

صاحب امتیاز: موسسه افق رسانه پویا
مدیر مسئول: پدram پاک آئین
هیئت تحریریه: ایران و جهان؛ احمدرضا مسعودی، بانک و بیمه؛ حسن چشمی، اقتصاد اجتماعی ؛ ندا جعفری سینما و ورزش؛ فتنانه ترکبان، بورس؛ بهنام فتحنایی، نفت و نیرو؛ امیرمهدی نعمتی
واحد فنی: مدیر فنی: امیر شریف، صفحه‌آرایی: مهدی صالحی طاهری

تلفن تحریریه: ۶۶۴۳۵۷۴۶-۶۶۹۱۱۷۲
تلفن سازمان آگهی‌ها: ۶۶۹۱۰۴۵۲
آدرس: ستارخان، بین توحید و باقر خان، کوچه اکبریان آذر، پلاک ۵۷، طبقه سوم شرقی
پست الکترونیکی: Eskenasnewspaper@gmail.com

دبیر تحریریه: احمدرضا مسعودی
سازمان آگهی: حسن چشمی – **فکس:** ۶۶۴۳۱۰۲۲
تلفکس: ۶۶۴۳۱۰۲۲
سامانه پیام کوتاه: ۸۸۸ ۷۱۱ ۳۰۰۰
لیتوگرافی و چاپ: گل آذین ۶۶-۶۶۷۹۱۳۶۵
وبسایت: eskenasnewspaper.com

عکس‌نوشت

۱۳ شهریور روز «مردم شناسی»



۳۰نما

خواب زمستانی گیشه‌ها در تابستان



آخرین آمار فروش فیلم‌های سینمایی روی پرده سینمای ایران نشان می‌دهد که فیلپایی که در شهریورماه نمایش داشتند تا امروز حدود پنج و نیم میلیارد تومان پول وارد چرخه سینمای کشور کرده‌اند اما این در حالی است که آثاری که از ابتدای همین ماه روی پرده رفتند تا امروز پس از گذشت دو هفته، تعداد سالن‌های بسیار کمی در اختیار دارند و میزان فروش شان بسیار پایین است. به گزارش ایسنا، آمار فروش فیلم‌های روز سینمایی بر اساس داده‌هایی که در سامانه فروش سینمای ایران تا امروز (۱۳ شهریورماه) قرار گرفته به این شرح است: فیلم سینمایی «برمودا» به کارگردانی رهبر قبری که از عَشه‌یورماه روی پرده رفته، تا امروز ۱۶ میلیون و ۴۳۹ هزار تومان فروش داشته و بیش از هزار نفر مخاطب آن بوده‌اند. این فیلم در حال حاضر ۱۵ سینما در ایران دارد. فیلم «چاقی» ساخته راماز قوبیل که نمایشش روی پرده سینما از چهارشنبه هفته گذشته آغاز شده، پس از یک هفته اکران ۸۹ میلیون و ۷۲۷ هزار تومان فروش داشته و بیش از ۶ هزار نفر مخاطب داشته است. این فیلم سینمایی ۶۵ سینما در اختیار دارد. «صدای منو می‌شنوید» به کارگردانی صادق آشتیانی پور که از عَشه‌یورماه روی پرده رفته، تا امروز ۸۷۵ هزار تومان فروش داشته و

داشتن سینماهای محدودی در تهران در مجموع ۲۹۲ میلیون تومان فروش داشته و ۲۶ هزار نفر آن را در سینماها تماشا کرده‌اند. فیلم «قسم» به کارگردانی محسن تنابنده از ۹ مردادماه نمایش خود را روی پرده های سینما آغاز کرد. این اثر با در اختیار داشتن ۱۳۱ سینما تا امروز نزدیک به دو میلیارد تومان فروش داشته است و ۱۲۸ هزار نفر تماشای آن در سینماها ننشسته‌اند. فیلم سینمایی «تهلی و من» ساخته حسین قناعت از دوم مردادماه اکرانش آغاز شده و برای مخاطب خانواده و کودک و نوجوان ساخته شده است، حدود یک میلیارد و ۳۶۰ میلیون تومان فروش داشته و ۱۳۳ هزار نفر آن را در سینماها تماشا کرده‌اند. از مجموع فروش این فیلم سینمایی بیش از ۷۵۸ میلیون تومان حاصل فروش در تهران بوده است. فیلم «سرکوب» به کارگردانی رضا گوران پس از یک‌ماه و نیم نمایش و اکران در ۱۰۰ سینما به فروشی نزدیک به ۸۷۰ میلیون تومانی رسیده است. تا امروز بیش از ۶۵ هزار نفر مخاطب این فیلم سینمایی بوده‌اند. فیلم سینمایی «قصر شیرین» ساخته سیدرضا میر کریمی که از دوم مردادماه روی پرده سینماها رفت نزدیک به سه میلیارد تومان فروش داشته و بیش از ۲۴۱ هزار نفر آن را در ۱۲۲ سینما تماشا کرده‌اند.

صادق کریمیار: هم دین را ضایع می‌کنند هم کتاب را!

نمی‌دهند. اما همین انتشاراتی صدها عنوان کتاب دینی با ژست مصلحانه چاپ می‌کنند. این‌ها مصداق ای‌بای از قرآن کریم هستند که می‌فرماید: وقتی از آنان می‌پرسم چرا در زمین فساد می‌کنید، در پاسخ می‌گویند، ما خودمان از مصلحان هستیم. غیر از دولت هم مراکز دیگری هستند که به اسم دین، خدا، پیغمبر و انقلاب بودجه‌های کلان می‌گیرند و کتاب‌های ضعیف و تولیدات سفیخ و مبتذل بیرون می‌دهند تا به عنوان بیان کاری در قبال پول‌هایی که گرفته‌اند، ارائه دهند و هرگز نمی‌اندیشند یا نمی‌دانند که چه بر سر مخاطبی می‌آید، یا صلا برای‌شان مهم نیست. نویسنده کتاب‌های «تامیرا» و «دشت‌های سوزان» سپس بیان کرد: گروهی هم با بهره گرفتن از امکانات نهادهای حکومتی یا نویسنده‌سازی و کتاب‌سازی کسب در آمد می‌کنند، اما اهل هنر و فرهنگ تردید دارند که این‌ها دغدغه دینی و فرهنگی داشته باشند. این گروه در همه حوزه‌ها هم فعال هستند. در حوزه کاغذ هم همه چیز دست‌شان است، در تولید و توزیع هم از نهادهای مختلف بودجه می‌گیرند و این کتاب‌ها را تولید و توزیع می‌کنند. بعد هم خودشان دوره‌هم جمع می‌شوند و برای خودشان دست می‌زنند.

ملی‌پوش والیبال ایران در باره‌مسابقات قهرمانی آسیا گفت: قدم به قدم جلومی‌رویم و ثابت می‌کنیم قدرت اول آسیا هستیم. به گزارش مهر، فرهاد قائمی در سار ه وضعیت این روزهای تیم ملی والیبال ایران و مسیر طی شده توسط او و هم‌تیمی‌هایش اظهار کرد: امسال، سال پر فشاری برای تیم ملی بود و بازی‌های خیلی زیادی را انجام دادیم و نمونه آن لیگ ملت‌ها بود که بسیار فشرده برگزار شد و البته نتایج خیلی خوبی گرفتیم. مسابقات قهرمانی آسیا برای ما خیلی اهمیت دارد چون به نوعی بازی تدارکاتی برای جام جهانی ژاپن است و از طرفی به قهرمانی در این رقابت‌ها نیاز داریم. ملی‌پوش والیبال ایران ادامه داد: باید ثابت کنیم که همچنان در آسیا قدرت اول هستیم. ما میزبان این رقابت‌ها هستیم و مطمئنم علاقه‌مندان والیبال برای حمایت از ما به ورزشگاه می‌آیند. در ادامه هم مسابقات انتخابی المپیک پیش روی ماست که در کشور چین برگزار خواهد شد و مسیر سختی تا رسیدن به المپیک داریم. اولویت همه‌ما، گرفتن سهمیه المپیک است. باید اینستگاه به ایستگاه جلوبرویم. خدا را شکر و وضعیت‌مان خوب است و بدون مصدوم کار می‌کنیم. آمادیم به‌ترین نتایج را بگیریم. روی افزود: ما باید به مسیر فعلی خود ادامه دهیم. مسیر



خیلی خوبی را پشت سر گذاشته‌ایم و نباید در ر شدمان وقفه‌ای ایجاد شود. با تمام توان در تورنمنت آسیایی تهران شرکت می‌کنیم و در ادامه با آمادگی به ژاپن خواهیم رفت. دریافت‌کننده تیم والیبال ایران درباره پیوستنش به تیم شهرداری ارومیه هم گفت: امسال شرایط به گونه‌ای شد که به لیگ ایران بازگردم و در تیم شهرداری ارومیه بازی کنم. در ارومیه احساس غربت نمی‌کنم چون مردم این شهر مثل مردم شهر خودم یعنی گنبد، با عشق و علاقه والیبال را دنبال می‌کنند و تیم خود را تشویق می‌کنند. امیدوارم بتوانم به موفقیت تیم شهرداری ارومیه هم کمک کنم. او در پایان با اشاره به تجربیاتش در لیگ والیبال ترکیه، بیان کرد: تورنمنت‌ها در کشورهای اروپایی فشرده است و چندین جام وجود دارد. از همه مهم‌تر، اولویت آن‌ها حمایت از بازیکنان قدیمی و جدید است. همه به دنبال یک محیط سالم و ورزشی هستند تا جوانان به سمت و سوی ورزش بروند. هدف اول در تیم‌داری، داشتن یک محیط سالم و پاک است و بعد به قهرمانی فکر می‌کنند. من چیزهای زیادی آنجا یاد گرفتم. ترکیه اولین تجربه خارجی من بود ولی امسال ترجیح دادم به ایران بازگردم و در لیگ ایران حضور داشته باشم.

لیگ ۲ ژاپن با ارزش‌تر از لیگ برتر ایران!

رده‌های بعدی قرار دارند. نکته جالب این ارزش‌گذاری، ارزش بالاتر لیگ ۲ ژاپن نسبت به لیگ ایران قرار دارد. به گزارش ایسنا در سایت مشهور ترانسفر مارکت، لیگ‌های معتبر دنیا بر اساس قیمت بازیکنان ارزش‌گذاری می‌شود که در آسیا، لیگ برتر ایران با ارزش ۱۲۶ میلیون یورو در جایگاه هشتم قرار دارد که این رقم برابر با مبلغ انتقال ژائو فلیکس، ستاره پرتغالی از بنفیکا به اتلتیکو مادرید است. در صدر لیگ‌های آسیایی، سوپر لیگ چین با ۵۷۲ میلیون یورو در صدر قرار دارد و جی لیگ ژاپن و لیگ عربستان به ۳۳۹ میلیون یورو در

تا دو سه دهه پیش هم کمتر کسی فکر می‌کرد ظهور و رشد استارت‌آپ‌ها بتواند به عنوان یکی از امیدهای اصلی نجات اقتصاد کشورها در نظر گرفته شود.

پر واضح است که ایجاد یک استارت‌آپ کار ساده‌ای نیست. وقتی به دقت به استارت‌آپ‌های داخلی و بین‌المللی نگاه کنیم، شرکت‌های موفق‌ی‌رامی‌بینیم که در سایه ابتکار، خلاقیت، جسارت و دوراندیشی کارآفرینانشان، به‌لایه ترقی‌را با سرعتی باورنکردنی طی کرده‌اند.

سرعت رشد شرکت‌ها در دنیا، با ظهور استارت‌آپ‌ها دستخوش تحولی شگرف شده و بسیاری از شرکت‌های ناشناخته، در مدتی کوتاه رشد سریعی را پیموده و به شهرت کشوری، منطقه‌ای و جهانی دست یافته‌اند.

در فضای اقتصادی کنونی، راه‌اندازی یک کسب و کار جدید می‌تواند یک ریسک بسیار بزرگ باشد و نیاز به برنامه‌ریزی، آینده‌نگری، تأمین منابع و جسارتی در خور دارد. توجه کنیم که استفاده از هر یک از این ابزارها به تنهایی، ضامن مطمئنی برای موفقیت در کسب و کار نیست.

هر قدر هم فضای عمومی جامعه، کالا یا خدمات قابل ارائه، در دسترس بودن منابع و مواد اولیه و سایر چالش‌های اساسی یک کسب و کار نوپا تأمین باشند، تنها تا مرحله راه‌اندازی ارائه خدمات یا فروش کارساز بوده و از این مرحله به بعد، نیاز به همکاری تیم‌های متخصص موازی و جدید وجود دارد. یکی از مولفه‌های اصلی شناخت و وفاداری مشتری از محصولات یا خدمات، استفاده از تیم روابط عمومی و تبلیغات است. روابط عمومی و تبلیغات در کسب و کارهای دارای پیشینه و سابقه طولانی، تعریفی مشخص دارد. شرح وظایفی که طی سال‌ها تلاش و ممارست، به قدر کافی صیقل خورده و تمام ابعاد آن مشخص و شفاف است. طراحی، ساخت، حفاظت و ارتقاء برند نیز یکی از اصلی‌ترین پایه‌های فروش

منابع و بهره‌گیری بهینه و حداکثری از



مزیت‌های رقابتی، رمز بزرگ موفقیت استارت‌آپ‌هاست. در اینجا به یک جمله کلیدی بر می‌خوریم: «شرکت‌های استارت‌آپ بودجه و زمان محدودی دارند» شرکت‌های استارت‌آپ رقیبای بالقوه و بالفعل زیادی دارند یا می‌توانند داشته باشند که پیشی گرفتن یا خلق رقیبای جدید در آن بسیار محتمل است. اتاق فکر این شرکت‌ها که یک مدیر یا متخصص روابط عمومی و تبلیغات استراتژیک یکی از اعضای اصلی آن‌هاست، باید به صورت بی‌وقفه و مستمر در حال فعالیت و بررسی اوضاع داخلی، برنامه‌ریزی آینده و تحلیل بازار و رقبا باشد.

شناسایی مشتری و رفتارهای آن در روابط عمومی شرکت‌های استارت‌آپ بسیار حائز اهمیت است. پس از شناسایی دقیق رفتارهای مشتری، دورکن اصلی تبلیغات خلق می‌شود. رکن اول محتوا و رکن دوم انتخاب رسانه است. روابط عمومی استراتژیک با استفاده از عناصر خلاقیت و جذابیت، پرهیز از زیاده‌گویی و اطلاع‌کافی از محصولات یا خدمات، محتوا را بر اساس نیاز مشتری تهیه و آماده می‌کند. در اینجا بار دیگر نقش روابط عمومی و تبلیغات بیش از پیش جلوه می‌کند. انتخاب بهینه‌ترین روش انتقال محتوا از بین طیف وسیع رسانه‌ها از وظایف مهم و تأثیرگذار روابط عمومی استراتژیک است. می‌دانیم که در دنیای امروز رسانه‌های بی‌شماری وجود داشته و هر یک از

بر کناری کادرفنی مس سونگون به دنبال ناکامی در آسیا و جهان

کادرفنی مس سونگون بعد از کسب نتایج ضعیف در جام باشگاه‌های آسیا و جهان از سوی مدیرعامل یر کنار شدند. به گزارش ایسنا، مس سونگون که پیش‌تر با هدایت حمیدبی‌غم به قهرمانی لیگ برتر و جام باشگاه‌های آسیا رسیده بود، امسال با سرمربی‌گری اسماعیل تقی‌پور نتایج ضعیفی در جام باشگاه‌های آسیا و جهان کسب کرد. همین موضوع باعث شد باشگاه به تغییر کادرفنی زده و سرمربی و دستیارانش را بر کنار کند. در اطلاعیه باشگاه مس سونگون ورزش‌قان آمده است: بنا عنایت به تحقق نیافتن اهداف باشگاه و قهرمان نشدن در جام باشگاه‌های آسیا ۲۰۱۹ نایلند، ضمن توجه به تمامی جوانب حرفه‌ای گری فوتبال و پس از سه جلسه فنی در این خصوص تصمیمات زیر اتخاذ شد: تمامی کادرفنی تیم مس سونگون ورزش‌قان به‌غیر از آقایان حسین‌شاخ(الاسلامی(سرپرست تیم)، بهزاد عبدالله پور(تدارکات) و رضاشادی ورزش(پزشکیار) از سمت‌های خود بر کنار می‌شوند.

ثبت نام رئیس سابق هیات مدیره استقلال برای انتخابات والیبال

رئیس سابق هیات مدیره باشگاه استقلال در انتخابات ریاست فدراسیون والیبال ثبت نام کرد. به گزارش ایسنا، ثبت نام از نامزدهای انتخابات فدراسیون والیبال از شنبه ۹ شهریور ماه آغاز شده است و تا ۱۹ همین ماه ادامه دارد که صبح چهارشنبه ۱۳ شهریور ماه ۱۳۹۸، احمد سعادت‌مند به عنوان دومین کاندیدا به حضور در فدراسیون والیبال برای شرکت در انتخابات ثبت نام کرد.او در حال حاضر مدیر کل استعدادیابی وزارت ورزش است و پیش از این سابقه حضور در هیات مدیره باشگاه استقلال را نیز در کارنامه دارد. سعادت‌مند در گفت و گو با ایسنا خبر ثبت نام خود در انتخابات والیبال را تأیید کرد. علیرضا سلیمی آوانسر نیز پیش از این در انتخابات ریاست فدراسیون والیبال ثبت نام کرده است.

تعامل موثر استارت آپ ها و روابط عمومی استراتژیک

صاحبان آن، مدعی برتر بودن رسانه خود و بیشترین تأثیر بر مخاطب نهایی هستند. اما انتخاب این‌که محتوای فاخر آماده شده، از چه روشی یا بهینه‌ترین هزینه ممکن به مخاطب نهایی می‌رسد، تصمیمی مهم و موثر است. دریافت بازخورد از مشتریان نیز که روش‌های شناخته شده مناسبی نیز برای آن وجود دارد، از وظایف تیم روابط عمومی و تبلیغات است.

از یادنبریم تولید محتوای کاربردی و انتقال آن از کارآمدترین رسانه ممکن با توجه به نوع و رفتارهای شناسایی شده از مشتریان، باعث می‌شود بودجه و زمان به عنوان بخش مهمی از سرمایه‌های اصلی شرکت‌های استارت‌آپی، به بهترین شکل و در بهترین زمان ممکن اجرایی شده و از اتلاف آن جلوگیری شود.

بهتر است هرگز ارتباطات رسانه‌ای را فراموش نکنیم. روابط عمومی استراتژیک ارتباطات رسانه‌ای را با رسانه‌ها ایجاد کرده و گسترش می‌دهد. یادقت به نفوذ و میزان اعتماد مردم به رسانه هنوز هم می‌توان از آن به‌عنوان یکی از قدرتمندترین روش‌های انتقال پیام استفاده کرد.

ساخت داستان‌های موفق در قالب تجربه مشتری، یکی از روش‌هایی است که اگرچه بازه زمان تأثیر آن کمی از سایر روش‌های تبلیغات مستقیم بیشتر به طول می‌انجامد، ولی در دراز مدت بدون هیچ هزینه جدیدی دهان به دهان منتشر شده و کارایی خود را خواهد داشت. طراحی کرده و هدایت انتشار این تجربیات مشتری از وظایف روابط عمومی است.

با این‌که روابط عمومی و تبلیغات، فرزند خردسال کسب و کار بشری است، اما در همین زمان کوتاه نیز توانسته تأثیرات مهمی بر آن بگذارد. به نحوی که بازی‌گردانان اصلی اقتصاد دنیا آن را به عنوان بازوی قدرتمند و حیاتی کسب و کار خود می‌شناسند.

کامران طالبی

دکترای برند و بازاریابی