



یک مشاور در کنار مدیر

گفتگو با علی امیری - مدیر عامل شرکت مشاوره کسب و کار ماد

اشاره:

امروزه کار آفرینی و ایجاد بسترهای مناسب برای ایجاد کسب و کار در اکثر کشورها و علی‌الخصوص در کشور ما از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و در این راستا همواره مشکلاتی چون مباحث قوانین و مقررات، مشکلات مدیریتی، مشکلات سرمایه‌گذاری و... مطرح است که ضرورت دارد این مشکلات و موانع موجود در سر راه کارآفرینی که متأسفانه در کشور ما اندک نیست، شناسایی شده و تدابیری در جهت رفع آن‌ها اندیشیده شود. کار آفرینی با یک ایده آغاز می‌شود و کارآفرین در آغاز سعی دارد تا این ایده را به مرحله عمل برساند. برای این کار نیاز است تا بسترهایی فراهم گردد که این حرکت در مسیر معین قرار گرفته و سیر رشد خود را طی کند و همواره ایده از آسیب‌های احتمالی مصون بماند پس نیاز است تا با تدابیر تحقیقاتی زمینه‌های حفاظت از این ایده فراهم گردد که این امر به دست متخصصینی امکانپذیر است که مشاور نام دارند. امروزه در اکثر کشورهای جهان بحث مشاوران و حضور آنان بعنوان یک وکیل مدافع شخصی شکل گرفته است تا جاییکه می‌توان گفت هر فردی همواره یک مشاور را در کنار خود نیاز دارد. ما نیز به تازگی در کشور شکل‌گیری جمعیت محدودی به نام مشاوران کارآفرینی را شاهد هستیم که در قالب گروه‌های آموزشی و تحقیقاتی آماده ارائه خدمات به کارآفرینان در جهت راه‌اندازی کسب و کار جدید، شناخت بازار، بازاریابی، نیاز بازار و... هستند و کار آفرینان اکنون دریافته‌اند که در بسیاری مواقع از همکاری با این مشاوران رضایت داشته‌اند و همواره هزینه‌های مربوط به آن را بر هزینه‌هایی که ممکن است بدون حضور مشاوران در آینده به شکل خسارت شامل حال آنان شود ارجح می‌دانند. در این راستا و برای آشنایی بیشتر با مراکز مشاوره کارآفرینی با علی امیری - مدیر عامل یکی از این شرکت‌های مشاوره کارآفرینی به نام شرکت مشاوره کسب و کار ماد و فارغ‌التحصیل رشته مدیریت MBA در مقطع کارشناسی ارشد گفت و گویی ترتیب دادیم که متن این گفتگو از نظر تان می‌گذرد:

رتال جامع علوم انسانی

نیروی انسانی، فرهنگ سازمانی، برند و... رخ دهد در راستای ایجاد ارزش بیشتر برای بازار و مشتریان است و ما در تمام زیر مجموعه‌های شرکت اعم از سیستم‌های منابع انسانی، مالی، حسابداری، تولید و عملیات، تامین و پخش و توزیع، سیستم فروش، بازاریابی و تبلیغات... خدمات ارائه می‌کنیم. برای هر کدام از بخش‌های تخصصی کسب و کار نیز از مشاوران برجسته ایرانی استفاده می‌کنیم. یکی از مزیت‌های اصلی خدمات مشاوره‌ای مرکز ماد یکپارچگی آن می‌باشد.

فرآیند کاری این شرکت برای فردی که قصد راه‌اندازی کسب و کاری را داشته باشد و جهت مشاوره به شرکت شما روی آورد چگونه خواهد بود؟

بحث کار آفرینی به چهار بخش تقسیم می‌شود؛ اول اینکه راه‌اندازی یک کسب و کار مستلزم وجود ایده‌ای (Business Idea) است که خود

خوبی را نیز در صنایع مختلف مثل انتشارات، فلزات، کامپیوتر، پوشاک، خرده‌فروشی، حمل و نقل و... به ثمر رساندیم. البته بخشی از فعالیت فعلی ما مربوط به تهیه و تدوین برنامه کسب و کار برای شرکت‌های مشمول ال ۴۴ قانون اساسی برای ورود به بورس است. تا کنون برای ۵ مورد از این شرکتها برنامه کسب و کار تهیه کرده ایم که البته با موفقیت نیز همراه بوده است.

خدمات این شرکت به چه شکل ارائه می‌شود؟

خدمات این شرکت در ۳ حوزه اصلی راه‌اندازی کسب و کار، مدیریت کسب و کار و رشد و توسعه کسب و کار است. رویکرد شرکت مشاوره کسب و کار ماد در ابتدا مشتریان و بازار است یعنی هر تغییر و تحولی که در سیستم‌های شرکت اعم از بازاریابی، تبلیغات، پخش و توزیع، انبارداری، مسائل حقوقی و قانونی، نیروی انسانی، انگیزه در

ارائه خدمات برآمدیم. در خصوص ارائه خدمات زمانیکه به مدیر یک شرکت خصوصی کوچک و متوسط خدمات مشاوره ارائه می‌دهیم این شرکت برای هزینه‌ای که صرف می‌کند، ارزش قائل است و در ازای پرداخت آن هزینه انتظار خدمتی مناسب دارد همچنین خود او نیز جهت همکاری با مرکز مشاوره احساس مسئولیت می‌کند و یقیناً از خدمات ارائه شده، بیشتر بهره می‌برد به همین جهت از آغاز، اینگونه شرکت‌ها را برای ارائه خدمات در نظر داشتیم و تا ابتدای سال ۱۳۸۴ نیز به صورت حقیقی و نه حقوقی فعالیت می‌کردیم. در اواخر سال ۱۳۸۴ زمانیکه ۳ نفر از همکاران برای ادامه تحصیل به خارج از کشور اعزام شدند، با افراد متخصص دیگری گروه مشاوران ایده پرداز ماد (نام حقوقی) را ثبت نمودیم و از سال ۱۳۸۵ رسماً آغاز به کار کردیم و پروژه‌های نسبتاً

ایده تاسیس این شرکت به چه سالی باز می‌گردد؟

این شرکت در سال ۱۳۸۲ به واسطه جمعی از فارغ‌التحصیلان رشته MBA شکل گرفت. در ابتدا این گروه تصمیم داشت هسته اولیه یک شرکت مشاوره‌ای در حوزه کسب و کار راه‌اندازی کند که ما از همان ابتدا در حوزه شرکت‌های کوچک و متوسط فعالیت خود را آغاز نمودیم زیرا شرکت‌های عظیم چون ایران خودرو، پتروشیمی، نفت، فولاد و سیمان با شرکت‌های مشاوره‌ای بزرگی همکاری داشتند بعلاوه اینکه تصور می‌شد برای چنین شرکت‌هایی ضرورتی در مشاوره کسب و کار به چشم نمی‌خورد. دیگر اینکه با توجه به بازار اینگونه شرکت‌های بزرگ انحصاری خدماتی که ما ارائه می‌کردیم به صورت یکپارچه در آمده و در بایگانی شرکتها ثبت می‌شد، بنابراین در جستجوی محیطی پرچالش‌تر برای

این ایده باید مورد تحلیل واقع شود تا معلوم شود که آیا این ایده منطبق با تغییرات و روندها بازار هست یا خیر؟ و آیا برای این ایده در بازار تقاضایی وجود دارد یا خیر؟

در مرحله بعد برای این ایده، مفهوم کسب و کار (Business Concept) جدیدی طراحی می‌کنیم. اکثر مفاهیم و قالب‌های موجود کسب و کاری در ایران مربوط به چندین سال پیش است و اصطلاحاً از مد افتاده‌اند. ما باید با توجه به تغییرات اجتماعی، تکنولوژیکی، فرهنگی و اقتصادی کسب و کارهای قدیم را تغییر داده و قالب‌های جدیدی را خلق کنیم.

گام بعدی، طرحی مدل کسب و کار (Business Model) نام دارد یعنی ایده را چگونه اجرا کنیم که برای ما سود اقتصادی بیشتری داشته باشد و برای مشتریان نیز ارزش بیشتری خلق کنیم؟ مدل کسب و کار یعنی نحوه پیاده سازی و کسب درآمد از پیاده سازی ایده چگونه‌ای سودآوری‌تر و اثر بخش‌تر برای ما و مشتریانمان. در این قسمت ما تمام اجزای سیستم کسب و کار را تجزیه و تحلیل کرده و طوری آن‌ها را کنار هم قرار می‌دهیم تا بتوانیم سیستم یکپارچه و منسجمی را برای کسب و کار طراحی کنیم.

در گام بعدی به برنامه کسب و کار (Business Plan) می‌رسیم یعنی چگونه سیستم طراحی شده را اجرا کنیم. در برنامه کسب و کار هدف‌گذاری، برنامه ریزی راهبردی و برنامه ریزی اجرائی قرار می‌گیرد. فاکتورهای مهم زمان، بودجه، مسئولیت‌ها و فعالیت‌ها تعیین می‌شود. بنابراین گام‌های اصلی ما در ارائه خدمات به مشتریانمان شامل ۴ حوزه اصلی: یعنی تحلیل ایده‌ها، طراحی مفاهیم و قالب‌های خلاقانه و نوآورانه، طراحی و تجزیه و تحلیل اجزای سیستم کسب و کار و تدوین برنامه اجرائی برای راه‌اندازی، مدیریت و رشد و توسعه کسب و کار می‌باشد.

نکته قابل اهمیت در خدمات ما این است که اصولاً سعی داریم برای بسیاری از مشتریان از رویکرد مربیگری استفاده کنیم. تفاوت اصلی مشاور و مربی در میزان همکاری با مشتری در اجرای برنامه‌ها و هدف‌گذاری‌ها است. در سیستم مربیگری ما گام به گام همراه فرد مراجعه‌کننده هستیم به این ترتیب که مربی با معرفی برخی از منابع، صاحب ایده را به تحقیق و تفحص و او می‌داند و پس از آن نتایج را بررسی نموده و یک گام جلوتر می‌گذارد و تنها به ارائه نکته و رویکرد بسنده نمی‌شود یعنی گام به گام همراه صاحب ایده پیش روییم و هر دو هفته یکبار با ایشان جلسه گذاشته و فعالیت‌های انجام شده را اصلاح کرده و گام بعدی را پیش بینی کنیم.

هزینه مشاوره در جهت راه اندازی کسب و کار به چه شکل است؟

معتقدم زمانی‌نام مشاور بر فردی گذاشته می‌شود که متخصص باشد و یک متخصص هم اصولاً به صورت رایگان خدمت ارائه نمی‌کند و اصلاً رایگان کار کردن در دنیای رقابتی امروز معنایی

ندارد. تصور می‌کنم افرادی که قصد دارند به مشاور مراجعه کنند باید بیاموزند که همواره در سراسر دنیا مردم پیش از آنکه بیمار شوند در صدد پیشگیری از بروز بیماری هستند که متأسفانه در کشور ما معمولاً به این شکل نیست.

اگر این دیدگاه در حیطه مشاوره وجود داشته باشد یقیناً هزینه‌ای که در ابتدا جهت مشاوره پرداخت می‌شود به واقع نوعی سرمایه‌گذاری است و به مراتب اثر بخشی بیشتری خواهد داشت تا زمانی‌که

داده ایم نتایج مثمر ثمری به دست آورده اند و با توجه به اینکه در این مشاوره‌ها سیستم مربیگری اعمال می‌شود عمدتاً متقاضیان به ما متکی نیستند و در تحلیل‌هایی که در جلسات مطرح می‌شود به درجه‌ای می‌رسند که دیگر خود می‌توانند بسیاری از موارد را تحلیل و برنامه‌ریزی کنند.

تاکتون در ارائه خدمات مشاوره ای چند درصد موفقیت داشته اید؟

حضور مشاور در کنار کار آفرین یا مدیر بصورت دائمی و همیشگی است البته این به معنی وابستگی محض به مشاور نیست. یعنی نباید در هر موری به مشاور تکیه کرد و بسیاری از مدیران باید با تحقیق و تفحص نیاز خود را برطرف سازند و از کسب و کارهای دیگر تجربه کسب نموده و مشکل خود را مرتفع سازند و هر زمان قصد تصمیم گیری مهم در حوزه کسب و کار دارند به مشاور مراجعه نمایند چون مشاور وظیفه دارد در تصمیم گیری درست به مدیر و کار آفرین کمک نماید.

شرکت با مشکلی مواجه می‌شود و سپس برای رفع آن به مشاور مراجعه می‌کند. پس حضور مشاور در کنار کار آفرین یا مدیر بصورت دائمی و همیشگی است البته این به معنی وابستگی محض به مشاور نیست. یعنی نباید در هر موری به مشاور تکیه کرد و بسیاری از مدیران باید با تحقیق و تفحص نیاز خود را برطرف سازند و از کسب و کارهای دیگر تجربه کسب نموده و مشکل خود را مرتفع سازند و هر زمان قصد تصمیم گیری مهم در حوزه کسب و کار دارند به مشاور مراجعه نمایند چون مشاور وظیفه دارد در تصمیم گیری درست به مدیر و کار آفرین کمک نماید بنابراین در ازای تصمیم گیری درست بهای خوبی هم باید پرداخت کرد.

معمولاً بین ۴۰ تا ۷۰ هزار تومان دستمزد مشاورانی است که به شکل ساعتی فعالیت می‌کنند. زمانی هم مشاوره به صورت پروژه‌ای است که باید بر اساس آن تحقیقات بازار و برنامه‌بازاریابی شکل گیرد و بازار هدف تعیین شود همچنین پیش بینی فروش، نحوه تبلیغات، مدیریت ارتباط با مشتری و برنامه وفاداری مشتری، برنامه تولید، برنامه تامین و پخش و توزیع و تنظیم گردد که این موارد در قالب یک طرح و برنامه اجرائی درآمده و به متقاضی ارائه می‌شود و سپس در قالب جلسات مربی گری (Coaching) گام به گام به مدیر یا کارآفرین در اجرای برنامه کمک خواهد شد. هزینه اینگونه خدمات مشاوره‌ای پروژه‌ای هم به نوع بازار، صنعت و اندازه کسب و کار بستگی دارد که آیا صنعت پیچیده و دردم‌تنیده با عوامل قانونی، سیاسی و اجتماعی است یا محدود به چند منطقه از شهر تهران، کل تهران و یا کل ایران است؟! همه این موارد به کسب و کاری بستگی دارد که راه اندازی می‌شود ولی یقین بدانید اکثر شرکت‌هایی که ما به آنان مشاوره

موفقیت ما به موفقیت طرف مقابل بستگی دارد ممکن است فردی به مشاور مراجعه کند اما اعتقاد چندانی به مشاوره نداشته باشد و برای پیاده سازی طرح‌ها و برنامه‌ها انگیزه درونی نداشته باشد بنابراین پاسخ مثبتی نیز نخواهد گرفت. اما تا به امروز مشتریان بسیار با انگیزه و کوشایی داشتیم و شکر خدا پروژه‌های بسیار خوبی را اجرا کرده‌ایم و بالغ بر ۹۰ درصد آن‌ها نیز با موفقیت همراه بوده است.

شرکت مشاوره کسب و کار ما منابع مالی خود را چگونه تامین می‌کند؟

شرکت مشاوره کسب و کار ما به صورت مستقل فعالیت می‌کند. منابع مالی این شرکت نیز از محل ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای تامین می‌شود و خوشبختانه به واسطه کیفیت بالای مشاوره و استقبال متقاضیان نیازی هم به حمایت‌های مالی دولتی نداریم البته با دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران نیز همکاری داریم ولی زیر مجموعه آن دانشگاه نیستیم بلکه تنها در برخی امور چون کلوب مدیران و کار آفرینان با دانشکده کارآفرینی همکاری داریم و آن‌ها حامی معنوی و علمی ما هستند.

در بحث آموزش، مجموعه کارگاه‌هایی به نام "تحول در کسب و کار" طراحی و برگزار می‌شود. یکی از این کارگاه‌ها، کارگاهی با نام مهارت‌های حرفه‌ای فروش از زبان یکی از مدیران ارشد فروش شرکت یاهو تشکیل شد که هم به لحاظ محتوا و هم به لحاظ تکنیک‌های سخنوری بسیار مورد استقبال واقع شد. همچنین کارگاهی با نام برند و برند سازی نیز در دست بررسی است که آموزش می‌دهد چگونه می‌توان یک مارک تجاری را تبدیل به یک برند معتبر نمود و از جایگاه تمام فعالیت‌های یک شرکت فقط برای ایجاد یک برند است اگر بتوان برندی معتبر

در ذهن مخاطب ایجاد نمود در آینده می‌توان تجارت را بر اساس آن برند رشد و توسعه داد چرا که همان برند یک دارایی و محور اساسی برای رشد کسب و کار است که اگر ایجاد نشود یقیناً کسب و کار اثر بخشی لازم را نخواهد داشت. کارگاه‌های دیگر ما را می‌توانید در وب سایت www.maadclub.com مشاهده نمایید.

شما چه تعاملاتی با نهادها و یا ارگان‌های دولتی دارید؟

تعامل و انجام پروژه‌های مشترک با نهادها و بخش دولتی با مشکلات بسیار روبروست. بعنوان مثال خود بنده در پروژه ایده‌های برتر ریاست جمهوری طرحی تحت عنوان "مراکز مشاوره کسب و کارهای کوچک و متوسط" را مطرح کردم که البته جزء ایده‌های برتر اقتصادی نیز معرفی شد. این طرح حاصل ۲ سال مطالعه برترین مراکز مشابه در آمریکا، اروپا و آسیا بود و بسیار جامع و مشخص بود. برای تحقق بخشیدن به آن به مراکز دولتی مرتبط مراجعه نمودم اما جزء درگیری‌های بروکراسی چیز دیگری نصیب من نشد به همین جهت تصمیم گرفتیم تیم خودمان این طرح را پیش ببرد که البته سرعت اجرای آن بسیار کند است اما حداقل رو به پیشرفت است و از حد حرف و طرح خارج شده است.

در این طرح عنوان شده است که مراکز تحت عنوان "مراکز اطلاعات و مشاوره کسب و کار" در مراکز استان تشکیل شود. این مراکز توسط هسته مرکزی تغذیه اطلاعاتی و سیستمی می‌شود.

این طرح می‌تواند بسیاری از حرکت‌ها و اقدامات پراکنده در حوزه آموزش، ترویج و توسعه کارآفرینی که توسط نهادها و سازمان‌های مختلف در کشور در حال اجرا است را منسجم، یکپارچه و هدفدار نماید و اثربخشی فعالیت‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در توسعه کارآفرینی را افزایش دهد. کارآفرین علاوه بر آموزش به کمک و مشاوره و نیز اطلاعات و گزارشات صحیح و به روز بازار نیاز دارد.

با توجه به وضعیت کار آفرینی در سال‌های اخیر و با مشکلاتی که عموماً کارآفرینان با آن مواجه هستند از جمله: مشکلات مدیریتی، قوانین و مقررات، مشکلات آموزشی و.... این مرکز تاچه اندازه قادر بوده است این مشکلات را مرتفع سازد؟

حجم کاری ما نسبت به کل کشور بسیار اندک بوده است و با وجود این تا کنون تلاش بسیاری در رفع این موانع و مشکلات داشته ایم ولی اینکه تنها از مشکلات سخن بگوییم کاری از پیش نخواهد رفت چرا که تا کنون به دفعات در مجلات و رسانه‌های ملی از این مشکلات سخن به میان آمده است ولی متأسفانه تا کنون افراد و سازمان‌های محدودی در اندیشه اجرای راهکارها در جهت رفع موانع برآمده اند و مرکز مشاوره کسب و کار ما هم می‌خواهد در اجراء مشکلات را شناسایی و در حد توان خود آن‌ها را مرتفع سازد.

متأسفانه در حال حاضر یکی از مشکلات موجود

ضعف دانش به روز مدیریتی و کسب و کار در کشور است تا جائیکه در برخی جلسات و مذاکراتی که با مدیران عامل برخی شرکت‌های مطرح در ایران که آگهی‌های تبلیغاتی آن‌ها هرروزه در تلویزیون به نمایش در می‌آید، برگزار می‌کنیم در می‌یابیم که در خصوص ادبیات بازار، طرز فکر مشتری، رقبا و آینده، بازار و سیستم‌های منابع انسانی سخنی به میان نمی‌آورد و اطلاعات خامی دارند و این نشان می‌دهد که یک ساختار علمی و اصول مشخص و نگرشی جامع در ذهن این افراد وجود ندارد پس علم به روز در حیطه کسب و کار در ایران ضعف چشمگیری دارد در حالیکه از سخنان مدیر عامل یک شرکت آمریکایی می‌توان نکات آموزشی بسیاری آموخت ولی زمانیکه با مدیر یا کارآفرین ایرانی سخن می‌گوییم اول از بیوگرافی و اتفاقات زندگی‌اش تعریف می‌کند سپس مشکلات را مطرح می‌کند. بنابراین یکی از مشکلات اساسی عدم به روز بودن دانش مدیران و کارآفرینان است و موضوع مهم دیگر بحث قوانین و مقررات کسب و کار است.

یکی دیگر از چالش‌های فضای کسب و کار و کارآفرینی در ایران ضعف در دانش و نیروی انسانی متخصص است. نیروی انسانی علاوه بر مباحث تئوریک باید مهارت‌های تخصصی لازم را نیز داشته باشد. مهارت‌های ارتباطی، فنی، مذاکره، تحلیل، تفکر سیستمی، کار تیمی و... مواردی است که در میان فارغ التحصیلان ایرانی کمتر دیده می‌شود البته آن‌ها هم مقصر نیستند ضعف اصلی در نگرش‌ها و فرآیندهای آموزشی است که در دنیای مدرن امروز حتماً باید اصلاح شوند. بنابراین ضروری است تا در کشور ما مشاوران بهتر معرفی شوند تا در کنار هر مدیری یک مشاور وجود داشته باشد همچون برخی کشورها که تعداد مشاوران در آن‌ها تقریباً با تعداد مدیران برابری می‌کند. ضمناً بروکراسی اداری و بحث قوانین و مقررات کسب و کار یا بهبود فضای کسب و کار که رتبه بسیار ضعیفی در ایران دارد باید مورد توجه بیشتری واقع گردد. در عین حال باید گفت: بازار ایران بازار بسیار مناسبی است ضمن اینکه نقدنگی در کشور بسیار مناسب است و مردم فرهنگ استفاده از بسیاری از کالاها، تکنولوژی‌ها و ابزارها را دارند و البته این بازار بیشتر هیجانی است تا منطقی و در صورتیکه بتوان در این بازار هیجان ایجاد نمود و از سیستم عاطفی آن مدد جست بسیار موفقتر خواهید بود.

روند کار آفرینی در سطح جهان چگونه است؟

در گذشته برای کار آفرینی و راه اندازی کسب و کار نیاز به ۳ فاکتور نیروی انسانی، سرمایه و زمین بود و عوامل اقتصادی برای راه اندازی یک کسب و کار تنها همین موارد بودند در حالیکه امروزه گفته می‌شود ایده، سرعت و رشد از فاکتورهای مهم به شمار می‌رود و مدیران سخن از خلاقیت و نوآوری

به یاد داشته باشیم امروز خلاقیت و نوآوری و سرعت جزء ابزارهای اساسی برای موفقیت کسب و کارها در فضای تجارت جهانی است.

اهداف و برنامه‌های آتی این مرکز چیست؟
استراتژی ما این است که ابتدا در بازار هدف خود عمیق شویم و سپس به سمت رشد و توسعه حرکت کنیم. یعنی در ابتدا فرآیندهای کاری را مشخص نموده و یک نظام استاندارد مشاوره‌ای طراحی نماییم تا ساز و کار مشخص و استاندارد

به میان می‌آورد که نیاز است این ایده‌ها به خدمت قابل عرضه به بازار تبدیل شود. امروزه ایده به آسانی عرضه می‌شود ولی تبدیل سریع آن به خدمت و محصولی که در جامعه عرضه شود و برای مشتریان ارزش آفرینی کند، بسیار دشوار است.

مورد دیگر عدم شناخت کامل از روش‌های درست کسب و کار است به عنوان مثال کسب و کاری که اکنون راه اندازی می‌شود ممکن است تا ۷ سال

ضروری است تا در کشور ما مشاوران بهتر معرفی شوند تا در کنار هر مدیری یک مشاور وجود داشته باشد همچون برخی کشورها که تعداد مشاوران در آن‌ها تقریباً با تعداد مدیران برابری می‌کند. ضمناً بروکراسی اداری و بحث قوانین و مقررات کسب و کار یا بهبود فضای کسب و کار که رتبه بسیار ضعیفی در ایران دارد باید مورد توجه بیشتری واقع گردد.

آینده به همان شکل باشد و تغییر چندانی نکند. رشد یعنی چگونه محصول جدیدی گسترش یافته و وارد بازار جدید شده و از کسب و کارهای زنجیره‌ای و تولید تحت لیسانس و سایر راهبردها برای رشد سریع استفاده کند.

اینکه بتوانیم به سرعت رشد یافته و شرکت‌های کوچک زیر مجموعه را خریداری کنیم و یا اینکه بتوانیم با یک شریک دیگر در محصولی جدید همکاری کنیم، همگی جزء جدیدترین روش‌هایی که باعث رشد کسب و کارهای جدید می‌شود و تا زمانی که این موارد را نیاموخته‌ایم، نمی‌توانیم رشد کنیم.

ترسیم نمودیم، دست یافتیم و برنامه بعدی ما از اواخر سال ۸۷ شروع شده و امیدواریم تا سال ۹۰ بتوانیم به اهداف تنظیم شده خود دست یابیم. البته در این مسیر با مشکلاتی نیز مواجه هستیم که مهمترین آن‌ها سرعت بسیار کم اینترنت در ایران است که خصوصاً در بخش تلویزیون اینترنتی، ما را دچار مشکل خواهد کرد.

مجموعه کلوب مدیران و کارآفرینان ماد که در دست راه اندازی است را معرفی نماید.

کلوب کارآفرینان و مدیران ماد با شعار "صدای مدیران و کارآفرینان" و با هدف برقراری ارتباط و تعامل میان مدیران و کارآفرینان در آینده نزدیک آغاز به کار خواهد کرد. در رسانه دیجیتال این کلوب ایده‌ها و فرصت‌های جدید کسب و کار، کسب و کارهای برتر و مقالات علمی و به روز به اعضا معرفی می‌شود. خبرهای جدید صنعت و بازار هم از دیگر قسمت‌های مربوط به این رسانه خواهد بود.

به طور کلی کلوب کارآفرینی ماد شبکه‌ای از مدیران و کارآفرینان است که در این شبکه همه با هم در ارتباط هستند. کلوب کارآفرینی ماد زیر مجموعه مرکز مشاوره کسب و کار ماد و یکی از خدماتی است که ما در اختیار مدیران و کارآفرینان قرار می‌دهیم. شبکه سازی حرف روز دنیا است ما نیز قصد داریم در حوزه کار آفرینی و کسب و کارهای کوچک و متوسط شبکه‌ای ارتباطی گسترده‌ای راه‌اندازی کنیم. اکنون در آغاز راه هستیم و سایت راه اندازی شده است و در آینده نزدیک بصورت گسترده اطلاع‌رسانی خواهد شد. مجلاتی چون ماهنامه کارآفرینان خلاق امیرکبیر، مهندسی تبلیغات و بازاریابی، توسعه بازار و... که بر مباحث تجاری و ترویج علم کسب و کار در ایران تمرکز دارند بسیار با ارزش هستند و در صورتیکه رشد و توسعه یابند یقیناً خواهند توانست علم کسب و کار را به خوبی ترویج نمایند ضمن اینکه موجب ایجاد روحیه و انگیزه در کارآفرینان و مدیران می‌شوند تا با علوم جدید آشنا شده و آن را در حیطه فعالیت‌های خود اجرا کنند. مخاطبان عزیز می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به وب سایت کلوب مدیران و کارآفرینان ماد به آدرس www.maadclub.com مراجعه نمایند.