



شرح فعالیت انجام شده و نتایج

- مطالعه مقالات و گزارش‌های متعدد پیرامون بازرگانی داخلی و خارجی، برگزاری رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری، هیئت‌های تجاری، سوابق صادراتی کشور و اکوسیستم شرکت‌های دانش بنیان
- جمع‌آوری و مرتب‌سازی داده‌های مربوط به رویدادهای تجاری برگزار شده از سال ۱۳۹۷ تا سال ۱۴۰۱
- شناسایی و جمع‌آوری شاخص‌های تأثیرگذار در برگزاری بهتر رویدادهای تجاری
- تهیه بانک داده از رویدادهای تجاری برگزار شده در سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱
- تحلیل داده‌های موجود برای دستیابی به نقشه راهی برای برگزاری بی‌نقص رویدادهای تجاری

کاستی‌ها / چالش‌های صنعتی موجود

- ۱- عدم توانایی بسیاری از شرکت‌ها در برقراری ارتباط مؤثر با شرکت‌های خارجی
- ۲- انتخاب نادرست برخی شرکت‌ها برای حضور در رویدادهای خارجی
- ۳- ضعف برخی شرکت‌ها در ارائه و معرفی محصولات و توانمندی‌های خود
- ۴- ضعف برخی مجریان برگزاری رویدادهای تجاری

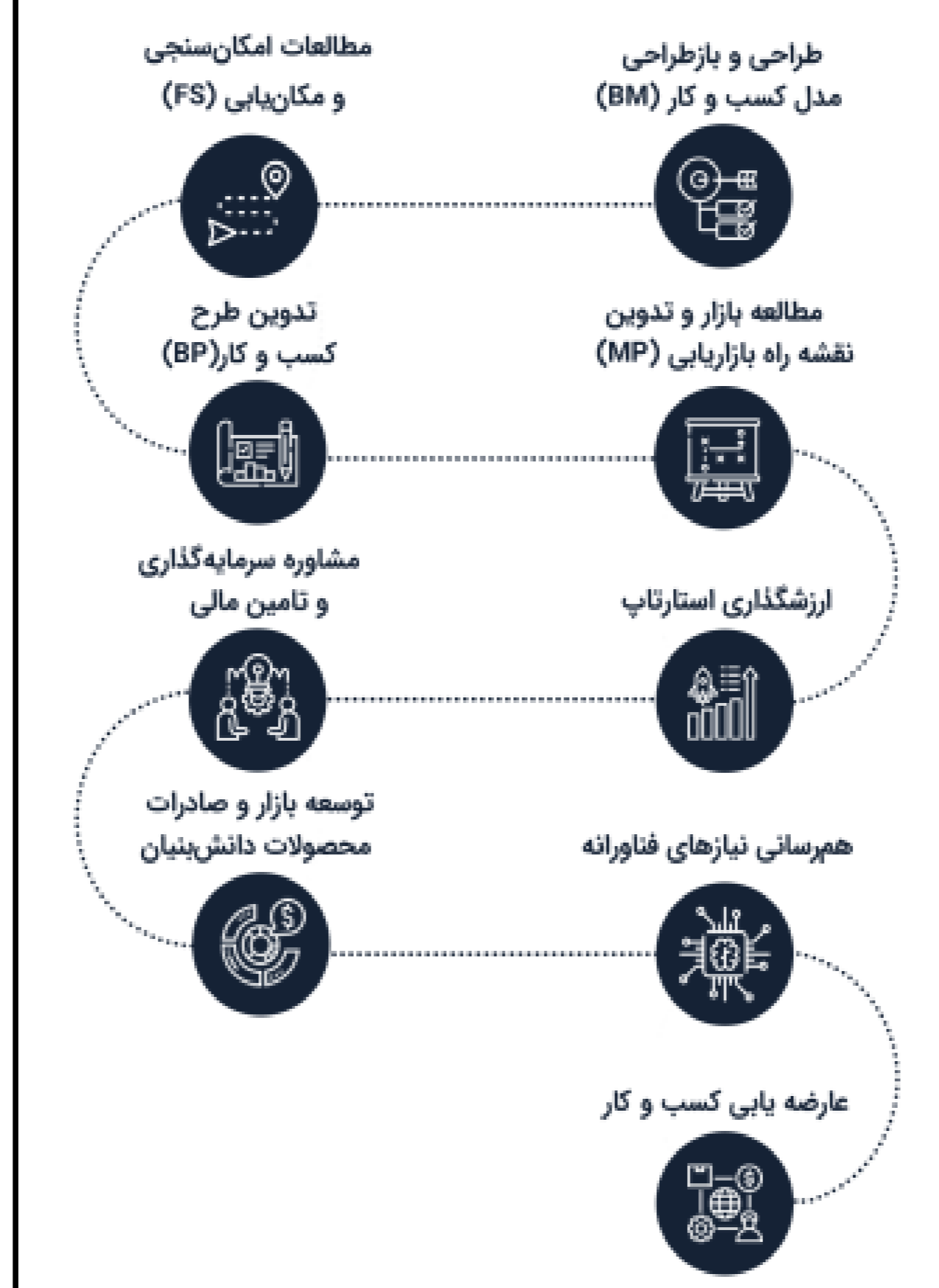
دستاوردها/پیشنهادها برای رفع چالش‌ها

- ۱- برگزاری دوره‌های آموزشی برای شرکت‌ها قبل از اعزام به رویدادهای تجاری
- ۲- انتخاب شرکت‌هایی با سابقه صادراتی و محصولات با پتانسیل صادراتی برای اعزام به رویدادهای تجاری
- ۳- انتخاب مجریانی که سابقه برگزاری رویداد داشته و عملکرد مثبتی در طول رویدادهای گذشته داشته‌اند.

ویژگی‌ها/مزایای فرآیند

- از آنجا که خط مشی مجموعه در ارائه خدمات فنی و مشاوره‌ای، مبتنی بر ارائه خدماتی کاملا کاربردی و عملیاتی با رویکرد نتیجه‌گرایانه و اجتناب از ارائه خدمات مشاوره‌ای صرف بوده است، در اغلب پروژه‌های انجام شده تا به امروز، قسمتی از امور اجرایی یا تمام آن توسط کارفرمایان به ترنا واگذار شده است.

خدمات تجاری‌سازی



شکل ۱ فرآیند تجاری‌سازی که در ترنا ارائه می‌شود

خلاصه کارآموزی

- پیشبرد پروژه‌های پژوهشی-اجرایی تحت عنوان آسیب‌شناسی به هم‌رسانی کسب و کارهای بین‌المللی
- پروژه مذکور بخش‌ها و زیربخش‌های گسترده‌ای دارد که یکی از آنها تهیه و تحلیل داده‌های رویدادهای تجاری سال‌های گذشته کشور می‌باشد که بنده این بخش از پروژه را به انجام رساندم.

معرفی محل کارآموزی

- نام شرکت: شرکت گروه توسعه گران بین‌الملل ترنا
- ارائه دهنده خدمات اجرایی، فنی و مشاوره‌ای در عرصه تولید و بازرگانی داخلی-خارجی

مراحل فرآیند مشاوره فنی

- ۱- تهیه چک لیست الزامات قانونی و یا عرفی هر محصول در هر یک از بازارهای هدف
- ۲- ارزیابی کیفی و ممیزی محصولات رقبا و شناسایی مزایا و معایب
- ۳- تدوین و تعریف فرآیند اجرایی جهت استانداردسازی محصولات مطابق با اقتضات بازار هدف
- ۴- ارائه برنامه عملیاتی برای ثبت برند، ثبت پتنت و ... در بازار هدف