



برندینگ
چیست؟



تعریف برند و برندینگ

- برندینگ به معنای هماهنگ کردن آنچه می خواهید دیگران درباره‌ی شما فکر کنند با چیزی که مردم واقعاً درباره‌ی کسب و کار شما فکر می کنند است. "جی پر»
- برندینگ فراتر از یک نام و نماد است. برند توسط افراد، تصاویر، فرهنگ، سبک، کلمات، پیام‌ها، روابط عمومی، عقاید، رسانه‌های خبری و رسانه‌های اجتماعی به وجود می آید و از آن‌ها تأثیر می گیرد.
- برندینگ خلاصه‌ای از مأموریت، اهداف و روحیه‌ی جمعی یک سازمان است که با در نظر گرفتن عقاید شرکت و اصول زیبایی شناسی بیان می گردد. "مارکی کلیمان»
- برندینگ فرآیندی در حال انجام است که گذشته و حال کسب و کار شما را بررسی می کند و سپس یک شخصیت منسجم برای شرکت و محصولات آن به وجود می آورد.
- برندینگ نشان دهنده شخصیت سازمان شماست. برندینگ معرف شماست و باعث می شود از دیگران متمایز شوید. "دیو گرین»
- برندینگ شخصیت تعریف شده یک محصول، خدمت، شرکت یا فرد است.

بیش از ۲۹ تعریف از برند و برندینگ وجود دارد که اغلب آنها مبتنی بر معیارهای کمی نیست بلکه مبتنی بر احساس است. ما با هیچکدام از آن کار نداریم بلکه با همان احساسی که در ذهن شما وجود دارد کار داریم

خلاصه گزارش فایل جغرافیایی ۱۳۹۴

تعداد کل سطوح تقسیماتی، نقاط شهری، آبادی‌ها و نقاط فرعی کشور به تفکیک استان (اعمال مصوبات تا تاریخ ۹۴/۱۲/۲۹)

استان	شهرستان	بخش	دهستان	شهر ^(۱)	آبادی بلوکه	کل آبادی‌ها
کل کشور.....	۴۲۹	۱۰۵۷	۲۵۸۹	۱۲۴۵	۳۸۷۸	۹۷۵۸۱

۸۰.۰۰۰.۰۰۰ میلیون نفر جمعیت

در وسعتی حدود ۱.۰۰۰.۰۰۰ کیلومتر مربع

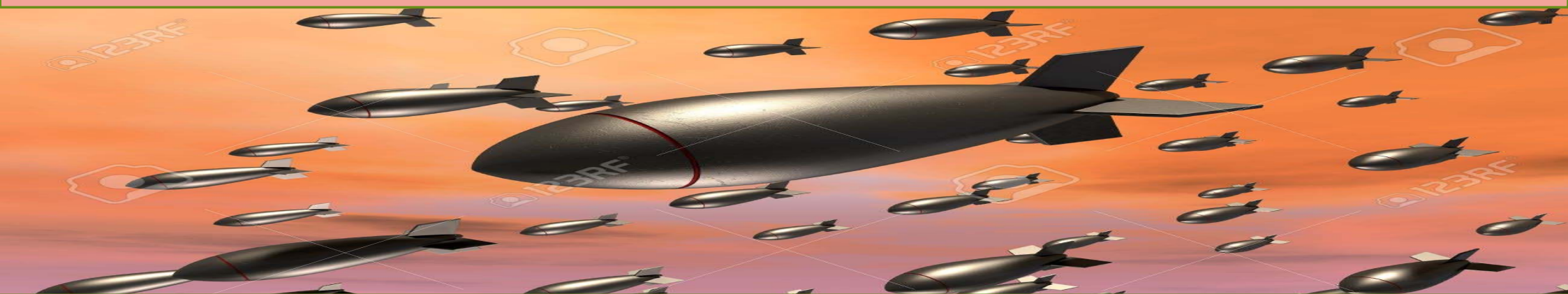
فاقد مسئول فنی		تعداد	نوع آزمایشگاه
درصد	تعداد		
73.0%	1,312	1,798	بهداشتی
16.7%	102	610	درمانی دولتی (بیمارستانی- رفرانس - مرجع دانشگاهی)
0.0%	0	39	واگذار شده به بخش خصوصی
0.0%	0	1,955	خصوصی مستقل
1.6%	6	368	خصوصی بیمارستانی + درمانگاهی + جراحی محدود
0.0%	0	76	شرکت تعاونی
24.5%	124	507	وابسته به سازمانها و نهادها
4.3%	6	139	خیریه
66.8%	151	226	سایر گروهها
	1,701	5,718	جمع کل
			درصد کل
	42.4%	1,619	جمع کل مراکزی که دکترای حرفه ای علوم آزمایشگاهی در آن نقش مسئول فنی دارد
	46.4%	1,773	جمع کل مراکزی که آسیب شناسان در آن نقش مسئول فنی دارند
	4.7%	181	جمع کل مراکزی که متخصصین علوم آزمایشگاهی در آن نقش مسئول فنی دارند
	3.0%	114	جمع کل مراکزی که متخصصین ژنتیک در آن نقش مسئول فنی دارند
	3.5%	134	جمع کل مراکزی که دکترای تک رشته ای (میکروب ، بیوشیمی ، هماتولوژی ، ایمونولوژی و ..) در آن نقش مسئول فنی دارند



سرنوشت را ، نمیتوان از سر نوشت

تصویری که وضعیت صنف آزمایشگاهی را نشان میدهد.
به موقعیت افرادی که بر روی آب هستند و تفاوت آنها توجه بفرمایید.

رئوس کلی مشکلاتی که صنوف آزمایشگاهی در پیش رو دارند



- ✓ عدم مشارکت ساختاری انجمنهای آزمایشگاهی در برنامه های توسعه سلامت
- ✓ ناکامی سازمان نظام پزشکی در زمینه دفاع از حقوق صنفی
- ✓ عدم ساماندهی در سیستم ارجاع در نظام آزمایشگاهی
- ✓ سطح بندی آزمایشگاهها ، حذف سقف جمعیت و فاصله در تاسیس آزمایشگاه
- ✓ ضربات متعدد و متنوع شرکتهای وارد کننده بر پیکره بدنه آزمایشگاهها
- ✓ تعرفه غیر واقعی
- ✓ عدم مشارکت اعضا و عدم اتحاد آنها
- ✓ طرح تحول و سوگیری دولت در کنترل حجم و ارزش بازار پزشکی کشور
- ✓ تاثیر سیاست افزایش مالیاتهای بر درآمد
- ✓ ورود خارجیها و افزایش رقابت به نفع تعرفه دولتی
- ✓ خلاء اطلاع رسانی تخصصی و اثر بخشی تستهای آزمایشگاهی
- ✓ و تهدید مگالوبها

- ✓ سیاست های ناکارآمد دولت برای مهار مشکلات بخش خصوصی و دولتی
- ✓ اجرای برخی سیاستهای غلط در مدیریت اجرایی آزمایشگاههای کشور
- ✓ عدم توجه به کیفیت و کمیت آموزش نیروی انسانی
- ✓ تاسیس آزمایشگاههای درمانگاهی یا بیمارستانی با نام پزشک موسس
- ✓ ناتوانی سازمانهای بیمه گر اصلی در اجرای تعهدات مالی خود
- ✓ کسورات بی قاعده بر نسخ تحویلی به سازمانهای بیمه گر
- ✓ فشارهای سازمانهای بیمه گر تکمیلی
- ✓ عدم اجرای طرح آمایش سرزمین
- ✓ عدم ساماندهی مناسب در قانون آزمایشات دوره ای شاغلین کشور
- ✓ رفتارهای سود جویانه فردی در درون صنف
- ✓ تخفیفات فسادآور

وجود این همه معضلات ، فضایی تیره و تاریک برای آینده کسب و کار آزمایشگاهی بوجود آورده است



خطر انقراض صنفی که می‌توانست قویترین باشد!

تواناییهای موجود در صنوف آزمایشگاهی (دارای قیمت)

✓ دارای تعداد مناسبی از اعضا در خارج از کشور

✓ دارای کنگره های وزینی همچون ارتقا

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه آموزش

دانشگاهی

✓ دارای اعضای توانمندی در آسیب شناسی نظام

آزمایشگاهی

✓ دارای پروانه فعال در حوزه کنترل کیفیت

خارجی

✓ دارای پروانه کار در حوزه بازآموزی

✓ **۷۰٪ آزمایشگاهها** ، کمتر از ۳۰ مراجعه کننده

در روز

✓ دارای ارتباطات بالفعل موفق در سراسر کشور

✓ دارای انجمنهایی با داراییهای مناسب

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه تولید

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه واردات

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه فرهنگ و رسانه

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه تاسیس

آزمایشگاههای تخصصی

✓ دارای اعضای توانمندی در حوزه مدیریت

امروز ، همه ما ، **تشنه** یک فرمول برای اتحاد در کار جمعی هستیم



برای تولید برندهای آزمایشگاهی چاره‌ای نداریم بجز چابکسازی انجمنهای علمی

(1) تاسیس یک شرکت مادر تخصصی برای نیازهای مشترک کشوری

(2) تاسیس حداقل ۳۱ شرکت استانی برای نیازهایی که شدیداً تحت تاثیر جغرافیا هستند



ویژگیهایی که برند اصلی باید داشته باشد تا با اعتماد و استقبال اعضا روبرو شود

فعالتهای تولید ثروت توسط برندگان ایرانی

- فعالیت در حوزه تاسیس آزمایشگاههای ریفرال استانی و مگالاب
- فعالیت در حوزه پسماندها و زیست محیطی آزمایشگاهها
- فعالیت در حوزه آموزش و بازآموزی
- فعالیت در حوزه اجرای کنگره ها و سمینارها
- فعالیت در حوزه کنترل کیفیت خارجی
- فعالیت در حوزه صنعت آزمایشگاه
- فعالیت در حوزه نرم افزار آزمایشگاهها
- فعالیت در حوزه استانداردسازی
- فعالیت در حوزه کالیبراسیون

- فعالیت در حوزه اعتبار بخشی
- فعالیت در حوزه مشاوره مالیاتی و حقوقی
- فعالیت در حوزه کسب نمایندگیهای داخلی و خارجی
- فعالیت در حوزه خرید متمرکز آزمایشگاهها
- فعالیت در حوزه پژوهش
- فعالیت در حوزه واگذاریهای دولتی به بخش خصوصی
- فعالیت در حوزه آموزش و تامین نیروی انسانی
- فعالیت در حوزه مارکتینگ و رسانه
- فعالیت در حوزه امور اداری مورد نیاز آزمایشگاهها

گام‌های لازم برای تشکیل برندهای آزمایشگاهی ایران

گام اول : تعامل و قانع کردن متولیان دولتی مبنی بر اینکه اراده بخش خصوصی برای تشکیل برندهای قدرتمند ایرانی محکم است و جلب حمایت آنها برای اجرای امایش سرزمین و تصویب طرح توانمند سازی برندهای ایرانی.

گام دوم : تصویب لایحه ای در انجمنها که بر اساس آن ، بخشی از دارایی نقدی انجمن برای تاسیس برند تجاری بشرط عضویت همه اعضای آن انجمن ، تخصیص داده شود.

گام سوم : تشکیل هیئتهای موسس برای تدوین اساسنامه ها و ثبت شرکتهای تجاری مستقل از انجمنها

گام چهارم : تشکیل مجامع قانونی و توزیع برکه های سهام

گام پنجم : جذب سرمایه گذاری از سوی اعضای برند با بررسی اولویتهای اقتصادی ، تهیه ، تصویب و اجرای طرحهایی که در راستای نیازمندیهای مشترک اعضای انجمن باشد. بررسی جوانب مختلف تاسیس یا تاخیر در تاسیس اولین مکالم ایران ، هدایت شاخه های فعال انجمن برای تاسیس آزمایشگاههای ریفرال استانی ، استانداردسازی ، نرم افزار ، کالیبراسیون ، خرید متمرکز ، دفع پسماندها ، بازآموزی ، کنترل کیفیت خارجی ، مشاوره های حقوقی و مالیاتی به اعضای انجمن ، و بقیه مواردی که در حدود فعالیتهای شرکت دعا تعریف شده است.

مزایای استفاده از فرمول تاسیس برندهای آزمایشگاهی ایران با حمایت مالی انجمن

- رفع مشکل شکایات صنفی از سازمانهای بیمه و به دادگاهها و دیوان عدالت که نیاز به شاکه خصوصی میباشد و پیشگیری از صدمات انفرادی به اعضا.
- افزایش توان رقابت آزمایشگاههای کوچک در برابر آزمایشگاههای بزرگ در تهران و مراکز استانها.
- افزایش توان برخورد با ورود خارجیها و بالا بردن قدرت سازماندهی در پروژه واگذاری مراکز دولتی و تاسیس مگالها.
- کنترل رقابتهای درون صنفی از طریق بالا بردن شراکتهای کشوری و استانی.
- ایجاد شرایط برابر و شاید برتر در هولدینگی که پیش بینی میشود با سایر انجمنها تشکیل خواهد شد.
- افزایش چشمگیر در حوزه فعالیتهای سودآور نسبت به کار انجمن که بیشتر بعد مشورتی دارد و محدود شده است به کنگره ، بازآموزی و ایکاپ
- شرکت بازوی اجرایی و مشورتی خوبی برای فعالیتهای انجمن خواهد بود.

- جلب توجه گسترده اعضا به مرکزیت صنف.
- اعتماد گسترده اعضا و امید آنها به اقدامات آتی توسط مرکزیت صنف.
- افزایش اتحاد اعضا بواسطه محبوبیتی که انجمن کسب میکند.
- افزایش مشارکت اعضا در امور مشترک المنافع.
- افزایش در سرعت تشکیل سازمانی که چابکتر از فرم انجمنی عمل میکند.
- برون سپاری در فعالیتهای انجمن و آزادسازی انجمن از کار بنگاه داری.
- تبدیل انجمن به اتاق فکری که به حوزه سیاسی اجتماعی صنف رسیدگی میکند.
- آزاد سازی اموال انجمن از واگذاری به وزارت کشور و بهداشت در آینده!!
- رفع تناقض در فعالیتهای انتفاعی فعلی انجمن و افتخاری بودن فعالیت هیئت مدیره با محتوای اساسنامه انجمن.
- بکارگیری اموال انجمن در حوزه های جدید و افزایش سودآوری فعالیتهای.
- تضمین بکارگیری ثروت حاصله بعنوان نیاز امروز و پشتوانه فردا.
- افزایش اختیارات هیئت مدیره در استخدام افراد برای ماموریتهای سودآور.