



شرکت نظر بازار

با مسئولیت محدود

برنامه کسب و کار

۱۳۸۶

مشخصات مستند

عنوان:

برنامه کسب و کار شرکت نظربازار (با مسئولیت محدود)

تهیه کنندگان:

محمد کیهانی (m.kaihani@gmail.com)

زهرا بهروزآذر (zahra.behrouzazar@gmail.com)

مجید آل رسول دهکردی (majidalerasool@gmail.com)

تاریخ تهیه:

۳۱ تیر ۱۳۸۶

یادداشت:

این برنامه کسب و کار به منظور ارائه به خانم دکتر ایمانی پور به عنوان پروژه پایان ترم درس برنامه ریزی کسب و کار در دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران تهیه شده است.

بعضی از اطلاعات موجود در این مستند فرضی است و دارای ارزش واقعی نمی باشد. مالکیت فکری آمار و اطلاعات به دست آمده از سایت های Compete.com، Alexa.com، Technorati.com، و Blogfa.com متعلق به صاحبان حقوقی این سایت ها می باشد. نام شرکت ها و بانک های مختلفی که در این مستند عنوان شده است فقط برای اهداف آموزشی آورده شده و این مطالب این مستند دلیل بر هیچ گونه قصد تجاری واقعی نیستند.

این مستند از طریق وبگاه www.mkaihani.com/fa به شکل الکترونیکی قابل دریافت است.

مالکیت فکری مستند



این مستند از طریق گواهینامه Creative Commons حفاظت شده است. هر گونه استفاده تجاری یا غیر تجاری از کل یا جزوی از این مستند به شکل تغییر یافته یا اصل با ذکر نام تهیه‌کنندگان و ارجاع به شرایط گواهینامه مجاز است.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution 3.0 Unported License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/> or send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

1.1.1 You are free:

- **to Share** — to copy, distribute and transmit the work
- **to Remix** — to adapt the work

1.1.2 Under the following conditions:

- **Attribution.** You must attribute the work in the manner specified by the author or licensor (but not in any way that suggests that they endorse you or your use of the work).
- For any reuse or distribution, you must make clear to others the license terms of this work. The best way to do this is with a link to this web page.
- Any of the above conditions can be waived if you get permission from the copyright holder.
- Nothing in this license impairs or restricts the author's moral rights.

Your fair dealing and other rights are in no way affected by the above.

This is a human-readable summary of the [Legal Code \(the full license\)](#).

فهرست مطالب

۱.	خلاصه مدیریتی	۶
۲.	خلاصه وضعیت شرکت	۷
۱.۱	مالکیت شرکت	۷
۱.۲	تاریخچه شرکت	۷
۱.۳	محل شرکت	۷
۳.	محصولات	۸
۲.۱	توصیف محصول	۹
۲.۲	مقایسه رقابتی	۱۱
۲.۳	محصولات آینده	۱۳
۴.	تحلیل بازار	۱۴
۳.۱	تحلیل صنعت و رقبا	۱۴
۳.۲	تحلیل بازار و مشتریان	۱۹
۳.۳	تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف	۲۳
۵.	استراتژی	۲۵
۴.۱	مأموریت	۲۵
۴.۲	قابلیت‌های هسته‌ای و مزیت رقابتی	۲۵
۴.۳	استراتژی بازاریابی و فروش	۲۵
۴.۳.۱	نحوه موقعیت‌یابی	۲۶
۴.۳.۲	استراتژی قیمت‌گذاری	۲۶
۴.۳.۳	استراتژی تبلیغ	۲۶
۴.۳.۴	استراتژی فروش	۲۹
۴.۳.۵	پیش‌بینی فروش	۳۰
۴.۴	همکاری‌ها و شراکت‌های استراتژیک	۳۲
۴.۵	قدم‌های اجرایی	۳۲
۶.	مدیریت	۳۳
۵.۱	ساختار سازمانی	۳۳
۵.۲	تیم مدیریتی	۳۳
۵.۳	برنامه منابع انسانی	۳۴

۳۵.....	برنامه مالی	۷.
۳۵.....	درآمد پیشبینی شده	۶.۱
۳۶.....	سرمایه‌گذاری ثابت	۶.۲
۳۶.....	محل اجرای طرح	۶.۲.۱
۳۶.....	تجهیزات اطفاء حریق	۶.۲.۲
۳۷.....	ماشین آلات و تجهیزات	۶.۲.۳
۳۷.....	تجهیزات اداری و کارگاهی	۶.۲.۴
۳۷.....	هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	۶.۲.۵
۳۸.....	هزینه‌های جاری	۶.۳
۳۸.....	حقوق و دستمزد پرسنل غیر تولیدی	۶.۳.۱
۳۹.....	حقوق و دستمزد پرسنل تولیدی	۶.۳.۲
۳۹.....	هزینه سوخت و انرژی	۶.۳.۳
۴۰.....	استهلاک و تعمیر و نگهداری	۶.۳.۴
۴۰.....	هزینه‌های ثابت و متغیر تولید	۶.۴
۴۰.....	سرمایه در گردش	۶.۵
۴۱.....	سرمایه‌گذاری کل	۶.۶
۴۱.....	محاسبه سود خالص	۶.۷
۴۱.....	پیوست‌ها	۸.

۱. خلاصه مدیریتی

شرکت نظربازار به شکل حقوقی شرکت با مسئولیت محدود از فروردین ماه سال ۱۳۸۷ آغاز به کار خواهد کرد. سهامداران آن متشکل از مدیرعامل (دارای ۵۱ درصد سهم) به علاوه سایر سرمایه‌گذاران بالقوه تا سقف یازده شخص حقیقی یا حقوقی خواهند بود. محصول اصلی این شرکت یک زیرساخت نرم‌افزاری در زمینه رایانش اجتماعی خواهد بود. این زیرساخت امکان ایجاد یک بازار برای محتوای تولید شده در وبلاگ‌ها فراهم می‌کند و یک ابزار دریافت اطلاعات بازار و انجام تحقیقات بازار از طریق اینترنت در اختیار سازمان‌ها می‌گذارد. شرکت برای شروع به کار احتیاج به ۳۱۵ میلیون ریال سرمایه دارد. دوره بازگشت سرمایه ۳۶ ماه با نرخ ۳۲٪ پیشبینی می‌شود.

بازار

شرکت نظربازار برای موفقیت احتیاج به نفوذ در میان وبلاگ‌نویسان و نیز جذب سازمان‌های تبلیغ‌کننده دارد. برای هر کدام از این دو گروه استراتژی‌های تبلیغ ویژه برنامه‌ریزی شده است. بازار هدف اولیه شامل حوزه‌های فرهنگ و ادب، رایانه و اینترنت، علم و فناوری، طنز و سرگرمی، و اندیشه و مذهب انتخاب شده است.

محصولات

محصول اصلی شرکت یک زیرساخت تحت وب برای برقراری یک رابطه برنده برنده میان تبلیغ‌کنندگان و وبلاگ‌نویسان خواهد بود. علاوه بر این شرکت نظربازار از طریق ارائه خدمات مشاوره تبلیغات و نیز قراردادهای تحقیقات بازار کسب درآمد خواهد کرد.

استراتژی

استراتژی شرکت بر اساس موقعیت‌یابی نظربازار به عنوان یک ابزار بدیع و منطقی برای بازاریابی است که به طور ویژه برای ایرانیان و وبلاگ‌های فارسی‌زبان ساخته شده است. با توجه به عدم حضور سایر رقبای بازار ایران، می‌توان از این بازار برای رشد سریع استفاده کرد.

تیم مدیریتی

هسته مرکزی نظربازار شامل شش نفر افراد ماهر و با تجربه خواهد بود که سابقه همکاری موفق با یکدیگر را دارند.

۲. خلاصه وضعیت شرکت

شرکت نظربازار برای پیاده‌سازی یک ایده بدیع تشکیل می‌شود. این شرکت قصد دارد کار خود را از تاریخ ۱۳۷۸/۱/۱ شروع کند و اولین محصول خود را تا ۱۲ هفته پس از راه‌اندازی ارائه دهد.

۲.۱ مالکیت شرکت

حداقل ۵۱ درصد سهام شرکت متعلق به ؟؟؟؟ خواهد بود و ایشان نقش مدیرعامل شرکت را نیز به عهده خواهد داشت. باقی سهام میان افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری تقسیم خواهد شد. برای پرهیز از پیچیدگی‌های قانونی تعداد کل سهامداران بیشتر از یازده شخص حقوقی یا حقیقی نخواهد بود.

۲.۲ تاریخچه شرکت

ایده شرکت نظربازار نتیجه جلسات طوفان فکری میان گروه سه نفری متشکل از محمد کیهانی، زهرا بهروزآذر، و مجید آل رسول دهکردی بوده است. برای اولین بار شرکت‌های Blogitive و ParPerPost در اواسط سال ۲۰۰۶ با مدل کسب و کاری مشابه در ایالات متحده آمریکا آغاز به کار کرده اند.

تا کنون در جهت راه‌اندازی این شرکت، علاوه بر تحقیقات بازار رقبا و مشتریان که در این مستند ارائه می‌گردد، پایگاه اینترنتی Nazarbazar.net نیز خریداری شده است و تیم هسته‌ای نظربازار نمونه‌های اولیه نرم‌افزارهای لازم برای شروع فروش شرکت را تهیه کرده است.

۲.۳ محل شرکت

از آنجا شرکت نظربازار یک کسب و کار الکترونیکی است، برای انتخاب محل شرکت محدودیت چندانی وجود ندارد. با این وجود برای شرایط زیر برای محل شرکت ضروری است:

۱. در محل شرکت باید امکان دسترسی به خدمات اینترنت پرسرعت ADSL وجود داشته باشد. به عبارت دیگر مرکز مخابرات منطقه باید از این گونه خدمات پشتیبانی کند.

۲. به دلیل احتیاج به نیروی انسانی ماهر در زمینه مهندسی نرم‌افزار، محل شرکت باید در منطقه‌ای از کشور باشد که تراکم این گونه نیروها بالا باشد. به عبارت دیگر مناطق نزدیک به دانشکده‌های فنی معتبر کشور در شهرهای بزرگ مناسب می‌باشند.

۳. محصولات

به طور خلاصه محصول نظربازار نوعی خدمات نرم‌افزاری تحت وب است که با استفاده از آن سازمان‌ها می‌توانند از با پرداخت مبلغی، باعث شوند تا وبلاگ‌نویسان درباره محصولات و یا خدمات آنها مطلب بنویسند. در واقع نظربازار برای سازمان‌های یک ابزار بازاریابی است و برای کاربران اینترنت یک ابزار کسب درآمد از طریق وبلاگ‌نویسی است.



وبلاگ‌نویسان نظربازار تبلیغ‌کنندگان

در هر دوی این زمینه‌ها نظربازار یک ابزار نوین و متفاوت با ابزارهای موجود خواهد بود:

- از نظر ابزار بازاریابی برای سازمان‌ها این ابزار به ای دلیل متفاوت است که کنترل متن نوشته شده در توصیف محصولات یا خدمات سازمان‌ها در دست خود سازمان نخواهد بود. در واقع این ابزار به سازمان‌هایی که محصولات درجه یک دارند و از محصولات خود اطمینان دارند کمک می‌کند تا پیام‌های تبلیغاتی خود را از سایر شرکت‌هایی که محصولات ضعیف‌تر دارند متمایز کنند. چرا که تنها شرکت‌هایی می‌توانند با اطمینان خاطر از نظربازار استفاده کنند که به محصول خود اطمینان دارند و نیز اطمینان دارند که قالب نظرهای وبلاگ‌نویسان درباره محصول آنها مثبت خواهد بود.
- از نظر ابزار کسب درآمد برای وبلاگ‌نویسان این ابزار روشی کاملاً متفاوت با ابزارهای سنتی یعنی تبلیغات روی صفحات وبلاگ خواهد بود. در این روش وبلاگ‌نویس برای کسب درآمد مجبور نیست ظاهر وبلاگ خود را با تبلیغات تغییر دهد بلکه در قالب نوشته‌های معمولی وبلاگ نظر خود را می‌نویسد. علاوه بر این وبلاگ‌نویس کاملاً نظر خود را می‌نویسد بدون اینکه مطلبی را که ممکن است قبول نداشته باشد بخواند روی وبلاگش منتشر کند.

علاوه بر این نظربازار با استفاده از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات مربوط به تبلیغات و نظرات وبلاگ‌نویسان و وبلاگ‌خوانان درباره آنها، می‌تواند خدمات تحقیقات بازار و نیز خدمات مشاوره تبلیغات به شرکت‌ها و سازمان‌ها ارائه دهد.

۳.۱ توصیف محصول

در این قسمت به طور خلاصه ویژگی‌ها و کارکردهای مهم محصول نظربازار را توضیح می‌دهیم. محصولات شرکت به شکل خدمات نرم‌افزاری تحت وب ارائه خواهند شد و تحت عنوان سایت نظربازار برای کاربران شناخته خواهد شد. این خدمات با سایر خدمات الکترونیکی مخصوصاً سرویس‌های وبلاگ یکپارچگی بالایی خواهد داشت و کاربران می‌توانند از هر جای دنیا و با هر دستگاه رایانه فقط با دسترسی به یک مرورگر مانند Internet Explorer یا Firefox از آن استفاده کنند.

به دلیل ماهیت این محصول مسئله تعداد به شکل سنتی درباره آن بی معنی است اما به شکل پهنای باند و قابلیت‌های سرور در پشتیبانی از تعداد زیاد بازدیدکننده و کاربر خود را نشان می‌دهد. به دلیل کم‌صبری حاکم بر رفتار کاربران برخط همواره باید ظرفیت‌های سرور از این نظر بسیار بالا نگه داشته شوند و محصول نرم‌افزاری نیز دارای سرعت بسیار زیادی در بارگزاری صفحات باشد. به طور دقیق با یک ارتباط اینترنتی معمولی Dial-up از طریق خط تلفن هیچ صفحه‌ای نباید بیشتر از ۸ ثانیه برای بارگزاری وقت بگیرد.

برای مقابله با حرکات کپی‌برداری رقبا لازم است تا میانای کاربری محصول و ویژگی‌های کاربرپندی و استفاده‌پذیری آن از سطح استاندارد فوق‌اعلاده بالایی برخوردار باشند تا کاربران به راحتی انگیزه‌ای برای تغییر و روی آوردن به رقبا نداشته باشند.

کاربران با پس از ورود به سایت بسته به اینکه وبلاگ‌نویس باشند یا تبلیغ‌کننده مسیرهای مختلفی را طی خواهند کرد. لازم به ذکر است که عبارت «فرصت تبلیغ» در این مستند به منظور فرصت نوشتن مطلب درباره یک محصول یا خدمت است و نه لزوماً تعریف و تمجید از آن.

- هر سازمان تبلیغ‌کننده باید مشخصات کامل خود را برای عضویت وارد کند و این مشخصات بعداً از طریق تلفن با سازمان مورد نظر صحت‌گذاری می‌شود. سازمان‌ها پس از عضویت می‌توانند از ۳ طریق فرصت تبلیغ و کسب درآمد را به وبلاگ‌نویسان ارائه دهد:

۱. با ارائه مشخصات فرصت تبلیغ و تعیین یک قیمت خاص که حاضرند به هر وبلاگ‌نویس پرداخت کنند و نیز تعیین شرایط لازم برای وبلاگ‌نویسان می‌توانند فرصت تبلیغ خود را در معرض توجه وبلاگ‌نویسان قرار دهند. سپس از میان وبلاگ‌نویسانی که حاضر به قبول فرصت تبلیغ هستند و دارای شرایط لازم می‌باشند به تعداد دلخواه وبلاگ‌نویس انتخاب نموده و آنها را مأمور نوشتن درباره محصول یا خدمت خود کنند.

۲. با ارائه مشخصات فرصت تبلیغ می‌توانند آن را در معرض توجه وبلاگ‌نویسان قرار داده و سپس از میان وبلاگ‌نویسانی که حاضر به قبول فرصت تبلیغ هستند و قیمت مناسب‌تری را پیشنهاد داده‌اند به تعداد دلخواه وبلاگ‌نویس انتخاب نموده و آنها را مأمور نوشتن درباره محصول یا خدمت خود کنند.

۳. به طور گلچین شده تعدادی وبلاگ که از کیفیت و قیمت مناسب برخوردار هستند را انتخاب کنند و فرصت تبلیغ را به آنها ارائه دهند. در این صورت وبلاگ‌نویس‌ها مختار به قبول یا رد پیشنهاد خواهند بود.

علاوه بر این سازمان‌ها بعد از ارائه فرصت‌های تبلیغاتی خود می‌توانند از خدمات تحقیق و تحلیل بازار نظربازار نیز استفاده کنند به این شکل که نظربازار واکنش‌های کاربران اینترنتی به تبلیغات آنها را پیگیری و بررسی کرده و تحلیل‌های مختلفی به سازمان تبلیغ‌کننده ارائه خواهد داد.

- هر وبلاگ‌نویس باید علاوه بر وارد کردن مشخصات خود و مشخصات یک حساب بانکی جهت واریز پول، هویت خود را به عنوان نویسنده وبلاگ خود تصدیق کند که این کار به راحتی از طریق وارد کردن چند خط کد نرم‌افزاری در داخل وبلاگ میسر می‌شود. مشخصات وبلاگ باید شامل موضوعات مورد بحث در وبلاگ نیز باشد. پس از عضویت هر وبلاگ‌نویس می‌تواند از ۳ طریق فرصت‌های تبلیغ را به دست آورده و درآمد داشته باشد:

۱. با ارائه مشخصات وبلاگ خود (شامل درجه کیفیت وبلاگ محاسبه شده توسط سایت نظربازار) در معرض توجه تبلیغ‌کنندگان، و تعیین حداقل مبلغی که حاضر است برای نوشتن نظرش در مورد یک فرصت تبلیغ دریافت کند منتظر سفارشات تبلیغ‌کنندگان باشد.

۲. با بررسی فرصت‌های تبلیغاتی مختلف ارائه شده توسط تبلیغ‌کنندگانی که قیمت مشخص تعیین نکرده‌اند می‌توانند برای قبول فرصت کاندیدا شوند و قیمت پیشنهادی خود را ارائه دهند.

۳. با بررسی فرصت‌های تبلیغاتی مختلف ارائه شده توسط تبلیغ‌کنندگانی که شرایط قبلی مانند قیمت و کیفیت را اعلام کرده‌اند، در صورت داشتن شرایط و قبول قیمت مورد نظر تبلیغ‌کننده می‌توانند برای قبول فرصت تبلیغ کاندیدا شوند.

در واقع نظربازار برای رساندن فرصت‌های تبلیغ و بازاریابی به ترتیب به وبلاگ‌نویسان و سازمان‌ها، برای آنها ۳ نوع مکانیزم بازار را به طور الکترونیکی و تحت وب فراهم می‌کند. برای اطمینان از کارکرد مناسب این مکانیزم‌ها نظربازار فعالیت‌های زیادی انجام می‌دهد از جمله بررسی کیفیت وبلاگ‌ها، بررسی کیفیت مطالب نوشته شده برای فرصت‌های تبلیغ، و بازی کردن نقش داور در موارد اختلاف. وبلاگ‌نویسان و سازمان‌های متخلف که از قوانین نظربازار سرپیچی کنند از ادامه استفاده از این خدمات مرحوم خواهند شد و نام آنها در لیست سیاه نظربازار قرار می‌گیرد تا دیگران نیز از تخلف آنها مطلع شوند.

خدمات تحقیقات بازار به شکل قراردادهای ۳ ماهه، ۶ ماهه و یا یک ساله ارائه خواهد شد و خدمات مشاوره تبلیغات به شکل ساعتی محاسبه و ارائه خواهد شد.

۳.۲ مقایسه رقابتی

بعد از آنکه شرکت‌های Blogitive و PayPerPost در اوائل سال ۲۰۰۶ اولین مدل‌های کسب و کار در این زمینه را ارائه دادند تعداد زیاد دیگری از شرکت‌ها نیز از این مدل کپی‌برداری کردند و با روش‌هایی مشابه شروع به فعالیت نمودند. ما بعد از جستجوهای بسیار توانسته‌ایم فهرست نسبتاً کاملی از این شرکت‌ها را تهیه کنیم. در مجموع تحقیقات ما منجر به کشف یازده شرکت فعال در این زمینه شد. این فهرست از تمامی فهرست‌های مشابه که در اینترنت یافت می‌شوند کامل‌تر است:

1. PayPerPost www.payperpost.com
2. ReviewMe www.reviewme.com
3. SponsoredReviews www.sponsoredreviews.com
4. Blogitive www.blogitive.com
5. LoudLaunch www.loudlaunch.com
6. BlogsVertise www.blogsvertise.com
7. BloggerWave www.bloggerwave.com
8. Reviewstream www.reviewstream.com
9. Smorty www.smorty.com
10. Blog to Profit www.blogtoprofit.com
11. Helium www.helium.com

در این میان سایت Helium با وجود اینکه بازاری برای کسب درآمد برای وبلاگ‌نویسان ایجاد می‌کند، مدلی نسبتاً متفاوت با سایر سایت‌های عنوان شده در فوق دارد. این سایت نظر وبلاگ‌نویسان در مورد محصولات و خدمات سازمان‌ها را مورد توجه قرار نمی‌دهد و بیشتر متمرکز بر رساندن محتوای با کیفیت وبلاگ‌ها به خریداران این محتوا مانند روزنامه‌ها، مجلات و سایر نشریات می‌باشد. به دلیل این تفاوت ماهیتی Helium با سایر سایت‌ها، در ادامه بررسی‌های انجام شده روی رقبا این سایت را از فهرست فوق حذف می‌نماییم.

ویژگی‌های مهم هر کدام از این رقبا در جدول صفحه بعد مورد بررسی قرار گرفته اند^۱:

^۱ اطلاعات داخل این جدول فرضی و غیر واقعی است.

	امکان برگزاری مناقصه برای فرصت تبلیغ	امکان تعیین قیمت توسط وبلاگ نویس	امکان تعیین قیمت توسط تبلیغ کننده	میزان محدودیت برای نوع نوشته های قابل پذیرش	میزان سختگیری در قبول وبلاگ ها	امکان تبادل پول با ایران	پشتیبانی از وبلاگ های فارسی
PayPerPost				محدود	بسیار سخت گیر	خیر	خیر
Reviewstream				بسیار آزاد	آزاد	خیر	بلی
BloggerWave				محدود	آزاد	خیر	خیر
ReviewMe				محدود	بسیار سختگیر	خیر	بلی
BlogsVertise				محدود	سختگیر	خیر	خیر
Blogitive				آزاد	سختگیر	خیر	خیر
SponsoredReviews				محدود	بسیار سختگیر	خیر	خیر
Smorty				آزاد	آزاد	خیر	خیر
LoudLaunch				محدود	آزاد	خیر	خیر
Blog to Profit				محدود	آزاد	خیر	خیر

محصول نظربازار در مقایسه با محصولات فوق دارای ویژگی‌های رقابتی زیر خواهد بود:

- پشتیبانی قوی از وبلاگ‌های فارسی زبان
- امکان تبادلات مالی در داخل ایران
- امکان فراهم ساختن زیرساخت هر ۳ مدل بازار (مناقصه، تعیین قیمت توسط وبلاگ‌نویس، و تعیین قیمت توسط تبلیغ‌کننده)
- امکان پذیرش بسیاری از وبلاگ‌های خوب فارسی که دارای شرایط سختگیرانه عضویت در سایت‌های رقبا نیستند.

۳.۳ محصولات آینده

شرکت نظربازار در صورت مناسب بودن تحولات محیطی می‌تواند در آینده محصولات خود را به شکل زیر گسترش دهد:

- گسترش فعالیت به تمامی زمینه‌هایی که در آنها عده‌ای علاقه‌مند به پرداخت پول برای محتوای وبلاگ‌ها هستند.
- تهیه زیرساخت‌های مخصوص برای وبلاگ‌نویسی که برای کسب درآمد از طریق نظربازار بهینه شده باشند.
- پشتیبانی از تمام زبان‌های دنیا و ارتباط با خریداران و وبلاگ‌نویسان بین‌المللی
- ارائه انواع امکانات رایانش اجتماعی مانند اتصال وبلاگ‌ها از طریق شبکه‌های اجتماعی و سنجش اجتماعی میزان اعتماد به وبلاگ‌ها
- ...

۴. تحلیل بازار

در این بخش ابتدا به بررسی وضعیت صنعت و رقبا موجود می‌پردازیم و سپس مروری بر وضعیت وبلاگ‌های جهان به خصوص وبلاگ‌های فارسی خواهیم داشت. از تحلیل وبلاگ‌های فارسی برای تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف استفاده خواهیم کرد.

۴.۱ تحلیل صنعت و رقبا

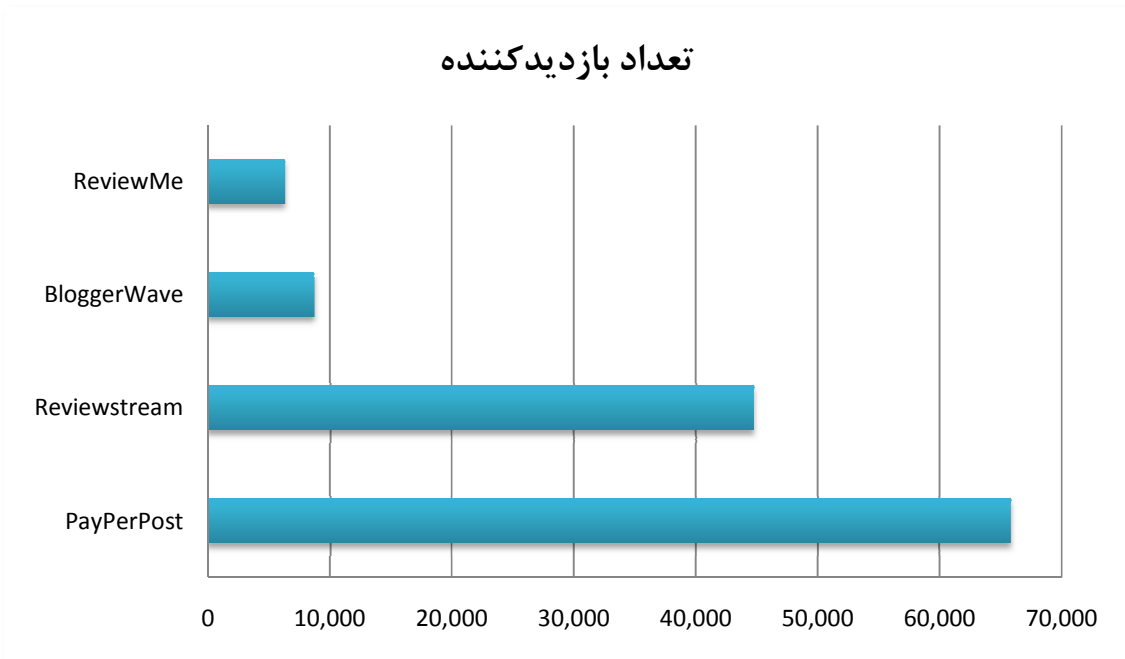
همانطور که در بخش مقایسه رقابتی گفته شد، تحقیقات بازار ما موجب شناسایی ده رقیب شد. در این قسمت تحلیل‌های مختلف مربوط به آمارهای میزان بازدید از این رقبا را ارائه می‌دهیم. با توجه به اینکه این صنعت در کل صنعت نوپا و کوچکی است، و این ده رقیب به احتمال زیاد تنها بازیگران موجود در آن هستند، تحلیل‌های این قسمت نه تنها بررسی رقبا مهم، بلکه بررسی کل صنعت می‌باشد.

آمار تعداد مراجعه کننده ماهانه در حال حاضر مرتب شده از بیشترین به کمترین^۲:

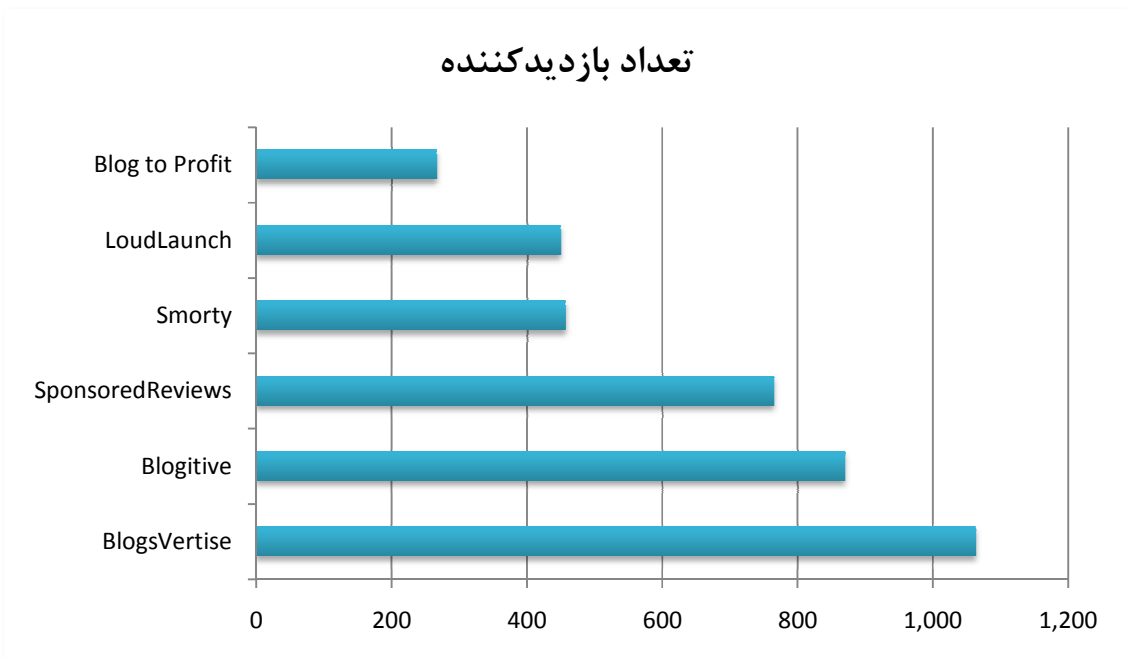
تعداد	
PayPerPost	65,815
Reviewstream	44,742
BloggerWave	8,686
ReviewMe	6,304
BlogsVertise	1,063
Blogitive	870
SponsoredReviews	765
Smorty	456
LoudLaunch	449
Blog to Profit	266

^۲ آمار محاسبه شده مربوط به July 2007 است و با استفاده از ابزار Compete.com تهیه شده است.

نمودار میله‌ای تعداد بازدیدکنندگان رقبای عمده:



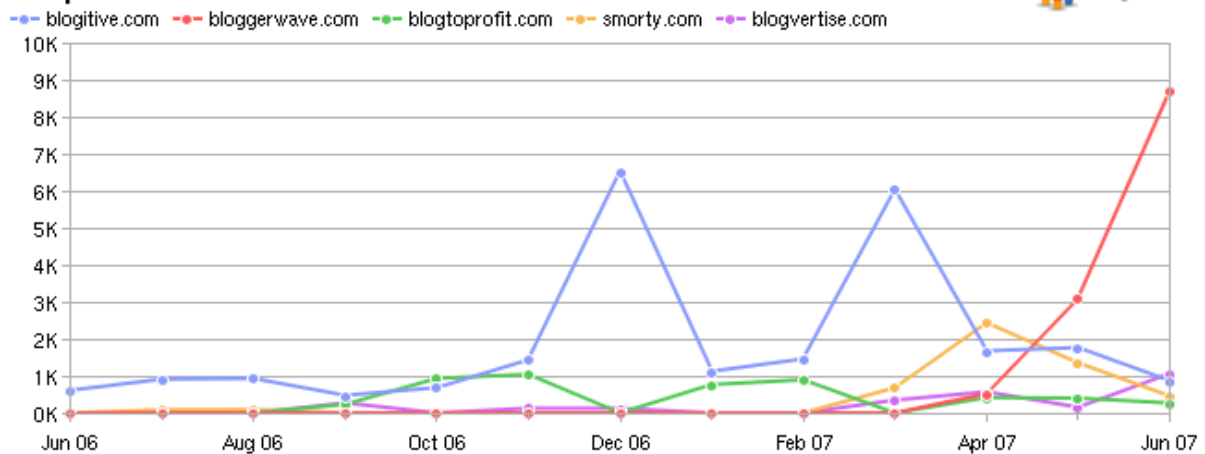
نمودار میله‌ای تعداد بازدیدکنندگان رقبای ضعیف‌تر:



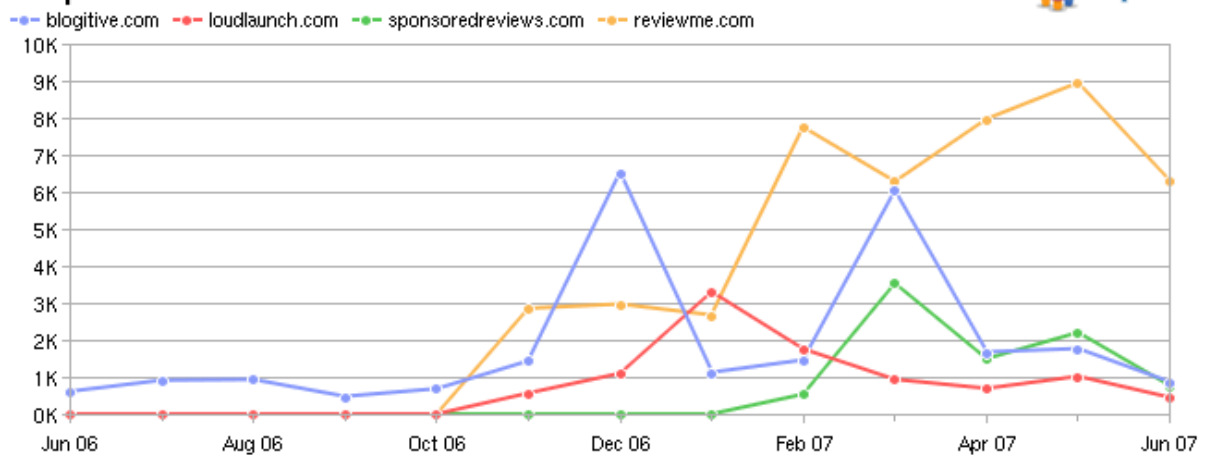
از آنجا که تنها نزدیک به یک سال از آغاز این صنعت می‌گذرد، مشاهده و تحلیل آمارهای مربوط به تعداد بازدیدکنندگان این سایت‌ها در یک سال اخیر می‌تواند اطلاعات مفیدی در اختیارمان قرار دهد. برای این منظور از دو ابزار معتبر تحلیل آمار اینترنتی Compete.com و Alexa.com استفاده کردیم. آمار مربوط به Blogitive به عنوان پایه مقایسه در تمام تحلیل‌ها آورده شده است.

محاسبه تعداد مراجعه‌کنندگان به سایت‌های رقیب با استفاده از Compete.com

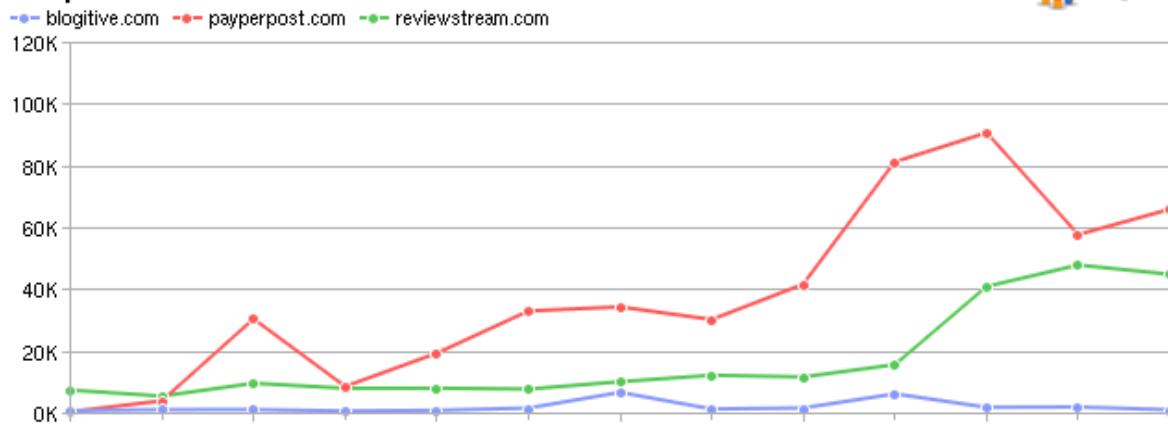
People Count



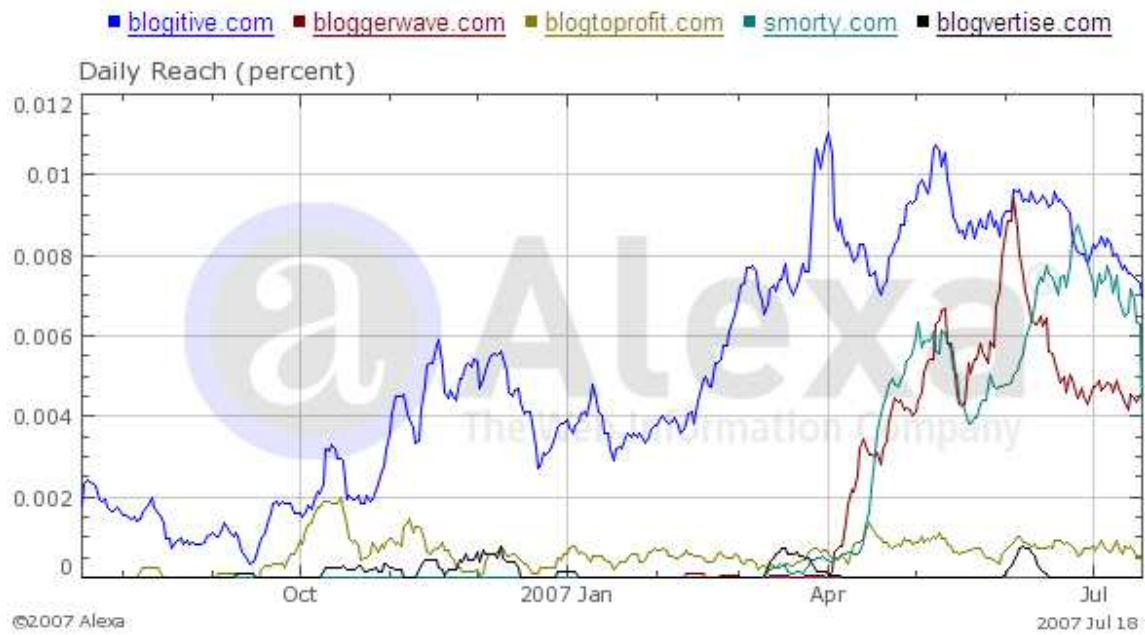
People Count

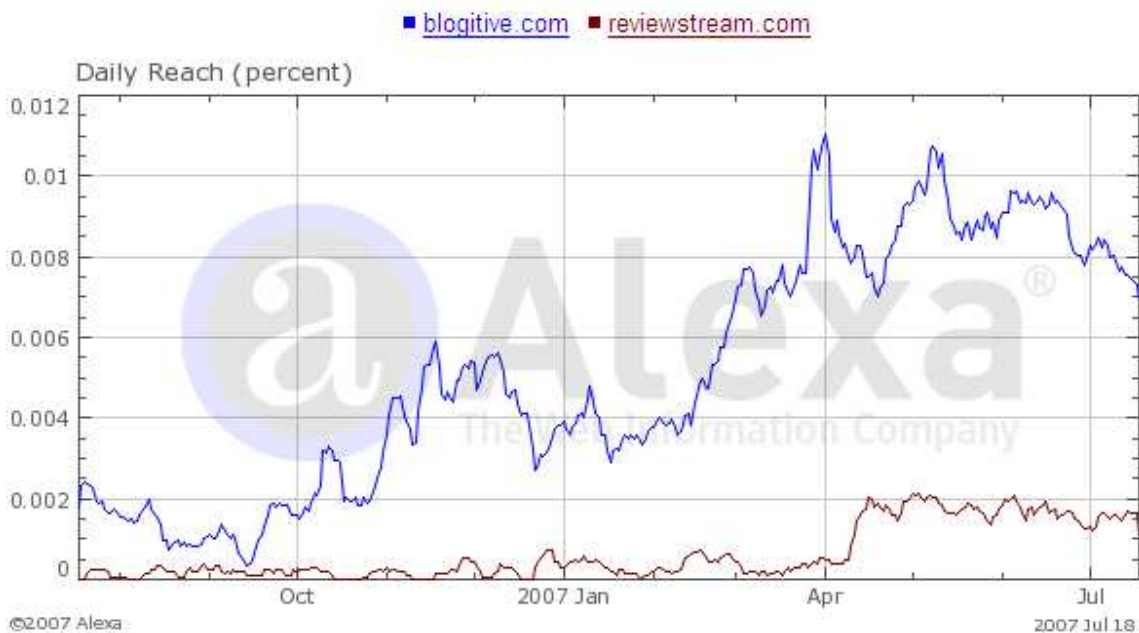
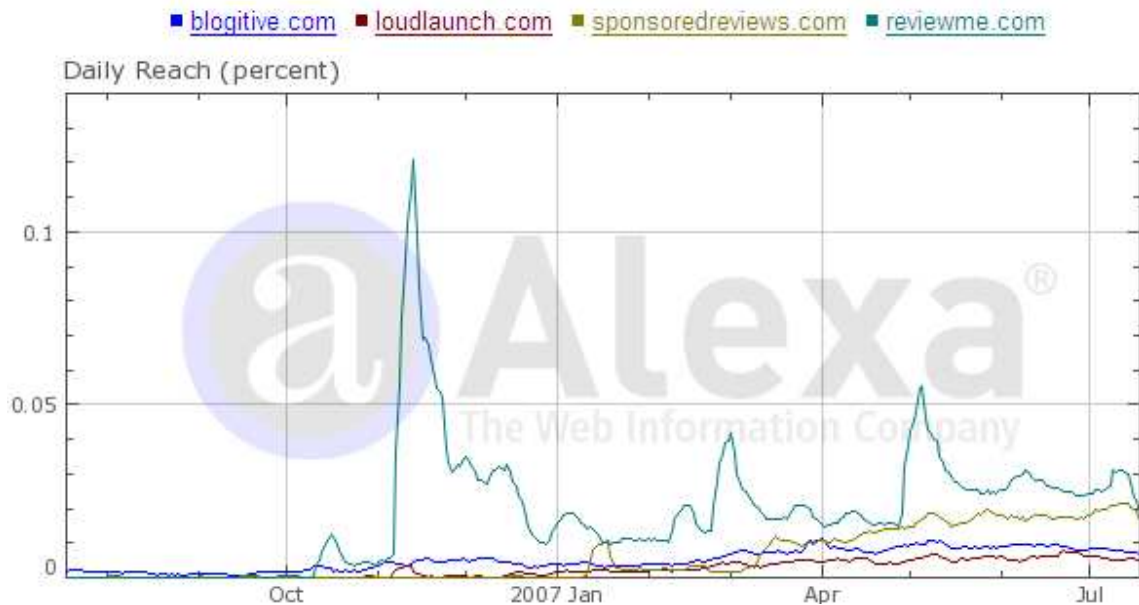


People Count



محاسبه درصد کاربران اینترنتی مراجعه کننده با استفاده از Alexa.com





متأسفانه آمار مربوط به PayPerPost از طریق Alexa قابل دسترس نبود.

همانطور که از آمارهای فوق معلوم است می‌توان دید که رقابت در این صنعت از آوریل سال ۲۰۰۷ تا کنون افزایش چشمگیری داشته است. شرکت PayPerPost به عنوان یکی از اولین شرکت‌ها عملکرد بهتری نسبت به سایر رقبا داشته و شاهد رشد مداوم بوده است.

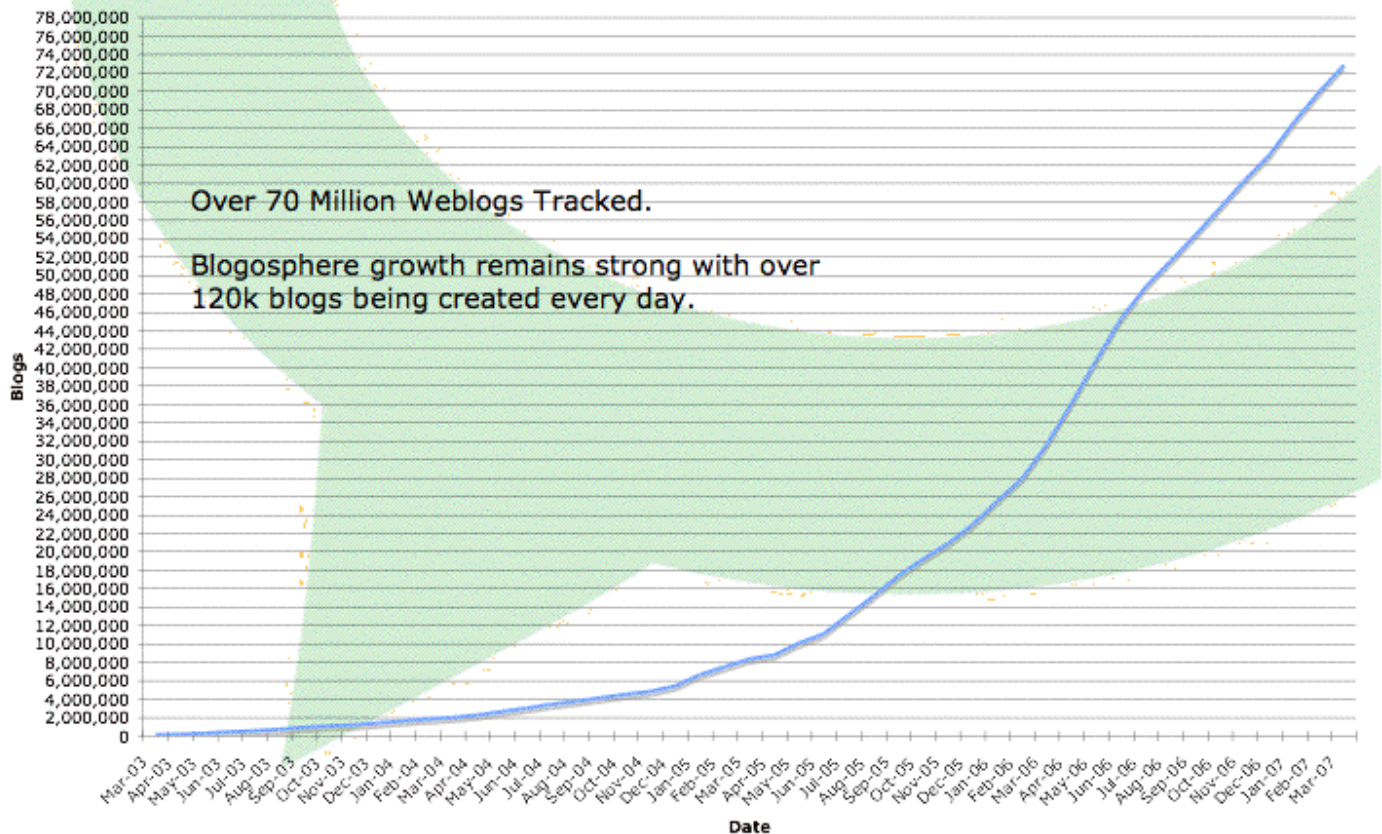
۴.۲ تحلیل بازار و مشتریان

در زمینه تعداد وبلاگ‌ها و میزان وبلاگ‌نویسی در جهان شرکت Technorati (www.technorati.com) معتبرترین و جامع‌ترین آمارها را ارائه می‌دهد. آخرین آمارهای این شرکت مربوط به پایان سال ۲۰۰۶ و اوائل سال ۲۰۰۷ می‌باشند و به طور خلاصه در زیر مرور می‌گردند.

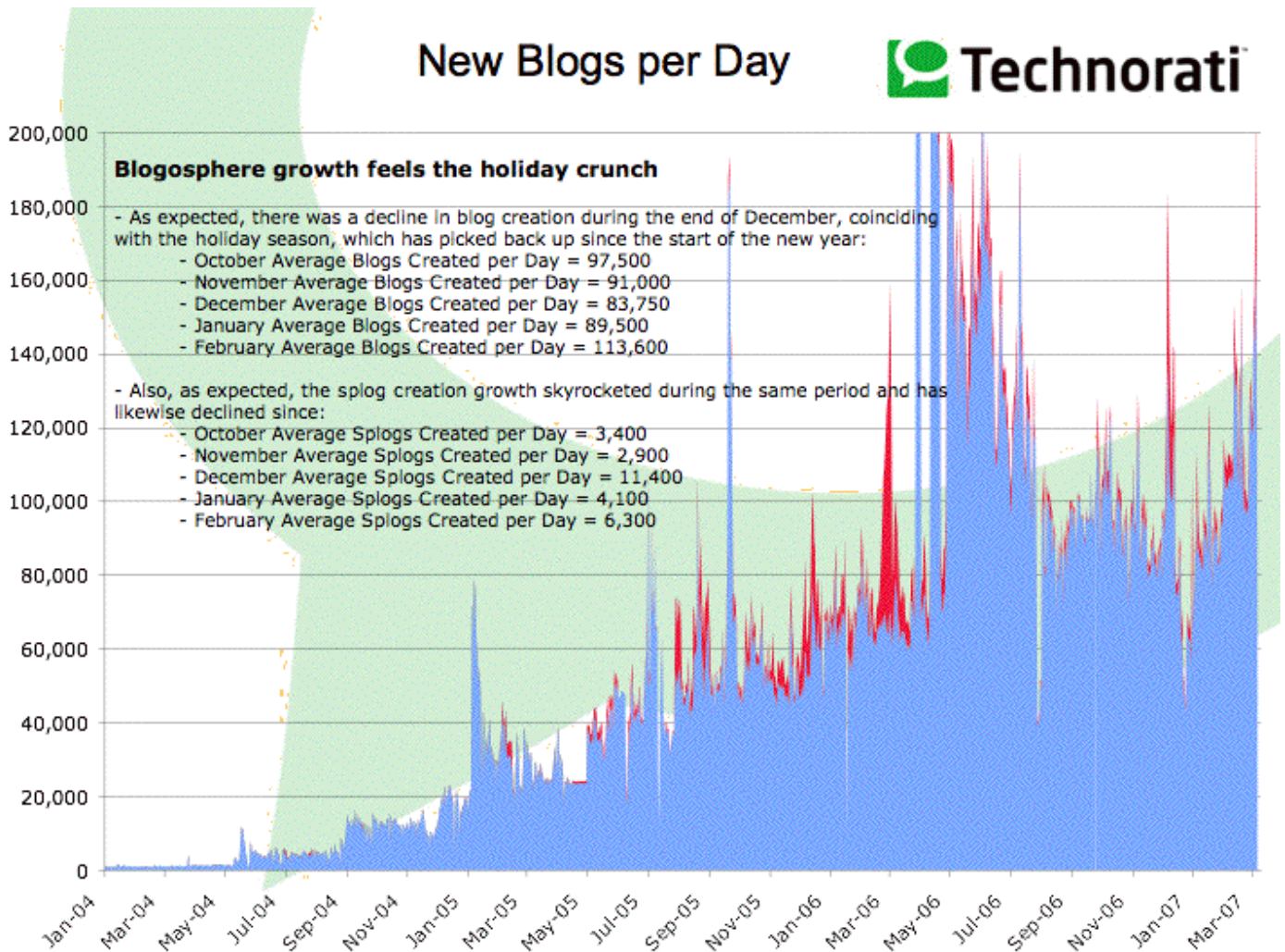
نرم‌افزارهای جستجوگر Technorati وجود بیش از ۷۲ میلیون وبلاگ را تشخیص داده‌اند که این تعداد نسبت به ۳۲۰ روز قبل دو برابر شده است. نمودار تعداد وبلاگ‌ها از سال ۲۰۰۳ تا کنون به شکل زیر است:



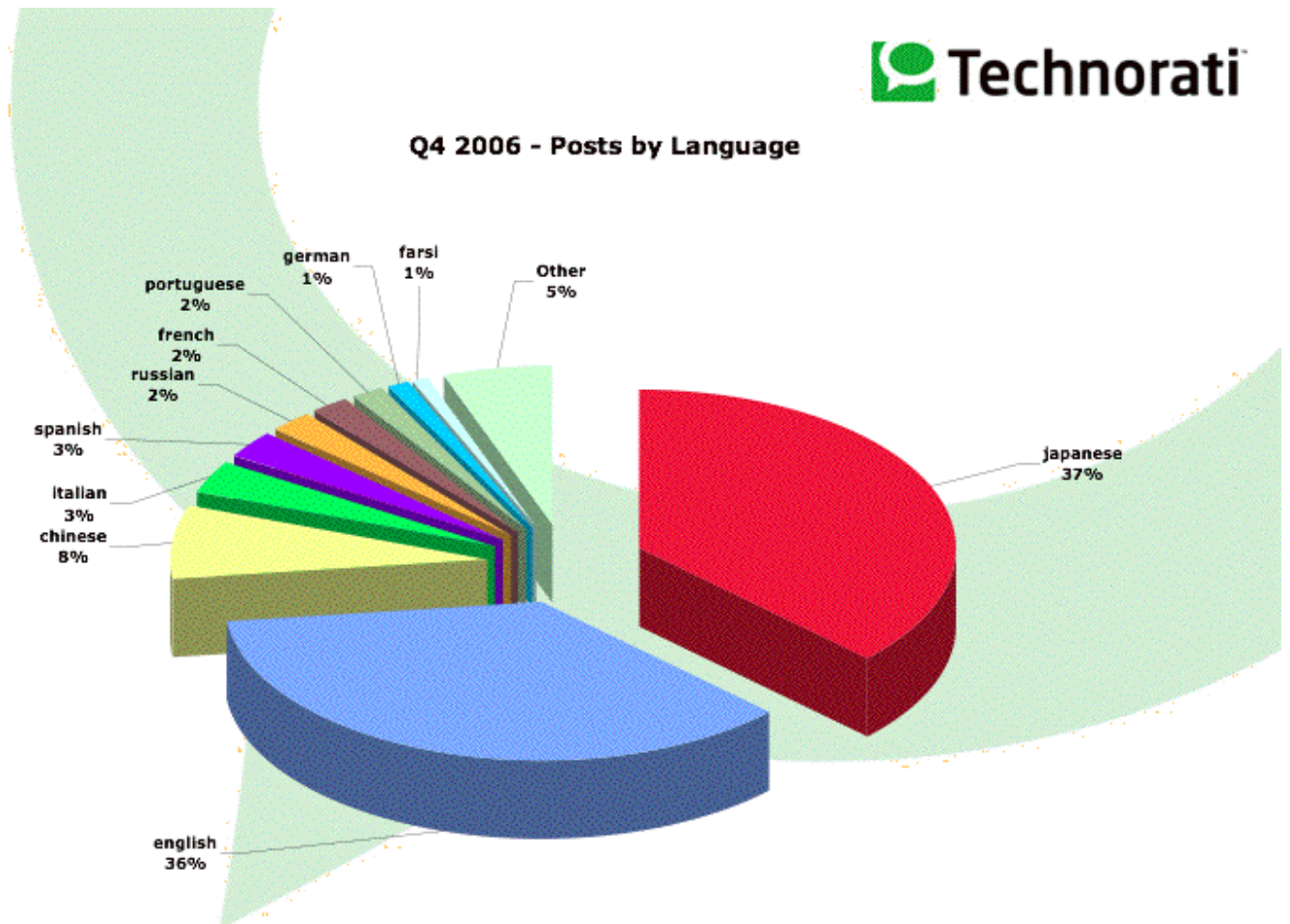
Weblogs Cumulative: March 2003 - March 2007



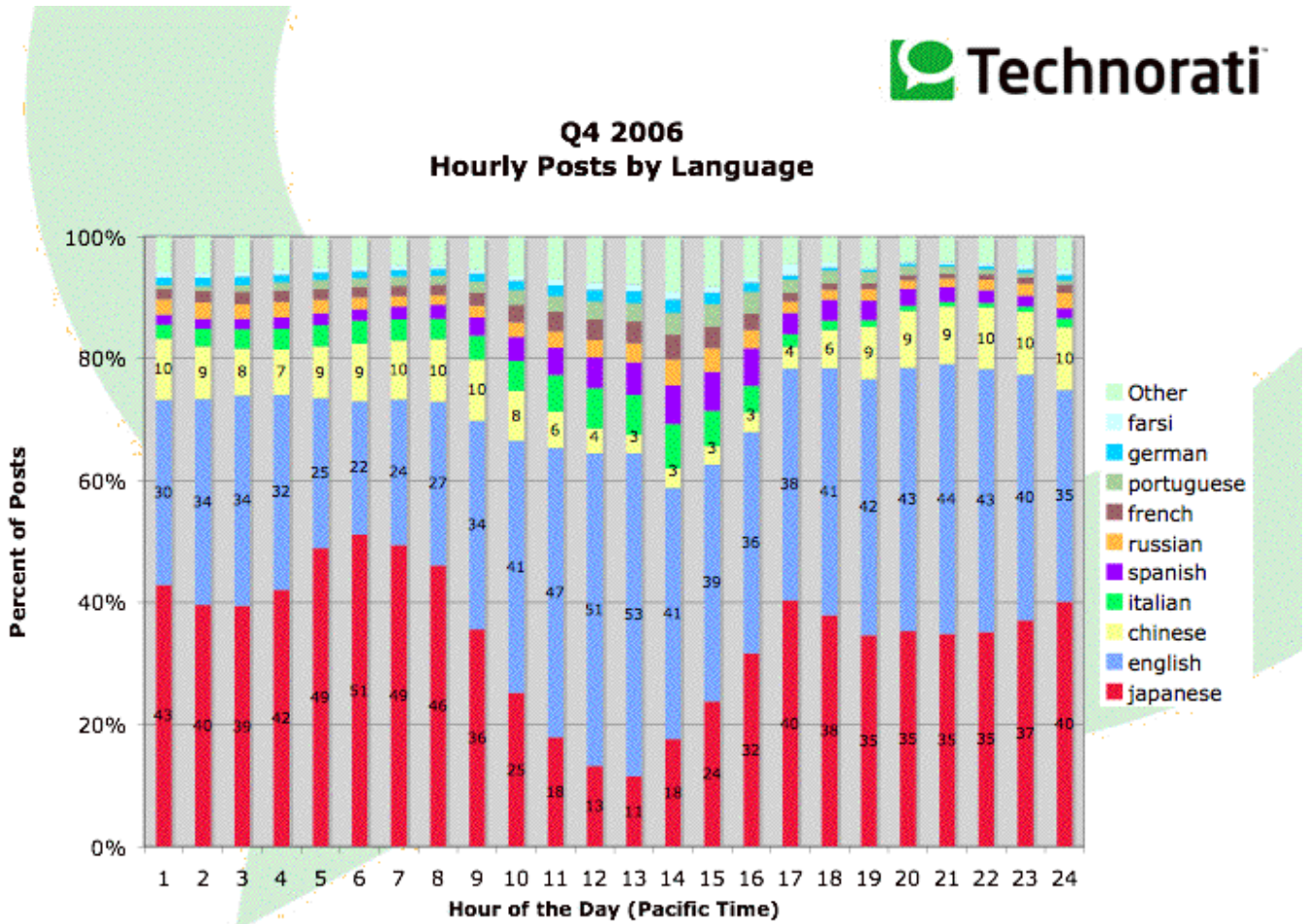
هر روز تقریباً ۱۲۰ هزار وبلاگ جدید در دنیا ساخته می‌شود. به عبارتی دیگر در هر ثانیه ۱.۴ وبلاگ ساخته می‌شود. جالب اینجا است که بیشترین نرخ آغاز وبلاگ‌های جدید همزمان با آغاز صنعت نظربازار بوده است. نمودار زیر آمارهای مربوط به تعداد وبلاگ‌های جدید در روز را نشان می‌دهد:



وبلاگ‌های جهان عمدتاً به ۱۰ زبان نوشته می‌شوند. این ۱۰ زبان به ترتیب عبارتند از ژاپنی، انگلیسی، چینی، ایتالیایی، اسپانیایی، روسی، فرانسوی، پرتغالی، آلمانی، و فارسی. وبلاگ‌های فارسی ۱٪ کل وبلاگ‌های جهان را تشکیل می‌دهند. به عبارتی دیگر آمارهای Technorati وجود حدوداً ۷۲۰ هزار وبلاگ فارسی را تشخیص می‌دهند. نمودار سهم زبان‌های مختلف در وبلاگ‌های جهان به شکل زیر است:



در وبلاگ‌های موجود حدوداً ۱.۵ میلیون مطلب در روز نوشته می‌شود. به عبارتی دیگر در هر ثانیه ۱۷ مطلب جدید در وبلاگ‌های جهان ظاهر می‌شود. درصد سهم هر زبان از مطالب جدید وبلاگ‌ها در هر ساعت در نمودار زیر نشان داده شده است:



و اما از نظر تعداد تبلیغ‌کنندگانی که حاضرند برای تبلیغ به نظربازار مراجعه کنند متأسفانه هیچ گونه آمار دقیق نمی‌توان به دست آورد. این موضوع کاملاً بستگی به توان بازاریابی شرکت نظربازار خواهد داشت. از میان رقبای موجود نیز این نکته کاملاً قابل مشاهده است که شرکت‌هایی که در جذب تبلیغ‌کنندگان موفق‌تری بوده‌اند (مانند PayPerPost) توانسته‌اند از رقبای دیگر جلو بزنند.

۴.۳ تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

طبیعی است که سازمان‌های تبلیغ‌کننده که منبع درآمد نظربازار هستند در صورتی علاقه‌مند به استفاده از نظربازار خواهند بود که مشتریان هدفشان میان خوانندگان وبلاگ‌ها یافت شود. از این رو می‌توان با استفاده از تعداد وبلاگ‌های مختلف در حوزه‌های مختلف، پیش‌بینی کرد که در چه زمینه‌ها و صنایعی نظربازار می‌تواند مؤثرتر باشد.

با وجود اینکه بسیاری از وبلاگ‌ها موضوع خاصی ندارند و درباره موضوعات متنوعی مطلب می‌نویسند، انواع موضوع‌بندی نیز برای وبلاگ‌های ارائه شده است. ما به عنوان نمونه موضوع‌بندی ارائه شده در سایت Blogfa.com را ملاک قرار می‌دهیم. این موضوعات مرتب شده بر اساس تعداد وبلاگ‌های موجود در هر موضوع در جدول زیر ارائه شده‌اند.

موضوع	تعداد
شخصی	20326
هنر و ادبیات	15649
رایانه و اینترنت	8497
علم و فناوری	5965
سرگمی و طنز	5887
اندیشه و مذهب	4599
تجارت و اقتصاد	2911
اخبار و رسانه‌ها	2675
جامعه و سیاست	2466
ورزش	2253
وبلاگ و وبلاگ‌نویس	1842
فوتوبلاگ	1135
خانواده و زندگی	1085
فرهنگ و تاریخ	657
فارسی زبان در دیگر کشورها	425
سفر و توریسم	308
جمع کل	76680

همانطور که در جدول فوق دیده می‌شود، از میان بیش از ۷۶ هزار وبلاگ موضوع‌بندی شده، بیشترین وبلاگ‌های شخصی (متنوع) هستند و پس از آن به ترتیب موضوعات هنر و ادبیات، رایانه و اینترنت، علم و فناوری، سرگمی و طنز، و اندیشه و مذهب قرار دارند و همگی در حدود ۵۰۰۰ وبلاگ یا بیشتر را به خود اختصاص داده‌اند. موضوعات تجارت و اقتصاد، اخبار و رسانه‌ها،

جامعه و سیاست، و ورزش نیز بین ۲۰۰۰ تا ۳۰۰۰ وبلاگ را به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس این اطلاعات در دو سطح اولیه و ثانویه بازار هدف نظربازار را می‌توانیم تعریف کنیم:

بازار هدف اولیه:

- حوزه فرهنگ و هنر (شامل نشریات فرهنگی، هنری و ادبی، ناشران، سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی، سازمان‌های دولتی فعال در زمینه فرهنگ و هنر و...)
- حوزه رایانه و اینترنت (شامل انواع کسب و کارهای الکترونیکی، سایت‌های اینترنتی، فروشندگان نرم‌افزار و سخت‌افزارهای رایانه‌ای و تجهیزات جانبی رایانه و...)
- حوزه علم و فناوری (شامل سازمان‌های فعال در زمینه آموزش و پژوهش، نشریات علمی، و...)
- حوزه طنز و سرگرمی (شامل نشریات طنز، سریال‌ها و فیلم‌های سینمایی طنز و...)
- حوزه اندیشه و مذهب (شامل سازمان‌های مذهبی، فروشندگان مطالب صوتی و تصویری مذهبی، کتاب‌ها و نشریات مذهبی و فلسفی، و...)

بازار هدف ثانویه:

- حوزه تجارت و اقتصاد (شامل بانک‌ها، تالار بورس، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و...)
- حوزه جامعه و سیاست (شامل نشریات سیاسی و اجتماعی، NGO ها و...)

۵. استراتژی

استراتژی نظربازار بر اساس موقعیت‌یابی نظربازار به عنوان یک ابزار بدیع و منطقی برای بازاریابی است که به طور ویژه برای ایرانیان و وبلاگ‌های فارسی‌زبان ساخته شده است. با توجه به عدم حضور سایر رقبا در بازار ایران، می‌توان از این بازار برای رشد سریع استفاده کرد. رشد سریع با توجه با قابلیت کپی‌برداری رقبای بالقوه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۵.۱ مأموریت

شرکت نظربازار قصد دارد تا با استفاده از فناوری‌های جدید رایانش اجتماعی مانند وبلاگ‌ها یک رابطه برنده برنده میان تبلیغ‌کنندگان و نویسندگان اینترنتی برقرار کند که در این رابطه نویسندگان می‌توانند راحت‌تر از قبل کسب درآمد کنند و تبلیغ‌کنندگان به روش‌های جدید و مفیدی برای دسترسی به توجه عموم مردم و اطلاع از نظرهای آنان مجهز شوند.

۵.۲ قابلیت‌های هسته‌ای و مزیت رقابتی

قابلیت هسته‌ای شرکت نظربازار که آن را از سایر رقبای موجود در این صنعت متمایز می‌کند، دسترسی به بازار ایران و امکان انجام تبادلات مالی میان وبلاگ‌نویسان ایرانی و تبلیغ‌کنندگان است. همچنین دیدگاه نظربازار در یکپارچه‌سازی فرایند تبلیغ از طریق وبلاگ با مجموعه جامع‌تری از خدمات که طیف گسترده‌تری از نیازهای تحقیقات بازار تبلیغ‌کنندگان را برآورده می‌کند در سایر رقبا دیده نمی‌شود و برای نظربازار یک مزیت رقابتی محسوب می‌گردد. مهم‌ترین مواردی که در آن نظربازار باید هر چه سریعتر قابلیت‌های هسته‌ای خود را مستحکم کرده و رشد دهد عبارتند از:

- برقراری رابطه قوی با سازمان‌های تبلیغ‌کننده فعال در بازار ایران و آگاه کردن آنها در مورد فواید نظربازار
- برقراری رابطه قوی با وبلاگ‌نویسان ماهر و پرمخاطب
- برقراری رابطه قوی با افراد صاحب‌نظر و متخصص در جامعه و آوردن آنها به عرصه وبلاگ‌نویسی

۵.۳ استراتژی بازاریابی و فروش

در بازاریابی دو استراتژی push و pull وجود دارد که در واقع این دو استراتژی تعادل را حفظ می‌کنند، از یک سو مشتری را به بازار مورد نظر بکشانیم و از سوی دیگر به فروشنده فشار وارد کند (او را هل می‌دهد) که محصول مورد نظر را در بازار عرضه کند.

نظر بازار برای ورود به بازار و حفظ آن از این دو استراتژی استفاده می‌کند. برای این منظور باید همانطور که در قبل گفته شد بازار هدف خود را در دو بخش تبلیغ‌دهندگان (افرادی که حاضر به تبلیغ در اینترنت هستند) و وبلاگ‌نویسان دنبال کند و برای هرکدام از برنامه مناسب استفاده نماید. در بخش‌های زیر استراتژی بازاریابی نظربازار تشریح می‌شود.

۵.۳.۱ نحوه موقیعت یابی

در میان رقبای موجود در صنعت موقیعت یابی نظربازار به این صورت خواهد بود که خود را به عنوان تنها سرویس مخصوص ایرانیان معرفی خواهد کرد.

در میان عموم مخاطبین ایرانی، به دلیل عدم آشنایی آنان با کل صنعت و نوع کسب و کار موقیعت یابی باید به گونه ای باشد که ذهنیت خوبی را برای اولین بار در ذهن مخاطبین ایجاد کند و آنها نظربازار را به چشم یک کسب و کار الکترونیکی بدیع، مفید، و منطقی ببینند.

در میان سازمان های فعال در ایران، مهم ترین نکته در نحوه موقیعت یابی تأکید بر این نکته خواهد بود که نظربازار راهی است برای تفکیک سازمان های مطمئن از سازمان های نامطمئن. ارائه فرصت تبلیغ در نظربازار این امکان را به دنبال دارد که بعضی وبلاگ نویسان درباره موضوع مورد نظر مطالب منفی بنویسند. در نتیجه تنها سازمان هایی حاضر می شوند در آن شرکت کنند که از محصولات و خدمات خود مطمئن هستند. این نوع ابزار بازاریابی که این تفکیک را امکانپذیر سازد قبل از این وجود نداشته است.

۵.۳.۲ استراتژی قیمت گذاری

استراتژی قیمت گذاری نظربازار باید طوری باشد که عدالت در آن کاملاً رعایت شود. به همین دلیل به جای در نظر گرفتن یک نرخ ثابت و یا از قبل تعیین شده، نظربازار تنها درصدی از معامله انجام شده میان تبلیغ کننده و وبلاگ نویس را به عنوان پورسانت یا حق الزحمه برمی دارد. برای این پورسان میزان ۱۰٪ در شروع کار نظربازار در نظر گرفته شده است.

برای خدمات مشاوره قیمت گذاری به شکل قیمت گذاری معمول در این زمینه، یعنی محاسبه ساعت نفر انجام خواهد شد.

برای خدمات تحقیقات بازار، قراردادهای ۳ ماهه به قیمت ۹۵۰۰۰۰۰ ریال، قراردادهای ۶ ماهه به قیمت ۱۹۰۰۰۰۰۰ ریال و قراردادهای ۱ ساله به قیمت ۳۸۰۰۰۰۰۰ ریال به سازمان ها ارائه خواهد شد.

۵.۳.۳ استراتژی تبلیغ

نظربازار برای موفقیت و نفوذ در بازار احتیاج دارد تا از یک سو میان تبلیغ کنندگان و از یک سو میان وبلاگ نویس ها شناخته شده و معتبر شود. برای جذب افراد و سازمان ها در هر کدام از این دو گروه از ابزارهای تبلیغاتی مختلفی استفاده خواهیم کرد که در ادامه تشریح داده خواهند شد:

استراتژی جذب تبلیغ کنندگان

این گروه شامل افرادی می شود که فضای مجازی اینترنت را برای تبلیغ انتخاب می کنند. این گروه خود به دو بخش بالفعل و بالقوه تقسیم می شوند.

۱. تبلیغ دهندگان بالفعل:

- a. سازمانهای رسمی و شرکتهای
- b. اشخاص و نهادهای غیر رسمی

این گروه با معایب و مزایای تبلیغات در اینترنت آشنا هستند و به میزان کافی از آن بازخورد گرفته اند بنابراین برای جذب آنها انرژی کمتری نیاز به صرف است. برای جذب این گروه باید ابتدا آنها را شناسایی کرد و از ابزار مختلف برای شناسایی و توجیه آنها نسبت به فعالیتهای نظر بازار آگاه نمود.

چنانچه تبلیغ دهنده فرد یا سازمان غیر رسمی باشد برای تبلیغ و معرفی می توان از ابزارهای زیر بهره گرفت:

- ارسال Email های مداوم به نشانی الکترونیکی اعلام شده توسط این گروه
- بازاریابی تلفنی از طریق شماره تماسهای اعلام شده این گروه
- مذاکره حضوری و presentation در صورت اعلام توافق و جلب توجه اولیه

چنانچه تبلیغ دهنده سازمان یا شرکت رسمی باشد باید proposal کامل و جذاب تهیه شود و بعد از تماس با واحدهای روابط عمومی، تبلیغات و بازاریابی و تعیین وقت ملاقات، گروه مذاکره برای مذاکرات مأمور شوند.

۲. تبلیغ دهندگان بالقوه

این گروه یا از وضعیت و شرایط تبلیغات در فضای مجازی بی اطلاع هستند و یا نسبت به آن دید منفی و یا خنثی دارند. بنابراین زمان و انرژی بیشتری برای جلب توجه و شناسایی ایشان با نظر بازار نیاز است.

بهترین استراتژی برای این گروه این است که :

- سازمانهای پیشرو را در صنایع شناسایی نمود و proposal تبلیغاتی را متناسب با اهداف آن سازمان اعلام کرد.
- رقبای سازمانها را که حضور فعال در دنیای مجازی دارند شناسایی کرده و عملکرد آنها را تحلیل نموده و کوتاهی سازمان در عدم تبلیغات مجازی را به عنوان نقطه ضعف و بروز تهدیدی در آینده برای سازمانها معرفی نمود.
- گزارش موفقیت سازمانهایی که از روش تبلیغاتی نظر بازار استفاده کرده اند تهیه کرده و به عنوان فرصت استثنایی برای دستیابی به موفقیت به سازمانها معرفی می کنیم.
- برای جلب توجه این گروه باید از مذاکرات حضوری و یا حداقل تلفنی استفاده نمود.

استراتژی جذب وبلاگ‌نویسان

وبلاگ‌نویسان افرادی هستند که حاضر به دریافت مبلغی می‌شوند تا درباره یک موضوع نظر دهند این افراد در چهار گروه قرار دارند:

- (a) وبلاگ‌نویسان حرفه‌ای با بازدید بالا
- (b) وبلاگ‌نویسان معمولی در تمامی حوزه‌های بازار
- (c) وبلاگ‌نویسان ابتدایی
- (d) افرادی که استعداد نویسندگی دارند ولی دارای وبلاگ نیستند.

استراتژی بازاریابی نظر بازار در برابر این گروه این است که ابتدا گروه a را شناسایی نموده و برای توجیه آنها اقدام نماید. این گروه اثر گذارترین، مناسبترین و فعالترین گروه در بازار هستند. در فاز دوم باید به ترتیب گروه‌های b، c و d را شناسایی کرده، استانداردهایی را برای حضور آنها در نظر بازار تعیین کند و تلاش نماید تا این گروه‌ها پس از رسیدن به این استانداردها به عضویت در نظر بازار درآیند.

استراتژی نظر بازار برای این گروه، ابتدا بازاریابی ویروسی است. بازاریابی ویروسی یا بازاریابی از طریق مشتریان (Viral Marketing) به معنای عرضه تسهیلاتی به طور مجانی و دادن اجازه به افراد برای انتقال آن به دیگران است.

مقصود اصلی از بازاریابی ویروسی، پراکندن پیام میان مردم به هر تعداد ممکن است، بدون این که پولی برای تبلیغات صرف شود. در واقع این نوع بازاریابی مانند ویروس خود را تکثیر می‌کند و مشتری منتشرکننده آن است.

متداول‌ترین روش برای انجام این نوع بازاریابی شبکه جهانی اینترنت است که با افزایش تعداد کاربران اینترنت، اهمیت آن روز به روز افزایش بیش‌تری می‌یابد. خریداران کالا و خدمات به صورت آنلاین دائماً در حال توسعه شبکه خود هستند و بیش‌تر از گذشته به سایر خریداران برای یادگیری و یا توصیه محصولات و خدمات جدید متکی هستند. آغاز یک طرح بازاریابی ویروسی اثربخش، مستلزم ارایه یک دلیل یا انگیزه قوی به افراد است تا آنها را تشویق به ارسال پیام و یا تبلیغ مورد نظر به دوستان و اطرافیان‌شان کند. این انگیزه قوی در نظر بازار، دریافت دستمزد و انگیزه مالی است که یکی از قویترین ابزارهای انگیزشی در دنیا است.

ابزارهای تبلیغاتی در دنیای مجازی

- طراحی و استفاده از بنرهای تبلیغاتی در وبلاگها
 - برای بنرهای خود پیامهای جذاب و کوتاه تهیه می کنیم.
 - اطمینان می یابیم که بنرها مخاطب را به جای درستی هدایت می کنند.(دقیقا به صفحه عضویت)
 - تبلیغات خود را هدفگیری می کنیم.
 - تبلیغات خود را با گروههای کوچک محک می زنیم.
 - بخشی از استراتژی کلی تبلیغات خود را به بنر اختصاص می دهیم.
 - در طراحی بنر از گرافیک، انیمیشن، و سایر جلوه های بصری بهره می گیریم.
- ارسال email به نشانی گروهها و افراد
- نوشتن Comment یا نظر در پستهای نوشته شده در وبلاگهای گروههای a, b و c
- استفاده از تبلیغات در موتور جستجوی Google

ابزارهای تبلیغاتی در دنیای واقعی

- طراحی و چاپ آگهی در بین نشریاتی که مورد مطالعه وبلاگ نویسان است
 - روزنامه های شرق، هم میهن و ...
 - مجلات تخصصی IT رسانه، اقتصادی و
 - مجلات زرد
 - تراکت خیابانی
- طراحی و نصب بلیورد
- ارسال پیامکهای (SMS) گروهی

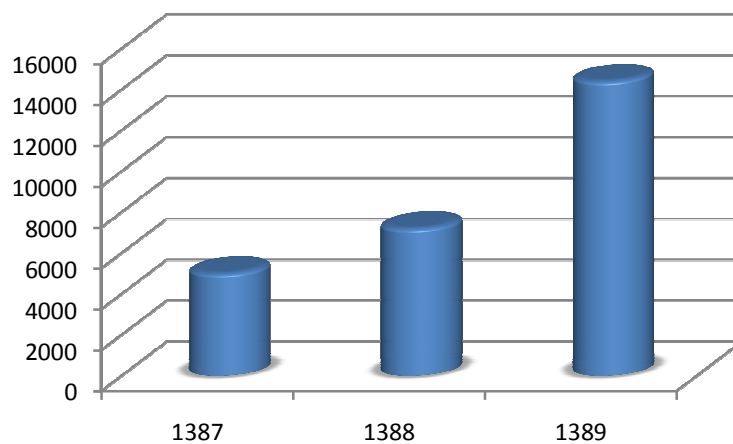
۵.۳.۴ استراتژی فروش

برای نحوه دریافت و پرداخت پول به طور کامل از خدمات تجارت الکترونیکی همکاران استراتژیک شرکت استفاده خواهد شد و هیچ پولی به شکل نقد رد و بدل نخواهد شد. پرداخت به وبلاگ نویسان همگی در آخر هر ماه انجام خواهد شد و دریافت از تبلیغ کنندگان در زمان تکمیل درخواست آنها صورت می گیرد.

۵.۳.۵ پیشبینی فروش

با در نظر گرفتن تعداد کل وبلاگ‌ها به عدد ۷۲۰۰۰۰ وبلاگ، پیشبینی می‌شود که نفوذ میان وبلاگ‌های فارسی زبان در سال اول به حداقل ۰.۷٪ (هفت دهم درصد معادل حدوداً ۵۰۰۰ وبلاگ)، در پایان سال دوم به ۱٪ (یعنی ۷۲۰۰ وبلاگ) و تا پایان سال دوم به ۲٪ یا ۱۴۴۰۰ وبلاگ برسد.

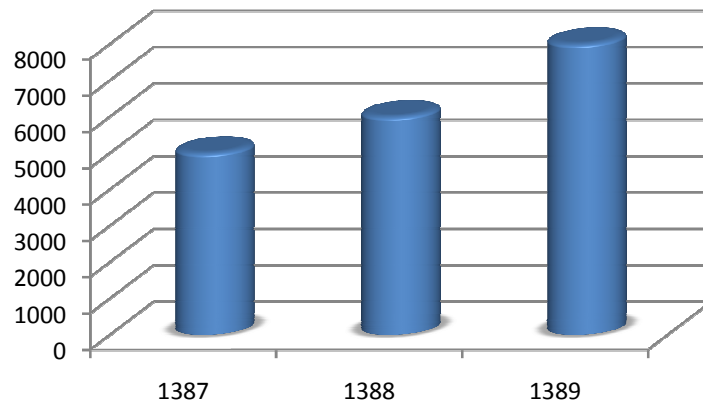
تعداد وبلاگ‌های عضو



همچنین پیشبینی می‌شود که تعداد فرصت‌های تبلیغ پذیرفته شده برای هر وبلاگ در سال اول به طور متوسط حداقل یک عدد مطلب باشد. همچنین مبلغ متوسط معاملات میان تبلیغ‌کنندگان و وبلاگ‌نویسان حدوداً ۴۰۰۰۰ ریال پیشبینی می‌شود.

نکته مهم این است که نرخ رشد فرصت‌های تبلیغاتی کندتر از نرخ عضویت وبلاگ‌ها خواهد بود. پیشبینی می‌شود که در سال اول ۵۰۰۰، در سال دوم ۶۰۰۰ و در سال سوم ۸۰۰۰ فرصت تبلیغ در نظربازار ظاهر شوند. این اعداد نشان‌دهنده پیشبینی میزان فروش نظربازار در این نوع خدمات هستند. لازم به یادآوری است که نظربازار از هر معامله ۱۰٪ پورسانت برمی‌دارد.

تعداد فرصت‌های تبلیغ

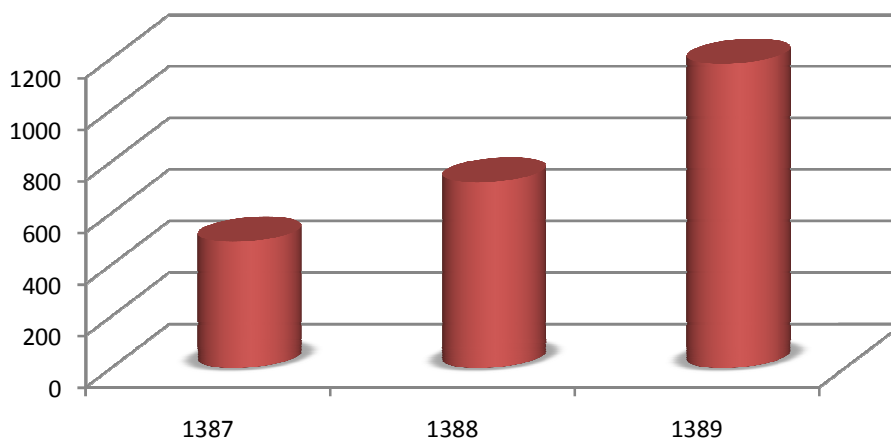


از نظر میزان ساعات مشاوره تبلیغات پیشبینی می‌شود که به طور یکنواخت سالیانه حدود ۲۰۰ ساعت مشاوره تبلیغاتی به مشتریان ارائه شود. برای هر ساعت مشاوره ۵۰۰۰۰۰ ریال هزینه از مشتری دریافت می‌شود.

تعداد قراردادهای تحقیقات بازار نیز در سال اول ۵ مورد، در سال دوم ۱۰ مورد، و در سال سوم ۲۰ مورد پیشبینی می‌شود. این قراردادها هر کدام به طور متوسط دارای ارزش ۳۸۰۰۰۰۰۰ ریال خواهند بود.

بنابراین با توجه به اعداد فوق میزان کل فروش نظربازار (جمع فروش هر ۳ نوع خدمات به ریال) در سال اول ۴۹۰۰۰۰۰۰۰ ریال، در سال دوم ۷۲۰۰۰۰۰۰۰ ریال و در سال سوم ۱۱۸۰۰۰۰۰۰۰ ریال پیشبینی می‌شود.

فروش به میلیون ریال



۵.۴ همکاری‌ها و شراکت‌های استراتژیک

برای تسهیل در فرایندهای تبادل مالی، رابطه استراتژیک با سایت pardakht.com برقرار خواهد شد. همچنین با همکاری این شرکت همکاری‌های دیگر با بانک‌های پاسارگاد، پارسیان، سامان، اقتصاد نوین و سایر بانک‌های ارائه‌دهنده خدمات تجارت الکترونیکی برقرار خواهد شد.

۵.۵ قدم‌های اجرایی

با توجه به اینکه مقداری از فعالیت‌های لازم قبلاً انجام شده است، ادامه فعالیت‌های لازم برای شروع کار شرکت در این قسمت مورد بررسی قرار می‌گیرند. پایگاه اینترنتی www.Nazarbazar.net ثبت شده است و تیم هسته‌ای نظربازار نمونه‌های اولیه نرم‌افزارهای لازم برای شروع فروش شرکت را تهیه کرده است. همچنین تیم اولیه ۶ نفری برای کار شرکت از اکنون مشخص است و نیازی به صرف زمان و منابع برای یافتن و انتخاب نیروی انسانی جدید در شروع کار وجود ندارد. در ادامه فعالیت‌های زیر لازم است انجام شود:

- یافتن محل مناسب برای دفتر شرکت
- راه‌اندازی و تجهیز دفتر شرکت
- طراحی چاپ لوگو، سربرگ، قالب مستندات، و...
- طراحی نسخه قابل عرضه سرویس نرم‌افزاری
- نصب نرم‌افزار روی هاست
- راه‌اندازی سایت نظربازار به طور محدود و آزمایشی
- اجرای برنامه‌های بازاریابی برای جذب سازمان‌ها و وبلاگ‌نویسان
- راه‌اندازی سایت نظربازار برای دسترسی عموم

نمودار گانت برای ۱۲ هفته اول فعالیت شرکت در شکل زیر ارائه شده است:

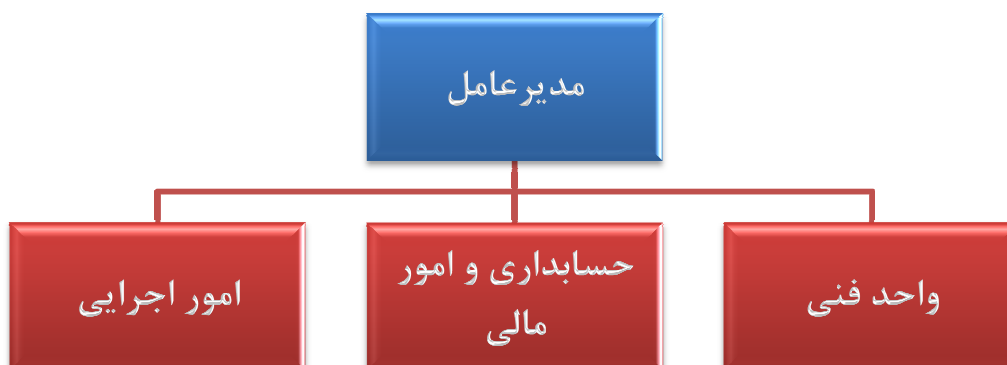
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
												یافتن محل مناسب برای دفتر شرکت
												راه‌اندازی و تجهیز دفتر شرکت
												طراحی چاپ لوگو، سربرگ، قالب مستندات، و...
												طراحی نسخه قابل عرضه سرویس نرم‌افزاری
												نصب نرم‌افزار روی هاست
												راه‌اندازی سایت نظربازار به طور محدود و آزمایشی
												اجرای برنامه‌های بازاریابی برای جذب سازمان‌ها و وبلاگ‌نویسان
												راه‌اندازی سایت نظربازار برای دسترسی عموم

۶. مدیریت

تیم شش نفره‌ای که از هم‌اکنون به عنوان هسته اصلی نظربازار در نظر گرفته شده‌اند، افرادی ماهر و مجرب می‌باشند که تجربه خوبی از کار قبلی با یکدیگر دارند. ساختار مدیریت و مسائل نیروی انسانی نظربازار در این بخش بررسی می‌شوند.

۶.۱ ساختار سازمانی

ساختار سازمانی به دلیل تعداد کم نیروها شکل بسیار ساده‌ای خواهد داشت. دو کارشناس نرم‌افزار واحد فنی را تشکیل خواهند داد، منشی و کارپرداز در واحد امور اجرایی خواهند بود و کارشناس حسابداری و امور مالی به عنوان تنها فرد بخش حسابداری و امور مالی فعالیت خواهد کرد. وظایف بازاریابی در سال اول به عهده کلیه اعضای تیم خواهد بود.



۶.۲ تیم مدیریتی

اعضای گروه هسته‌ای ۶ نفری در نظر گرفته شده برای راه‌اندازی شرکت و اداره آن در سال اول عبارتند از:

- آقای _____ (مدیر عامل)
- خانم _____ (کارشناس حسابداری و امور مالی)
- آقای _____ (کارشناس نرم‌افزار)
- خانم _____ (کارشناس نرم‌افزار)
- خانم _____ (منشی)
- آقای _____ (کارپرداز)

این افراد دارای مهارت و تجربه کافی در زمینه کاری خود هستند و به مدت یک سال در شرکت ??? با یکدیگر همکاری کرده‌اند و از توانایی خود در کار گروهی با یکدیگر مطمئن هستند. رزومه این اشخاص در پیوست‌های این مستند ارائه شده است.

۶.۳ برنامه منابع انسانی

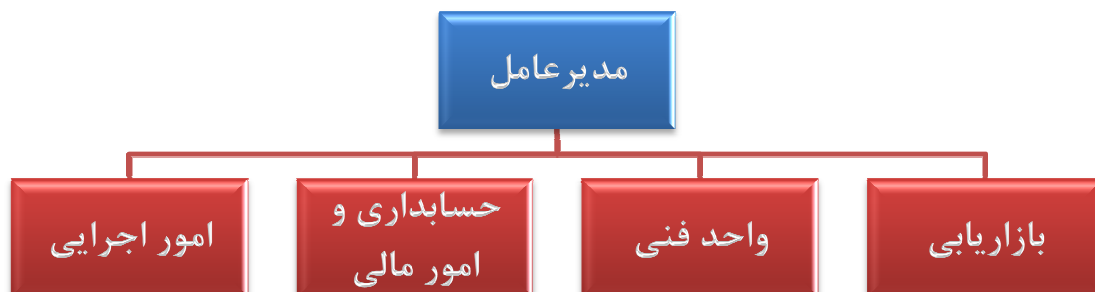
همانطور که در فوق اشاره شد برای شروع کار شرکت هسته‌ای متشکل از ۶ نفر برای اجرای تمامی امور پیشبینی شده است. این ۶ نفر در نقش‌های زیر فعالیت خواهند کرد:

- مدیرعامل
- منشی و اپراتور
- کارمند اداری و کارپرداز
- کارشناس و مهندس کامپیوتر (دو نفر)
- کارشناس حسابداری و امور مالی

برای توسعه نیروی انسانی پیشبینی می‌شود که در سال‌های دوم و سوم هر سال احتیاج به نیروهای اضافی زیر باشد:

- کارشناس بازاریابی (دو نفر)
- کارشناس نرم‌افزار متخصص عیب‌یابی

از سال دوم به بعد، واحد بازاریابی به عنوان یک واحد مستقل آغاز به فعالیت خواهد کرد و نمودار ساختار سازمانی به شکل زیر در خواهد آمد:



۷. برنامه مالی

در این قسمت پیشبینی‌های مربوط به هزینه‌ها و درآمدهای سال اول کار شرکت نظربازار را ارائه می‌دهیم. به طور خلاصه ارقام زیر به عنوان شاخص‌های مهم پیشبینی شده‌اند:

- سرمایه گذاری کل طرح : ۳۱۵ میلیون ریال
- سرمایه گذاری ثابت : ۲۷۰ میلیون ریال
- سرمایه در گردش : ۱۵ میلیون ریال
- درآمد سالیانه : ۴۹۰ میلیون ریال
- سود ویژه : ۸۷ میلیون ریال
- دوره بازگشت سرمایه : ۳۶ ماه
- نرخ بازدهی سرمایه : ۳۲٪

مشروح محاسبات در قسمت‌های بعدی ارائه می‌گردد.

۷.۱ درآمد پیشبینی شده

با توجه به پیشبینی ثبت نام ۵۰۰۰ وبلاگ ایرانی در سال اول و با تخمین مبلغ ۴۰۰۰۰۰ ریال به عنوان متوسط مبلغ معاملات میان وبلاگ‌نویسان و تبلیغ‌کنندگان و با توجه به اینکه ۱۰٪ این مبلغ سهم پورسانت نظربازار خواهد بود، در صورتی که در سال اول ۵۰۰۰ معامله صورت گیرد (هر وبلاگ به طور متوسط ۱ مطلب)، درآمد ۲۰۰ میلیون ریال از طریق پورسانت معاملات پیشبینی می‌شود.

تعداد ساعات مشاوره تبلیغات پیشبینی شده در سال اول ۲۰۰ ساعت است که با مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰ ریال محاسبه می‌گردند. همچنین پیشبینی می‌شود که ۵ قرارداد تحقیقات بازار به ارزش متوسط ۳۸ میلیون ریال در این زمینه بسته شود.

(ارقام به ریال)

ردیف	شرح	تعداد	ارزش واحد	ارزش کل
۱	پورسانت معاملات	۵۰۰۰	۴۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰۰
۲	ساعات مشاوره تبلیغات	۲۰۰	۵۰۰۰۰۰	۱۰۰۰۰۰۰۰۰
۳	قرارداد تحقیقات بازار	۵	۳۸۰۰۰۰۰۰	۱۹۰۰۰۰۰۰۰
جمع		۴۳	----	۴۹۰۰۰۰۰۰۰

۷.۲ سرمایه‌گذاری ثابت

ردیف	شرح	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	زمین	۱۵۰
۲	اطفا حریق	۱۰
۳	ماشین آلات و تجهیزات	۶۰
۴	تجهیزات اداری و کاری	۳۰
۵	متفرقه و پیش بینی نشده	۲۰
۶	هزینه های قبل از بهره برداری	۳۰
جمع		۳۰۰

۷.۲.۱ محل اجرای طرح

فضای لازم برای انجام امور ذکر شده و همچنین با توجه به محدود بودن منابع مالی می تواند در شروع محل انجام طرح استیجاری باشد و فضای لازم برای انجام طرح حدود ۵۰ متر در نظر گرفته شده است . باتوجه به قیمت های کنونی و افزایش قیمت مسکن در نیمه اول سال ۱۳۸۶ با مبلغ رهن ۱۵۰۰۰۰۰۰ ریال در استان تهران قابل انجام می باشد.

مترائ	نوع رهن	قیمت کل (میلیون ریال)
۵۰	واحد تجاری	۱۵۰
جمع		۱۵۰

۷.۲.۲ تجهیزات اطفا حریق

ردیف	شرح	تعداد	هزینه واحد (ریال)	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	لوازم اطفا حریق	۱	۱۰۰۰۰۰۰۰	۱۰
جمع				۱۰

۷.۲.۳ ماشین آلات و تجهیزات

ردیف	نام ماشین آلات و تجهیزات	تعداد	هزینه واحد (ریال)	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	رایانه رومیزی	۲	۶۰۰۰۰۰	۱۲
۲	پرینتر لیزری	۲	۲۵۰۰۰۰	۵
۳	پرینتر اینک	۱	۲۰۰۰۰۰	۲
۴	یو پی اس	۱	۱۰۰۰۰۰۰	۵
۵	خط اینترنت پر سرعت	۱	۳۵۰۰۰۰۰	۳۵
۶	اسکندر	۱	۱۰۰۰۰۰۰	۱
جمع				۶۰

۷.۲.۴ تجهیزات اداری و کارگاهی

ردیف	شرح	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	لوازم اداری (میز - صندلی - فایل - گوشی تلفن و ...)	۱۰
۲	لوازم آشپز خانه	۱۰
۳	ابزار آلات کاری	۱۰
جمع		۳۰

۷.۲.۵ هزینه‌های قبل از بهره‌برداری

ردیف	شرح	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	تهیه طرح و نقشه‌های مربوطه	۱۰
۲	اخذ مجوز تا سیس و سایر مجوز ها	۲۰
جمع		۳۰

۷.۳ هزینه‌های جاری

ردیف	شرح	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	حقوق و دستمزد	۳۳۶
۲	سوخت و انرژی	۱۰
۳	تعمیر و نگهداری	۷
۴	استهلاک	۱۴
۵	هزینه اداری و فروش	۵
۶	پیش بینی نشده	۲۸
	جمع	۴۰۰

۷.۳.۱ حقوق و دستمزد پرسنل غیر تولیدی

ردیف	شرح	تعداد	حقوق ماهیانه (ریال)	حقوق سالیانه (میلیون ریال)
۱	مدیر عامل	۱	۴۰۰۰۰۰	۴۸
۲	منشی و اپراتور	۱	۲۰۰۰۰۰	۲۴
۳	اداری و کارپرداز	۱	۲۰۰۰۰۰	۲۴
	جمع		---	۹۶
	مزایا و پاداش و حق بیمه کارفرما (معادل ۷۰ درصد جمع حقوق)			
	جمع کل			۱۶۳

۷.۳.۲ حقوق و دستمزد پرسنل تولیدی

ردیف	شرح	تعداد	حقوق ماهیانه (ریال)	حقوق سالیانه (میلیون ریال)
۱	کارشناس و مهندس کامپیوتر	۲	۳۰۰۰۰۰	۷۲
۲	کارشناس حسابداری و امور مالی	۱	۲۵۰۰۰۰	۳۰
	جمع		---	۱۰۲
	مزایا و پاداش و حق بیمه کارفرما (معادل ۷۰ درصد جمع حقوق)			
	جمع کل			۱۷۳

۷.۳.۳ هزینه سوخت و انرژی

ردیف	شرح	واحد	مصرف سالیانه	هزینه واحد (ریال)	هزینه کل (میلیون ریال)
۱	برق مصرفی	کیلو وات ساعت	۳۰۰۰۰	۱۵۰	۴.۵
۲	آب مصرفی	متر مکعب	۲۰۰۰	۲۵۰	۰.۵
۳	تلفن				۴۰.۲
	سوخت مصرفی :				
۴	گاز	متر مکعب	۵۰۰۰	۱۶۰	۰.۸
	جمع				۱۰

۷.۳.۴ استهلاک و تعمیر و نگهداری

ردیف	شرح	ارزش دارایی (میلیون ریال)	استهلاک		تعمیر و نگهداری	
			درصد	مبلغ	درصد	مبلغ
۱	اطفا حریق	۱۰	۲۰	۲	۱۰	۱
۲	ماشین آلات و تجهیزات	۶۰	۱۰	۶	۵	۳
۳	تجهیزات اداری	۳۰	۲۰	۶	۱۰	۳
جمع				۱۴	---	۷

۷.۴ هزینه‌های ثابت و متغیر تولید

ردیف	شرح	هزینه (میلیون ریال)	هزینه ثابت		هزینه متغیر	
			درصد	مبلغ	درصد	مبلغ
۱	حقوق و دستمزد کارکنان تولیدی	۱۷۳	۷۰	۱۲۱.۱	۳۰	۵۱.۹
۲	سوخت و انرژی	۱۰	۲۰	۲	۸۰	۸
۳	تعمیر و نگهداری	۷	۲۰	۱.۴	۸۰	۵.۶
۴	بیمه شرکت (دو در هزار سرمایه ثابت)	۰.۶	۱۰۰	۰.۶	۰	۰
۵	پیش بینی نشده	۱۵.۴	۳۵	۵.۴	۶۵	۱۰
۶	استهلاک	۱۴	۱۰۰	۱۴	۰	۰
جمع		۲۲۰	---	۱۴۴.۵	---	۷۵.۵

۷.۵ سرمایه در گردش

ردیف	شرح	هزینه کل (میلیون ریال)
------	-----	------------------------

۱	مواد اولیه (۲ ماه مواد اولیه و بسته بندی)	---
۲	تنخواه گردان (۲۰ روز هزینه تولید بجز هزینه مواد و بسته بندی)	۱۵
جمع		۱۵

۷.۶ سرمایه‌گذاری کل

هزینه های ثابت طرح	جمع (میلیون ریال)
سرمایه گذاری ثابت	۲۷۰
هزینه های قبل از بهره برداری	۳۰
سرمایه در گردش	۱۵
جمع	۳۱۵

۷.۷ محاسبه سود خالص

سود ناخالص	۲۷۰	(ارقام به میلیون ریال)
کسر می‌شود هزینه‌های عملیاتی:		
حقوق و دستمزد پرسنل اداری	(۱۶۳)	
هزینه‌های اداری و فروش	(۵)	
هزینه‌های عملیاتی	(۱۶۸)	
سود عملیاتی	۱۰۲	
کسر می‌شود هزینه‌های غیر عملیاتی:		
استهلاک هزینه‌های قبل از بهره‌برداری (دو ساله)	(۱۵)	
سود ویژه قبل از کسر مالیات	۸۷	

۸. پیوست‌ها

۱. رزومه اعضای تیم هسته‌ای نظربازار
۲. فایل Microsoft Project شامل جزئیات دقیق برنامه اجرایی
۳. جزئیات محاسبات مالی