



ریاست جمهوری
معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش بنیان
معاونت توسعه شرکت های دانش بنیان

شبه نامه حمایت از

تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان، خلاق و فناور مستقر در پارک

معاونت توسعه شرکت های دانش بنیان

مرداد ۱۴۰۲

شیوه‌نامه حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و شرکت‌های فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری^۱

۱. مقدمه

بازاریابی و توسعه بازار یکی از مهم‌ترین بخش‌های تاثیرگذار در موفقیت کسب و کارهای دانش‌بنیان و فناوری محور می‌باشد. این در حالیست که معمولاً این موضوع کمتر مورد توجه و تمرکز فناوران و صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور بوده و عموماً در این بخش دچار چالش و ضعف هستند. لذا با توجه به ضرورت توسعه بازار و افزایش سطح فروش محصولات دانش‌بنیان و خلاق در کشور، معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری، برنامه‌ای برای حمایت از تدوین برنامه بازاریابی این محصولات فراهم نموده است.

۲. خدمات مشمول این شیوه‌نامه

حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا، فناور و همچنین شرکت‌های خلاق و فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری استان‌های کم‌برخوردار شامل استان‌های سیستان و بلوچستان، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان، کردستان، آذربایجان غربی، لرستان، خراسان شمالی، خراسان جنوبی، چهارمحال و بختیاری و ایلام در سه مرحله اصلی و یک مرحله اختیاری (مطابق جدول شماره ۱) برای تمامی حوزه‌های عملکردی واحد بازاریابی یک شرکت انجام خواهد شد. دسته‌بندی حوزه‌های عملکردی واحد بازاریابی و فروش یک شرکت به شرح زیر است:

- | | |
|--------------------------|--------------------------------------|
| ۱. تحقیقات بازار | ۴. پیشنهاد بهبود محصول (بازخورد واحد |
| ۲. برنامه ریزی بازاریابی | بازاریابی به واحد تحقیق و توسعه) |
| ۳. طراحی مدل کسب و کار | ۵. مدیریت شبکه توزیع |

^۱ معاونت توسعه دانش‌بنیان در سال ۱۴۰۲، علاوه بر شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق این حمایت را به شرکت‌های فناور مستقر در پارک‌های علم و فناوری استان‌های سیستان و بلوچستان، کهگیلویه و بویراحمد، گلستان، کردستان، آذربایجان غربی، لرستان، خراسان شمالی، خراسان جنوبی، چهارمحال و بختیاری و ایلام ارائه می‌دهد.

۶. قیمت گذاری

۷. برندسازی

۱۲. فرایندهای پشتیبان بازاریابی و فروش

۸. تبلیغات و ترویج

(اصلاح فرآیند با توجه به بازخوردهایی

۹. بازاریابی مستقیم

که در حین اجرای برنامه بازاریابی گرفته

۱۰. خدمات پس از فروش

می‌شود)

۱۱. مدیریت ارتباط با مشتری

جدول شماره ۱- برنامه بازاریابی مورد حمایت

| مراحل | عنوان | جزئیات | خروجی مورد انتظار |
|-------------|---|--|--|
| مرحله اول | عارضه‌یابی واحد بازاریابی و فروش شرکت | ارزیابی و بررسی زیرساخت‌ها و سوابق شرکت به منظور شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود در هر ۱۲ حوزه عملکردی بازاریابی | * گزارش عارضه‌یابی واحد بازاریابی * پروپوزال انجام برنامه بازاریابی |
| مرحله دوم | طرح ریزی بازاریابی | آغاز برنامه با تمرکز بر تحقیقات بازار، برنامه ریزی بازاریابی، طراحی مدل کسب و کار | * سند برنامه بازاریابی * برنامه عملیاتی یک ساله * مدل کسب و کار * گزارش تحقیقات بازار |
| مرحله سوم | اجرای بازاریابی | تمرکز بر این موارد: پیشنهاد بهبود محصول، مدیریت شبکه توزیع، قیمت گذاری، برندسازی، تبلیغات و ترویج و بازاریابی مستقیم | * طراحی و اجرای آمیخته بازاریابی (P4) * سه گزارش عملیاتی از اجرای فرآیند بازاریابی |
| مرحله چهارم | طراحی خدمات تکمیلی بازاریابی (براساس توافق شرکت دانش‌بنیان و کارگزار) | با توجه به شرایط شرکت شامل خدمات پس از فروش، مدیریت ارتباط با مشتری و فرآیندهای پشتیبان بازاریابی و فروش می‌باشد. | با توجه به شرایط شرکت معین خواهد شد. |

مدت زمان در نظر گرفته شده برای انجام تدوین و اجرای برنامه بازاریابی، از ابتدا تا انتهای مرحله سوم، به مدت ۶ ماه

در نظر گرفته شده است. تصویر زیر برنامه زمان‌بندی اجرای این شیوه‌نامه را نشان می‌دهد.

تصویر شماره ۱- برنامه زمان‌بندی تدوین برنامه بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور

| ماه اول | | | | ماه دوم | | | | ماه سوم | | | | ماه چهارم | | | | ماه پنجم | | | | ماه ششم | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|-----------|--------|--------|--------|----------|--------|--------|--------|---------|--------|--------|--------|-------------|--|--|--|--|--|--|--|-----------|--|--|--|-----------|--|--|--|-----------|
| هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | هفته ۱ | هفته ۲ | هفته ۳ | هفته ۴ | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | مرحله اول | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | مرحله دوم | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | مرحله سوم |
| با توجه به شرایط شرکت مشخص خواهد شد. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | مرحله چهارم | | | | | | | | | | | | | | | | |

۳. میزان حمایت

مرحله اول خدمت تدوین برنامه بازاریابی و تهیه پروپوزال برای شرکت‌ها به صورت رایگان بوده و تماماً توسط معاونت علمی و فناوری پرداخت می‌گردد.

میزان حمایت سایر مراحل برای شرکت‌ها ۵۰٪ از مبلغ قرارداد تا سقف ۲۵۰ میلیون ریال خواهد بود. لازم به ذکر است میزان حمایت این خدمت به صورت تجمیعی با دیگر خدمات حوزه توسعه بازار داخلی (شامل: عارضه‌یابی بازاریابی و فروش و تهیه برنامه بازاریابی) در نظر گرفته خواهد شد.

تبصره ۱- در صورت استفاده شرکت متقاضی از سایر خدمات تجاری‌سازی مشمول حمایت و با نظر کارگزار بازاریابی، میزان حمایت از هر یک از آن خدمات (در صورت همراستایی با برنامه بازاریابی شرکت) تا ۷۰٪ قابل افزایش می‌باشد.

۴. شرایط دریافت حمایت

برای استفاده از این حمایت، شرکت موظف است در مرحله اول و قبل از هر گونه اقدامی درخواست خود را به همراه مستندات لازم در سامانه es.daneshbonyan.ir یا bizservices.ir ثبت نماید.

شیوه نامه حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور مستقر در پارک

بعد از اتمام پروژه، مستندات زیر بایستی در سامانه مذکور بارگذاری گردد: قرارداد نهایی، پروپوزال انجام پروژه، نتایج و خروجی‌های هر مرحله، یک نسخه از گزارش نهایی تدوین شده، ارائه فاکتور رسمی و کلیه مستندات مالی، نامه رسمی شرکت حاوی اطلاعات حساب (شماره حساب، کد شبا، نام بانک و کد شعبه)

تبصره ۲- حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت‌های دانش‌بنیان، خلاق و فناور در صورتی قابل انجام است که پروپوزال انجام پروژه، قبل از شروع مرحله دوم به تایید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برسد.

تبصره ۳- شرکت مختار است بر مبنای نیاز خود، کارگزار (شخصیت حقوقی) را از گزینه‌های زیر تعیین نماید:

- کارگزاران معرفی شده از سوی معاونت علمی و فناوری: در صورتی که شرکت با این مجریان قرارداد خود را منعقد نماید، در پایان تدوین و اجرای برنامه بازاریابی و پس از انجام فعالیت‌های مجری و دریافت گزارش از آن، می‌تواند وجه حمایتی مد نظر این شیوه‌نامه را دریافت نماید.

- سایر کارگزاران مشاوره بازاریابی: در صورتی که شرکت تمایل به انعقاد قرارداد با سایر اشخاص حقوقی فعال در حوزه خدمات بازاریابی را داشته باشد، لازم است در ابتدا رزومه مجری را به معاونت علمی و فناوری ارسال نموده تا پس از تایید صلاحیت مجری معرفی شده، مشمول حمایت این شیوه‌نامه گردد.

تبصره ۴- مسئولیت اجرا و پیاده‌سازی برنامه‌های تدوین شده بازاریابی برعهده شرکت‌های مورد حمایت بوده و کارگزار صرفاً در یکی از چهار حوزه زیر، با انتخاب شرکت متقاضی فعالیت می‌نماید:

- آموزش حین اجرا
- اجرای محدود (برنامه ریزی عملیاتی، بودجه بندی)

- سازماندهی و طراحی فرایند (طراحی ساختار سازمانی، کمک به تامین نیروی انسانی، تشریح فرآیندها و شرح وظایف)

- تصمیم‌سازی مستمر و نظارت بر اجرا

تبصره ۵- شرکت‌های متقاضی علاوه بر نظارت بر محتوای گزارش، موظف هستند در جهت پیشبرد این خدمت همکاری‌های لازم با شرکت مشاور را به عمل آورند. بنابراین تامین اطلاعات مربوط به شرکت و اشخاص در صورتی که در راستای انجام خدمت مورد نیاز باشد، بر عهده شرکت متقاضی است.

تبصره ۶- شرکت دانش‌بنیان، خلاق و فناور موظف است نسبت به پیگیری درخواست ثبت شده و ارسال مستندات مربوطه در زمان مقرر اقدام نماید. در صورت عدم رعایت این مسئله، درخواست ثبت شده در پورتال منقضی و به صورت خودکار مردود خواهد شد. این مدت زمان از ثبت درخواست تا تنظیم قرارداد با کارگزار، ۱ ماه تعیین شده است.

تبصره ۷- مسئولیت‌های اجرای درست و موثر خدمت بر عهده شرکت‌های متقاضی می‌باشد. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تنها بر مبنای مستندات و گزارش‌های دریافتی، وجه حمایتی را اختصاص خواهد داد و در قبال دعاوی احتمالی بین شرکت‌ها با کارگزاران، هیچگونه مسئولیتی بر عهده ندارد.

تبصره ۸- شرکت متقاضی می‌تواند نسبت به مشاهده آخرین وضعیت درخواست و یا ثبت اعتراض در سامانه es.daneshbonyan.ir یا bizservices.ir اقدام نماید.