

تجارت؛ آن‌لاین

گفت و گو با مهندس حمید سپیدنام - مدیر عامل شرکت فناوری اطلاعات کاسپید

نیم نگاه:

- * پدرم به من آموخته که هیچ گاه دروغ نگویم بنابراین همیشه در زندگی خود صداقت و راستی را در اولویت قرار می‌دهم.
- * خوشبختانه اکثر مدیران کشور با مقوله وب سایت و تبلیغات آن لاین آشنا شده‌اند. در حالی که در سال‌های گذشته مدیران از بهینه سازی وب سایت برای موتورهای جست و جو هیچ اطلاعی نداشتند.
- * تنها مشکل شرکت های ایرانی، نبودن پشتکار است.
- * در دنیای امروز از طریق اینترنت می توان کارآفرینی کرد.

اشاره:

تبلیغات آنلاین، در سال ۲۰۰۷ با رشد ۲۴ درصدی تا ۱۴ میلیارد دلار افزایش پیدا می‌کند. اما در ایران صنعت تبلیغات آن لاین حتی تدوین، تعریف و پیاده سازی نشده است. به عبارتی هنوز صاحبان شرکت های تبلیغاتی، تولیدکنندگان و حتی مصرف کنندگان با تبلیغات اینترنتی آشنایی ندارند و به قولی آن را جدی نمی‌گیرند این در حالی است که شاید بتوان گفت؛ تنها راه برون رفت وب سایت ها و امکان سوددهی وب سایت ها و وبلاگ ها؛ حرکت به سوی تبلیغات اینترنتی باشد. مقوله ای که می تواند با تزریق سرمایه و پشتیبانی قدرتمند فن آوری اطلاعات را رشد و ارتقا دهد.

شرکت کاسپید با طراحی سایت و بهینه سازی وب بیش از ۱۰۰۰ شرکت در ایران، انگلستان، آلمان و ... پیشساز در ارائه خدمات وب به واحدهای صنعتی، سازمان ها و ادارات دولتی، شرکت های خصوصی و موسسات آموزشی و تحقیقاتی می باشد.

این شرکت با استفاده از تکنیک های روز در طراحی و بهینه سازی وب سایت، داشتن سرور اختصاصی در انگلستان، داشتن مدرک بین المللی از گوگل، ارتباط با بانک های بین المللی جهت فروش آن لاین، دارای شرکت ثبت شده در انگلستان، ایران و امارات، پشتیبانی و پاسخگویی ۲۴ ساعته به مشتریان خود، از سایر رقیبان پیشی گرفته است. کاسپید، به عنوان اولین دارنده مدرک بین المللی گوگل در ایران شناخته می شود که به گفته مدیر عامل جوان آن،

تبلیغات کلیک گوگل بهترین، ساده ترین و موثرترین روش برای آگهی دهندگان و تبلیغ کنندگان اینترنتی، جهت به دست آوردن بهترین موقعیت بر روی موتورهای جستجوگر می باشد. به طوری که در مدت چند روز، متن تبلیغ وب سایت شما بر روی موتور جستجوگر و سایت های شریک آن که شما حضور و تبلیغ خود را بر روی آن خریده اید، ظاهر می گردد و برای تمام تبلیغ کنندگان در هر سطحی که باشند، موتورهای جستجوگر ترافیک سایت و فروش شما را تضمین می کنند.

مهندس سپیدنام - مدیر عامل - در انگلستان به دنیا آمده است و دارای سوابق فعالیت در چندین شرکت معتبر بین المللی است که با وجود تمام موقعیت های خوب مالی و اجتماعی در این کشور، ترجیح می دهد به میهن خود بازگردد و کاسپید را به جایگاه مناسب امروز برساند... این گفت و گو از نظراتان می گذرد.

بسیاری از لوازم و امکانات دیروز که در زمان خود بسیار پیشرفته به نظر می رسیدند؛ در حال حاضر به خاطره های دوست دداشتنی تبدیل شده‌اند. با پیشرفت و توسعه دنیای وب و اینترنت، به نظر می رسد یک روز، تبلیغات کاغذی نیز به خاطره تبدیل شوند و به جای قرار گرفتن در روی میز و کانون توجه، وارد موزه ها و کمدهایی شوند که اشیاء قدیمی و خاطره انگیزمان را در آنان مخفی می کنیم و گاهی که دلمان برای گذشته تنگ شد؛ آنان را به فرزندانمان نشان می دهیم. تبلیغات آن لاین، تبلیغاتی است که در فضای مجازی اینترنت به گونه های مختلف ارایه می شود. این روزها تبلیغات اینترنتی یا آنلاین چنان پیشرفت نموده است که عنوان "صنعت" را به خود داده است.

آخرین تحقیقات در این زمینه نشان می دهد سرمایه گذاری در آگهی های آن لاین امسال به دنبال رشد ۳۵ درصدی تا ۱۱/۶ میلیارد دلار رسید. این در حالی است که کارشناسان و تحلیل گران بورس این رشد را تا ۳۳ درصد پیش بینی کرده بودند.

طبق پیش بینی کارشناسان، در میان کشورهای سر تاسر دنیا، چین با در اختیار داشتن ۵۰ درصد کل سرمایه گذاری آگهی های آنلاین بیشترین میزان رشد را در این صنعت دارد. بعد از چین، انگلستان، فرانسه، استرالیا، کره جنوبی و ژاپن به ترتیب با رشد ۴۶٪، ۴۵٪، ۴۲٪، ۳۰٪ و ۳۰٪ درصد سرمایه گذاری در این بخش جایگاه های بعدی را به خودشان اختصاص داده‌اند. اما محققان معتقدند عوامل مختلفی در رشد و توسعه این صنعت موثرند که از میان این عوامل، موتورهای جست و جو و افزایش میزان استفاده کاربران از آنها اهمیت بیشتری دارند. بر اساس تحقیقات کارشناسان این موسسه، وب سایت گوگل به عنوان پر طرفدارترین موتور جست و جو با در اختیار داشتن ۷۰ درصد بازار آگهی های آنلاین انگلستان، آلمان و ایتالیا شانس بیشتری برای سرمایه گذاری و جلب توجه شرکت ها و موسسات بزرگ را دارد.

این در حالی است موتور جست و جوی یاهو نتوانسته به چنین موفقیتی دست پیدا کند، تا جایی که سهم این شرکت از بازار جهانی تبلیغات آنلاین از ۱۱ درصد در سال گذشته، امسال به ۱۰ درصد کاهش پیدا کرده است.

بر اساس آخرین گزارش یک موسسه تحقیقاتی، حجم سرمایه گذاری جهانی در صنعت

در این کشور بودیم، سپس به ایران آمدیم. تحصیلات دانشگاهی ام را در رشته مهندسی کامپیوتر گذراندم و پس از اتمام تحصیلات به انگلستان رفتم و با مدرک معتبر بازاریابی

هستم. تا سن ۵ سالگی به دلیل تحصیل پدرم در رشته کامپیوتر در مقطع PHD

بیوگرافی خود را بیان نمایند. ۳۲ سال دارم و متولد منچستر انگلستان

اینترنتی از گوگل - Google - مجدداً به ایران بازگشتم.

در هنگام تحصیل در دانشگاه، ایده راه اندازی شرکت به ذهنم رسید و به همراه یکی از دوستان - آقای مهندس کاظمی - شرکت کاسپید راه اندازی شد. وجه تسمیه این شرکت نیز از ابتدای نام خانوادگی های من و ایشان، کا (کاظمی) و سپید (سپیدنام) تشکیل شده است البته بسیاری تصور می کنند این نام لاتین است!

نخستین پروژه شرکت، طراحی وب سایت شرکت "خودرولنت ایران" بود و افتخارمان این است که با کمترین میزان سرمایه، کار را شروع کردیم و به کمک خلاقانه کاسپید به تدریج توسعه یافت و تعداد کارمندان بیشتر شد.

انجام پروژه خودرولنت ایران داستان جالبی دارد از آن جا که پدرم مشاور خودرولنت بود، ایشان با پرداخت هزینه طراحی سایت، از مدیران درخواست کرد که طراحی وب سایت شرکت را بر عهده من قرار دهند! تا مدت ها فکر می کردم که مبلغ طراحی سایت (۵۰ هزار تومان) را شرکت خودرولنت ایران پرداخته است.

پس از انجام موفق این پروژه و لذت از کسب استقلال مالی، به انجام پروژه های دیگر پرداختیم و پس از مدتی تصمیم گرفتیم دوباره به انگلستان بروم و تا ۶ سال در شرکت های معتبری همچون یونی سیس، بانک بارکلیز، پیتنی بوز و کر دیت پلاس به فعالیت های خود ادامه می دادم.

حضور در سمینار بزرگ Search Engine Strategies در لندن یکی دیگر از تجارب بسیار ارزشمند من محسوب می شود که حضور فعالی در این سمینار داشتم و نکات بسیار خوبی را فرا گرفتم. فعالیت در کر دیت پلاس نیز دوران بسیار خوبی بود. به خاطر

دارم که به دلیل انجام تبلیغات موثر آن لاین، میزان فروش شرکت از یک میلیون پوند به ۴ میلیون پوند افزایش یافت. این موفقیت به دلیل بهره گیری از تبلیغات آن لاین بود؛ زیرا مدیر شرکت اعتقاد راسخی به استفاده از تبلیغات آن لاین داشت و معتقد بود که دیگر دوران تبلیغات آف لاین به پایان رسیده است. پس از مدتی

کاسپید را در انگلستان نیز به ثبت رساندم و کار به این صورت انجام می شد که پروژه را از انگلستان دریافت و در ایران اجرا می کردیم. طراحی وب سایت بانک اطلاعات مسکن کل اروپا یکی از مهمترین پروژه های انجام شده توسط کاسپید است که خوشبختانه با موفقیت به بهره برداری رسید. حدود ۸۰ پروژه در انگلستان انجام دادیم و پس از مدتی احساس کردم باید به میهنم بازگردم و این علم را در کشور خود اشاعه دهم زیرا بهینه سازی وب سایت می تواند در افزایش میزان فروش شرکت ها تأثیرات بسیار مثبتی برجا بگذارد.

پس از بازگشت به ایران، متوجه شدم انجام این نوع فعالیت در مشهد، کشش چندانی ندارد لذا بلافاصله به تهران آمدم و دفتر کاسپید در تهران نیز راه اندازی شد. پروژه های بزرگی را تاکنون انجام داده ایم که از میان آن می توان به طراحی وب سایت "برج میلاد"، "پتروشیمی بوعلی سینا"، "پتروشیمی امیرکبیر"، "سازمان توسعه تجارت"، "برج های دو قلوی کیش"، "شرکت اسکانتیا (ماموت دیزل)"، شرکت هلدینگ شاهراه طلایی و... اشاره کنم.

ضمناً بزرگترین دغدغه و مشکل ما، کمبود بودجه و منابع مالی بود زیرا با سرمایه اندک کار را شروع کرده بودیم و همیشه این اضطراب و نگرانی را داشتیم که چگونه حقوق و دستمزد

پرسنل ابتدای هر ماه تأمین کنیم. اما به لطف خدا مشکلات یکی پس از دیگری رفع شد و با انجام پروژه های متعدد توانستیم بر مشکلات مالی غلبه کنیم.

جهت شناخت و جلب اعتماد بازار چه تدابیر و راهکارهایی در نظر گرفتید؟

پدرم به من آموخته که هیچ گاه دروغ نگویم بنابراین همیشه در زندگی خود صداقت و راستی را در اولویت قرار می دهم. هیچگاه برای گرفتن یک پروژه به دروغ متوسل نمی شوم و دقیقاً نیاز مشتریان را در انجام پروژه ها مدنظر قرار می دهم. برای خوشنامی و اعتبار خود ارزش بسیاری قائل هستیم و همیشه سعی می کنیم پروژه ها را با بهترین کیفیت و مناسب ترین هزینه انجام دهیم. بنابراین در جلساتی که با مشتریان برگزار می کنیم؛ صرفاً به انعقاد قرارداد و کسب سود بیشتر فکر نمی کنیم بلکه حدود یک ساعت به تشریح کامل جوانب امر به مدیران شرکت ها می پردازم. هزینه ها را به آنان عنوان می کنم و پیشنهاداتی نیز ارائه می دهم حتی اگر این جلسه به قرارداد نیز منتهی نشود، چندان مهم نیست و نکته مهم کسب اعتبار و جلب اعتماد مدیران برای پروژه های آینده است. تاکنون حدود ۷۰ سمینار از جمله شهر

الکترونیک در برج میلاد و... با هدف اطلاع رسانی برگزار کرده ایم و خوشبختانه اکثر مدیران کشور با مقوله وب سایت و

تبلیغات آن لاین آشنا شده اند. در حالی که در سال های گذشته مدیران از بهینه سازی وب سایت برای موتورهای جست و جو هیچ اطلاعی نداشتند و در حال حاضر این وضعیت بهتر شده و با فرهنگ سازی هایی که انجام داده ایم موفق به جلب نظر مدیران شده ایم.

منظورتان از فرهنگ سازی دقیقاً چیست؟

در سمینارهای مختلف با تقبل هزینه های سنگین، حضور پیدا کرده و به سخنرانی می پردازم تا شرکت ها با مفهوم بازاریابی و تبلیغات آن لاین آشنا شوند. یکی از شرکت های معتبر تولیدکننده ماکارونی در کشور، میلیون ها تومان بابت تبلیغات در اتوبان ها و بزرگراه های کشور صرف می کند اما زمانی که تبلیغات آن لاین را برای آنان تشریح می کنم؛ استقبال چندانی به عمل نمی آورند در صورتی که بیش از ۹ میلیون نفر ماهیانه در دنیا با کلمه "ماکارونی، اسپاگتی، پاستا و..." در حال جست و جوی اینترنتی هستند. پس با یک هزینه ساده در گوگل می توانند رتبه های نخست جست و جوی اینترنتی را به خود اختصاص دهند به طوری که کاربران با تایپ عنوان "ماکارونی"، سایت آن شرکت، نخستین گزینه باشد. متأسفانه شرکت ها ارزش چندانی به این موضوعات نمی دهند و هنوز به این باور نرسیده اند که می توان از طریق اینترنت، میزان فروش را افزایش داد. اما اگر شرکتی با رعایت اصول صحیح در این مورد فعالیت کند؛ می تواند فروش خود را چندین برابر کند.

وضعیت ایران در زمینه تبلیغات آن لاین چگونه است؟

شرکت ها متوجه اثرگذاری تبلیغات آن لاین شده اند و تا دو ماه آینده کتابی در این زمینه با کمک پدرم (دکتر قدرت سپیدنام)، منتشر خواهیم کرد که امیدوارم بتواند به شرکت ها کمک کند. آینده این نوع تبلیغات را در ایران بسیار روشن می بینم زیرا روند رو به رشدی دارد و می تواند به توسعه صادرات شرکت ها کمک کند.

بیشترین حجم پروژه های انجام گرفته توسط کاسپید، متعلق به بخش خصوصی بوده یا دولتی؟

اکثر پروژه ها متعلق به بخش خصوصی است البته با



شرکت های دولتی از جمله سازمان توسعه تجارت ایران و فراکسیون مجلس شورای اسلامی نیز همکاری های خوبی داریم اما کار با نهادهای دولتی، دشواری های خاص خود را هم دارد!

در مورد فرایند و مراحل استخدام پرسنل مورد نیاز، توضیحاتی ارائه می کنید؟

اکثر نیروها را از وب سایت هایی که به معرفی نیروی کار می پردازند، پیدا می کنیم و پس از دریافت رزومه کاری آنها و انجام مصاحبه های فنی و تخصصی، به استخدام کاسپید در می آید. مسائل اخلاقی و شخصی مصاحبه شوندگان نیز به دقت مورد بررسی قرار می گیرد و فردی که به استخدام کاسپید در می آید باید تعصب کاسپیدی نیز پیدا کند! یعنی به محض اتمام ساعت کاری، کامپیوتر خود را خاموش نکنند و سریعاً شرکت را ترک نمایند. کما این که چندین سال است تا پاسی از شب کار می کنیم تا به ایده های جدیدتری دست پیدا کنیم. پروژه هایی نیز فقط برای پرسنل کاسپید در نظر گرفته ایم که منافع مالی آن متعلق به خودشان است به این ترتیب با علاقه و انگیزه بیشتری به کار می پردازند و تا ساعت ها پس از پایان وقت اداری در شرکت می مانند و به روی پروژه خود کار می کنند. خوشبختانه پرسنل کاسپید متعهد و دلسوز هستند و علاقه عجیبی به کار دارند. من نیز اعتماد ویژه ای به آنان دارم.

و این اعتماد تاکنون سلب نشده است؟

هیچگاه. البته در مورد چند نفر که احساس کردم بر اخلاق و ذهنیات کارمندان اثر سوء می گذارند، سریعاً عکس العمل نشان داده ام و عذرشان را خواسته ام. کاسپید به ۴ بخش تقسیم می شود. بخش آنلاین، بخش گرافیک و در نهایت بخش برنامه نویسی و صفحه زنی که با مدیر این بخش ها در ارتباط هستیم و ممکن است ارتباط مستقیمی با کارمندان زیرمجموعه نداشته باشیم. البته این به معنای قطع ارتباط کلی با کارمندان نیست.

یک مدیر موفق چگونه به پرسنل و کارمندان خود انگیزه مثبت می دهد؟

به عنوان یک مدیر باید به خوبی بدانید که چه زمانی باید با پرسنل شوخی کنید، چه زمانی همراه و همدل او باشید و چه زمانی از وی کار بخواهید یا عصبانی شوید. تمام این مسائل تکنیک های خاص مدیریتی است و در صورت بروز کوچکترین اشتباه، ممکن است یک پرسنل متعهد و دلسوز را برای همیشه از مجموعه خود فراری دهید. مدیریت سیاست خاصی را می طلبد که با هر یک از کارمندان چه برخوردی داشته باشید و دغدغه ها، مشکلات و مسائل آنها را به

خوبی بشناسید و سعی کنید به سهم خود آن را رفع نمایید. مدیر در عین حال که با کارمند خود مانند دوست برخورد می کند و اجازه نمی دهد نگرانی و دغدغه خاصی در ذهن وی باقی بماند، جدیت در کار را نیز فراموش نمی کند. در کاسپید، سیستم را به نحوی تنظیم کرده ام که تمام پرسنل کار را متعلق به خود می دانند و انگیزه خوبی جهت ادامه کار دارند. با این اوصاف، مدیریت دشوار است و مسائل خاص خود را می طلبد در کنار این هم لحظه ای نیست که به فکر ایده های جدید برای عقب نماندن از رقبای نباشم.

ایده ای جدید چگونه به ذهنتان می رسد؟

به بیش از ۱۵ کشور جهان سفر کرده ام و با فرهنگ و نوع تجارت آنها به خوبی آشنا هستم. فعالیت در شرکت های معتبر بین المللی این فرصت را به من بخشید که مرتب در حال ایده پردازی و تفکر جدید باشم. همچنین نوع برخورد با پرسنل، مشتریان و تعهد نسبت به آنان مواردی هستند که در این شرکت ها آموخته ام و به خوبی استفاده می نمایم.

تنها مشکل شرکت های ایرانی، نبودن پشتکار است. بسیاری از مدیران و کارمندان پس از اتمام ساعت اداری از شرکت خارج می شوند و تعصب چندانی نسبت به کار خود ندارند. این تفکر به اعتقاد من نادرست است و با اندکی تلاش و پشتکار و همچنین رعایت صداقت و درستی، می توان به موفقیت شرکت های بزرگ بین المللی دست یافت. البته شرایط تولید و صنعت در کشور به دلایل متعدد چندان مطلوب نیست و این منجر می شود که مدیران، دغدغه تأمین برق کارخانجات، خرید مواد اولیه و... را داشته باشند و فرصتی جهت توجه به بازاریابی آن لاین پیدا نکنند.

یک مدیر ریسک پذیر هستید؟

(با خنده و اطمینان) بله، بسیار!! زمانی که از انگلستان به ایران بازگشتم سرمایه ای جز ایده و دانش در اختیار نداشتم و به تدریج تبلیغات را آغاز کردیم و موفق به راه اندازی شرکت در تهران شدیم. جهت انجام تبلیغات آن لاین، مبالغ هنگفتی هزینه کردیم که از بازگشت این امر اطمینان کامل نداشتم. خوشبختانه موفق بودیم و پروژه را یکی پس از دیگری با موفقیت انجام می دهیم.

وجه تمایز کاسپید با سایر رقبای در چیست؟

یکی از نقاط قوت ما نسبت به رقبای، ارائه خدمات مطلوب به مشتریان است به این معنا که حتی تماس های تلفنی مشتریان در ساعت ۲-۱ بامداد به تلفن همراهم را نیز پاسخ داده ام و به طور کلی در کاسپید تمام تلاش خود را به عمل می آوریم تا

طی ۲۴ ساعت به مشتری پاسخ مناسب دهیم. همچنین فقط بر طراحی وب سایت متمرکز نشده ایم و ضمن حفظ کیفیت کار، ایده های نوین بازاریابی را نیز با مدیران شرکت ها در میان می گذاریم و هیچ یک از مشتریان کاسپید پس از اتمام پروژه به حال خود رها نمی شوند بلکه ارتباطات و تعاملات گسترده ای با آنان برقرار می کنیم و در زمینه درآمدزایی از طریق اینترنت کمک های قابل توجهی به آنان می کنیم. کمتر شرکت طراح سایت پیدا می کنید که چنین خدماتی به مشتریان خود عرضه نماید و ارتباط با مشتری پس از انجام طراحی وب سایت به اتمام می رسد.

وجه تمایز دیگر این است که کاسپید، سایت های مشابه را با دقت مورد بررسی قرار می دهد و سپس ایده های خود را به مشتریان عنوان می کند. برخلاف اکثر رقبای، نگرش ما به مشتریان کوتاه مدت نیست و با نیت برقراری ارتباط بلندمدت به مشتریان نگاه می کنیم. زیرا معتقدیم هر یک از مشتریان راضی، ده ها مشتری جدید برای کاسپید خلق می کنند و خوشبختانه این تجربه را بارها کسب کرده ایم.

آیا کاسپید برای پرسنل و نیروهای انسانی تازه وارد، دوره های آموزشی جهت کسب مهارت برگزار می کند؟

صد درصد. در دفتر، کارآموزانی را می پذیریم و ممکن است عده ای از آنان پس از اتمام دوره کارآموزی، به استخدام کاسپید درآیند. این اتفاق بارها پیش آمده است به طوری که برخی از کارآموزان به دلیل کسب مهارت و دانش قابل توجه و مورد نیاز شرکت، همکاری خود را در کاسپید به عنوان یک نیروی جدید آغاز می نمایند.

وقوع بحران جهانی اقتصاد بر تبلیغات آن لاین داخل و خارج از کشور چه تأثیری داشت؟

این امر که در ایران چندان اثرگذار نبود زیرا معادلات موجود در ایران بسیار متفاوت با سایر کشورهاست! دقیقاً زمان وقوع بحران مالی در انگلستان حضور داشتیم و از نزدیک شاهد تعطیلی بسیاری از شرکت های انگلیسی بودم. اما در زمینه تبلیغات آن لاین موضوع برعکس است. بسیاری از افراد تصور می کنند به دلیل وقوع بحران باید هزینه های مربوط به تبلیغات را کاهش دهند در صورتی که اغلب شرکت ها نه تنها بودجه تبلیغات را کاهش ندادند بلکه بحران را به عنوان فرصت قلمداد کردند و تبلیغات آن لاین خود را افزایش دادند. در واقع این امر تأثیر بسیار خوبی بر میزان فروش شرکت ها

داشت؛ آن هم در شرایطی که میزان تبلیغات به دلیل بحران مالی کاهش چشمگیری پیدا کرده بود. البته در حال حاضر وضعیت رو به بهبود است و به تدریج این بحران به اتمام خواهد رسید.

نکته پایانی قابل ذکر در پایان این گفت و گو؟

به دلیل نوع کار، با صنایع مختلف کشور در تعامل هستیم و به همین دلیل فکر می کنم که صنایع تولید کاشی و سرامیک، زعفران و فرش دستباف در کشور قادر به درآمدزایی و افزایش حجم صادرات غیرنفتی می باشند. به خصوص زعفران که معتقدم

تنها مشکل شرکت های ایرانی، نبودن پشتکار است. بسیاری از مدیران و کارمندان پس از اتمام ساعت اداری از شرکت خارج می شوند و تعصب چندانی نسبت به کار خود ندارند. این تفکر به اعتقاد من نادرست است و با اندکی تلاش و پشتکار و همچنین رعایت صداقت و درستی، می توان به موفقیت شرکت های بزرگ بین المللی دست یافت

یک محصول ملی محسوب می شود که متأسفانه برداشت دشوار آن توسط کشاورزان ایرانی انجام می شود اما در جهان به نام زعفران اسپانیا شناخته می شود! اکثر مدیران بخش خصوصی معتقدند که در صورت تولید محصولات با کیفیت و با قیمت مناسب و بازاریابی نوین، به خوبی قادر به عرض اندام در بازارهای بین المللی هستند.

مطلب دیگر این که قطعاً در سال های آینده نام کاسپید را بیش از هر زمان دیگری خواهید شنید زیرا این شرکت در حال رشدی سریع است و هدفمان این است که با فرهنگ سازی بازاریابی اینترنتی، سهمی در توسعه صادرات و اشتغال زایی در میهن عزیزمان ایران داشته باشیم. امیدوارم رقبای ما نیز در زمینه انجام تبلیغات آن لاین با مشتریان صادقانه رفتار کنند و وعده ای دروغین در این مورد به آنها ندهند.

و نکته پایانی؛ واقعیت این است که در دنیای امروز از طریق اینترنت می توان کارآفرینی کرد، به خصوص برای افرادی که سرمایه مالی در اختیار ندارند و تنها سرمایه آنان، فکر و دانش می باشد.

و به نظر شما:

***در زمینه تبلیغات آن لاین چه ارتباطاتی را می توان با شرکت های معتبر بین المللی برقرار نمود؟**

***نقش تبلیغات آن لاین در افزایش صادرات کشور چیست؟**