگ می‌شود، اثرگذاری آن بر اقتصاد ملی افزایش پیدا می‌کند و حاکمیت نیز راحت‌تر به صحبت‌ها و مطالبات آن توجه می‌کند. معاون توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی تاکید کرد: ادغام و تملیک را به‌عنوان یکی از راهکارها در کنار سایر راهکارهای حمایتی می‌دانیم و معاونت علمی و صندوق نوآوری آمادگی دارند ظرفیت‌های قانون جهش تولید دانش‌بنیان و تسهیلات موجود را در اختیار این فرآیند قرار دهند. امرایی با اشاره به چالش‌های فرهنگی موجود در اکوسیستم استارتاپی کشور گفت: این موضوع با فرهنگ استارتاپی در ایران چندان سازگار نیست؛ چراکه هر شرکت کوچک می‌خواهد خودش به سوددهی برسد و به یک بازیگر اثرگذار در سطح ملی تبدیل شود و انتظار دارد وزارت اقتصاد، وزارت صمت و سایر دستگاه‌ها نیز به‌صورت مستقیم به مطالبات آن توجه کنند. وی خاطرنشان کرد: حرکت به سمت ادغام و تملیک می‌تواند به شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ‌تر و اثرگذارتر کمک کند و در کنار سایر ابزارهای حمایتی، تاب‌آوری اکوسیستم اقتصاد دیجیتال و دانش‌بنیان را افزایش دهد.

خریدوفروش طلای ردگلد در شهرنت‌های بانک شهر فعال شد

با امضای تفاهم‌نامه همکاری بین شرکت توسعه و نوآوری شهر و شرکت نوین طلا زرین، امکان خریدوفروش طلای ردگلد در پیشخوان‌های شهرنت بانک شهر فراهم شد. تفاهم‌نامه همکاری توسعه و نوآوری شهر و شرکت نوین طلا زرین، در حاشیه بیست‌ونهمین نمایشگاه بین‌المللی الکامپ و در غرفه بانک شهر به امضا رسید و زمینه همکاری دو مجموعه برای توسعه خدمات فناورانه در حوزه طلا را فراهم کرد. بر اساس این همکاری، پلتفرم «ردگلد» در شهرنت‌های بانک شهر ارائه شد و کاربران می‌توانند در شهرنت‌ها طلای دیجیتال خرید و فروش کنند. همچنین طبق برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، در گام بعدی کاربران ردگلد می‌توانند طلای خریداری‌شده را در قالب شمش در پیشخوان‌های شهرنت بانک شهر دریافت کنند. این خدمت با هدف توسعه دسترسی به خدمات نوین حوزه طلا و استفاده از ظرفیت شبکه شهرنت برای ارائه خدمات جدید طراحی شده است. در چارچوب این تفاهم‌نامه، شرکت توسعه و نوآوری شهر زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات موردنیاز، از جمله نرم‌افزارهای کاربردی و وب‌سرویس‌های واسط را فراهم خواهد کرد و شرکت نوین طلا زرین نیز خدمات مرتبط با پلتفرم ردگلد و عرضه طلا را بر عهده خواهد داشت. این تفاهم‌نامه به امضای محمدعلی بخشی‌زاده، مدیرعامل شرکت توسعه و نوآوری شهر و مهدی ابراهیمیان، رئیس هیئت‌مدیره شرکت نوین طلا زرین رسید. خریدوفروش طلای آنلاین ردگلد و عرضه شمش طلا در شهرنت‌ها، گامی در مسیر توسعه خدمات این شبکه و ورود شهرنت به حوزه‌های جدید خدمات مالی و دیجیتال محسوب می‌شود.

فراخوان‌های جدید هوش مصنوعی؛ از مدیریت ریسک بانکی تا حمل‌ونقل هوشمند

ستاد توسعه فناوری و کاربرد هوش مصنوعی با تمرکز بر پروژه‌های کاربردی و «خروجی ملموس»، فراخوان‌های جدیدی را در حوزه‌های استراتژیک حمل‌ونقل و خدمات پولی و بانکی کلید زد.

به گزارش مهر، عمادالدین فاطمی‌زاده، رئیس دبیرخانه ستاد توسعه فناوری و کاربرد هوش مصنوعی ضمن تشریح اقدامات صورت‌گرفته در قالب سند تقسیم کار ملی هوش مصنوعی، از پیشرفت فرایند اجرای فراخوان‌های سه‌گانه قبلی (آب، انرژی و هلال احمر) خبر داد. وی با اشاره به تأخیرهای ناشی از اتفاقات ماه‌های گذشته، تأکید کرد که روند داوری فاز اول این پروژه‌ها تقریباً به اتمام رسیده است.

وی توضیح داد: برخلاف مدل‌های سنتی، هر شرکت دانش‌بنیانی که با معاونت علمی قرارداد می‌بندد، ملزم به انتخاب یک «شریک مکمل» است. به این معنا که اگر یک شرکت در حوزه آب تخصص داشته باشد، باید شریکی در حوزه هوش مصنوعی داشته باشد و بالعکس؛ این سازوکار با هدف ایجاد هم‌افزایی میان تکنولوژی و نیازهای واقعی صنایع (مانند امداد و نجات یا مدیریت منابع آب) طراحی شده است. وی افزود: دو حوزه «پولی و بانکی» و «حمل‌ونقل» اکنون در کانون توجه ستاد قرار دارند. در حوزه بانکی تمرکز بر مدیریت ریسک، اعتبارسنجی هوشمند، خدمات وام‌دهی خودکار و مبارزه با پولشویی از طریق هوش مصنوعی است. در حوزه حمل‌ونقل نیز طیف وسیعی از زیرساخت‌ها شامل عمران، ساختمان و انواع حمل‌ونقل دریایی، هوایی، ریلی و جاده‌ای تحت پوشش این فراخوان قرار می‌گیرند. فاطمی‌زاده درباره نحوه حمایت مالی اعلام کرد که حمایت‌ها در گام نخست به‌صورت تسهیلات ارائه می‌شود، اما در صورت موفقیت پروژه در بازه زمانی مشخص (معمولاً ۱۲ ماه) و به‌ویژه در صورت یافتن «بهره‌بردار واقعی»، این مبالغ به «کمک بلاعوض یا گرنت» تبدیل خواهد شد.

کمپین «بازگشت به مدرسه ۱۴۰۵» تپسل آغاز شد

تپسل کمپین «بازگشت به مدرسه ۱۴۰۵» را برای کسب‌وکارها آغاز کرده است. این کمپین با هدف استفاده از افزایش تقاضا در آستانه سال تحصیلی برای آگاهی از برند، جذب مشتری و فروش طراحی شده و از اول شهریور تا اول مهر اجرا می‌شود. در این کمپین، به‌جای ارائه یک بسته تبلیغاتی یکسان، ترکیب رسانه‌ای متناسب با هدف، صنعت و بودجه هر کسب‌وکار پیشنهاد می‌شود. یکی از بخش‌های این طرح نیز تخفیف روی پکیج نهایی هر کسب‌وکار است. بر اساس توضیحات تپسل، ابتدا هدف کمپین، مخاطبان، بودجه و رسانه‌های مناسب بررسی و مدیامیکس پیشنهادی برای هر کسب‌وکار طراحی می‌شود و سپس تخفیف کمپین روی پکیج نهایی اعمال خواهد شد. در هفته‌های منتهی به شروع سال تحصیلی، بخشی از تصمیم‌های خرید خانوار در حوزه‌هایی مانند پوشاک، کالاهای مصرفی، خدمات آموزشی و خریدهای آنلاین تغییر می‌کند. در این دوره، برندهایی از صنایع مختلف برای دسترسی به بخشی از مخاطبان مشترک خود در یک بازه زمانی نسبتا کوتاه فعالیت تبلیغاتی دارند. در صفحه کمپین Back to School تپسل، گروه‌های اصلی این کمپین معرفی شده‌اند. انتخاب زمان، مخاطب و رسانه مناسب برای تبلیغات مناسبتی، از موضوعاتی است که در این کمپین مورد توجه قرار گرفته است.

بانک صادرات لوگوتایپ و هویت بصری‌اش را به‌روز کرد

بانک صادرات در هویت بصری جدید خود ضمن حفظ ساختار اصلی لوگو، فرم و رنگ آن را به‌روز کرده و با کنار گذاشتن خط نستعلیق از لوگوتایپ، به سمت طراحی ساده‌تر و هندسی‌تر رفته است. بانک صادرات ایران هویت بصری خود را به‌روز کرده است. در طراحی جدید، ساختار اصلی لوگوی بانک حفظ شده، اما فرم، رنگ و لوگوتایپ آن تغییر کرده‌اند. این تغییرات در طراحی شعب بانک نیز اعمال شده‌اند. در لوگوی جدید همچنان فرم اصلی، شامل دو حجم عمودی و دایره مرکزی، دیده می‌شود. با این حال، نشانه نسبت به قبل ساده‌تر و یکدست‌تر شده است. بخشی از انحناها و جزئیات نسخه قبلی حذف شده‌اند و فرم جدید از خطوط ساده‌تر و هندسی‌تری استفاده می‌کند. رنگ لوگو نیز تغییر کرده است. رنگ تیره نسخه قبلی جای خود را به آبی روشن‌تر و زنده‌تری داده و در نتیجه، هویت جدید ظاهر ساده‌تر و مدرن‌تری نسبت به نسخه قبلی پیدا کرده است. تغییر اصلی دیگر مربوط به لوگوتایپ «بانک صادرات ایران» است. در نسخه قبلی، نام بانک با خط نستعلیق نوشته شده بود که ظاهر سنتی‌تر و رسمی‌تری به هویت بصری بانک می‌داد. در نسخه جدید، نستعلیق کنار گذاشته شده و نام بانک با یک تایپ‌فیس فارسی ضخیم، ساده و هندسی نوشته شده است. این تغییر باعث شده لوگوتایپ از نظر فرم به نشانه تصویری نزدیک‌تر شود. این استودیو درباره این پروژه می‌گوید: پروژه تحول شعب بانک صادرات ایران با هدف تبدیل هویت و استراتژی جدید بانک به تجربه‌ای یکپارچه و قابل لمس برای مشتریان توسعه یافته است. این پروژه حوزه‌های مختلفی، از معماری و طراحی صنعتی شعب تا طراحی تجهیزات، ساخت پروتوتایپ و تدوین استانداردهای توسعه در شبکه شعب بانک را دربر می‌گیرد. در این مسیر، NDS طراحی و توسعه بخشی از نقاط تماس تجربه بانکی، از جمله تجهیزات نوبت‌دهی، نمایشگرها، سیستم مدیریت صف و نحوه تعامل مشتریان با باجه‌ها را نیز برعهده داشته است. به گفته این استودیو، این بخش‌ها با رویکردی مردمی، گشوده و همسو با بانکداری نوین طراحی شده‌اند. استراتژی دیزاین برند این پروژه برعهده اشکان الهیاری بوده، طراحی هویت را استودیو دیزاین برند نانگر انجام داده و محمدرضا محمودی نیز مسئولیت موشن‌دیزاین را برعهده داشته است.

چرم مشهد حضور خود را در رسانه‌های محیطی توسعه می‌دهد

چرم مشهد در ادامه مسیر توسعه فعالیت‌های مارکتینگی خود، کمپین ویدیویی «آغاز مسیر با توست» را با حضور در پلتفرم‌های VOD و رسانه‌های محیطی اجرا می‌کند؛ کمپینی که در کنار تقویت حضور و تصویر برند، اهداف پروموشنی را نیز دنبال می‌کند و افزایش دسترسی مخاطبان به پیام ویدیو و میزان مشاهده آگهی‌ها را در اولویت قرار داده است. چرم مشهد طی سال‌های گذشته با همکاری ادوان، فعالیت‌های مارکتینگی و تبلیغاتی خود را توسعه داده و در ادامه این همکاری، حضور این برند در رسانه‌های ویدیویی آنلاین و محیطی نیز گسترش یافته است. در همین راستا، کمپین «آغاز مسیر با توست» با هدف برقراری ارتباط گسترده‌تر و مؤثرتر با مخاطبان، در پلتفرم‌های VOD در حال انتشار است. از آنجا که این کمپین علاوه بر اهداف برندسازی، اهداف پروموشنی را نیز دنبال می‌کند، انتخاب رسانه و نحوه توزیع آگهی‌ها نقش مهمی در دستیابی به نتایج مورد انتظار دارد. بر همین اساس، برنامه‌ریزی رسانه‌ای کمپین با تمرکز بر دستیابی به بیشترین میزان دسترسی و مشاهده آگهی‌ها و در عین حال، استفاده بهینه از بودجه رسانه‌ای انجام شده است. در این همکاری، ادوان به‌عنوان برنامه‌ریز رسانه‌ای چرم مشهد، مسئولیت برنامه‌ریزی و بهینه‌سازی انتشار آگهی‌های ویدیویی در پلتفرم‌های VOD را بر عهده دارد. ترکیب رسانه‌ها، نحوه توزیع بودجه و الگوی انتشار آگهی‌ها با هدف دستیابی به مخاطبان هدف و ایجاد بیشترین دسترسی مؤثر، متناسب با اهداف کمپین طراحی و بهینه می‌شود. همچنین در کنار رسانه‌های ویدیویی آنلاین، استفاده از رسانه‌های محیطی به‌عنوان یکی دیگر از بسترهای ارتباطی کمپین، به توسعه نقاط تماس برند با مخاطبان کمک می‌کند. ترکیب این دو گروه رسانه‌ای، امکان ایجاد ارتباط گسترده‌تر با مخاطب و تقویت حضور کمپین در نقاط مختلف مسیر روزمره او را فراهم می‌کند. همکاری چرم مشهد و ادوان در حوزه برنامه‌ریزی رسانه‌ای، یک همکاری بلندمدت است که در جریان آن، پلن رسانه‌ای هر کمپین متناسب با اهداف ارتباطی برند، ویژگی‌های مخاطبان و ظرفیت هر رسانه طراحی و بهینه می‌شود. کمپین «آغاز مسیر با توست» را می‌توان بخشی از مسیر جدید چرم مشهد برای توسعه حضور مارکتینگی این برند دانست؛ مسیری که در آن، VODها و رسانه‌های محیطی در کنار یکدیگر، به‌عنوان دو بستر مکمل برای افزایش دسترسی، تقویت حضور برند و انتقال پیام کمپین به مخاطبان مورد استفاده قرارگرفته‌اند.

ruydademrooz.ir

وزارت نیرو
شرکت آب وفاضلاب استان لرستان

آگهی مزایده

نوبت اول

شرکت آب وفاضلاب استان لرستان در نظر دارد مزایده عمومی ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. لذا با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مزایده اعم از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهاد مزایده گران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir صورت خواهد پذیرفت، لازم است کلیه مزایده گران واجد صلاحیت در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند. تاریخ انتشار مزایده: در سامانه ۱۴۰۵/۰۶/۱۵ می باشد.

مزایده فروش لوازم اسقاطی (۱۰۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۰۶)

ردیف	مشخصات پارتی ها	مبلغ پایه کارشناسی (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	کد پارتی در سامانه
۱	پارتی ۱ انواع آهن آلات ضایعاتی، لوله فلزی جداره چاه و پوسته تابلو برق	۲،۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۲۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۰۹
۲	پارتی ۲ انواع پمپ و الکتروموتور	۳۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۰
۳	پارتی ۳ انواع کنتور آب برنجی در سایزهای ۱/۲ و ۳/۴ اینچ	۵۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۲،۳۹۱،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۱
۴	پارتی ۴ انواع کنتورهای آب پلی اتیلن سایز ۱/۲	۹،۸۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۴۹۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۲
۵	پارتی ۵ انواع ترانس برق	۱۸،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۹۲۵،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۳
۶	پارتی ۶ لوله پلی اتیلن سوخته	۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۴
۷	پارتی ۷ انواع کیت کنتور پلاستیکی	۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۷۵،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۵
۸	پارتی ۸ انواع واشر لاستیکی	۳۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۵،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۶
۹	پارتی ۹ بچینگ ۵متر مکعبی با تجهیزات کامل	۲،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۳۵،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۷
۱۰	پارتی ۱۰ کمپرسور سیار هوا	۲،۳۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۵،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۸
۱۱	پارتی ۱۱ دستگاه خم کن میلگرد و دستگاه برش میلگرد	۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۱۹
۱۲	پارتی ۱۲ دستگاه خم و برش میلگرد	۲۰۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۰،۰۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۰۰۱۳۴۰۰۰۰۰۲۰

زمان انتشار در سایت: ساعت ۱۲ ظهر مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۱۵
مهلت دریافت اسناد مزایده: تا ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۵/۰۶/۲۲
تاریخ بازدید: از ساعت ۸:۰۰ صبح لغایت ۱۴:۰۰ عصر، ۱۴۰۵/۰۶/۱۵ لغایت ۱۴۰۵/۰۷/۰۲
آخرین مهلت ارسال پیشنهاد قیمت: ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۲
زمان بازگشایی: ساعت ۹ مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۴
زمان اعلام به برنده: ساعت ۹ مورخ ۱۴۰۵/۰۷/۰۷

اطلاعات تماس دستگاه مزایده گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مزایده و ارائه پاکات (الف):
آدرس: خرم آباد - میدان ۲۲ بهمن - بلوار ولیعصر (عج) - خیابان شهید شفیع پور (۶۰ متری شمالی) - کدپستی: ۶۸۱۷۸۵۵۳۷۱
تلفن: ۵-۳۳۲۲۵۸۰۴-۳۳۲۲۴۴۹۲-۳۳۲۲۲۷۴۵-۰۶۶

شرکت آب وفاضلاب استان لرستان