8 پی کارآفرینی

کارآفرینان موفق میدانند که چه چیزی قلبشان را به تپیدن در می آورد

کارآفرینان واقعی می توانند فرصت هایی را ببینند که دیگران نمیبینند و یا نمی توانند ببیند

داشتن یک کسب و کار لزوما به معنای کارآفرین بودن نیست که اگر اینطور بود ما به همچین لغت جدید و پیچیده ای نیاز نداشتیم. اگر واژه کارآفرین(entrepreneur) را گوگل کنید،احتمالا با این تعریف روبرو خواهید شد:

"کارآفرین کسی ست که کسب و کاری می آفریند و به امید بدست آوردن سود، حاضر است ریسکهای مالی کند."

هرچند که اقتصاددان ها و بسیاری از کارآفرینان موفق با این تعریف مخالفند!

بر اساس نظر Joseph Alois اقتصاد دان قرن 19، انگیزه کارآفرینان لزوما کسب درآمد و میزان سود حاصله نیست بلکه آنها درآمد را به عنوان مقیاسی برای اندازه گیری میزان موفقیت و دستاوردهایشان در نظر میگیرند.

پیتر دراکر- پدر مدیریت مدرن- تعریف کارآفرین را با تاکید بر واژه های "تغییر" و "فرصت" اینگونه بیان کرده است:

کارآفرین کسی ست که همیشه درباره تغییرات پرس و جو میکند، به تغییرات پاسخ میدهد و از آنها به عنوان فرصت بهره برداری میکند"

در این مقاله فوربس به 8 ویژگی کارآفرینان موفق که آنها را از دیگران متمایز میکند اشاره شده است.

1.اشتیاق

اشتیاق منبع اصلی انرژی، سختکوشی و انگیزه است.

عامل برانگیزاننده ی هر کارآفرین و سوخت اصلی باور به امکانپذیر شدن رویاهاست.و دقیقا همان چیزی ست که چرایی را در دایره معروف سایمون سینک معنا میکند.

اگر نسبت به موضوعی شور و اشتیاق دارید، دلیل کافی برای موفقیت در دسترس شماست!

وقتی عاشق کاری باشید حاضرید وقت زیادی را صرف آن کنید بدون احساس خستگی و هرچه بیشتر آن کار را انجام دهید، شانس موفقیتتان افزایش پیدا می کندو نسبت به رقبایتان جایگاه بهتری خواهید داشت.

کارآفرینان موفق میدانند چه چیزی قلبشان را به تپش میندازد

2.ادراک

داستان Bata، مثال عالی ای برای این صفت کلیدی ست.

فروشگاههای Bata در سراسر آفریقا و حتی مناطق دورافتاده وجود دارند.

چه داستانی پشت آن است؟

اواخر قرن 19، بازارهای آفریقا به سوی تجار گشوده شدو تولیدکنندگان کفش، نمایندگانشان را به آفریقا فرستادند تا ببینند در این بازار نوظهور فرصتی برای فروش کفش هست یا نه؟

همه بازاریابان برگشتند و گزارش دادند که هیچکس در آفریقا کفش نمی پوشد و بازاری برای فروش کفش نیست

همه به جز تیم فروش Bata که مشتاقانه گزارش دادند: "هیچکس در آفریقا کفش نمی پوشد و بنابراین فرصت فوق العاده ای برای فروش کفش در آفریقا وجود دارد."

شرایط بازار برای همه افراد یکسان بود اما چیزی که اهمیت داشت، برداشت و ادراک آنها از شرایط بود.

3.پتانسیل و استعداد

تحقیقات نشان داده است که ظرفیت

کانسپت دایره طلایی سایمون سینک

چرا = هدف/ دلیل شما چیست؟ چه باورهایی دارید؟ اپل: به چالش کشیدن وضع موجود و کارها را متفاوت انجام دادن

چگونه= فرآیند/ فعالیت هایی مشخص برای درک چرایی اپل: محصولات ما به زیبایی طراحی شده اند و استفاده از آنها آسان است

چه چیز= نتیجه/ چه کاری انجام می دهید؟ نتیجه چرایی! سند و مدرک!

اپل: ما کامپیوتر می سازیم

وقتی کارها طبق میل و انتظارمان پیش نمی روند چه توضیحی برایش وجود دارد؟ یا بهتر است بپرسیم، وقتی دیگران به موفقیت هایی می رسند که همه پیشفرض ها را تغییر می دهد چگونه آن را تحلیل می کنیم؟

برای مثال چرا اپل انقدر نوآور است؟ نوآوری هایش هر سال بیشتر از سال قبل می شود و هنوز هم یک شرکت کامپیوتری ست.

با اینکه میزان دسترسی سایر شرکتها به استعدادها، آژانسها، مشاوران و مدیاهای تبلیغاتی درست به اندازه شرکت اپل است، پس چرا آنها به موفقیت های بیشتری دست پیدا می کنند؟

یا چرا برادران رایت موفق به پرواز کنترل شده توسط انسان شدند در حالی که تیم های دیگری هم وجود داشتند که حتی از نظر منابع مالی و انسانی غنی تر بودند؟ پس حتما نکته مهمتری در این میان وجود دارد.

اینطور که بنظر می رسد همه رهبران و سازمانهای تاثیرگذار در جهان، به شیوه مشابهی فکر و عمل می کردند.

کاملا متفاوت با انسانهای دیگر، احتمالا بخاطر ساده ترین ایده جهان: ایده ای به نام دایره طلایی!

چرایی| هر کاری که انجام میدهیم به دلیل باور ما به تغییر شرایط موجود است. ما به متفاوت فکر کردن باور داریم

چگونگی| ما محصولاتی خلق می کنیم که کاربرپسند و زیبا هستند

چیستی| ما برای ساختن کامپیوترهای عالی خلق شده ایم. میخوای یکیشو بخری؟

چرا؟ چگونه؟ چه چیزی؟

این ایده کوچک به خوبی بیان می کند که چرا بعضی از سازمانها و رهبران می توانند برای دیگران انگیزه بخش و تاثیرگذار باشند در حالی که دیگران نمی توانند.

هر کسی و هر سازمانی صد در صد می داند که چه کاری انجام می دهد. بعضی میدانند چگونه آن را انجام می دهند- می توانید آن را ارزش پیشنهادی یا مزیت فروش منحصر به فردتان بدانید.

اما تعداد بسیار بسیار کمی از افراد یا سازمانها می دانند چرا کاری را که هم اکنون مشغول انجام آن هستند را انجام می دهند.

جواب سوال "چرا" این نیست که بگویید برای بدست آوردن سود!

کسب سود، یک نتیجه است یا حتی به عنوان شاخص عملکرد.

"چرا" به این معناست که هدف سازمانی ما چیست؟ دلیل و باورمان چیست؟ اصلا چرا سازمان ما وجود دارد؟ رهبران و سازمانهای جریان ساز، بدون توجه به اندازه کسب و کارشان یا حوزه ای که در آن فعالیت می کنند همگی مثل هم فکر و عمل میکنند؛ از درون به بیرون!

بیایید با یک مثال قضیه را روشنتر کنیم:

ما از محصولات اپل استفاده می کنیم چون زیبا هستند و استفاده از آنها ساده و راحت است. اگر اپل مثل بقیه شرکت ها بود. احتمالا پیام بازاریابی اش اینطور بود:

ما کامپیوترهای عالی می سازیم، آنها به زیباترین شکل طراحی شده اند و استفاده کردن از آنها ساده و راحت است. می خواهی یکیشو بخری؟

این روشی که اکثرا برای برقراری ارتباط از آن استفاده می کنند میگوییم چه کاری انجام می دهیم، چگونه از دیگران متمایز یا بهتر هستیم و با این توضیحات انتظار داریم مشتری از محصولات یا خدمات ما استفاده کند.

اما روشی که میتوانیم یاد بگیریم مانند آن عمل کنیم:

هر کاری که ما انجام میدهیم به دلیل باورمان به تغییر شرایط است. ما به متفاوت فکر کردن باور داریم و روشی که شرایط فعلی را به چالش بکشیم. فقط تغییر دادن ترتیب ارایه اطلاعات نشان می دهد مردم خواهان کارهایی که انجام میدهید نیستند بلکه آنها مشتاق شنیدن چرایی کارهایی هستند که انجام میدهید به همین دلیل است که کاربران اپل از خرید محصولاتش احساس خوبی پیدا می کنند.

اگر از دیدگاه بیولوژی هم به این موضوع نگاه کنیم می توانیم ریشه های این موضوع را پیدا کنیم.

اگر از نمای بالا به مقطع مغز انسان نگاه کنید 3 بخش اصلی را خواهید دید که دقیقا به دایره طلایی مرتبط می شوند. نیوکورتکس به بخش "چگونگی" مرتبط است و وظیفه تحلیل ها، منطق و زبان را به عهده دارد.

بخش لیمبیک مغز مسیول همه احساسات ماست مثل اعتماد، وفاداری و...

و مسیول همه رفتارهای انسان و تصمیم گیری ها و هیچ گنجایشی برای پردازشهای زبانی ندارد.

به عبارت دیگر وقتی با مخاطبان خود از بیرون به درون ارتباط برقرار می کنیم آنها با حجم زیادی از اطلاعات، تصاویر و لیستی از مزایا و معایب مواجه می شوند که هیچکدامشان منجر به بروز رفتار نمی شوند؛ در حالی که اگر از درون به بیرون با آنها ارتباط بگیریم مستقیما آن بخشی از مغز مخاطبان را هدف قرار می دهیم که مسیول کنترل رفتار است و به همین علت به مخاطبانمان اجازه می دهیم با المانهای ملموس و قابل درک موضوع را تحلیل و آنالیز کنند.

اگر چرایی کاری را که انجام میدهید ندانید، چگونه می توانید دیگران را متقاعد کنید که محصولی را از شما خریداری کنند یا مهمتر از آن، به برند شما وفادار باشند؟!

هدف این نیست که به دیگران چیزهایی را که نیاز دارند بفروشید بلکه هدف این است به کسانی بفروشید که به شما باور دارند!

موضوع فقط استخدام افرادی نیست که به شغلی احتیاج دارند بلکه استخدام افرادی ست که به آنچه شما باور دارید باور داشته باشند.

اگر افرادی را فقط به این دلیل که می توانند کاری را انجام دهند استخدام کنید آنها برای پول کار می کنند اما اگر آنچه را شما باور دارید باور داشته باشند با عشق و علاقه کار خواهند کرد.

مردم چیزی را که انجام میدهید نمی خرند بلکه آنها چرایی کار شما را می خرند اگر راجع به باورهایتان بگویید کسانی که با شما هم باورند را جذب خواهید کرد.

**30 پیشنهاد برای هدیه روز پزشک**

پزشکان همیشه به دلیل حفظ جان و سلامتی انسان ها جایگاه ویژه ای داشتند؛ در شرایط فعلی و با همه گیری ویروس کرونا اهمیت و نقش پزشکان پررنگ تر از قبل شده است؛ حالا وظیفه ماست که از خودگذشتگی و فداکاری آنها را قدردانی کنیم و حتی به اندازه لحظه ای برایشان شادی و احساس خوش بسازیم.

یکی از ساده ترین راههای خوشحال کردن پزشکان و سپاسگزاری از آنها، هدیه دادن است؛ و بهترین هدیه، هدیه ای ست که نیاز مخاطب را برطرف کند و در عین حال احساس او را هم تحت تاثیر قرار دهد؛ هدیه ای کاربردی و تاثیرگذار!

اما مهمترین نیازهای پزشکان چیست؟

با توجه به فضای کاریِ هر پزشک، ممکن است نیازهای او تا حدودی متفاوت باشد اما آنچه بین همه پزشکان مشترک است اهمیت و نیاز حفظ سلامت جسم و روان است. با توجه به آلودگی های محیط کاری وفشارهای روانی؛ این دو نیاز از همه پررنگ تر است که در ادامه به آنها میپردازیم و هدایای روز پزشک متناسب با هرکدام از نیازها را با جزییات بررسی میکنیم.

**نیازهای مرتبط با روان**

**1. آرامش**

آرامش یکی از مهمترین نیازهای ذهن پزشک است چرا که دایما در معرض تصمیم گیری ست و یک تصمیم نادرست او میتواند سلامت یا جان بیمار را به خطر بیندازد؛ پس ضروری ست که فضای ذهنی آرامی داشته باشد.

چه پیشنهاداتی برای ایجاد و نگهداری آرامش پزشکان وجود دارد؟

موسیقی

اگر طبیعت را بزرگترین الهام بخش خود بدانیم، حتما همگی تجربه آرامش از شنیدن صداهای طبیعی مثل جاری شدن آب، وزش باد، نوای پرندگان و ... را داشته ایم بنابراین موسیقی میتواند یکی از بهترین گزینه های آرام بخش، بعنوان هدیه روز پزشک باشد.

پیشنهادات ما:

* آلبوم های موسیقی آرام
* ابزارهای پخش موسیقی مثل mp3 player
* هدفون
* [اسپیکر](http://ddno.ir/Item/%D8%A7%D8%B3%D9%BE%DB%8C%DA%A9%D8%B1-%D8%A2%DA%AF%D9%88%D8%B3%D8%AA%DB%8C%DA%A9-%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%86%D9%88-%D8%B3%D8%A7%D8%B9%D8%AA-%DA%86%D9%88%D8%A8%DB%8C%DA%86%D9%85-%D8%B2%D9%85/)

مدیتیشن

اختصاص دادن زمانی به درون و آرام سازی با تکنیک های مختلف مراقبه، میتواند تنشهای روزانه یک پزشک را کاهش و به او آرامش دهد.

پیشنهادات ما:

* پک شمع معطر همراه با عود و اسانس ها برای رایحه درمانی
* استرس بال
* چشم بند و بالش گردنی برای استراحت های کوتاه
* بلیط شرکت در کلاسها یا جلسات مدیتیشن

 ماساژ

رفع فشار و تنش از روی عضلات، نه تنها به آرامش روان که به سلامت و آرامش جسم پزشکان نیز کمک میکند

از جمله هدایای که میتواند در این زمینه به پزشکان هدیه دهید:

* دستگاه ماساژور
* بلیط ماساژ در سالن

گیاهان

هیچکس نمیتواند نقش موثر گیاهان را در ایجاد آرامش ونشاط انکار کند. گیاهان جزو محبوب ترین و موردپسندترین هدایا هستند که با شناخت سلیقه پزشکان و در نظر گرفتن بودجه خود میتوانید انواع مختلفی از گلها و گیاهان را با گلدانهای متنوع، انتخاب کنید

* [گلدانهای رومیزی](http://ddno.ir/Item/%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%D9%85%D9%88%D8%A8%D8%A7%DB%8C%D9%84-%D9%88-%D8%AA%D9%82%D9%88%DB%8C%D9%85-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%AA%DB%8C-%D8%A8%D9%87/)
* گل طبیعی

نوشیدنی ها و خوراکی ها

هر نوع ماده غذایی ای که وارد بدن ما میشود تاثیرات ویژه خود را دارد؛ با توجه به طب سنتی یا طب غربی بعضی نوشیدنی ها و خوراکی ها خاصیت آرامبخش دارند مثل گل گاوزبان و سنبل الطیب، شربت گلاب، آب آلبالو و.... که میتوانید این دمنوش ها را با بسته بندی شکیل هدیه دهید یا ظروف مورد نیاز برای سرو آنها را با طرح هایی که به نظرتان مناسب هستند به پزشکان هدیه دهید.

* دستگاه قهوه ساز
* [دمنوش های آرامش](http://ddno.ir/Item/%D8%AC%D8%B9%D8%A8%D9%87-%D8%AF%D9%85%D9%86%D9%88%D8%B4-%D9%87%D8%A7/)
* مواد خوراکی آرامش بخش(آدامس، آجیل، میوه خشک و..)
* ماگ
* زیرلیوانی با طرح های مرتبط
* شکلات و کوکی با طرح مرتبط با روز پزشک

2. نظم

با توجه به حضور مراجعان متفاوت در محل طبابت پزشکان، نیاز به نظم برای دسترسی سریع به وسایل و همچنین نظم ذهنی بسیار اهمیت دارد.

پیشنهادهای ما:

* [نظم دهنده های رومیزی مثل جاکارتی چوبی](http://ddno.ir/Item/%D8%B3%D9%90%D8%AA-%D8%B1%D9%88-%D9%85%DB%8C%D8%B2%DB%8C-%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%DA%86%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%AA%DB%8C%DA%A9%D9%87/)
* جالباسی(با طرحهای خلاقانه و متفاوت)

3. شادی و نشاط

شاید خنده دار به نظر برسد اما حتی پزشکان هم نیاز به بازی دارند تا مدت زمانی از دغدغه های روزمره دور شوند و ذهنشان برای مواجهه با چالش ها آماده شود. گاهی حتی یک یادآور خنده دار میتواند لبخند به لبشان بیاورد.

اگر میخواهید محصولی متفاوت و خلاقانه به پزشکان هدیه دهید این پیشنهادات برای شماست:

* خمیر بازی
* ماشین کنترلی
* اسپینر
* یادآورهای خوشحال کننده مثل پین یا نشان جالب برای روی لباس

**نیازهای مرتبط با جسم**

پزشکان در محیط های فعالیت خود، غالبا با عوامل بیماریزا در ارتباط هستند. بنابراین اگر محصولاتی را که برای حفظ بهداشت و سلامتی شان مفید است، در قالب های متفاوت و خلاقانه به آنها هدیه دهید میتواند برایشان خوشحال کننده باشد چون نشاندهنده توجه شما به سلامتی پزشکان است.

* ماسک
* دستکش
* ضدعفونی کننده
* روپوش

**هدایای مرتبط با پزشکی**

بعضی از هدایای روز پزشک ممکن است جزو وسایل پرکاربرد برای پزشکان باشد مثل:

* خودکار و روان نویس(به هر حال هر پزشکی برای نسخه دادن نیاز به وسیله ای برای نوشتن دارد!)
* پن لایت(وسیله ای با دو کاربرد، هم برای نوشتن هم برای معاینه بیمار)
* [بوکمارک(برای یادآوری حین مطالعه)](http://ddno.ir/Item/%D9%85%D8%A7%D8%B1%DA%A9%D8%B1-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D9%88-%DA%AF%DB%8C%D8%B1%D9%87-%DA%A9%D8%A7%D8%BA%D8%B0-%D9%BE%DB%8C%D9%86-%D8%A8%D9%88%DA%A9/)

در پایان اگر میخواهید به عنوان هدیه ی شخصی، به یک پزشک هدیه دهید و سلیقه او را خوب میشناسید، گزینه هایی مثل لباس، عطر، ساعت های هوشمند و... را نیز میتوانید بعنوان هدیه در نظر بگیرید.

**آشنایی با تعدادی از پیشگامان پزشکی ایران به مناسبت روز پزشک**

در این روزهای پرتنش که گروه های درمانی مخصوصا پزشکان، درگیر حفظ سلامتی و نجات جان بیماران هستند. خالی از لطف نیست که سری به گذشته بزنیم و با اولین پزشکان و درمانگران ایران که پیشگام سلامتی بودند آشنا شویم

**1.سکینه پری، اولین پزشک زن و جراح ایرانی**

بانو سکینه پری(1277 همدان – 1357 گرگان) اولین پزشک زن و جراح ایرانی ست.

 وی تحصیلاتش در رشته پزشکی را در شوروی سابق به پایان برد و در سن 31 سالگی در رشته جراحی و سرطان شناسی تخصص گرفت.

اولین پزشک زن جراح و سرطان‌شناس ایرانی به مدت 5 سال در بیمارستان‌های شوروی طبابت کرد

 والدین او هم‌زمان با هم از دنیا رفتند و بعد از این حادثه به دلیل علاقه‌ای که به ایران داشت همراه با تنها خواهرش راهی ایران شد. سکینه پری بعد از بازگشت به ایران برای گرفتن مجوز طبابت در ایران در یک آزمون در سال 1313 شمسی شرکت کرد و اجازه‌ی کار گرفت

او به دلیل تسلط بر زبان ترکی، پیشنهاد شرکت شیلات را برای کار در شهر قره‌سو پذیرفت و به مدت 14 سال در آن شهر زندگی و همان جا ازدواج کرد

طبق اطلاعات موجود در اسناد تاریخی، اولین زن جراح و سرطان‌شناس ایرانی، در بندرگز سکونت یافت و در همان شهر دیده از جهان بست.

او فردی بسیار خیر بود که همیشه و در تمام طول عمرش به مستمندان و افراد بی‌بضاعت بسیار کمک می‌کرد و خدمات ارزنده‌ی زیادی برای مردم ایران انجام داد.

2.ابوالقاسم بختیار، اولین پزشک مرد ایرانی

ابوالقاسم بختیار (۱۲۵۰ در بروجن - چهارمحال و بختیاری - ۱۹ دی ماه ۱۳۴۹ هجری شمسی توس، مشهد) اولین پزشک متخصص جراح مرد ایرانی است.

دکتر ابوالقاسم بختیار نمونه انسانى بی نظیر و پزشکى پرکار بوده است که تا حدود نود سالگى، همچنان به طبابت و خدمت به بیماران اشتغال داشته است، از این رو روایت و داستان زندگى او جالب و در نوع خود کم نظیر است.

ویژگى بارز او شوق آموختن و دانستن بوده است که او را از بروجن به نیویورک کشانده است. در طول یک قرن پس از آن ابوالقاسم مسیرى را از دستفروشى و مغازه دارى تا معلمى و دانشجویى و پزشکى طى کرد، به معاونت آموزشى دانشکده پزشکى دانشگاه تهران رسید و جراح ارشد شرکت نفت ایران و انگلیس شد.

زندگی‌نامه

ابوالقاسم بختیار در شهر بروجن (استان چهارمحال و بختیاری) در ایران به دنیا آمد. وی هنگام تولد مادر خود را از دست داد. در دوران کودکی، به کارهای زیادی همچون، پینه‌دوزی، کشاورزی، دست‌فروشی و … پرداخت و به موازات آن کسب علم و دانش را هیچگاه رها نکرد.

وی در مکتب خانه تعلیمات مقدماتی را فرا گرفت تا آنجا که به معلمی (مکتب‌داری) فراخوانده شد. در وجود ابوالقاسم نیرویی برای جستجو و مطالعه جهت پیشرفت وجود داشت، که منجر به این شد تا در ۳۴ سالگی از محدوده بروجن پا فراتر گذارده و به اصفهان و سپس تهران نقل مکان نماید. مدتی در اصفهان بود، تا با بی بی ماه بیگم بختیاری همسر مرتضی‌قلی خان صمصام آخرین ایلخانی بختیاری آشنا شدند. مسئولیت تعلیم و تربیت فرزندان مرتضی قلی خان صمصام به ابوالقاسم سپرده شد و این گام بلندی بود برای بروزرسانی معلومات ابوالقاسم و از طرف دیگر آشنائی با کالج آمریکائی‌های البرز، که مدیریت آن به عهده سامویل مارتین جردن بود.

بختیار در سال ۱۲۸۹ هجری خورشیدی در سی و نه سالگی دانش آموز کالج آمریکایی تهران (دبیرستان البرز) شد.

جردن از پنجره دفتر کارش می‌دید که هر روز جوانی قوی هیکل چند دانش آموز را به مدرسه می‌آورد. یک روز که این جوان در شکستن و انبار کردن چوب به خدمتگزار مدرسه کمک کرد، جردن از کار او خوشش آمد و او را به دفتر فرا خواند و از او پرسید که چرا ادامه تحصیل نمی‌دهد؟ جوان، (ابولقاسم بختیار) گفت که بعلت سن بالا و نداشتن هزینه تحصیل و همچنین با داشتن سه فرزند قادر به این کار نیست.

جردن پذیرفت که خود شخصاً آموزش او را در زمانی که باید منتظر بچه‌های مرتضی‌قلی خان صمصام باشد بر عهده بگیرد. ابوالقاسم بعلت استعداد بالا ظرف چند سال موفق به اخذ دیپلم شد و با کمک جردن برای ادامه تحصیل به آمریکا رفت. ابوالقاسم بختیار راهی آمریکا شد و در دانشگاه سیراکیوس در نیویورک به آموختن پرداخت و سرانجام در پنجاه و پنج سالگی آموختن پزشکی را به اتمام رساند.

ابوالقاسم بختیار در سال ۱۳۰۹ هجری خورشیدی به دعوت رضا شاه پهلوی با همسر اول خود هلن جفری به ایران مراجعت نمود. مأموریت اول او احداث دانشکده پزشکی، دانشگاه تهران بود و سپس معاونت دانشگاه تهران را بر عهده داشت. وی از همسر آمریکایی خود هلن صاحب هفت فرزند و از همسر دومش که بختیاری بود صاحب ده فرزند شد.

در نامه اى که او سال ها بعد از ایران براى پسرش در آمریکا نوشته است، شرح دشوارى هاى سر راه او و میزان مقاومت وى را مى توان به خوبى دریافت. او براى فرزندش در تاریخ ۲۶ سپتامبر ۱۹۵۳م چنین نوشته است:

« درسن ۱۹ سالگی من فروشنده دوره گردی در کوه های بختیاری بودم که هزاران رویا درسرداشتم، زمانی که به امریکا رسیدم من فقط مدرک دیپلم دبیرستان امریکایی تهران را داشتم؛ بدون پول ، بدون آشنا و هیچ کس نبود که از من حمایت کند. اما بر آن بودم که پزشکی را بیاموزم و هیچ کس در این کره ی خاکی نمی توانست مرا از راهی که درپیش گرفته بودم منحرف سازد ، هنگامى که نخستین بار براى اخذ پذیرش تحصیلى نزد رئیس دانشگاه کلمبیا رفتم او به من گفت که رشته تحصیلى بسیار سختى را انتخاب کرده ام و باید آن را تغییر دهم. اما من به او گفتم که پیروزى یا مرگ، هدف من است و رشته تحصیلى ام را تغییر نمى دهم حتى اگر مجبور باشم تا پایان عمر زندگى ام را براى رسیدن به آن مصروف دارم.»

 3.علی اصغر خدادوست برجسته‌ترین جراح چشم پزشک ایران

۱۳۱۴ ه.ش شیراز- 1396 ه.ش آمریکا

علی اصغر خدادوست در شیراز به دنیا آمد. دبستان و دبیرستان را در زادگاه خود گذراند و پس از آن به عنوان آموزگار در دبستان داوری داراب مشغول به کار شد. در سال ۱۳۳۳ در آزمون ورودی دانشکده پزشکی شیراز شرکت کرد و با رتبه ممتاز در بین داوطلبان پذیرفته شد. دوره شش ساله پزشکی را با درجه ممتاز پشت سر گذاشت و پس از یک سال گذراندن دوره دستیاری چشم و گوش و حلق و بینی در بیمارستان نمازی دانشگاه شیراز در سال ۱۳۴۱، از طرف دولت برای گذراندن دوره تخصصی در ایالات متحده برگزیده شد.

دکتر علی اصغر خدا دوست، **پدر چشم پزشکی ایران** و استاد چشم پزشکی دانشگاه‌های آمریکا و یکی از چشم پزشکان مطرح در عرصه بین‌المللی بود.

او توسط شخصیت‌های شناخته شده جامعه چشم پزشکی آمریکا به عنوان **بهترین جراح پیوند قرنیه در دنیا** معرفی شد.

شهرت او علاوه بر مقالات علمی متعدد و تحقیقات گسترده درزمینه‌های مختلف و کیفیت درمان و تجربه در درمان جراحی، مدیون تحقیقات پایه‌ای در زمینه ناراحتی‌های سطح قرنیه ‌است، تا آنجا که در پیوندهای قرنیه روی مکانیسم دفع پیوند، به افتخار او Khodadoust line نامگذاری شده است‌. او در شیراز، بیمارستان فوق تخصصی چشم دکتر خدادوست را بنا کرد.

دکتر خدادوست، جراح نابغه ایرانی روز ۱۹ اسفند سال ۱۳۹۶ به دلیل ایست قلبی در آمریکا دار فانی را وداع گفت.

**4.اولین پزشک زن ایرانی در پزشکی قانونی: بانو نصرت‌الملوک کاشانچی**

1293 ه.ش - 1369 ه.ش

نصرت الملوک کاشانچی، از اولین زنانی بود که به دانشگاه راه پیدا کرد و در رشته طب موفق به اخذ مدرک شد و نامش به‌عنوان نخستین زنی که در پزشکی قانونی فعالیت کرد، ثبت‌شده است.

پدرش علینقی کاشانچی تاجر معروف و از ثروتمندان طراز اول زمان خود بود. او علی‌رغم عشق دخترش به تحصیل، طبق رسم معمول آن زمان در سن ۱۴ سالگی او را به عقد و ازدواج پسرعمویش درآورد؛ اما اختلاف فکری و علایق در عموزاده‌ها که یکی عاشق علم و آموختن و زنی آزاده بود و دیگری تاجر پیشه، کار را به جدایی زودهنگام کشاند. بانو نصرت الملوک پس از یک سال با پسر نوزاد خود خانه شوهر را ترک گفت و طلاق گرفت و به تربیت تنها فرزندش و تحصیل پرداخت و تا پایان عمر دیگر همسری اختیار نکرد. او این ازدواج ناموفق را پایه موفقیت‌های بعدی خود دانست.

خانم کاشانچی تصمیم گرفت به تحصیلش ادامه دهد و به آرزویش برسد و همین تصمیم باعث شد در سن ۱۸ سالگی جزو نخستین زنانی باشد که وارد دانشکده پزشکی تهران شدند. او در ابتدا مامایی را در دانشگاه پزشکی ایران خواند و سپس عازم اروپا شد. تا جنگ جهانی دوم در برلین به تحصیل و تحقیق ادامه داد. سپس به پاریس رفت و تحصیلات تخصصی را در رشته مامایی تکمیل کرد و به ایران بازگشت و علاوه بر کار، تحصیلش را ادامه داد تا این‌که در رشته پزشکی زنان دکترا گرفت.

بانو کاشانچی در جنوب شهر تهران دریکی از ساختمان‌های پدرش پلی کلینیک تخصصی زنان و مامایی تاسیس کرد که به‌طور رایگان در خدمت زنان محروم بود. او بدبختی زنان آن دوران به‌خصوص طبقات آسیب‌پذیر را ناشی از بی‌سوادی آنان می‌دانست و عقیده داشت زنان حداقل باید تحصیلات دوره ابتدایی داشته باشند. بنابراین در جوار درمانگاه یک کلاس اکابر برای زنان بی‌سواد ساخت و انجمنی از بانوان تحصیل‌کرده و روشنفکر تشکیل داده بود و از آنان برای آموزگاری اکابر استفاده می‌کرد.

او هرچه بیشتر به زنان محلات جنوبی تهران کمک می‌کرد آنان را نیازمندتر می‌دید و مصمم شد زایشگاهی برای آنان تاسیس کند، بنابراین دست به ابتکاری جالب زد!

 روزی که عده‌ای از تجار سرشناس و طراز اول ایران میهمان پدرش بودند او ناگهان وارد مجلس آنان شد و تا پدر و برادرانش متوجه شوند و او را بیرون کنند، درباره بیچارگی زنان محروم نطق گیرایی کرد و گفت به علت عدم وجود دارو و پزشک در جنوب شهر، زنان بسیاری در هنگام زایمان می‌میرند و یک زایشگاه خیریه کوچک برای آنان کافی است. در این هنگام برادران بانو کاشانی او را که جرئت کرده بود حریم و جو آن روزگار را بشکند و وارد مجلس مردان شود بیرون کردند اما او در هنگام خروج با صدای بلند به تجار گفت من حجت را بر شما تمام کردم حال شما می‌دانید و وجدانتان.

پس از نیم ساعت برادرش به سراغش رفت و گفت آقایان با توکار دارند، تو پشت دربمان و به پرسش‌های آنان پاسخ بده. به‌هرحال کار آن روز او باعث شد که تجار، خرج تاسیس یک درمانگاه مجهز را تقبل کنند. او سپس با کمک دوستان دوران تحصیل کار ساخت درمانگاه را شروع کرد و تجار خیر آن‌قدر پول جمع کردند که او توانست یک بیمارستان مناسب تاسیس کند و نام آن را بیمارستان «بازرگانان» گذارد که در خیابان ری واقع بود و علاوه بر بخش زنان و مامایی بخش جراحی و داخلی نیز داشت.

بانو کاشانچی در ادامه فعالیت به استخدام وزارت دادگستری و پزشکی قانونی درآمد اما نظارت بر بیمارستان بازرگانان را ترک نکرد. پس از زمان کوتاهی که از خدمت او در دادگستری گذشت از او خواستند کار نظارت برساخت بیمارستانی را برای کارکنان دادگستری بر عهده بگیرد. این بیمارستان اولین بیمارستان دادگستری بود که در طبقات زیرین قسمت غربی کاخ دادگستری در مجاورت خیابان خیام ساخته شد و ریاست آن را بر عهده بانو دکتر کاشانچی نهادند.

به‌این‌ترتیب بانو نصرت الملوک کاشانچی اولین زن پزشکی است که به استخدام وزارت دادگستری و پزشکی قانونی درآمد. در پزشکی قانونی نیز او بنیان‌گذار بخش زنان بود و با طبعی بلند تمام حقوق خود را صرف دستگیری از بینوایان و تامین پول داروی کارمندان ضعیف می‌کرد.

یکی از شاگردانش می‌گوید از کارهای خیر بانو کاشانچی تامین مخارج تحصیل پسران و دختران بااستعداد بود که برای آنان خانه تهیه می‌کرد و آنان را در رفاه نگه می‌داشت. چند تن از زنان و مردان تحصیل‌کرده در رشته‌های مهندسی و پزشکی با حمایت او در تحصیل موفق شدند.

تنها فرزند خانم کاشانچی مهندس شرکت نفت بود که ده ماه قبل از فوت مادر درگذشت. دو نوه دکتر کاشانچی از افراد تحصیل‌کرده و فرهیخته‌اند که بسیار موردعلاقه و احترام بانو کاشانچی بودند.

مهم‌ترین خصیصه اخلاقی خانم دکتر کاشانچی آن بود که علیرغم آن‌که در زمره اعیان‌ترین و تحصیل‌کردگان اروپا بود، به‌جای حضور در مجالس آن‌چنانی افراد متمول، وقت خود را صرف خدمت به زنان بینوای تهرانی می‌کرد. در خانه آشپزی داشت که از کودکی او را تربیت‌کرده بود برایش همسری اختیار کرد و با کودکان او به گونه‌هایی رفتار می‌کرد که اگر کسی نمی‌دانست متوجه نمی‌شد که آن‌ها نوه‌های دکتر نیستند.

پس‌از انقلاب، موقعیت خانم پزشک چند برابر شد زیرا فرزندان بسیاری از بانوانی که موردحمایت خانم دکتر کاشانچی بودند جوانان برومند شده بودند و گاهی در گردهمایی آن بانوان خانم دکتر مهربان قدیمی خود را دعوت می‌کردند.

بانو نصرت الملوک کاشانچی در اردیبهشت سال ۱۳۶۹درگذشت و از خود خاطرات زیبا و خدمات نیک بسیار بر جای گذاشت. بی‌شک او به‌عنوان بانویی خیر نقش بسیار بزرگی در تربیت فرهیختگان کشور داشت

**5.پروفسور توفیق موسیوند مخترع نخستین قلب مصنوعی داخل بدن انسان**

۱۳۱۵ ه.ش ورکانه همدان

دکتر توفیق موسیوند استاد جراحی دانشکده پزشکی اتاوای کانادا و **مخترع جهانی نخستین قلب مصنوعی داخل بدن انسان** می‌باشد. ایشان در سال ۱۳۱۵در روستای ورکانه همدان چشم به جهان گشود و تا ۱۴ سالگی برای کمک به خانواده چوپانی کرد.

او صاحب اختراعاتی از جمله قلب مصنوعی، امکان تشخیص پزشکی از راه دور و تنظیم و معالجه قلب، تعیین DNA انسان توسط اثر انگشت، بدون نیاز به قطره ای خون

 این دستاورد بسیار مهم، برای تشخیص هویت مردگان در سوانح و اتفاقات، بسیار زیاد مورد استفاده قرار میگیرد. همچنین برای نوزادان و بیماران قلبی نیز کاربردهای بسیار زیادی دارد.

پروفسور موسیوند 144اختراع پزشکی دیگر را نیز در کارنامه درخشان خود دارد؛ از جمله ساخت زیرپیراهنی که می تواند فشار خون و کارکرد قلب را در کسانی که قلب شان خوب کار نمی کند، کنترل کند

اشتیاق توفیق موسیوند به آموختن، او را در ابتدا به دانشگاه تهران و سپس با بورسیه‌ای که به دست آورد به دانشگاه آلبرتای کانادا راهی ساخت. سال‌های ابتدایی زندگی در کانادا برای دکتر موسیوند بسیار سخت گذشت. او علاوه بر یادگیری زبان و تحصیل در طول شبانه روز حتی مجبور به کار به عنوان یک ظرف‌شور بود. توفیق موسیوند پس از فارغ‌التحصیل شدن در رشته‌های مدیریت و مهندسی مکانیک با دختری کانادایی ازدواج کرده و در دهه ۱۹۷۰ سمت‌های متعددی را به عنوان یک مهندس برعهده داشت.

بعد از اختراع قلب مصنوعی به شهرت جهانی رسید و ریاست بسیاری از هیئت‌ های علمی و تخصصی و سمت استادی رشته‌ های جراحی و مهندسی در دانشگاه‌های اوتاوا و کارلتون را برعهده گرفت. فعالیت‌های تحقیقاتی او باعث به وجود آمدن سالی ۱۰۰۰ شغل در کانادا و سرریز شدن بیش از ۲۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در طی ده سال شده است.

داستان زیباترین هدیه ای که پروفسور موسیوند دریافت کرده بسیار خواندنی است.

او این داستان را چنین نقل می کند: "طبق قوانین مرسوم کانادا هدیه دادن به پزشکان و هدیه گرفتن از آنها ممنوع است. یک روز دیدم شخصی از شبکه ای کانادایی به دفتر کارم در بیمارستان اوتاوا آمد و بسته ای را جلوی من گذاشت که از گرفتنش امتناع کردم.

آن شخص خیلی اصرار داشت و همین باعث شد که بسته را باز کنم. هفت حلقه فیلم از همدان و زادگاهم روستای ورکانه بود که خودشان تهیه کرده بودند. گریه ام گرفت و به این فکر کردم که چطور برای یک شبکه کانادایی این قدر زادگاه من و آن خانه محقر سنگی اهمیت داشته که هزاران کیلومتر را طی کنند و از آن فیلم بسازند. آنها این کار را کرده بودند که بدانند واقعا من یک چوپان در دره های کوه الوند بوده ام و این به جرأت مهم ترین هدیه زندگی من بود"

**6.اولین پزشک زن ایرانی که موفق به تولید واکسن وبا در ایران شد**

۱۳۰۵ رشت - ۱۳۶۳ رشت

اهالی رشت احتمالا نام «آذر اندامی»- پزشک و باکتری‌شناس ایرانی - را زیاد شنیده‌اند. بلوار «آذر اندامی» در منطقه گلسار رشت، به افتخار این دانشمند ایرانی نامگذاری شده است.

او بعد از دریافت مدرک سال نهم، به علت مخالفت پدرش با ادامه تحصیل ، وارد دانشسرای مقدماتی رشت شد و پس از فارغ التحصیلی بعنوان معلم به استخدام وزارت فرهنگ درآمد. همزمان با تدریس، دیپلم طبیعی را گرفت و سال ۱۳۳۱، در کنکور پزشکی دانشگاه تهران قبول شد.
آذر جوان در ۳۲ سالگی مدرک پزشکی را دریافت کرد و بلافاصله وارد دوره تخصص زنان و زایمان شد و سپس در انستیتو پاستور شروع به کار کرد. همان روزها بود که در زمینه‌ «باکتری‌شناسی عفونت‌های بیمارستانی» تحقیق و نتيجه‌ پژوهشش را در مجلات معتبر پزشکی منتشر کرد. مدتی بعد بيماری وبا در ایران شيوع پيدا كرد و جان عده زیادی از ایرانی‌ها را در معرض خطر قرار داد؛ آذر اندامی در آن روزها توانست با توليد واکسن‌ مرغوب به کنترل این بيماری کمک کند. این واکسن بعدها به کشورهای همسایه نیز ارسال شدند. به خاطر این کار بزرگ، دکتر اندامی، معاون بخش میکروب‌شناسی و بعد از آن رییس بخش وبا و دیفتری انستيتو پاستور شد.

سال ۱۳۷۱، اتحادیه‌ بین‌المللی ستاره‌شناسی (IAU) که نقطه‌های موجود در سیاره زهره را به نام زنان بزرگ جهان نامگذاری می‌كرد، حفره‌ای در جنوب سیاره‌ زهره را به نام آذر اندامی نامگذاری نمود. آذر اندامی تنها زن ایرانی است که –با تلاش دخترش- نامش به این اتحادیه فرستاده شد.

**چرا هدایای تبلیغاتی اکثرا دوست داشتنی نیستند؟**

احتمالا اکثر ما این تجربه را داشته ایم که دریافت یک هدیه تبلیغاتی نه تنها خوشحالمان نکرده بلکه وبال گردنمان شده و در نهایت هدیه مذکور، سر از سطل زباله درآورده است!

یکی از دلایل دوست نداشتنی بودن هدایای تبلیغاتی به افرادی برمیگردد که مسئول انتخاب آن هدایا هستند و تمایزی میان انتخاب هدیه تبلیغاتی و هدیه شخصی قائل نمی شوند.

چرا انتخاب هدیه تبلیغاتی اینقدر مهم است و چه نکاتی وجود دارد که هدیه تبلیغاتی را از هدیه شخصی متمایز می کند؟

وقتی هدیه تبلیغاتی انتخاب میکنید، ناچارید مواردی را در نظر بگیرید که هنگام انتخاب هدیه شخصی نیازی به فکر کردن درباره آنها ندارید؛ مثلا بودجه تعریف شده برای خرید هدیه تبلیغاتی، محدودیت های ارسال و توزیع، میزان هماهنگی هدیه با هویت برند و غیره، از همه مهمتر اینکه شما تعداد قابل توجهی از هدایای مشابه را برای گروهی از افراد ارسال میکنید که ممکن است هیچ شناختی از سلایق و نیازهای آنها نداشته باشید و همین عامل، انتخاب هدیه را بسیار سخت و پیچیده میکند.

در حالی که وقتی برای فردی مشخص، هدیه انتخاب میکنید احتمالا شناخت حدودی ای از آن فرد، آنچه که دوست دارد و آنچه که در شرایط فعلی به آنها نیاز دارد بدست آورده اید. مثلا اینکه چه رنگی را دوست دارد؟ چه نوع محصولاتی برایش کاربردی ترند و ...

ولی وقتی شما حتی اسم مخاطبتان را نمی دانید چطور میتوانید هدیه تبلیغاتی مناسبی برای او انتخاب کنید؟

راهکارهای پیشنهادی ما بر اساس تجربه چندین سال تولید و ارایه هدایای تبلیغاتی و مشکلاتی ست که در این مسیر دیده ایم و امیدواریم برای شما کاربردی و موثر باشند:

* وقتی دید روشنی از مخاطب خود ندارید بهتر است حدالامکان هدایای تبلیغاتی ای را انتخاب کنید که کاربردی باشند و در زندگی روزمره به کار روند.

بهتر است سبک هدایا مینیمال و ساده انتخاب شوند که سلیقه درصد بیشتری از مخاطبان را پوشش دهد.

* یکی از نکات مهم این است که هدیه تبلیغاتی ای که انتخاب میکنید تا چه حد با اهداف و هویت سازمانی شما همخوانی دارد. مثلا اگر یک شرکت ساختمانی، بطری آب یا ماگ هدیه دهد وجهه جالبی ندارد چرا که از این شرکت انتظار میرود هدایای مرتبط تری با جایگاه و هویت سازمانی خود ارایه دهد. بنابراین تلاش کنید در انتخاب و خرید هدیه تبلیغاتی، محصولی را در سبد خرید خود قرار دهید که رنگ و بویی از هویت سازمانی و جایگاه شرکت شما داشته باشد.
* همیشه در اولین نگاه، بسته بندی ست که مخاطب را تحت تاثیر قرار میدهد.

چه رنگ، طرح و فرمی بیانِ بهتری از هدیه تبلیغاتی شما ارایه میدهد؟ آیا مخاطب در اولین نگاه متوجه می شود که این هدیه از طرف چه سازمانی برایش ارسال شده است؟ اگر هدایای تبلیغاتی به شهرهای مختلفی ارسال میشوند آیا بسته بندی، توانایی محافظت از محتویات داخلی را در برابر ضربه، فشار و... دارد؟

باید این نکته را در نظر گرفت که معمولا برای ارسال هدایای تبلیغاتی در تیراژ بالا، امکان کادوپیچ کردن محصولات وجود ندارد در حالی که کاغذ کادو یکی از عناصر خلاقانه و زیبا در هدایای شخصی محسوب می شود. با حذف این عنصر زیبایی بخش از هدایای تبلیغاتی چه راه حل دیگری برای زیبا کردن هدایا وجود دارد؟

پیشنهاد ما این است که برای ساختار کلی بسته بندی از فرم ساده و تک رنگ استفاده و هویت سازمانی از طریق عناصری مانند باند رول، چاپ تک رنگ و ... به بسته بندی افزوده شود.

توجه به برخی جزییات ساده بیش از انچه فکر میکنید مخاطبتان را تحت تاثیر قرار میدهد. بطور مثال اینکه با باز کردن بسته بندی قسمت داخلی بسته رنگ دیگری داشته باشد برای او جذاب و دلنشین خواهد بود.

* برای ارایه هدیه شخصی، خودتان به طور مستقیم با گیرنده هدیه در ارتباط هستید و در نتیجه به راحتی می توانید احساس، محبت و توجهی را که مدنظرتان بوده از طریق زبان بدن، کلمات و حتی نوع نگاهتان به فرد هدیه گیرنده منتقل کنید ولی در مورد هدیه تبلیغاتی چطور؟

معمولا مسیولین اداره پست یا پیک ها، هدیه شما را به دست مخاطبینتان می رسانند و فرصت این مرحله، برای برقراری ارتباط با مخاطب از بین می رود. چه راهکاری برای انتقال پیام و احساستان از طریق هدیه تبلیغاتی وجود دارد؟

ساده ترین راه، قرار دادن یک پیام محبت آمیز در هدیه تبلیغاتی ست تا مخاطب با باز کردن هدیه از نیت و هدف شما برای خوشحال کردن او باخبر شود.

یک نامه که با دستخط شخصی، نوشته و امضا شده است قطعا تاثیر بهتری خواهد داشت. احساس ِ انسانیِ موجود در نامه، به طرز شگفت آوری تاثیر گذار است!

رعایت همین چند نکته ساده، می تواند هدیه تبلیغاتی شما را دوست داشتنی تر کند و از خطر تبدیل شدن به زباله در امان نگه دارد!

1/ رنگ سال 2021

**رنگ سال 2021 یا همان رنگ مد سال چیست و چه فلسفه ای پشت آن است؟**

[موسسه رنگ پنتون](https://www.pantone.com/color-of-the-year-2021) با کدگذاری رنگ به مرجع رنگ دنیا تبدیل شد و بر همین اساس، هر ساله، یک رنگ را بعنوان رنگ شاخص سال معرفی میکند که آن رنگ و طیف رنگ‌های مشابهش در طول سال در پوشاک، صنایع، تبلیغات و دکوراسیون بسیار مورد استفاده قرار میگیرد.

امسال نیز طبق روال سال‌های گذشته، شرکت پنتون، رنگ سال 2021 را معرفی کرد؛ رنگی که قرار است بازتابی از سال پیش رو باشد!

**روند انتخاب رنگ سال بر چه اساسی شکل میگیرد؟**

انتخاب رنگ سال، پروسه ای دقیق و پیچیده است که نیازمند بررسی بازار روز جهانی است.

متخصصین رنگ شناسی موسسه پنتون، تمام اتفاقات، رویدادها و محصولات دنیا را بررسی می‌کنند و به دنبال رنگی می‌گردند که بتواند تاثیری موثر و چشمگیر بر جهان داشته باشد. این بررسی‌ها روی همه حوزه ها مثل صنعت‌ سرگرمی‌، تولید فیلم، صنعت مد و پوشاک، تمام شاخه‌های دیزاین مثل طراحی محصول و حتی مقصدهای محبوب گردشگری و تحولات اقتصادی-فرهنگی جهان بصورت میگیرد و رنگ‌های انتخابی از سوی این شرکت در تمامی کالاهای تولیدی، بسته به کاربرد و عملکرد محصولات استفاده می‌شوند.

**چرا برای هر سال رنگ خاصی را انتخاب میکنند؟**

 انتخاب رنگ برای هرسال باعث میشود:

* در سلیقه بصری و چهره محیط پیرامون انسان تنوع ایجاد شود.
* در آینده شاید بتوان از روی رنگ‌ها، به سال ساخت یک محصول پی برد.
* همانطور که انتخاب رنگ بر اساس رویدادهای موثر بر زندگی انسان بوده است میتواند پیش بینی ای برای سرگذشت جهان نیز باشد
* می تواند شیوه‌ای غیرمرسوم از تاریخ‌نگاری زندگی بشر در سال‌های مختلف باشد.

به عنوان نکته نهایی، این موضوع را دوباره یادآوری میکنیم که رنگ‌های سال همیشه ارتباط زیادی با وقایع موجود دارند مثلا [رنگ سال 2019](https://ddno.ir/%D8%B1%D9%86%DA%AF-%D8%B3%D8%A7%D9%84-2019%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA-%D9%88-%DA%86%D8%B1%D8%A7-%D8%A7%D9%87%D9%85%DB%8C%D8%AA-%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%9F/) مرجانی بود و هدف این بود که توجه جهان را به مرجان‌های دریایی که در حال انقراض هستند جلب کند. یا در سال 2016 و با توجه به اتفاقات انتخاب ریاست جمهوری آمریکا، رنگ سبز به عنوان نمادی از شروعی تازه انتخاب شد.

**رنگ سال 2021 چیست و چه مفهومی دارد؟**

رنگ سیمانی (طوسی بی‌نهایت خنثی) و رنگ آفتابی (زرد درخشان روشن)

شاید برایتان جالب باشد که بدانید:

* این اولین بار است که یک طیف رنگ خنثی (طوسی) به عنوان رنگ سال انتخاب می شود
* در طول این سالها، دومین بار است که دو رنگ همزمان به عنوان رنگ سال انتخاب می‌شوند؛ اولین بار در سال 2016 بود که صورتی کمرنگ و طیف آبی به عنوان یک ترکیب رنگی در سال انتخاب شدند.
* آخرین باری که رنگ زرد انتخاب شده بود، سال 2009 بود. سالی که جهان با بحران اقتصادی روبرو شد و این بحران تاثیر شدیدی بر آمریکای شمالی، جنوبی و اروپا گذاشته بود و جهان به رنگی نیاز داشت تا دوباره بتواند انرژی و نشاط را تجربه کند.

ترکیب دو رنگ طوسی و زرد نمادی از این است که سال 2021 چطور پیش می‌رود و اهمیت همبستگی و کمک به همدیگر را نشان می‌دهد.

انتخاب دو رنگ مستقل و بدون وابستگی به هم نشانگر آن است که ما چقدر به یکدیگر نیاز داریم تا بتوانیم همدیگر را کامل کنیم. سالی که در پیش رو داریم پر از ناشناخته‌ها و امید‌های بزرگ است. تمام شدن همه‌گیری کرونا، بهبود وضع اقتصادی و تمام شدن تبعیض‌های نژادی چیزی است که از سال دیگر انتظار داریم.
محدودیت‌های کرونا بر روی انتخاب رنگ سال 2021 نیز تاثیر داشته است. معمولا محققان موسسه پنتون برای انتخاب رنگ سال به کشورهای مختلف سفر می‌کردند و تحقیقات خود را انجام می‌دادند اما محدودیت‌ها باعث شد تا تحقیقات این دوره به صورت آنلاین و طی گفتگو با کارشناسان محلی و از راه دور انجام شود.
اما هدف نهایی آن تغییری نکرده است یعنی “انتخاب رنگی که بازتابی از فرهنگ لحظه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم باشد.”
سال 2020 پر از بلاتکلیفی و تردید بود. سالی که با همه‌گیری کرونا تاثیر بزرگی در سبک زندگی و آرامش انسان‌ها گذاشت. بنابراین ما به رنگی نیاز داریم که برای ما آرامش و تسکین و قدرت را هدیه بیاورد.

دو رنگ مستقل که نشان میدهند چطور عناصر متفاوت میتوانند در کنار یکدیگر قرار بگیرند و از یکدیگر حمایت کنند( بهترین تعبیری که میتوان برای توصیف رنگ سال 2021 داشت!)

ترکیب ultimate gray +illuminating yellow مثل ترکیب سنگ سخت و جامد و نور گرمابخش و امیدوار کننده است.

داستان این رنگ ها در هم آمیختن تفکرات عمیق و متفکرانه با امیدواری و شادی ست یا پیامی از شادی که با قدرت پشتیبانی میشود و به ما امید میدهد، ما نیاز داریم بدانیم که همه چیز روشنتر میشود(چیزی که برای روحیه انسان ضروری ست)

از آنجا که همه ما به دنبال راه هایی برای تقویت خودمان با انرژی ، وضوح و امید برای مقابله با عدم قطعیت و ابهام ناشی از نگرانی از آینده هستیم سایه های رنگی و جسورانه تلاش ما برای نشاط را بیشتر میکنند.

رنگ زرد پنتون گرم و غنی از انرژی خورشیدی ست، رنگی درخشان و شاد و امیدوارکننده

و رنگ خاکستری نمادی از عناصر جامد و مستقل طبیعت که جاودانه اند و تکیه گاه محکمی ایجاد میکنند؛ رنگ سنگریزه های ساحل و عناصر طبیعی که خنکی آنها توانایی ایستادن در برابر آزمون های زمانه را به ما میدهند و احساس مقاومت و استواری میبخشند

ترکیب دو رنگ خاکستری وزرد پیشنهادی پنتون، نیاز ذاتی ما به دیده شدن، مورد توجه قرار گرفتن، شناخته شدن و شنیده شدن صدای مان را برجسته می کند. ترکیب رنگی که با بینش، نوآوری، شهود و احترام به خرد و تجربه همراه است و ما را به سمت روشهای جدید تفکر و درک مفاهیم سوق می دهد.

2/

ترندهای هدایای تبلیغاتی سال2021

<https://kinglysocks.eu/5-fun-merchandise-facts-and-3-promotional-product-trends-to-monetize-on-in-2021/>

<https://www.asicentral.com/news/web-exclusive/november-2020/2021-predictions-for-the-promo-industry/>

<https://www.asicentral.com/news/web-exclusive/december-2020/promo-apparel-trends-for-2021/>

<https://www2.deloitte.com/nl/nl/pages/customer-and-marketing/articles/2021-global-marketing-trends.html>

As we move from the early days of ‘get me any face covering available’ to a more permanent state, companies will increasingly view masks as a branding opportunity for uniforms, corporate outfitting, giveaways and retail fashion.”

<https://www.godelta.com/blog/promotional-product-trends>

3/ هدایای تبلیغاتی تحت تاثیر ویروس کرونا در کشورهای مختلف چه تغییراتی کرده است؟

آماده اید که همراه هدایای تبلیغاتی به سراسر دنیا سفر کنیم؟

در سراسر جهان، بیماری همه گیر COVID-19 بر تولید و توزیع محصولات عرضه شده در حوزه صنعت هدایای تبلیغاتی تاثیر گذاشته است که در ادامه به بررسی چند کشور و نحوه تاثیرگذاری ویروس کرونا بر هدایای تبلیغاتی آنها خواهیم پرداخت.

**انگلیس**

[کمپانی CHX](https://www.chxproducts.co.uk/) که جزو شرکتهای انگلیسی پیشرو در زمینه تولید هدایای تبلیغاتی پلاستیکی ست با ارایه طیف جدیدی از محصولات ضدمیکروبی، تولیدات خود را با جریان های ناشی از بیماری کرونا تطبیق داده است.

مثلا ظرف مخصوص تبادل پول نقد، کارت بانکی و رسیدهای خرید، که از پلاستیک بازیافتی با لایه محافظ ضدمیکروبی ساخته شده است یکی از این هدایای تبلیغاتی است.

یکی از عناصر اصلی استفاده شده در این لایه ی محافظ، یون نقره است که بصورت طبیعی خاصیت میکروب زدایی دارد و به میزان 98 درصد از گسترش باکتری ها و میکروب ها روی سطوح جلوگیری میکند.

این هدیه تبلیغاتی برای فروشگاه های مواد غذایی، دکه های روزنامه فروشی، خرده فروشی ها و هر مکانی که رعایت فاصله اجتماعی دشوار است کاربرد دارد و احتمال انتقال ویروس کرونا را کاهش میدهد.

شرکت [IF Solutions](https://ifsol.co.uk/products/versatoobs) یکی دیگر از شرکتهای معروف تولید هدایای تبلیغاتی در کشور انگلیس است که غالبا هدایای تبلیغاتی پارچه ای تولید میکند؛ هدیه تبلیغاتی جدیدی که مناسب شرایط کروناست و علاوه بر استفاده بعنوان ماسک، کاربردهای بیشمار دیگری مانند هدبند/دستبند و غیره دارد.

پوشش سر چند منظوره Versatoob برای تمام فعالیت های فضای باز، از پیاده روی در پارک گرفته تا اسنوبرد روی کوه کاربرد دارد و با توجه به نیاز و خلاقیت مخاطب، میتواند شکل های متفاوتی داشته باشد، از روسری و سربند گرفته تا مچ بند!

این هدیه تبلیغاتی، از یک ماده میکروفایبر پلی استر کشسان ساخته شده است که برای همه گروه های سنی مناسب است.

**هلند**

هلند به دلیل تولید مداوم برخی از خلاقانه ترین هدایای تبلیغاتی مشهور است.

اگرچه بزرگترین نمایشگاه ها و رویدادهای صنعت هدایای تبلیغاتی به خاطر ویروس کرونا به تعویق افتادند اما این موضوع باعث توقف فرآیند تولید هدایای تبلیغاتی جدید و تکنیک های طراحی نوین نشد.

[xindao](https://www.xindao.com/en-gb/) یکی از شناخته شده ترین برندهای هدیه تبلیغاتی در اروپا، کالکشن جدیدی از هدایای تبلیغاتی به نام "لوگوی درخشان" ارایه کرده است؛ این مجموعه از هدایای تبلیغاتی شامل پاوربانک، فلاسک و هدفون میشود و یک هدیه تبلیغاتی شاخص در این مجموعه دفترچه های معمولی ست که تکنولوژی خاص و جدیدی را با یک هدیه تبلیغاتی متداول و همیشگی ترکیب و هدیه تبلیغاتی متفاوتی را ابداع کرده است

**سوییس**

خودکارهای تبلیغاتی [prodir](https://www.prodir.com/) که محصول کشور سوییس هستند از همیشه محبوب تر شده اند. چرا؟

بخاطر شرایط پاندمیک ویروس کرونا، این شرکت سوییسی در خودکارهای تبلیغاتی، خلاقیت ایجاد کرده و سطوح خودکار ها را آنتی باکتریال کرده است.

این شرکت تولیدکننده هدایای تبلیغاتی، از تکنولوژی بیومستر در ساخت خودکارهای تبلیغاتی استفاده کرده است.

نحوه عملکرد این تکنولوژی به این صورت است که با استفاده از یون نقره در سطوح، از رشد و گسترش عوامل بیماری زا و باکتری ها به میزان 99.99 درصد جلوگیری می‌شود و این خاصیت تا پایان چرخه عمر محصول، باقی خواهد ماند.

یکی از محبوب ترین هدایای تبلیغاتی در این مجموعه، خودکار DS Regeneration است که در رنگ های مختلف و با رویه مات تولید می شود.

این خودکار تبلیغاتی دو مزیت مهم دارد: آنتی باکتریال بودن و قابلیت بازیافت

دو موضوع مهمی که دغدغه زندگی در دنیای مدرن است: پایداری محیط زیست و محافظت در برابر بیماری ها

**آمریکا**

یکی دیگر از شرکت های تولیدکننده هدایای تبلیغاتی خاص در آمریکا، با توجه به شیوع ویروس کرونا و نیاز افراد به نوشیدن مایعات فراوان، هدیه تبلیغاتی جدید و مدرنی روانه بازار کرده است؛ فلاسک هوشمند!

هدیه تبلیغاتی با نوآوری هوشمندانه که با داشتن ترمومتر داخل فلاسک، دمای مایع داخل آن سنجیده می شود و با صدای دینگ یا فلاش زدن، به مخاطب زمان نوشیدن را یادآوری می کند. علاوه بر آن، کاربر میتواند درصد شارژ باقیمانده و تایمر مربوط به زمان نوشیدن را روی LCD لمسی مشاهده کند

**کانادا**

[4imprint](https://www.4imprint.com/) یکی از بهترین تامین کنندگان هدایای تبلیغاتی با کیفیت در جهان است و امسال برای قدردانی از نیروهای پلیس و کادر درمان، به اقدام جالبی دست زد!

این شرکت برای کودکان، کتابچه هایی با تم بیمارستان، آتش نشانی و اداره پلیس طراحی کرد که 8 برگ استیکر دارند و استیکرها میتوانند بر هر سطحی بچسبند.

در این شرایط که پزشکان، پیراپزشکان و نیروهای پلیس بیش از هر زمان دیگری در حال خدمت رسانی به جامعه هستند، این هدیه تبلیغاتی روش منحصر به فردی ست تا از آنها قدردانی کنیم و به کودکان مان یادآور شویم که قهرمانان واقعی جامعه چه کسانی هستند.

**استرالیا**

آیا میدانستید 61 درصد افراد در استرالیا و 64 درصد در نیوزیلند حیوان خانگی دارند؟

معمولا استفاده از محصولات مربوط به حیوانات خانگی به عنوان هدیه تبلیغاتی چندان جدی گرفته نمی شود در حالی که میتواند فرصتی منحصر به فرد برای تاثیرگذاری بر مخاطبان باشد.

با شرایط فعلی ناشی از ویروس کرونا که بسیاری از افراد شاغل دورکار شده اند و از خانه کار می کنند اهمیت حضور حیوانات خانگی بیشتر شده است

محصولات مربوط به پت ها که قابلیت ارایه به عنوان هدایای تبلیغاتی ارزان، کاربردی و هوشمندانه را دارند و نباید بی اهمیت شمرده شوند.

**هنگ کنگ**

هنگ کنگ همیشه به عنوان کشور تولید کننده هدایای تبلیغاتی خلاقانه و گجت های هوشمند در صنعت هدایای تبلیغاتی مطرح بوده است، و سال 2020 نیز با وجود شیوع ویروس کرونا، روند نوآوری هنگ کنگ همچنان ادامه دارد.

با توجه به تحت تاثیر قرار گرفتن همه جهان از ویروس کرونا، تولیدکننده های هنگ کنگی طیف گسترده ای از هدایای تبلیغاتی مرتبط با حوزه سلامت را طراحی و اجرا کردند. یکی از این هدایای تبلیغاتی خاص، تصفیه کننده هوای قابل حمل است که به صورت گردنبند استفاده می شود و با حک لوگوی شرکت یکی از خلاقانه ترین هدایای تبلیغاتی در نوع خود است. هدیه تبلیغاتی ای با وزن کمتر از 30 گرم که به دلیل قرار گرفتن در نزدیکی دستگاه تنفسی افراد، آنها را از ویروس ها، ذرات بیماری زا و مواد سمی معلق در هوا محافظت می کند.

4/

ابعاد مناسب لوگو برای هدیه تبلیغاتی

<https://www.qualitylogoproducts.com/faq/small-logo-printing.htm>

قوانین لوگو

-فرمت وکتور: از طراح لوگوی خود بخواهید تا فرمت وکتوری از لوگو را در اختیارتان قرار دهد. این فرمت، امکان ویرایش و تغییرات بعدی را در اختیارتان قرار میدهد

-برنامه های وکتور: فایل لوگو باید قابلیت باز شدن و ادیت در برنامه های وکتور مانند ایلاستریتور، اسکچ و ... را داشته باشد تا در صورت نیاز بتوانید به هر سایزی که میخواهید تغییر ش دهید

-حالت افقی و عمودی: بخاطر فضاهای متفاوتی که امکان چاپ لوگوی شما وجود دارد بهتر است نسخه های عمودی و افقی از لوگوی خود داشته باشید

-سیاه و سفید: شما به نسخه سیاه و سفید لوگو همانند نسخه رنگی نیاز دارید. لوگو باید روی پس زمینه های مختلف قابل تشخیص باشد.

ابعاد لوگو برای چاپ

حداکثر سایز قابل چاپ اسکرین برای تی شرت: 35.5 در 38 سانتیمتر

سایز چاپ استاندارد ماگ 11oz(ماگی با ابعاد 9.4 سانتیمتر ارتفاع و قطر خارجی 8.1 سانتیمتر) فضای چاپی 8.5ینچ در دارد

برای یک کلاه سایز متوسط ابعاد لوگو حداکثر بین 7.5 تا حدودا 9 سانتیمتر است

فضای چاپ خود را بشناسید

فضای چاپ یا imprint area چیست؟

به فضایی که پیام یا لوگوی شما روی هدیه تبلیغاتی انتخابی تان چاپ یا حک لیزر میشود، فضای چاپ گفته میشود که در واقع بهترین مکان قرار گیری لوگو روی هدیه تبلیغاتی ست، مثلا اگر هدیه تبلیغاتی انتخابی تان خودکار باشد، فضای چاپ احتمالا روی بدنه خواهد بود.

ابعاد فضای چاپ چقدر است؟

بسته به **هدیه تبلیغاتی** ای که انتخاب میکنید و **تکنیک** چاپ یا حک لیزر، فضای چاپ متغیر خواهد بود؛ هر چه هدیه تبلیغاتی سطح وسیعتری داشته باشد فضای چاپ بزرگتر میشود و برعکس. بعضی از تکنیک های چاپ محدودیت ابعاد دارند مثل چاپ اسکرین و فضای چاپ با توجه به این محدودیت ها تعریف میشود.

اگر لوگوی خود را بزرگتر از اندازه مناسب، تعیین کنید، لوگو روی محصول شما تار، بریده شده یا ناواضح به نظر می رسد.

اگر در لوگوی شما نوشته وجود داشته باشد، ابعاد لوگو برای فضای چاپ باید طوری تعریف شود که نوشته ها خوانا باشند و تناسب اجزا حفظ شود.

مثلا ابعاد لوگو برای چاپ یا حک لیزر روی یک خودکار میتواند حداکثر4.5 سانتیمتر طول و 1.5 سانتیمترعرض داشته باشد

بنابراین ابعاد تصویر و نوشته لوگو با توجه به ابعاد هدایای تبلیغاتی محدودیت دارد

حداقل سایز فونت چقدر است؟

حداقل سایز فونت، کوچکترین فونت ممکن است که قابل استفاده بر روی هدیه تبلیغاتی تان باشد

چیزی که اهمیت دارد این است که سایز فونت باید به اندازه ای باشد که واضح، قابل خواندن و از نظر بصری خوشایند باشد.

به طور متوسط ابعاد فونت حدود 6pt(پوینت) است هرچند که بسته به جنس محصول و پروسه چاپ و لیزر ممکن است تغییر کند

چطور با فضاهای چاپی کوچک کار کنیم؟

اولویت ها را حفظ کنید

اگر هدیه تبلیغاتی ای را با فضای چاپی کوچک انتخاب کرده اید و لوگوی پرجزییاتی دارید، بهتر است ازجزییات لوگو صرف نظر کنید یا محصول دیگری را سفارش دهید. این موضوع در برخی از روش ها مثل چاپ اسکرین و حک لیزر بیشتر اهمیت پیدا میکند چون احتمال محو شدن یا در هم رفتن اجزای نوشته لوگو وجود دارد.

اگر هدیه تبلیغاتی سفارشی تان کوچک است یا فضای چاپی کوچکی دارد بهتر است فقط قسمتی از لوگو یا پیامتان را نگه دارید که برایتان اهمیت دارد؛ در این موارد هرچه میزان اطلاعات ارائه شده کمتر باشد، تاثیرگذاری بیشتر خواهد بود.

لزومی ندارد که شماره تماس، نام شرکت یا تاریخ رویدادتان را روی هدایای تبلیغاتی که فضای چاپی کوچکی دارند ثبت کنید.

توجه به لوگوی شما اولویت ماست

ما در تیم طراحی دیدینو بعد از ثبت سفارش، بصورت رایگان به شما مشاوره میدهیم تا بتوانید بهترین سایز فونت و لوگو را انتخاب کنید و عکس یک نمونه از محصولتان را بعد از حک لیزر، برایتان ارسال میکنیم تا مطمئن شویم که لوگوی شما به بهترین شکل بر روی هدیه تبلیغاتی تان قرار میگیرد؛ ضمن اینکه باندرول های بستهبندی نیز با لوگوی شما طراحی و پس از اینکه شما طرح را تایید کردید، چاپ میشوند.

در این حالت میتوانید مطمئن باشید که مخاطبتان همان تصویری را که خودتان میخواهید از شما به یاد خواهد آورد.

تاثیر متریال های مختلف بر چاپ و لیزر لوگو روی هدیه تبلیغاتی

اینکه لوگوی شما روی هدیه تبلیغاتی چطور بنظر برسد بستگی به شکل و متریال آن دارد.اگر لوگوی شما جزییات زیادی داشته باشد روی سطوح صاف مثل فلز یا پلاستیک نمای بهتری خواهد داشت تا روی سطوح نرم و دارای خلل و فرج مثل چوب پنبه

5/هدیه تبلیغاتی سال نو

هدایای تبلیغاتی عید نوروز چه می توانند باشند؟

قبل از شروع صحبت، بهتر است این سوال را بپرسیم که هدف اصلی جشن های آیینی مثل عید نوروز چیست؟

اگر از ما بپرسید میگوییم: دور هم جمع شدن، عمیقتر شدن ارتباطات انسانی، شاد بودن و انتقال احساس شادی به دیگران

روزمرگی ها مخصوصا در زندگی شهری، گاهی انقدر درگیرمان میکنند که فضایی برای "با هم" شاد بودن پیدا نمیکنیم و آیین هایی مثل عید نوروز و جشن سال نو فرصت های مناسبی هستند برای رهایی از روزمره ها و خلق احساس خوش؛ هرچند که ویروس کرونا بسیاری از فرصت های با هم بودنمان را از ما گرفته است اما همچنان میتوانیم شادی بیافرینیم و شادی را به دیگران نیز منتقل کنیم و عیدی دادن همچنان میتواند پابرجا باشد، با ارسال هدیه ای متفاوت و غافلگیرکننده.

در مقیاس سازمانی، ارایه هدیه تبلیغاتی سال نو، فرصت فوق العاده ای ست که سازمان ها و شرکت ها برای همکاران یا اعضای سازمانشان، شادی و احساس خوش بسازندو به آنها یادآوری کنند که قدردان تلاش ها و زحماتشان در طول سال هستند.

هم افزایی این تلاشهای کوچک برای شاد کردن یکدیگر -مخصوصا در جریان اتفاقات ناشی از ویروس کرونا- میتواند عید نوروز را همچنان برایمان یادآور خاطرات خوش کند.

اما برای انتخاب و خرید هدیه تبلیغاتی عید نوروز چه گزینه هایی وجود دارد و به چه نکاتی باید توجه کرد؟

نمی توان منکر این واقعیت شد که پروسه انتخاب و خرید هدیه تبلیغاتی سال نو، مخصوصا برای شرکت ها و سازمان های بزرگ که ارایه تصویر مناسب از برندشان اهمیت زیادی دارد، کاری بسیار زمانبر و دقیق است که گاه ماه ها قبل از عید نوروز روند طراحی و تولید هدایای تبلیغاتی سال نوی آنها شروع میشود تا هدایای تبلیغاتی در زمان مناسب به دست مخاطبان مورد نظرشان برسد.

اگرچه پروسه انتخاب و خرید هدیه تبلیغاتی برای هر شرکت و سازمانی کاری زمانبر و گاه طاقت فرساست؛ چرا که گزینه های مختلفی برای انتخاب وجود دارد و نکات متفاوتی می بایست لحاظ شوند؛ اما دانش انتخاب هدایای تبلیغاتی میتواند در انتخاب صحیح هدایای تبلیغاتی کمک کننده باشد.

هدیه تبلیغاتی عید نوروز چه ویژگی هایی باید داشته باشد؟

از نظر ما این سه ویژگی کلیدی باید در هدایای تبلیغاتی سال نو وجود داشته باشد:

-متناسب با حال و هوای سال نو باشد و حس خوشایند یک شروع تازه را تداعی کند مثل [جعبه دمنوش](https://ddno.ir/Item/%D8%AC%D8%B9%D8%A8%D9%87-%D8%AF%D9%85%D9%86%D9%88%D8%B4-%D9%87%D8%A7/) یا [تخم مرغهای رنگی سال نو](https://ddno.ir/Item/%D8%B3%D9%87-%D8%B9%D8%AF%D8%AF-%D8%AA%D8%AE%D9%85-%D9%85%D8%B1%D8%BA-%D8%B1%D9%86%DA%AF%DB%8C-%D9%84%D8%B9%D8%A7%D8%A8-%D8%AF%D8%A7%D8%B1-%D9%87%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%87-%D8%A8%D8%A7-%D8%A8%D8%B3/)

-با هویت سازمانی شرکت هماهنگ باشد

-برای سال جدید و ترجیحا برای همیشه کاربرد داشته باشد

حالا نگاهی کنیم به هدایای تبلیغاتی متداول که به مناسبت عید نوروز ارایه می شوند:

(اگر چند شرکت ارایه دهنده هدایای تبلیغاتی را بررسی کرده باشید احتمالا لیست محصولات زیر برایتان آشناست!)

* دفترچه یادداشت تبلیغاتی

 در نگاه اول و برای انتخاب آسانِ هدیه تبلیغاتی، شاید گزینه مناسبی بنظر برسد اما واقعیت این است که استفاده از آنها تکراری شده و اثربخشی گذشته را ندارد.

* سررسید

ما با ارایه سررسید بعنوان هدیه تبلیغاتی چندان موافق نیستیم! دلایلش را میتوانید در [این مقاله](https://ddno.ir/%DA%86%D8%B1%D8%A7-%D9%86%D8%A8%D8%A7%DB%8C%D8%AF-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%D9%86%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%B2-%D8%B3%D8%B1%D8%B1%D8%B3%DB%8C%D8%AF-%D9%87%D8%AF%DB%8C%D9%87-%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D8%9F/) ببینید.

* هدایای تبلیغاتی فانتزی مخصوص خانمها و آقایان

 هنگام انتخاب این نوع از هدایای تبلیغاتی باید توجه کرد که این هدایا علیرغم ظاهر جذابی که میتوانند داشته باشند ممکن است برای دریافت کننده هدیه تبلیغاتی جالب نباشند چرا که سلایق مخاطبان متفاوت است و آنچه برای ما بعنوان کسی که هدیه تبلیغاتی را انتخاب میکند زیبا بنظر میرسد شاید برای دریافت کننده ی هدیه تبلیغاتی، جالب نباشد.

* انواع و اقسام خوراکی مثل آجیل و شکلات

خوراکی ها همیشه طرفدار دارند اما باید به دو نکته مهم در خصوص هدایای تبلیغاتی خوراکی توجه کنید:

-رعایت نکات بهداشتی برای حفظ سلامت مخاطبان در دوران کرونا، بسیار سخت تر از گذشته است!

-یکی از مهمترین اهداف ارایه هدیه تبلیغاتی، ماندگاری بیشتر در ذهن مخاطب است که در مورد هدایای تبلیغاتی خوراکی، این ویژگی کمرنگ تر از سایر هدایای تبلیغاتی ست چون بعد از خوردن این هدایا تاثیرشان نیز ناپدید میشود مگر اینکه بسته بندی آنها ماندگار و قابلیت استفاده مجدد داشته باشد.

* گل و گیاه تبلیغاتی

این هدیه تبلیغاتی اگرچه با حال و هوای سال نو و عید نوروز بسیار هماهنگ است و هدیه دادن گل تاثیرات شگفت انگیزی دارد، اما حساسیت های ویژه ای برای انتخاب و ارسال گیاهان بعنوان هدیه تبلیغاتی وجود دارد که به طور مفصل در مقالات زیر، به آنها پرداخته ایم.

[تاثیراتِ شگفت انگیزِ هدیه دادنِ گل](https://ddno.ir/%D8%AA%D8%A7%D8%AB%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D8%AA%D9%90-%D8%B4%DA%AF%D9%81%D8%AA-%D8%A7%D9%86%DA%AF%DB%8C%D8%B2%D9%90%D9%90%D9%90-%D9%87%D8%AF%DB%8C%D9%87-%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D9%86%D9%90-%DA%AF%D9%84/)

[گیاهان بعنوان هدایای تبلیغاتی](https://ddno.ir/%D9%86%DA%A9%D8%A7%D8%AA%DB%8C-%D8%AF%D8%B1%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%87-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%AF%D9%87-%D8%A7%D8%B2-%DA%AF%DB%8C%D8%A7%D9%87%D8%A7%D9%86-%D8%A8%D9%87-%D8%B9%D9%86%D9%88%D8%A7/)

* ماگ تبلیغاتی

معمولا کیفیت چاپ ماگ های تبلیغاتی چندان بالا نیست و همین موضوع باعث میشود بعد از چندین بار استفاده، ظاهر ماگ ها جذابیت خود را از دست بدهند؛ ضمن اینکه اکثر افراد حس خوشایندی ندارند ازینکه لوگوی شرکتی در ابعاد بزرگ روی ماگ آنها چاپ شده باشد!

* لوازم الکترونیکی مثل فلش مموری تبلیغاتی، پاور بانک و ...

این دسته از محصولات، هدایای تبلیغاتی کاربردی ای هستند اما بخاطر استفاده کلیشه ای از آنها، تاثیر چشمگیری بر مخاطب ندارند و چندان به یادماندنی نیستند مگر اینکه با ایده یا بسته بندی خلاقانه ای همراه شوند.

در مقاله [سه روش برای تاثیرگذاری هدایای تبلیغاتی در عصر دیجیتال،](https://ddno.ir/%D8%B3%D9%87-%D8%B1%D9%88%D8%B4-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%D8%AA%D8%A7%D8%AB%DB%8C%D8%B1%DA%AF%D8%B0%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%D9%87%D8%AF%D8%A7%DB%8C%D8%A7%DB%8C-%D8%AA%D8%A8%D9%84%DB%8C%D8%BA%D8%A7%D8%AA/) کمی بیشتر به این موضوع پرداخته ایم .

اگر نگاهی به وبسایت های شرکت های ارایه دهنده هدایای تبلیغاتی در کشورهای اروپایی و آمریکایی بزنید با هدایای تبلیغاتی متنوع و خلاقانه ای مواجه میشوید که تنوع زیادی از نظر متریال، کاربرد و مطابقت با نیازهای کاربر دارند.

خوشبختانه روند استفاده از هدایای تبلیغاتی خلاقانه در ایران نیز کم کم در حال شکل گیری ست.

 حالا چه هدایای تبلیغاتی خلاقانه ای برای عید نوروز و سال نو وجود دارد؟

لیست پیشنهادی ما بر اساس تجربه ای که در طراحی و تولید هدایای تبلیغاتی خلاقانه در دیدینو بدست آورده ایم شامل موارد زیر است:

* هدایای تبلیغاتی ترکیبی

ارایه یک پکیج هدیه تبلیغاتی که اجزای مختلفی داشته باشد، ریسک مورد پسند قرار نگرفتن را کاهش میدهد؛ چون به احتمال زیاد مخاطب حداقل با یکی از هدایای تبلیغاتی درون پکیج ارتباط برقرار خواهد کرد، اما همانطور که کمی قبلتر توضیح دادیم باید حتما به این موضوع توجه کنید که سلیقه مخاطبتان چیست و حتی الامکان هدایای تبلیغاتی ای را انتخاب کنید که کاربردی باشند.

اگر امکان تهیه پکیجی از هدایای تبلیغاتی را ندارید میتوانید [هدایای چندکاره](https://ddno.ir/Item/%D8%B3%D9%90%D8%AA-%D8%B1%D9%88-%D9%85%DB%8C%D8%B2%DB%8C-%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%DA%86%D9%87%D8%A7%D8%B1-%D8%AA%DB%8C%DA%A9%D9%87/) را انتخاب کنید مثل [ست های رومیزی اداری](https://ddno.ir/Item/%D8%B3%D8%AA-%D8%B1%D9%88%D9%85%DB%8C%D8%B2%DB%8C-%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%B1%DB%8C-%D8%AA%D8%B1%DA%A9%DB%8C%D8%A8-%DA%86%D9%88%D8%A8-%D9%88-%D9%81%D9%84%D8%B2-%D8%A8%D9%87-%DA%86%DB%8C%D9%86/) که جزو محبوبترین هدایای تبلیغاتی دیدینو نیز هستند و مخاطبان استقبال خوبی از این هدایا داشته اند.

* هدایای تبلیغاتی با بسته بندی متفاوت

بسته بندی، اولین مواجهه هدیه گیرنده با هدیه است و باید اهمیت و توجه زیادی به این بخش شود. در بسیاری از مواقع یک خلاقیت کوچک در نحوه بسته بندی، هدیه تبلیغاتی را متمایز و برجسته می کند.

اگر این دو هدیه تبلیغاتی دیدنو، یعنی [شارژر نمایشگاهی](https://ddno.ir/Item/%D9%87%D8%AF%D8%A7%DB%8C%D8%A7%DB%8C-%D9%86%D9%85%D8%A7%DB%8C%D8%B4%DA%AF%D8%A7%D9%87%DB%8C/) و [بازی بجای گوشی](https://ddno.ir/Item/%D9%87%D8%AF%D8%A7%DB%8C%D8%A7%DB%8C-%D8%B4%D8%A8-%DB%8C%D9%84%D8%AF%D8%A7%DB%8C-99-%D8%A7%D9%88%D9%82%D8%A7%D8%AA-%D8%AE%D9%88%D8%B4/) را دیده باشید احتمالا این موضوع را تصدیق میکنید که چقدر بسته بندی در دوست داشتنی بودن هدیه تبلیغاتی تاثیرگذار است.

 و جالب است بدانید که در ایران مسابقه با عنوان دوسالانه طراحی بسته بندی وجود دارد و کسب و کارها در ایران نیز به تدریج به اهمیت طراحی بسته بندی برای برقراری ارتباط با مشتریان پی برده اند.

اگر دوست داشتید درباره این مسابقه دوسالانه بیشتر بدانید [اینجا](https://ddno.ir/%D8%AF%D8%B1%D8%A8%D8%A7%D8%B1%D9%87-%D8%AF%D9%88%D8%B3%D8%A7%D9%84%D8%A7%D9%86%D9%87-%D8%B7%D8%B1%D8%A7%D8%AD%DB%8C-%D8%A8%D8%B3%D8%AA%D9%87-%D8%A8%D9%86%D8%AF%DB%8C-%DA%86%D9%87-%D9%85%DB%8C-%D8%AF/) در موردش نوشته ایم.

* هدایای تبلیغاتی با متریال های متفاوت و کمتر استفاده شده

متریال نقش بسیار بسیار مهمی در برانگیختن احساسات دارد!

همه ما این تجربه را داریم که استفاده از محصولات چوبی برایمان لذتبخش تر از استفاده از محصولات پلاستیکی ست یا استفاده از یک متریال خلاقانه در محصولی چقدر کنجکاوی مان را برانگیخته و علاقه مند شدیم تا از آن محصول استفاده کنیم.

بنابراین حتما این ویژگی را در هدایای تبلیغاتی عید نوروز در نظر بگیرید.

اگر در مورد تاثیرات متریال در هدایای تبلیغاتی کنجکاو شده اید، مطالعه این دو مقاله را پیشنهاد میکنیم:

[کاربرد و تاثیر چرم در ساخت هدایا](https://ddno.ir/%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%D8%AF-%DA%86%D8%B1%D9%85-%D8%AF%D8%B1-%D8%B3%D8%A7%D8%AE%D8%AA-%D9%87%D8%AF%D8%A7%DB%8C%D8%A7/)

[نقش چوب در بهبود روابط صاحبان کسب و کار](https://ddno.ir/%D9%86%D9%82%D8%B4-%DA%86%D9%88%D8%A8-%D8%A8%D8%B1-%D8%A8%D9%87%D8%A8%D9%88%D8%AF-%DA%A9%DB%8C%D9%81%DB%8C%D8%AA-%D9%88-%D8%B1%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%B7-%D8%B5%D8%A7%D8%AD%D8%A8%DB%8C%D9%86-%DA%A9%D8%B3/)

* داشتن یک سورپرایز یا نکته شگفتی آور در هدیه تبلیغاتی

توجه به هر نکته ای حتی بسیار کوچک اما متفاوت میتواند شوق و ذوقی را ایجاد کند که قطعا در به یاد ماندن هدیه تبلیغاتی سازمان شما موثر خواهد بود.

اگر به دنبال نکات بیشتری برای سورپرایز کردن مشتریانتان هستید، [راههای شگفت زده کردن مشتریان](https://ddno.ir/%D8%B1%D8%A7%D9%87%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%B4%DA%AF%D9%81%D8%AA%E2%80%8C%D8%B2%D8%AF%D9%87-%DA%A9%D8%B1%D8%AF%D9%86-%D9%85%D8%B4%D8%AA%D8%B1%DB%8C%D8%A7%D9%86/) را مطالعه کنید.

* لوازم کاربردی برای مطالعه و سرگرمی در تعطیلات سال نو

در ایام تعطیلات سال نو، مخصوصا در شرایط فعلی که به دلیل ویروس کرونا، امکان سفر کمتر شده است، احتمالا بیشتر به خواندن کتاب، بازی کردن، دیدن فیلم و فعالیت های مشابه میپردازیم. بنابراین هدایای تبلیغاتی ای که این فعالیت ها را برایمان لذتبخش تر کنند احتمالا گزینه خوبی هستند.

[باز نگه دارنده کتاب](https://ddno.ir/Item/%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A8%D8%A7%D8%B2-%DA%86%D9%88%D8%A8%DB%8C%D8%A8%D8%A7%D8%B2-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8/)، [بوکمارک](https://ddno.ir/Item/%D9%85%D8%A7%D8%B1%DA%A9%D8%B1-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D9%88-%DA%AF%DB%8C%D8%B1%D9%87-%DA%A9%D8%A7%D8%BA%D8%B0-%D9%BE%DB%8C%D9%86-%D8%A8%D9%88%DA%A9/) و [انواع استند موبایل](https://ddno.ir/Item/%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%D8%AA%D9%84%D9%81%D9%86-%D9%87%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%87-%D8%AF%D8%B1-%D8%AF%D9%88-%D8%B2%D8%A7%D9%88%DB%8C%D9%87-%D9%85/) میتوانند پیشنهادات خوبی باشند.

* اکسسوری های لوازم دیجیتال

هر نوع لوازم جانبی که استفاده از محصولات دیجیتال را برایمان خوشایندتر کنند میتوانند بعنوان هدیه تبلیغاتی عید

نوروز به شمار آیند، چرا که استفاده از ابزارهای دیجیتال در اوقات فراغت، اجتناب ناپذیر است!

هدایای تبلیغاتی ای مانند [اسپیکرهای آکوستیک](https://ddno.ir/Item/%D8%A7%D8%B3%D9%BE%DB%8C%DA%A9%D8%B1-%D8%A2%DA%AF%D9%88%D8%B3%D8%AA%DB%8C%DA%A9-%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%86%D9%88-%D8%B3%D8%A7%D8%B9%D8%AA-%DA%86%D9%88%D8%A8%DB%8C%DA%86%D9%85-%D8%B2%D9%85/)، نگه دارنده های [موبایل](https://ddno.ir/Item/%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%D9%81%D9%84%D8%B2%DB%8C-%D8%A2%D9%84%D9%88%D9%85%DB%8C%D9%86%DB%8C%D9%88%D9%85%DB%8C-%D8%AA%D9%84%D9%81%D9%86-%D9%87/) و [تبلت](https://ddno.ir/Item/%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D9%85%D9%86%D8%AD%D9%86%DB%8C-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%D8%AA%D9%84%D9%81%D9%86-%D9%87%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%87-%D8%B3%DB%8C%D9%85-%D8%B1/) و ...

* تقویم های خلاقانه سال نو

اگرچه با ارایه سررسید بعنوان هدیه تبلیغاتی سال نو مخالفیم اما به شدت با تقویم های خلاقانه و ماندگار موافقیم.

تقویم هایی که کمتر دیده شده اند از نظر نوع **متریال** مثل [تقویم پایه آجری](https://ddno.ir/Item/%D8%AA%D9%82%D9%88%DB%8C%D9%85-%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D8%A2%D8%AC%D8%B1%DB%8C-%D8%A8%D9%84%D9%86%D8%AF-%D9%88-%DA%A9%D9%88%D8%AA%D8%A7%D9%87/)، نوع **بسته بندی** مثل [تقویم یک سال در یک نگاه](https://ddno.ir/Item/%D8%AA%D9%82%D9%88%DB%8C%D9%85-%DB%8C%DA%A9-%D8%B3%D8%A7%D9%84-%D8%AF%D8%B1-%DB%8C%DA%A9-%D9%86%DA%AF%D8%A7%D9%87/) یا نوع **کاربرد** مثل [سالیان پاینده](https://ddno.ir/Item/%D8%AA%D9%82%D9%88%DB%8C%D9%85-%D9%87%D9%85%DB%8C%D8%B4%DA%AF%DB%8C-%D9%85%D8%A7%D9%87-%D8%B4%D9%85%D8%A7%D8%B1-%D8%B3%D8%A7%D9%84%DB%8C%D8%A7%D9%86-%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%86%D8%AF%D9%87/) ؛ و مخصوصا تقویم های چوبی ای که کاربردهای دیگری هم داشته باشند، مثل [تقویم سالیان خوش با گلدان](https://ddno.ir/Item/%D8%AA%D9%82%D9%88%DB%8C%D9%85-%DA%86%D9%88%D8%A8%DB%8C-%D9%87%D9%85%D8%B1%D8%A7%D9%87-%DA%AF%D9%84%D8%AF%D8%A7%D9%86/)، تقویم [سالیان روشن](https://ddno.ir/Item/%D8%B3%D8%A7%D9%84%DB%8C%D8%A7%D9%86-%D8%B1%D9%88%D8%B4%D9%86-%D9%BE%D8%A7%DB%8C%D9%87-%D9%86%DA%AF%D9%87%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D9%86%D8%AF%D9%87-%D9%85%D9%88%D8%A8%D8%A7%DB%8C%D9%84-%D9%88-%D8%AA%D9%82/)، تقویم [سالیان با هم](https://www.instagram.com/p/CCZCGtVFulX/)

6/ تنوع رنگ چوب

چوب توسکا به سرعت بعد از بریده شدن درخت، از سفید به قرمز و سپس قهوه ای مایل به زرد تغییر میکند

چوب بی گمان یکی از بهترین و سودمندترین مواد خام طبیعت است و بی آن بشر هرگز به سطح پیشرفت و رفاه کنونی نمی‌رسید.

چوب ابتدا، ماده‌ای حیاتی برای ساخت ابزارهای اولیه، خانه و قایق برای حرکت در رودها بود. سپس، برای ساخت اکثر اشیا و ابزارهای سودمندی که انسان قرن‌ها برای پیشرفت زندگی خود به آن‌ها متکی بود، به کار رفت. بخشی از فناوری چوب بر اثر تلاش صنعتگران باقی مانده، ولی بیشتر آن ناچار از بین رفته و با مواد و روش‌های دیگر که نتیجه انقلاب صنعتی بشر است، جایگزین شده‌است.

چوب تنها منبع طبیعی تجدیدپذیر است. نفت و زغال و دیگر معادن سرانجام روزی تمام خواهد شد، ولی جنگلی که خوب نگهداری شود (حتی گاه بدون نگهداری) به‌طور نامحدود به تولید چوب ادامه خواهد داد. چوب جایگاه برجسته‌ای در اقتصاد جهانی دارد. تولید سالانه چوب در جهان ۲۵۰۰ میلیون متر مکعب است. خواص فیزیکی و شیمیایی و نیز مکانیکی چوب آن را فعلاً بی جانشین کرده‌است.

عوامل ایجاد نقش و نگار در چوب

انواع مواد و ترکیبات معدنی شامل رنگدانه، تانن، اسیدهای چرب، موم و... رنگ چوب را می سازند و این شرایط ارتباط مستقیم با گونه چوب، سن درخت، ترکیبات خاک، شرایط آب و هوایی محل رویش درخت و ارتفاع از سطح دریا دارد

رنگ چوب در اثر تماس با هوای محیط و تابش نور خورشید تغییر رنگ داده و معمولا تیره میشوند.

دوایر سالیانه عامل اصلی ایجاد نقش و نگار در چوب هستند؛ اختلاف رنگ چوب بهاره و تابستانه به صورت حلقه های سالیانه تیره و روشن می باشد

پیچیدگی الیاف در چوب

الیاف چوب معمولا در راستای محور طولی قرار دارند ولی بخاطر شرایط جغرافیایی، ژنتیکی و.. گاهی الیاف بصورت مورب، پیچیده یا موجدار قرار میگیرند و آثار این پیچیدگی ها به صورت نقشو نگار در چوب پدیدار میشوند

مواد رنگی معدنی

رنگ چوب ناشی از مواد شیمیایی مانند تانن، رزین، روغن، اسیدهای آلی و مواد رنگی ست که جذب این مواد شیمیایی متفاوت، در بافت های الیاف چوب بهاره و تابستانه باعث تفاوت در شکل گیری رنگ دانه ها و رنگ آمیزی و اثرگذاری آنها در چوب می‌شود.

عوامل تغییر رنگ چوب رطوبت، نور خورشید، قرار گرفتن در معرض هوای آزاد و ذخیره مواد استخراجی ست.