طرح کسب و کار

سامانه هوشمند آریاس Hvdhs

|  |  |
| --- | --- |
| مشخصات اجرایی طرح | |
| **نام سند:** | **طرح کسب و کار سامانه آریاس** |
| **شماره ویرایش:** | **نهایی** |
| **تاریخ ویرایش:** | **00/08/97** |
| **ناظر پروژه:** |  |
| **تهیه­کننده:** |  |

**فهرست مطالب**

# **خلاصه مدیریتی**

سامانه آریاس با هدف ارتقای سطح سلامت جامعه، آگاهی بخشی به آحاد مردم جهت خودمراقبتی، اطلاع رسانی، دریافت مشاوره، سنجش سلامت، جمع آوری و هدایت اطلاعات پزشکی بصورت آنلاین تشکیل می­گردد. شایان ذکر است که فرایند برنامه های ارتقای سلامت، مشاوره ها و تولید محتوا و اخبار و آزمون های سلامت بصورت الکترونیک می باشد و در کنار برنامه های الکترونیک، سامانه آریاس برنامه های ارائه خدمات به صورت حضوری و مشاوره حضوری و تلفنی را نیز در برنامه های آتی خود مد نظر قرار داده است. سامانه آریاس با تمرکز بر محتوا و مشاوره های الکترونیک استاندارد و علمی و تعامل دو سویه با کاربران و پزشکان، و پزشکان با یکدیگر درصدد افزایش آگاهی جامعه در حوزه سلامت می­باشد. تشکیل پرونده سلامت، ارسال نوتیفیکیشن های هدفمند، مشاوره، ارائه محتوای ارزشمند و علمی در فرمت های مختلف از قبیل فیلم، پادکست و.. ، سرویس های نوبت دهی، درمان در منزل، آزمون های استاندارد سلامت، اختصاص پنل اختصاصی به هر کلینیک و ثبت اطلاعات مراجعین از اصلی­ترین وظایف سامانه آریاس است. سامانه آریاس گروه­های ذیل را نیز به عنوان مخاطبان خود در نظر دارد:

* کاربران 12 تا 18 سال
* کاربران 18 تا 25 سال
* کاربران 25 تا 35 سال
* کاربران 35 تا 45 سال
* کاربران 45 سال به بالا

این تقسیم بندی براساس تفاوت در نیازها کاربران می باشد. از طرف دیگر نوعی تقسیم بندی بر اساس جنسیت می باشد. در نهایت ارائه خدمات به زنان و فرزندان ان ها به صورت تخصصی در مراحل بعدی نیز در نظر گرفته شده است.

این سامانه حدوداً در محدوده جردن و با فضایی به متراژ 200 متر تأسیس می­گردد که سرمایه مورد نیاز برای راه اندازی این سامانه 2.459.676.000 تومان می باشد. مصرف کنندگان محصولات و خدمات این طرح افراد بالای 12 سال می­باشند. با توجه به کیفیت و قیمت متعادل محصولات و خدمات ما و استفاده از سیستم مجازی، کلیه افراد جامعه در سراسر ایران امکان بهره­مندی از خدمات سامانه آریاس را دارند. عدم بررسی تغییر پویا بازار و یا تغییر رفتار مشتریان، می­تواند آسیب­های شدیدی برای این سامانه ایجاد کند. بنابراین باید در مورد رفتار کاربران و چگونگی تصمیم­گیری آن­ها در فرآیند خرید محصولات و خدمات آگاهی کافی داشت. عاملی که مشتریان را تشویق به خرید از آریاس می­کند، کیفیت بالای خدمات مشاوره، محتواهای برجسته بروز، صرفه جویی در زمان و هزینه، دسترسی آسان و وجود برنامه­های جامع برای تمام گروه های سنی است.

# 

# **فصل اول: معرفی شرکت و استراتژی**

در این فصل به معرفی مشخصات کلی شرکت در قالب موارد ذیل پرداخته شده است:

* نام شرکت
* معرفی سامانه
* مأموریت
* چشم انداز
* اهداف
* حوزه فعالیت
* مشخصات محل اجرای طرح
* مأموریت طرح
* نوع فعالیت
* میزان سرمایه­گذاری
* میزان اشتغال­زایی طرح (پیش­بینی)

## **نام شرکت**

آریاس شرکتی سهامی خاص به مدیرعاملی و اعضای هیات مدیره شامل............................................................می باشد.

## **معرفی سهامداران**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| رديف | نام و نام‌خانوادگي | مدرک و رشته تحصيلي | محل تحصيل | زمينه تخصصي | سمت ‌در سامانه | درصد سهم سهامداران |
| 1 | ........ | .......... | ................. | ................ | رئیس هیئت مدیره | ............... |
| 2 | ................ |  |  |  | عضو هیئت مدیره | ..... |

## معرفی سامانه

آریاس سامانه‌ای است در حوزه سلامت و پزشکی که تلاش می‌کند بستری مفید در جهت ارتقای سلامت جامعه با کمترین هزینه ارائه نماید. به عبارتی آریاس محلی قابل اعتماد برای مردم جهت ثبت، جمع آوری و هدایت اطلاعات پزشکی ، دریافت خدمات خودمراقبتی، اطلاع رسانی، خدمات الکترونیک سلامت، مشاوره، سنجش سلامت و سایر خدمات بصورت آنلاین می‌باشد.

آریاس به عنوان پلتفرم ارائه خدمات بهداشت، سلامت و درمان، با تکیه بر مدل خود مراقبتی به دنبال ارائه سبک زندگی سالم به افراد جامعه می­باشد. ارائه خدمات در این سامانه بر اساس مدل خوداظهاری است بدين معنا كه تمامي خدمات ارايه شده به كاربران بر اساس داده هايي است كه خود كاربر، با مسئوليت شخصي خود، وارد سيستم نموده است. در آینده ای نچندان دور با ارائه این پلت فرم به مراکز درمانی اطلاعات کابران می تواند توسط پزشکان نیز تکمیل شود تا در هر زمان و مکانی دسترسی به اطلاعات موثق کاربران میسر باشد.

## **شرح فنی ايده محوري**

## **پيچيدگي فن‌آوري**

ایجاد سرویس های هوشمند سلامت، دانشی است که اخیرا در دنیا رواج یافته است و این پلت فرم در حال شناسایی، بومی سازی و یا ایجاد آن می باشد.

## **استانداردها**

استانداردها در دو دسته باید اخذ گردد:

1. **استانداردهای محتوای سلامت:** کلیه محتوای ارائه شده در سامانه باید به تایید وزارت بهداشت و ارگان های مسوول برسد. همچنین کلیه راه کارها، خدمات، مشاوره ها و ارجاعات سلامت سامانه باید به تایید وزارت بهداشت و سازمان نظام پزشکی کشور رسیده باشد.
2. **استانداردهای فنی و نرم افزاری:** امنیت سامانه، سرورها و نرم افزرا سامانه باید بتواند استانداردهای لازم مراکز خاص کشور را اخذ نماید.

## **ريسک‌های مهم کسب و کار**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| توصيف ريسک | شدت تأثير وقوع ريسک برکار شما | | | احتمال وقوع ريسک | | | اقدامات آتي پيش‌بيني‌شده توسط شما در صورت وقوع ريسک |
| **کم** | **متوسط** | **زياد** | **کم** | **متوسط** | **زياد** |
| تحریم اینترنت |  |  | **\*\*\*** | **\*\*\*** |  |  | استفاده از اینترانت ملی |
| قطعی اینترنت |  |  | **\*\*\*** | **\*\*\*** |  |  |  |
| فیلتر شدن سایت |  |  | **\*\*\*** | **\*\*\*** |  |  | کسب مجوزهای لازم از مراجع مختلف |
| هک شدن سامانه |  |  | **\*\*\*** |  | **\*\*\*** |  | استفاده از سرورهای مختلف. تقویت فایروالها، |
| شکایت های کاربران |  | \*\*\* |  |  | \*\*\* |  | تشکیل واحد حقوقی. کسب مجوزهای لازم از نظام سلامت. |

## آينده و دورنمای سایت

سامانه آریاس باید تا پایان سال سوم فعالیت، پنجاه درصد جامعه هدف را پوشش داده و کاربران جامعه هدف، حداقل یکی از سرویس های این سامانه را استفاده نمایند.

## **شرح خدمات آریاس**

پلت فرم ارائه سرویس های سلامت به کاربران از طریق اینترنت و تلفن همراه با قابلیت تشکیل پرونده سلامت با شیوه خود اظهاری و بر پایه اصل خودمراقبتی.

1. **شرح محصولات و خدمات**

سامانه آریاس سامانه ای مبتنی بر مدل خود مراقبتی است. در این مدل تلاش سیستم بمنظور ارایه سبک زندگی سالم به هر شخص یا خانواده او می باشد. بدین معنا که تمامی خدمات ارایه شده به کاربران بر اساس داده هایی است که خود کاربر، با مسئولیت شخصی خود، وارد سیستم نموده است. در این سیستم هدف درمان نیست، بلکه با توجه به اطلاعات موجود در مورد وضعیت فعلی وی و سابقه سلامت در خانواده و همچنین محدوده سنی او توصیه هایی بمنظور بهبود یا ارتقاء وضعیت سلامتی وی در اختیار وی قرار می گیرد. در این سیستم برای هر تخصص و گروه کاربران مشاوری در نظر گرفته شده است که وضعیت سلامتی هر گروه را از لحاظ تخصص خود مورد بررسی قرار داده و توصیه های روزانه یا دوره ای مورد نیاز را در اختیار آن ها قرار می دهد. این خدمات بصورت آیتم وار به شرح ذیل به کاربران ارایه می گردد که محصولات اشاره شده، تجاری سازی شده اند:

* امکان ایجاد پروفایل شخصی (و برای سایر اعضای خانواده)
* ذخیره اطلاعات سلامت هر فرد بصورت امن (تنها در دسترس خود فرد قرار خواهد گرفت)
* ارایه خدمات هوشمند خودمراقبتی براسال داده های ارایه شده به سیستم توسط هر کاربر
* نمایش وضعیت سلامتی هر فرد (بصورت نمودار و اینفوگرافیک)
* ارایه آخرین اخبار سلامت بصورت هوشمند به کاربران (بر اساس طبقه بندی نیازها و رده سنی)
* ارایه کوپن تخفیف خدمات پزشکی و سلامت بصورت هوشمند و براساس وضعیت سلامت شخص
* ارایه خدمات سلامت در منزل
* تشکیل بانک اطلاعات پزشکان و مراکز درمانی در صفحه اختصاصی
* امکان انجام خدمات آنلاین سلامت همچون رزرو مطب و مراکز درمانی و پارا کلینیکی
* ارایه خدمات مشاوره سلامت
* ایجاد دسترسی به خرید محصولات حوزه بهداشت و سلامت از طریق فروشگاه برخط
* ایجاد دسترسی به سیستم و اطلاعات از طریق دستگاه های موبایل
* ارایه خدمات سیستم های هشدار و اطلاع رسانی بصورت آفلاین و با استفاده از شبکه تلفن همراه
* ارایه محتوای آموزشی و کاربردی بصورت مالتی مدیا (محتوای صوتی، تصویری و چندرسانه ای)
* ارایه آزمون های کاربردی و جمع آوری شرح حال از کابران بمنظور ارایه خدمات بهتر و دقیقتر
* Web
* Mobile application
* Voice
* محصولات آموزشی
* محصولات درمانی و تشخیص سلامت
* مرکز مشاوره تلفني

1. **ویژگی های اساسی محصولات و خدمات**

* ایجاد قابلیت دسترسی به کابران واطلاعات حیاتی بصورت آنلاین و آفلاین
* ایجاد قابلیت ارایه خدمات با استفاده از خدمات ارزش افزوده شبکه تلفن همراه
* ایجاد امکان پرداخت از طریق درگاه های بانکی، جیرینگ و شارژینگ قبض تلفن همراه
* ارایه خدمات مشاوره سلامت با هزینه پایینتر
* ارایه خدمات پس از ترخیص
* در دسترس قراردادن خدمات فیزیکی حوزه سلامت با هزینه پایینتر با استفاده از ارایه کوپن های تخفیف
* ایجاد امکان استفاده از محتواها در مدیا های گوناگون (صوت، تصویر، ویدئو، اپلیکیشن، متن و...)
* ارایه خدمات بصورت هوشمند و بر اساس سابقه سلامت خانواده و سبک زندگی کاربر
* ارایه اطلاعات بفرم های نوین چند رسانه ای
* ارایه خدمات بر بستر تکنولوژی ابری

1. **نحوه تولید یا ایجاد محصولات و خدمات Production of Products and Services**

* بکارگیری متخصصین حوزه های مختلف سلامت
* بومی سازی و تولید محتوای علمی با توجه به بستر ارایه خدمات (نسل جدید شبکه های تلفن همراه)
* نهایتا ارایه خدمات با استفاده از داده های ارایه شده توسط کاربران و چارت های علمی تولیدی بمنظور ارایه سرویس با همکاری تیم های فنی و علمی

1. **محصولاتی که در آینده تولید خواهند شد یا خدماتی که در آینده ارائه خواهند شد Future Products and Services**

* ارایه خدمات مشاوره آنی و بصورت ویدئوکال
* جمع آوری داده و آماده سازی داده ها بمنظور تحقیقات و پژوهش های علمی و بنیادی
* ارایه مشاوره بصورت سیستمی و هوشمند با استفاده از بکارگیری سیستم های خبره
* ارایه خدمات TeleMedicine
* ارایه دستگاه های HomeCare و پایش اطلاعات قابل تایید از راه دور
* ارایه خدمات ارایه نتایج آزمایشات و سفارش و ارسال دارو
* راه اندازی کلینیک مجازی
* ارایه خدمات بصورت پکیج هایی با رویکرد دوران های زندگی
* ارایه خدمات بر روی اسمارت تی وی ها و شبکه های خانگی
* ایجاد بازار رقابتی برای متخصصین و پزشکان بمنظور بکارگیری توان حداکثری جامعه پزشکی و سلامت کشور و کاهش هزینه ارایه خدمات به آحاد مردم

1. **برتری محصولات یا خدمات ارائه شده نسبت به رقبا**

تقریبا می توان ادعا نمود ارایه خدمات سلامت بصورت PHR در کشور و در این سطح بی سابقه بوده و در حال حاضر سازمان های مطلع از این طرح ممکن است دست به راه اندازی چنین محصولی بزنند. که در بخش تهدیدها به آن پرداخته خواهد شد.

## **دارایی های کلیدی**

دارایی های کلید آریاس در سه گروه، دارایی های انسانی، مالی، طرح ها و قراردادها به شرح ذیل می باشد:

* دارایی انسانی:

آریاس تلاش نموده تا با بهره مندی از نیروهای متخصص و نخبه از معتبرترین دانشگاه های کشور را جذب نماید که این سرمایه انسانی کلیدی ترین دارایی آریاس است که بر پایه آن به ارزش دیگر دارایی های خود می افزاید.

* دارایی مالی

آورده سهامداران

* طرح ها و قراردادها

## **چشم‌انداز**

اولین و معتبرترین پلت فرم ارائه دهنده خدمات سلامت در خاورمیانه تا سال 1400

آریاس مصمم است تا با جهد روز افزون وصبروبردباری وهمسو با چشم انداز جمهوری اسلامی ایران در مسیری پای بگذارد که در 5 سال آینده به عنوان مرکز پیشرو در سطح کشور ایده های کاربردی نوینی را در توسعه و ارتقاء سلامت به جامعه ایران معرفی نماید و با گسترش فرهنگ سلامت در جامعه وتخفیف مسائل ومعضلات اجتماعی وکاهش نابرابری ها، سطوح بالاتری از سلامت انسان وعدالت اجتماعی را در ایرانیان نوید دهد. برای رسیدن به مراقبت های بهداشتی با کیفیت بالا و ارتقاء سلامت افراد و جامعه، آریاس مجموعه ای از اطلاعات و اقدامات بهداشتی را به صورت الکترونیکی وبه سهولت و بدون توجه به موقعیت مکانی افراد در اختیار مردم و ارائه دهندگان خدمات بهداشتی قرار خواهد داد به این منظور:

* تمام اطلاعات و اقدامات بهداشتی با فرمت دیجیتالی ثبت خواهند یافت
* مردم به اطلاعات بهداشتی در هر زمان و مکانی دسترسی خواهند داشت
* از مشارکت مردم در جمع آوری و انتشار اطلاعات بهداشتی استفاده خواهد شد
* از مشارکت مراکز علمی علوم پزشکی بمنظور تحقیق توسعه خدمات استفاده خواهد شد

نقش ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی، انجمن ها و سایر سازمان ها به منظور جمع آوری، استفاده و انتشار به روشنی مشخص خواهد شد و همکاری ایشان با سامانه بصورت ارزش افزوده محاسبه خواهد گردید.

از طرفی ما معتقديم که تحقيق دارای توان بالقوه ريشه يابی و حل مسائل است و انجام تحقيقات بنيادی و کاربردی منجر به افزايش دانش در مورد سلامت افراد می شود. ما تاثيرات متقابل، نظريه، پژوهش، دانش و فناوری بر يکديگر را باور داريم و معتقديم تحقيقاتی که منتهی به نظريه می شود و همچنين، تحقيقاتی که آزمون کننده نظريه هستند ارزش زيادی در اکتشاف، تبيين و توصيف پديده ها، و يا پيش بينی و کنترل رويدادها داشته و از اين رو می تواند باعث بهبود نظام آموزش، مديريت و تولید فناوری های همسو با سلامت گردد و در نتیجه موجب و حفظ و ارتقاء سلامت جامعه شود.

بدین ترتیب تجارب ما در استفاده از ظرفیت های محلی وتوانمند سازی مردم در انجام تحقیقات ومداخلات مرتبط با ارتقاء سلامت و توسعه دانش و فناوری های همسو با سلامت، پشتوانه و بستری است که به توسعه فعالیت های این مرکز و مشابه سازی آن کمک فراوانی خواهد نمود.

## **مأموریت**

آریاس در تلاش است از طريق انضباط کاري توام با مديريت مشارکتي و تکيه بر نيروي انساني متخصص، خلاق و با انگيزه و بهره‌مندي از آزمايشگاه‌هاي تخصصی متعدد، مجهز و متمرکز در زمينه‌هاي مختلف فناوری سلامت موجبات تجاري‌سازي فناوري‌هاي بدست آمده يا خلق شده را فراهم آورده و در توليد ثروت از طريق پاسخگويي به ساير نيازهاي فناوري در حوزه سلامت گام بردارد**.**

آریاس در مسیر توسعه وعدالت اجتماعی وظیفه خود می داند که :

* دانش و فرهنگ ارتقاء سلامت را از طريق انجام تحقيقات بنيادی و کاربردی و تولید فناوری های جدید افزايش دهد.
* کنترل بالقوه مسايل مربوط به ارتقای سلامت جامعه را در حيطه های آموزش، مديريت و فناوری امکان پذير سازد.
* افراد متخصص خود را در زمينه تحقيقات بنيادی، کاربردی و افزايش داده و به عنوان یک مرکز پیشرو در زمینه تولید فناوری های نوین در سلامت مطرح گردد.
* روش های جديد ارائه خدمات بهداشتی، مراقبتی و آموزشی را به منظور ارتقای سلامت افراد ارایه نماید.
* خدمات مشاوره اي، پژوهشی و آموزشي پيشرفته در زمينه فناوری های ارتقاء سلامت ارائه دهد.
* به عنوان يک مرکز تحقيقی معتبر در سطح بين المللی شناخته شود و همكاري خود را با موسسات معتبر بين المللي در زمينه فناوری های ارتقاء سلامت توسعه دهد.
* سهم فناوری و تحقیق را در ارتقاء سلامت جامعه افزايش دهد.

## **اهداف**

اهداف سامانه آریاس به شرح زیر می­باشد:

* اصلاح سبک زندگی و بهبود کیفیت آن و ارتقاء سلامت عموم افراد جامعه
* نظارت بر اجرای پروژه های کاربردی بر طبق اهداف وزارت بهداشت و تلفیق علم و عمل و دانش و صنعت در راستای توسعه اهداف نظام سلامت کشور
* بسترسازي براي بهره‌گيري از دستاوردهاي تحقيقاتي حوزه بهداشت و سلامت در نهادها و سازمان‌ها و دستگاه‌هاي كشور
* حمايت از نوآوري و خلاقيت و توسعه دانش و فناوري‌هاي مرتبط با ارتقای سلامت
* فراهم آوردن فرصتهاي تحقيقاتي، آموزشي، تجاري، اقتصادي، فرهنگي و اجتماعي براي برنامه‌ها و فعاليت‌هاي مرتبط با بهداشت و سلامت
* حمايت از صاحبان ايده و دانش و پایان نامه های مرتبط با ارتقای بهداشت و سلامت

## حوزه فعالیت

آریاس به عنوان پلتفرم ارائه خدمات بهداشت و سلامت، با تکیه بر مدل خود مراقبتی به دنبال ارائه سبک زندگی سالم به افراد جامعه می­باشد. ارائه خدمات در این سامانه بر اساس مدل خوداظهاری است بدين معنا كه تمامي خدمات ارايه شده به كاربران بر اساس داده هايي است كه خود كاربر، با مسئوليت شخصي خود، وارد سيستم نموده است.

## **مشخصات محل اجرای طرح**

* استان: تهران
* شهرستان: تهران
* منطقه: ......................

## **مأموریت طرح**

سلامت، سرمایه ارزشمندی است که حفظ و ارتقای آن جز مهمترین تلاش های زندگی انسان ها محسوب می شود. انسان سالم، محور توسعه پایدار بوده و سلامتی برای بهره مند شدن انسان ها از مواهب الهی امری ضروری است. لذا توجه به سلامتی و تلاش برای حفظ و ارتقای آن همواره یک اولویت مهم بوده است.

ماموریت اصلی طرح آریاس، ارتقای سطح سلامت و پاسخ گفتن به نیاز های مردم و جامعه است. این نیاز ها تحت تاثیر شرایط اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و محیطی و پیوسته تغییر می کنند. از سوی دیگر بیماری ها و عوامل مخاطره آمیز سلامت دائماً در حال تغییر بوده و بخصوص در دوره حاضر تحولات بسیار سریعی را تجربه می نمایند. پاسخگویی به این تغییرات مهمترین استدلالی است که بر اساس آن طرح آریاس ایجاد شده است.

سامانه آریاس در زمینه ارائه خدمات ارتقای سلامت به آحاد مردم از طریق فضای مجازی به کمک اینترنت فعالیت دارد. مأموریت سامانه آریاس، خدمات ارتقای سلامت برای بهبود وضعیت سلامت مردم جامعه و کاهش هزینه های درمان و ارتقای فرهنگ سلامت با توجه به سبک زندگی سالم، کمک به توليد و تجاري سازي محصولات دانش بنيان در حوزه سلامت جامعه بشري می­باشد.

## **نوع فعالیت**

ترکیبی از تولیدی و خدماتی است که شرح محصولات و خدمات در جدول زیر آورده شده است:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ردیف | نام محصول/خدمت کنونی | ظرفیت تولید سالانه |
| 1 | امكان ايجاد پروفايل شخصي (و براي ساير اعضاي خانواده) | نامحدود |
| 2 | ذخيره اطلاعات سلامت هر فرد بصورت امن | نامحدود |
| 3 | ارايه خدمات هوشمند سلامت براساس داده هاي ارائه شده به سيستم توسط هر كاربر | نامحدود |
| 4 | نمايش وضعيت سلامتي هر فرد (بصورت نمودار و اينفوگرافيك) | نامحدود |
| 5 | ایجاد پرونده سلامت برای هر عضو | نامحدود |
| 6 | ارايه آخرين اخبار سلامت بصورت هوشمند و ارایه مشاوره به كاربران | نامحدود |
| 7 | ارايه خدمات مراقبت در منزل هوشمند | نامحدود |
| 8 | ارائه خدمات سلامت برای سالمندان و مادران | نامحدود |
| 9 | ارايه محتواي آموزشي و كاربردي بصورت مالتي مديا (محتواي صوتي، تصويري و چندرسانه اي) | نامحدود |
| 10 | ارائه اپلیکیشن های موبایل کاربردی | نامحدود |
| 11 | ارائه بسته ها اموزشی موضوعی سلامت | نامحدود |
| 12 | ارايه آزمون هاي كاربردي و جمع آوري شرح حال از كابران بمنظور ارائه خدمات بهتر و دقيقتر | نامحدود |
| 13 | ارائه كوپن تخفيف خدمات پزشكي و سلامت بصورت هوشمند و براساس وضعيت سلامت شخص | نامحدود |
| 14 | ايجاد دسترسي به خريد محصولات حوزه بهداشت و سلامت از طريق فروشگاه برخط | نامحدود |
| 15 | ارائه خدمات سيستم هاي هشدار و اطلاع رساني بصورت آفلاين و با استفاده از شبكه تلفن همراه | نامحدود |

## 

## **میزان سرمایه‌گذاری**

|  |  |
| --- | --- |
| آورده سهامداران |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

## **میزان اشتغال‌زایی طرح (پیش­‌بینی)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ردیف | سمت | تعداد |
| 1 | مدیر عامل | 1 |
| 2 | مدیر فنی | 1 |
| 3 | مدیر بازاریابی | 1 |
| 4 | مدیر تحقیق و توسعه | 1 |
| 5 | مدیر اداری، مالی و حقوقی | 1 |
| 6 | کارشناس فنی | 8 |
| 7 | کارشناس اداری | 1 |
| 8 | کارشناس مالی | 1 |
| 9 | کارشناس حقوقی | 1 |
| 10 | امور تدارکات | 1 |
| 11 | کارشناس بازاریابی | 3 |
| 12 | کارشناس تحقیق و توسعه | 3 |
| 13 | کارشناس روابط عمومی | 1 |
| مجموع | | 24 |

## **همکاران استراتژیک سامانه آریاس**

* وزارت بهداشت
* معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری
* سازمان نظام پزشکی ایران

## 

## **جدول گانت آریاس**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| فعالیت | زمان بندی سال 1397 | | | | | | | | | | | |
| فروردین | اردیبهشت | خرداد | تیر | مرداد | شهریور | مهر | آبان | آذر | دی | بهمن | اسفند |
| تولید محتوا |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Ui , ux |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| زیرساخت |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 

# **فصل دوم: تیم مدیریت و سازماندهی**

در این فصل به بررسی موارد زیر پرداخته شده است:

* ساختار شرکت
* ویژگی­های عمده مدیران
* اعضای مشاوران حرفه­ای
* کارکنان

## ساختار شرکت

ساختار شرکت به شرح ذیل می­باشد:

## 

## **ویژگی­های عمده مدیران**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| سمت | مسئولیت­ها | توانایی­ها |
| مدیر عامل | روابط با دیگران | توانایی برقراری ارتباط با دیگران به صورت شفاف و مؤثر به شکل کتبی و شفاهی، توانایی توضیح نقطه نظرات خود و پیش بردن مباحث، |
| تصمیم­گیری | در نظر گرفتن کلیه عوامل مربوطه و تصمیم­گیری­های سریع، اطمینان از این که تصمیمات مهم در توافق با سایر مدیران اتخاذ خواهد شد، انجام پیگیری­های بعدی به منظور حصول اطمینان از اجرای تصمیمات. |
| انتخاب تیم مدیریتی | توانایی درک نقاط قوت و ضعف افراد، انتخاب، بکارگیری و انتصاب و ارتقای نیروهای کارآمد متخصص در حوزه کارآفرینی در موقعیت مناسب. |
| رهبری | توانایی تدوین چشم­انداز و تعریف مأموریت برای سامانه آریاس و ترغیب و تشویق سایرین به متابعت و پیگیری آن. |
| برداشت عمومی | برداشت کلی مناسب از بیشتر وظایف و مراحل مرتبط با تهیه محتوای ارتقای سلامت، داشتن دانش قابل ملاحظه در مورد فرآیند بهداشت و سلامت، فرآیند آموزش، منابع انسانی، مسائل مالی و بازاریابی. |
| مدیر محتوای آموزشی | توسعه | توانایی هدایت مراحل ارتقای سلامت به طوری که محتوای ارائه شده به موقع و در چارچوب بودجه معرفی شده، نیازهای سلامت آحاد جامعه را تأمین نماید. |
| تحقیقات | توانایی تشخیص و تفکیک بین تحقیقات کاربردی و پایه­ای ارتقای سلامت و حفظ توازن بین این دو. |
| مدیریت زمان | تنظیم زمانبندی توليد محتوا با هماهنگي پزشکان و کارشناسان |
| هماهنگی | ارایه به پزشکان و کارشناسان جهت اخذ تأييد |
| کنترل و نظارت | نهايي‌سازي و كنترل نهایی محتواها |
| گزارش دهی | تهیه گزارشات ماهیانه عملکرد و ارایه به مدیر عامل |
| مدیر فنی | برنامه ریزی و هماهنگی | برنامه ريزي ،هماهنگي و اجراي برنامه هاي موثر در جهت طراحی مناسب فضای مجازی، هماهنگي درون و برون سازماني بين واحدهاي مرتبط جهت اجراي مطلوب پروژه ها، برنامه ريزي منظم جهت كنترل پروژه ها واعتبارات |
| کنترل و نظارت | نظارت مستمر و عاليه بر روند اجراي پروژه هاي مصوب ساليانه |
| طراحی خدمات فنی | تهيه دستور العمل هاي فني و نقشه هاي مورد نياز براي هرگونه عمليات فنی |
| گزارش دهی | تهیه گزارشات ماهیانه عملکرد و ارایه به مدیر عامل |
| مدیر بازاریابی | تحقیق و تحلیل روند بازار | جهت شفاف شدن نیاز بازار و تدوین استراتژی های شرکت برای تولید، توزیع و فروش محصولات خود |
| تدوین استراتژی های بازاریابی | به منظور ارائه به مدیرعامل و هیأت مدیره شرکت برای تصویب و اجرا |
| برنامه ریزی و مدیریت بودجه بازاریابی | پیش بینی هزینه های بازاریابی و تخمین درآمدهای ناشی از اقدامات بازاریابی برای شرکت |
| تهیه برنامه های آموزش و ترویج | نظارت بر تهیه پوسترها، بروشورها و وب سایت ها، شرکت در نمایشگاه های تجاری، کنفرانس ها و جلسات فروش |
| نظارت و کنترل بر اثربخشی استراتژی ها | کسب اطلاع از میزان بازدهی و تأثیر گذاری استراتژی های بازاریابی و تصمیم گیری در خصوص اصلاح یا توقف آن ها. |
| مدیر تحقیق و توسعه | تجزیه و تحلیل اطلاعات | نظارت برگردآوری، تجزیه و تحلیل و آماده سازی و ارائه صحیح مجموعه اطلاعات مورد نیاز. |
| تحقیقات | بررسی مطالعات امکان سنجی جهت توسعه برنامه های تدوین شده، مطالعات مربوط به انتخاب فرآیندهای مناسب |
| برنامه ریزی | تهیه و تنظیم برنامه زمانی اجرایی طرح های تحقیقاتی، پیشنهاد و طراحی برنامه‌های مختلف به هیات مدیره، پیش بینی و تهیه بودجه مورد نیاز طرح های مورد نظر |
| مدیر مالی، اداری و حقوقی | مدیریت مالی | اجرای مصوبات ، مقررات و روشهای مالی مورد عمل در شرکت، تهیه و تنظیم بودجه جامع سالانه |
| مدیریت اداری | انجام مطالعات لازم جهت تامین نیروی انسانی و احتیاجات پرسنلی آینده، تهیه برنامه های لازم برای پیشرفت امور مربوط به روابط کار |
| مدیریت حقوقی | پیگیری انجام امور ثبتي و امور حقوقي و قراردادها حسب ارجاع مقام مافوق |

## **کارکنان**

در این بخش خلاصه­ای در مورد کارکنان، لیست آن­ها، فعالیت­های اجراییشان، میزان تحصیلات و تخصصشان ارائه می­گردد.

| ردیف | سمت | مقطع تحصیلی | رشته تحصیلی | سابقه کار |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | کارشناس محتوا | کارشناسی ارشد- دکتری | رشته های مرتبط با علوم پزشکی | 2 سال |
|  | کارشناس محتوا | کارشناسی ارشد - دکتری | روان شناسی | 2 سال |
| 2 | کارشناس فنی | کارشناسی ارشد- دکتری | مهندسی کامپیوتر | 2 سال |
| 3 | کارشناس اداری | کارشناسی ارشد | مدیریت، علوم ارتباطات، علوم اجتماعی | 2 سال |
| 4 | کارشناس مالی | کارشناسی ارشد | مدیریت مالی و حسابداری | 2 سال |
| 5 | کارشناس حقوقی | کارشناسی ارشد | حقوق | 2 سال |
| 6 | مشاور پزشکی | دکتری | پزشک عمومی | 2 سال |
| 7 | مشاور روان شناسی | دکتری یا کارشناسی ارشد | روان شناسی | 2 سال |
| 8 | مدرس حضوری | کارشناسی ارشد | حوزه مرتبط با روان شناسی یا علوم پزشکی | 2 سال |
| 9 | مدرس غیرحضوری | کارشناسی ارشد | حوزه مرتبط با روان شناسی یا علوم پزشکی | 2 سال |
| 10 | امور تدارکات | دیپلم | - | - |

# 

# **فصل سوم: تحلیل بازار و رقبا**

در این بخش صنعت و روندهایش براساس موراد زیر مورد بررسی قرار می­گیرد:

* بررسی ساختار جمعیت شناسی و روند آن
* ویژگی روانشناسی مصرف کننده
* ویژگی رفتاری مصرف کننده
* ارزیابی محیط کسب و کار با استفاده از الگوی PEST
* تغییرات محیط فیزیکی و روند آن
* اندازه صنعت
* موانع و محدودیت­های ورود به صنعت
* بازار هدف
* سهم بازار
* استراتژی های بازار
* سهم محصول
* تحلیل رقابتی
* ماتریس SWOT
* فرآیند خرید
* بخش بندی بازار
* موقعیت یابی در بازار
* تحقیقات بازار

## **بررسی ساختار جمعیت شناسی و روند آن**

مصرف کنندگان محصولات و خدمات این طرح مردم سراسر کشور می­باشند. با توجه به کیفیت و قیمت متعادل محصولات و خدمات ما و استفاده از سیستم مجازی، کلیه افراد در سراسر ایران امکان بهره­مندی از خدمات سامانه آریاس را دارند.

## **ویژگی روانشناسی مصرف کننده**

با توجه به اهمیت روز افزون ارتقای سلامت و خودمراقبتی در کاهش هزینه های درمان، محصول و خدمات سامانه آریاس به گونه­ای طراحی شده که کلیه نیازهای سلامت جسم و روح افراد را تأمین می­کند. ارائه خدمات آریاس به گونه­ای سازماندهی شده که کلیه ی نیازهای روحی و جسمی افراد سراسر کشور را در نظر می گیرد.

## ویژگی رفتاری مصرف کننده

بهره­مندی از به روزترین محتوای آموزش ارتقای سلامت، کیفیت بالای محتوای سلامت ارائه شده، روش های جديد ارائه خدمات بهداشتی، مراقبتی و آموزشی، بهره مندی از نیروهای متخصص و توانمند، در دسترس بودن آسان، قیمت پایین، برخورداری از خدمات پشتیبانی و مشاوره از ویژگی­هایی است که در تهیه سامانه آریاس به آن توجه فراوانی شده است.

## **ارزیابی محیط کسب و کار با استفاده از الگوی PEST**

الگوی PEST که بر مبنای تحلیل عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژیک استوار گردیده است و چارچوبی از عوامل کلان محیطی را که در ارزیابی محیطی بکار می­روند، تصویر می­کشد و در حوزه تحقیقات بازار، چشم­انداز مشخص از عوامل کلان محیطی که یک شرکت باید مدنظر قرار دهد، برای تحلیل محیط کسب و کار سامانه آریاس مورد استفاده قرار گرفته است. این تحلیل، ابزاری سودمند برای شناخت در زمینه رشد و افول بازار سلامت و بهداشت، موقعیت سامانه آریاس، ظرفیت­ها و مدیریت عملیات فراهم می­سازد.

### **ویژگی­‌های محیط سیاسی**

* **بی­خبر‌ماندن سرمایه­گذاران و اصحاب کسب و کار از روند وضع قوانین و سیاست­های جدیدِ مرتبط با رشته شغلی آنان:** این امر باعث نااطمینانی و عدم اطمینان در سرمایه­گذاران و در نتیجه عدم تمایل آن­ها به سرمایه­گذاری می­گردد.
* **بی­توجهی به نظرات سرمایه­گذاران و اصحاب کسب و کار در پروسه وضع قوانین و سیاست­های جدید:** متأسفانه در تدوین قوانین و سیاست­های مرتبط با کسب و کارها، به قوانین موردنیاز صاحبان کسب و کارها و سرمایه­گذاران توجه لازم نمی­شود.
* **حمایت و پشتیبانی دولت از بخش خصوصی:** با توجه به اهمیت سلامت، دولت پشتیبانی و حمایت های لازم را برای پیشبرد اهداف آریاس مبذول خواهد داشت.
* **امنیت حقوق مالکیت:** با وجود اهمیت امنیت حقوق مالکیت که به خصوص برای کارآفرینانی که دارای ایده­ و نوآوری­ در کارهایشان می­باشند، حائز اهمیت است، متأسفانه در حال حاضر در ایران حمایت لازم در این خصوص از کارآفرینان صورت نمی­گیرد.

### **ویژگی­‌های محیط اقتصادی**

* **منابع و مصارف سیستم بانکی:** یکی از چالش‌های پیش روی نظام بانکی کشور همواره مدیریت منابع(سپرده‌ها) و مصارف(تسهیلات ارزی و ریالی) بانک‌ها بوده است. افزایش نسبت تسهیلات به سپرده ها که در نتیجه سیاستهای انبساطی پولی و برداشت بی رویه بانک­ها از منابع بانک مرکزی اتفاق افتاد یک عامل مهم کاهش بهره‌وری این منابع و التهابات بازار دارایی هایی همچون طلا و ارز شد. از این رو این امر منجر به پایین آمدن بهره‌وری تسهیلات بانکی و التهاب بازارهای طلا و ارز گردیده و تأثیر منفی بر محیط کسب و کار گذاشته است.
* **نرخ تورم:** تورم یکی از عوامل مختل کننده فعالیت‌های اقتصادی است. افزایش نرخ بهره، کاهش ارزش پول ملّی و اختلال در قیمت­های نسبی از جمله پیامدهای تورم است. نرخ تورم در سال 1397 و براساس آمار مرکز آمار ایران، 9/15 درصد می­باشد.
* **نرخ بیکاری:** براساس گزارش سال 1396 مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری12.1 درصد می­باشد که اهمیت توجه به اشتغال زایی به صورت بنیادی را نشان می­دهد که در اهداف آریاس نیز اشتغال زایی اهمیت ویژه ای دارد.
* **گردش مالی:** حجم بالای گردش مالی در حوزه سلامت که طبق آمار حدود 30 میلیارد دلار برآورد شده است.

### **ویژگی­‌های محیط اجتماعی**

* **روند دسترسی به اینترنت:** استفاده از اینترنت در منزل و فراهم سازی فضای مجازی در کشور در حال توسعه و گسترش می­باشد.
* **تغییر الگوهای خرید مصرف کننده:** با گسترش نفوذ و استفاده از اینترنت و فضای مجازی، تمایل خانواده­ها برای استفاده از قابلیت­های متعدد این وسیله بیش از گذشته شده است و این بستری را برای حوزه سلامت و بهداشت هم فراهم کرده است.
* **افزایش نقش رسانه­های گروهی در ترویج ارتقای سلامت و بهداشت در جامعه:** با گسترش فرهنگ توجه به ارتقای سلامت از طریق رسانه­های گروهی نظیر رادیو، تلویزیون و نشریات، تمایل اعضای جامعه برای شناسایی این حوزه و فعالیت در آن بالا رفته است.
* **پویایی­های جمعیت:** رشد جمعیت و افزایش آن، بسیاری از فرصت­ها با صرفه­جویی ناشی از مقیاس را ایجاد می­کند. با توجه به نیاز تمام آحاد جامعه، ارائه خدمات در این گروه هدف عملی بوده و پیش­بینی می­شود، شاهد رشد تقاضا برای سامانه آریاس باشیم.

### **ویژگی­‌های محیط تکنولوژیکی**

* **تغییر شیوه­های آموزشی و ارایه خدمات سلامت:** پیشرفت سریع در تکنولوژی بر کسب و کارها در ایران همانند سایر کشورهای دنیا اثر گذاشته است. تغییرات تکنولوژیکی شیوه­های ارائه خدمات را تغییر داده است.
* **ارائه خدمات ارتقای سلامت با استفاده از تکنولوژی­های نوین:** روش­هایی هستند که در حوزه سلامت برای ارائه خدمات آسان و اثربخش به مردم سراسر کشور بکار گرفته می­شوند.

## **موانع و محدودیت­‌های ورود به صنعت**

* **فقدان فرهنگ استفاده از خدمات الکترونیک در سطح ملی**: عدم فرهنگ سازی مناسب توسط دستگاه­های ذیربط در جامعه در جهت توسعه آگاهی عمومی از مباحث خدمات الکترونیک مانع مهمی در این مسیر محسوب می­شود.
* **فقر اقتصادی جامعه و پایین بودن سطح آگاهی مردم به خدمات مجازی در کشور**.
* **حساس بودن حوزه سلامت و پزشکی:** کسب و کارهای مرتبط با حوزه سلامت به دلیل جبران ناپذیر بودن خسارات ناشی از اشتباهات از حساسیت بالایی برخوردار می باشند.
* **اعتماد سازی در جامعه پزشکی:** متقاعدسازی جهت جلب حمایت و جذب پزشکان برای گسترش سامانه یکی دیگر از موانع ورود به صنعت سلامت می باشد.

## **بازار هدف**

## **آمار توزیع جمعیتی**

با توجه به آمار و اطلاعات درصد نفوذ اینترنت در کشور حدود 82 درصد می باشد که بیش از نیمی از آنها به اینترنت با کیفیت مطلوب دسترسی دارند. با توجه به گزارش اقتصادنیوز، بر اساس اعلام مرکز آمار ایران، بر اساس نتایج حسابهای ملی فصلی بر مبنای سال پایه 1390 ،نرخ رشد محصول ناخالص داخلی ( به قیمت بازار) در سال 1396 ،3/7 درصد بوده است. گزارش مرکز آمار حاکی از این است که عمده رشد مدیون بخش غیرنفت است. چرا که رشد غیرنفت از رشد با نفت بیشتر و معادل 4/3 درصد برآورد شده است.

همچنین در بین بخش‌های مختلف اقتصادی، رشد خدمات 6/8 درصد بوده که شیب تندتری نسبت به دو گروه دیگر یعنی صنعت و کشاورزی داشته است. رشد فعالیت‌های کشاورزی و صنعت در سال گذشته یک و 1/6 درصد محاسبه شده است. لذا این امر باعث افزایش رونق فضای کسب و کار الکترونیکی آریاس و قدرت خرید مردم از خدمات آن خواهد شد.

**سهم بازار**

محاسبه جمعیت کاربران آریاس بر اساس رابطه رشد به صورت زیر انجام می­‎گیرد:

در فرمول بالا، جمعیت سال 95 و جمعیت سال 94 که در آن نرخ رشد جمعیت را نشان می­دهد که برای محاسبه آن از جمعیت کاربران آریاس در سال 1394 استفاده شده است:

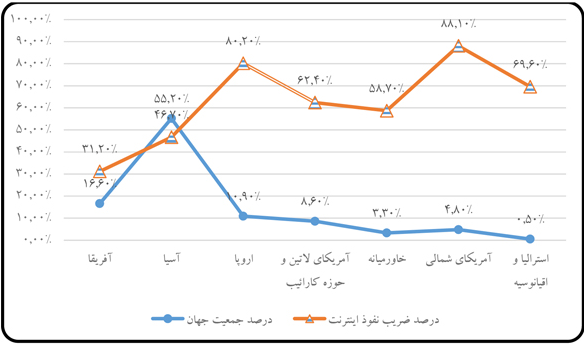
|  |  |
| --- | --- |
| تعداد جمعیت بالای 12سال در سال 1396 | 66.421.989 |

**محاسبه اندازه بازار در دسترس بالقوه**

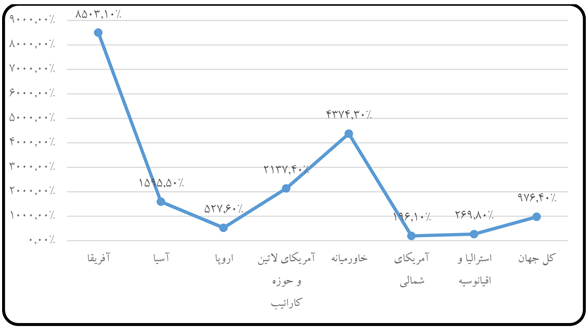
جهت محاسبه بازار در دسترس بالقوه ابتدا آمار مربوط به ضریب نفوذ اینترنت در در جهان و ایران را بررسی می­کنیم:

1. **ضریب نفوذ اینترنت در جهان**

آمارهایی که همه روزه از سوی وب‌سایت‌های وضعیت اینترنت جهان و همچنین آمارهایی که مرکز مدیریت توسعۀ ملی اینترنت در خصوص تعداد کاربران اینترنت ارائه می‌دهد، روند رو به رشد گسترش تعداد کاربران اینترنتی را در جهان و ایران نشان می‌دهد. این مسئله به این معناست که شبکۀ جهانی اینترنت توانسته است طی این سال‌ها ضریب نفوذ خود را در زندگی افراد افزایش دهد و به یکی از جنبه‌‌ها و ابعاد کاربردی و با اهمیت زندگی افراد تبدیل شود. کاربران اینترنتی ساعاتی چند در هفته یا ماه به استفاده از جنبه‌های مختلف اینترنت از قبیل جستجوی اخبار و اطلاعات، چک کردن ایمیل و نرم‌افزارهای ارتباطی و گفتگو، انجام خرید یا امور بانکی و اشتراک مطالب و موضوعات مورد نظرشان اقدام می‌کنند، بدین ترتیب اهمیت و کارکرد شبکۀ اینترنت در زندگی شهری امروز ما آن‌قدر شایان توجه است که می‌توان ادعا کرد در کلان‌شهری مانند تهران نبود اینترنت یا اختلال در آن می‌تواند زندگی ساکنین و بسیاری از فعالیت‌های شهری را با اختلال شدید و حتی وقفه روبرو کند.



ضریب نفوذ اینترنت در جهان در سال 2017



میزان رشد نفوذ اینترنت از سال 2000 تا 2017

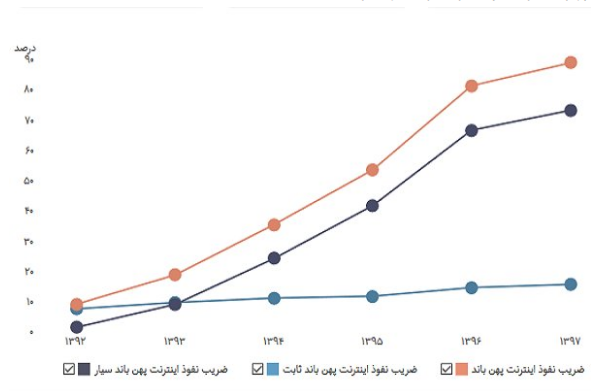
1. **ضریب نفوذ اینترنت در سال 97**

بررسی رگولاتوری نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت در ایران به مدد توسعه موبایل باندپهن به ۸۸.۸۶ درصد رسیده است. براین اساس ضریب نفوذ اینترنت پهن باند ثابت ۱۵.۷۰ درصد و ضریب نفوذ اینترنت موبایل ۷۳.۱۶ درصد عنوان شده است.

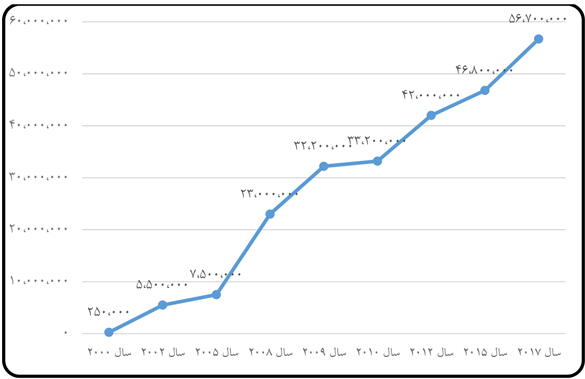
در این زمینه آمارها نشان می‌دهد که نفوذ اینترنت پهن باند ثابت (**ADSL**) در کشور به‌صورت خطی رو به رشد بوده اما نفوذ اینترنت موبایل با شیب صعودی به سرعت در حال حرکت است.

از لحاظ  فناوری‌های دسترسی به **اینترنت** نیز،اینترنت موبایل و فناوری‌های 3G و 4G با ۸۲ درصد دربرگیری در رده نخست قرار دارد.

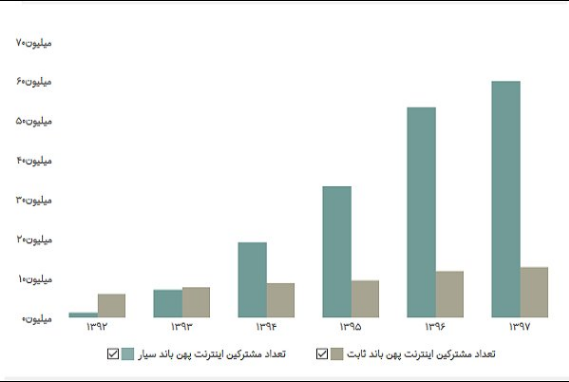
آمارها نشان می‌دهد که پس از **فناوری** نسل سوم و چهارم موبایل، ۱۲ درصد کاربران به اینترنت **ADSL** دسترسی دارند و ۳ درصد به اینترنت **وای فای** و ۲ درصد از طریق **TDLTE** به **اینترنت** وصل می‌شوند.



ضریب نفوذاینترنت در 5 سال اخیر در کشور



ضرییب نفوذ اینترنت در ایران براساس جمعیت



میزان رشد تعداد مشترکان اینترنت در ۵ سال اخیر

**محاسبه حجم بازار قابل دسترس**

حجم بازار قابل دسترس عبارت است از تعداد جمعیت بالای 12 سال که به اینترنت مناسب دسترسی دارند که با توجه به آمارهای فوق عبارت است از :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | سال 94 | سال 95 | سال 96 |
| تعداد جمعیت بالای 12 سال کشور | 66.111.320 | 66.240.305 | 66.421.989 |
| ضریب نفوذ اینترنت مناسب | 60/41% | 13/58% | 63/76% |
| تعداد کاربران بالای 12 سالی که به اینترنت دسترسی دارند (بازار قابل دسترس) | 27.502.309 | 38.505.489 | 50.899.170 |

همچنین با توجه به اطلاعات،آمار و ارقام ذکر شده، انتظار می رود تعداد کاربران بالای 12 سالی به اینترنت درسترسی دارتد در سال 97 رشدی ده درصدی نسبت به سال 96 داشته باشد.

## **محاسبه اندازه بازار سامانه آریاس**

محاسبه کل بازار بالقوه

در میان کاربرانی که می­توانند دسترسی به آریاس داشته باشند، باید ببینیم چند درصد، شرایط مختلف انگیزشی نظیر علاقمندی و توانایی مالی را دارند که می­توانند مشتری بالفعل ما باشند. برای محاسبه این تعداد، از روش پایین به بالا استفاده می­کنیم:

با توجه به قراردادهایی که هم­اکنون سامانه آریاس با تعدادی از سازمان ها و نهادها دارد و یا به صورت مستقیم به کاربران سرویس می دهد و نیز ارتباطاتی که با برخی از سازمان ها و نهادهای سلامت دارد، در ابتدای کار پیش بینی می شود میانگین جذب کاربران از این سازمان ها یک میلیون نفر است. با فرض دسترسی حداقل 80 درصد این افراد (باتوجه به پیشرو بودن این سازمان ها در ارائه خدمات به پرسنل، این درصد بالاتر است)، جمعیت کاربران بالفعل ما در سال اول حداقل 800 هزار نفر خواهد بود که نزدیک به 1.6 درصد از بازار در دسترس می­باشد.

البته این کمترین تقریب است چراکه علاوه بر بازاریابی از طریق سازمان ها و به واسطه شرکای طرح، از روشهای دیگر نیز بازاریابی می­شود و توسعه­ی بازار شرکا نیز کاملاً محتمل است. دقت شود که کاربران ما تنها سازمان ها نیستند بلکه افراد دیگر جامعه خود به تنهایی و بدون دخالت سازمان ها می توانند به عنوان کاربران آریاس باشند. در محاسبه بازار بالقوه آریاس، موارد اشاره شده در بالا مربوط به بخش B2B بازار آریاس بوده است، با توجه به میزان تبلیغاتی که در طرح برای جذب سازمان ها پیش­بینی شده حداقل رشد سالانه بازار را 0.5% فرض کردیم که جدول زیر به دست می­آید.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1397 | 1398 | 1399 |
| تعداد جمعیت بالای 12 سال کشور | 66.421.989 | 69.632.983 | 73.114.632 |
| تعداد کاربران بالای 12 سالی که به اینترنت دسترسی دارند (بازار قابل دسترس) | 50.899.170 | 56.402.717 | 62.147.437 |
| ضریب نفوذ سامانه­های مشابه سامانه آریاس در B2B | 1.6% | 2.1% | 2.6% |
| تعداد مشتریان بالقوه در آخر دوره | 814.387 | 1.184.458 | 1.615.833 |
| سهم بازار سامانه آریاس با در نظرگرفتن جذب سازمان ها | 100% | 80% | 70% |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره | 814.387 | 947.656 | 1.131.083 |

آریاس علاوه بر قرارداد با سازمان ها و نهادها، قادر به جذب انبوهی از کاربران خواهد بود که در جدول زیر آمده است. با توجه به میزان تبلیغاتی که در طرح پیش­بینی شده است و تحلیل هایی که از رفتار کاربران ارائه شد، حداقل رشد سالانه در میزان بالفعل شدن بازار را 10% فرض کردیم که جدول زیر به دست می­آید.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1397 | 1398 | 1399 |
| تعداد جمعیت بالای 12 سال کشور | 66.421.989 | 69.632.983 | 73.114.632 |
| تعداد کاربران بالای 12 سالی که به اینترنت دسترسی دارند (بازار قابل دسترس) | 50.899.170 | 56.402.717 | 62.147.437 |
| ضریب نفوذ سامانه­های مشابه سامانه آریاس | 20% | 30% | 40% |
| تعداد مشتریان بالقوه در آخر دوره | 10.179.834 | 16.920.815 | 24.858.975 |
| سهم بازار سامانه آریاس | 40% | 30% | 20% |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره | 4.071.933 | 5.076.244 | 4.971.794 |

اندازه بازار سامانه آریاس-(+B2C B2B)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1394 | 1395 | 1396 |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره (B2C) | 4.071.933 | 5.076.244 | 4.971.794 |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره (B2B) | 814.387 | 947.656 | 1.131.083 |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره | 4.886.320 | 6.023.900 | 6.102.877 |

## استراتژی توسعه‌ی بازار

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| شماره | استراتژی توسعه بازار | برنامه عملیاتی توسعه بازار |
| 1 | توسعه تکنولوژی با کاربری آسان | توسعه خدمات با اولویت نرم افزارهای تلفن همراه |
| بررسی مدام نیاز مشتری برای بروز رسانی تکنولوژی |
| بررسی مدام سایت های خارجی مشابه |
| ایجاد سامانه های کنترل و بازنگری سیستم |
| بروز رسانی مستمر دانش فنی |
| 2 | جذب سرمایه | عقد تفاهم نامه های همکاری های مشترک با موسسات ، وزارت خانه ها و نهاد های قانونگذار |
| طراحی راهبردهای سود جمعی |
| 3 | فرهنگسازی | هم آهنگي سازي تمامي حوزه هاي دخيل در امر عملياتي نمودن |
| آموزش مداوم |
| كارآمد سازي نيروهاي دخيل در اين امر |
| برنامه ريزي جهت ايجاد انگيزه براي عموم فرهنگ سازی جامعه |
| 4 | مشتری مداری و تضمین کیفیت | بررسی شکایات |
| نیازسنجی مشتریان |
| بهبود سیستم های فروش و پس از فروش |
| بهبود کیفیت خدمات و محصولات |
| دسترسی سهل و آسان مشتری به خدمات |
| توسعه واحد های پاسخ گویی و خدمات مشتری و فروش |
| انطباق خدمات با استانداردها روز دنیا |
| 5 | توسعه کیفی خدمات و محصولات همزمان با توسعه کمی آن | جامعیت و تنوع موضوعی خدمات |
| استفاده از نیروی انسانی(مشاور) مجرب |
| ایجاد سامانه های کنترل و بازنگری خدمات و محصولات |
| توسعه خدمات و محصولات جدید |
| ایجاد فرایندهای بهبود مستمر |
| برنامه ریزی و کنترل عملکرد |
| 6 | برندسازی | تدوین استراتژی |
| ثبات در تبلیغات |
| سرمایه گذاری |
| توسعه شاخص های دسترسی مشتری به خدمات و محصولات |
| طراحی استانداردها |
| استفاده از پتانسیل متفاوت برای برندینگ |
| 7 | توسعه سیستم ها و سامانه های مدیریتی | ایجاد سامانه های کنترل و بازنگری |
| ایجاد سامانه های تحلیل مشتری |
| توسعه سیستم های فروش و پس از فروش |
| توسعه سیستم های کنترل عملکرد و پروژه |
| 8 | ایجاد بانک جامع اطلاعاتی | حفظ سوابق و اطلاعات کاربران |
| حفظ سوابق تامین کنندگان محتوا |
| حفظ سوابق مشاوران همکار |
| ثبت نیاز های کاربران |
| شناسایی جمعیت مخاطب |
| ثبت تجربیات مشاوران و کاربران |
| 9 | حفظ موقعیت رقابتی در بازار | انطباق خدمات با استانداردهای روز دنیا |
| ارائه خدمات با قیمت مناسب |
| نیازسنجی مشتری |
| افزایش رشد فروش |
| استفاده از تامین کنندگان محتوای متعدد |
| برند سازی |
| توسعه خدمات |
| توسعه سیستمهای فروش و پس از فروش |

## تشريح بازار محصول

کاربران و مشتریان سامانه آریاس به دو دسته کاربران عمومی و کاربران سازمانی تقسیم می شوند.

**الف: کاربران عمومی:**

اساس کار سامانه تشکیل پرونده سلامت برای اعضای جامعه است. لذا کل جامعه هدف سامانه میتواند جمعیت کشور باشد که امکان استفاده از خدمات سامانه را دارند. سامانه آریاس تلاش دارد تا در سال اول فعالیت تنها در این حوزه فعالیت نماید.

**ب: کاربران سازمانی:**

کلیه سازمان های با پرسنل ثابت، دانشجویان و وزارتخانه های متولی و ارگان های نظامی و انتظامی میتوانند جزیی از مشتریان این سامانه باشند. این سامانه قابلیت دارد تا با تشکیل پرونده سلامت سازمانی، بعنوان پلت فرم ارائه سرویس های سلامت به سازمان ها فعالیت نماید. سامانه آریاس تلاش خواهد داشت تا در سال دوم فعالیت، در این حوزه ورود پیدا نماید. هم چنین پیش بینی می شود فرصت جذب در میان نهادها و سازمان هایی از جمله، شهرداری، بانک ها، وزارت نفت، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت بهداشت، درمان و علوم پزشکی محتمل تر می باشد.

## **تحلیل رقابت**

رقبای اصلی سامانه آریاس به شرح زیر می­باشد:

1. **سلامت یار- http://www.salamat-yar.ir/:** سیستم سلامت یار سامانه ای است با هدف ارتقاء سطح آگاهی مردم کشور در زمینه بیماری های پوکی استخوان، دیابت، فشار خون، چربی خون، بیماری های قلبی عروقی و سرطان تهیه شده است.که دارای سه نوع طرح برای تحت نظر بودن علائم حیاتی اشخاص می باشد. این سه طرح شامل :

الف-پایش پیشگیری: هدف از طرح پایش پیشگیری تحت نظر بودن علائم حیاتی فرد سالم توسط یک پزشک می باشد تا هرگاه علائم حیاتی فرد از حد مشخص شده توسط پزشک خارج شد، دستورات لازم برای او ارسال شده و یا از او درخواست گردد تا به پزشک مراجع نماید.

ب- پایش دیابت

ج- پایش فشارخون است.

در این سامانه افراد با ارسال پیامک هر یک از مقادیر فشار خون، ضربان، قند و دمای بدن که توسط وسایل خانگی خود اندازه گرفته اند را به سیستم سلامت یار ارسال نموده و از این طریق تحت نظر پزشک سلامت یار خواهند بود. سلامت یار اطلاعات دریافت شده از طرف افراد را تحلیل نموده و در اختیار پزشک تعیین شده قرار می دهد. پزشک مربوطه نیز پیشنهاداتی را برای در قالب موارد زیر ارائه می نماید:

* فراخوانی به مطب
* ارسال دستورات ورزشی
* ارسال دستورات غذایی
* تغییر در میزان مصرف دارو
* تجویز داروی جدید

|  |  |
| --- | --- |
| نقاط قوت نسبت به آریاس | نقاط ضعف نسبت به آریاس |
| وجود بسته های محتوایی طبقه بندی شده شامل:   * سرویس پایش بیماران قلبی و عروقی * سرویس مراقبت دوران بارداری * سرویس پایش و پیشگیری (خودمراقبتی) * سرویس پایش دیابت | قیمت بالا   * سرویس پایش بیماران قلبی و عروقی   30 روز، 45 هزار تومان  90روز، 120 هزار تومان  180 روز، 240 هزار تومان   * سرویس پایش و پیشگیری   90 روز، 40 هزار تومان  180 روز، 70 هزار تومان  30روز، 15 هزار تومان   * سرویس پایش دیابت   30 روز، 15 هزار تومان  180 روز، 80 هزار تومان  365 روز، 180 هزار تومان |
| طراحی وب سایت | کارا نبوده شیوه ثبت نام |
| تبلیغات محیطی بالاتر نسبت به آریاس در فضای حقیقی | رتبه پایین سامانه |
|  | سابقه کمتر نسبت به آریاس |
|  | ارتباطات کمتر با سازمان ها و انجمن ها |
|  | عدم شفافیت اطلاعات سامانه |

1. **شفاجو- http://shafajoo.com/:** سیستم شفاجو سامانه است که در جهت افزایش آگاهی افراد نسبت به موضوع بهداشت و سلامت، بهبود ارائه خدمات پزشکی، ایجاد جریان آزاد اطلاعات و شفافیت در این حوزه به ارائه خدمت می پردازد. هدف این سامانه افزایش سطح سلامت و کیفیت زندگی عموم افراد جامعه است.

شفاجو برای پزشکان و مراکز درمانی بستری را فراهم می کند تا آنها بتوانند از علم فناوری اطلاعات کمک گرفته، و خدمات خود را آسانتر، مؤثرتر و در زمان کمتر به انجام برسانند. برخی از خدمات شفاجو در این زمینه:

* معرفی هدفمند و مؤثر پزشکان و مراکز درمانی
* نوبت دهی آنلاین
* مشاوره آنلاین
* انتشار به روزترین مطالب سلامتی
* پرسش و پاسخ پزشکی
* پادکست های شفاجو

|  |  |
| --- | --- |
| نقاط قوت نسب به آریاس | نقاط ضعف نسبت به آریاس |
| وجود مطالب طبقه بندی شده در حوزه های مختلف سلامت | استفاده از سامانه جهت اهداف تبلیغاتی |
| امکان جست و جوی پزشکان در سراسر کشور | عدم ارتباط با انجمن ها و سازمان ها |
| سابقه بیشتر نسبت به آریاس | Load time بالا (کندی سامانه) |
| Ranking بهتر نسبت آریاس | صفحه مخصوص پزشکان برای آریاس رایگان بوده و برای شفاجو به صورت غیررایگان و با پرداخت هزینه می باشد. |
|  | طراحی ضعیف وب سایت |

1. **هفت سیب - http://www.7sib.ir/fa/ :** سامانه هفت سیب در راستای ایجاد ارتباط بین تمامی فعالین حوزه سلامت کشور اعم از جوامع علمی- پژوهشی- اقتصادی- صنفی و همچنین با هدف سرعت بخشیدن در اطلاع رسانی و ارتباط با مخاطبین دوستار سلامت، راه اندازی شده و در راستای ارتباط حضوری ميان جامعه بيماران، مراكز درماني و افراد درمانگر به حداقل رسیده و ارائه خدمات درمانی برای تمامی اقشار جامعه گام بر می دارد.

هم چنین ارائه اطلاعات و آموزش‌هاي بهداشتي و ارتقاء سطح سلامت عموم مردم از طريق رسانه‌ها و فناوري اطلاعات، دستیابی به سطوح بالاتر سلامت و بهداشت در جامعه از اهداف هفت سیب می باشد. از جمله فعالیت‌های سامانه هفت سیب برگزاری نمایشگاه و جشنواره جامع سلامت و با هدف معرفی این مجموعه با ارزش و ارائه محصولات سلامت می‌باشد که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به طب سنتی ایرانی، مکمل‌های غذایی و درمان، ورزش و محصولات تندرستی، تجهیزات پزشکی و سلامت اشاره کرد.

|  |  |
| --- | --- |
| نقاط قوت نسبت به آریاس | نقاط ضعف نسبت به آریاس |
| نمایش تصاویر 3 بعدی اعضای بدن | عدم طبقه بندی خدمات ارائه شده |
| داشتن برنامه سلامت برای کودکان | استفاده از سامانه جهت تبلیغات |
|  | عدم ارتباط با انجمن ها و سازمان ها |

1. **طب بوک- http://www.tebbook.com/:** سامانه طب بوک شبکه اجتماعی تخصصی جامعه پزشکی می باشد. لذا تمامی اعضای این سایت می توانند مطالب خود را در این سایت ارسال نمایند. در طب بوک چند نوع مطلب از قبیل متن، عکس، موزیک و ... را می توان به اشتراک گذاشت. این سایت حاوی اطلاعات دنیای پزشکی و اخبارهای صنعت پزشکی است. همچنین به معرفی خدمات و مراکز درمانی پرداخته است. و مانند برخی سایت­ها اجتماعی مانند فیس بوک قابلیت چت کردن نیز وجود دارد.

معرفی پزشک، معرفی بیمارستان و سایر اماکن پزشکی، معرفی داروها و تجهیزات پزشکی، بحث در مورد بیماریها، روشهای درمانی ( طب سنتی ، طب سوزنی ، هومیوپاتی و ...)، داروها و عوارض انها، خواص خوراکیها و درمان با انها، مسایل صنفی و مرتبط با مشاغل پزشکی ، خاطرات پزشکی ،پرسش و پاسخ ،تست های روانشناسی و آزمون های پزشکی ، بیان تجربیات شخصی ، نظرسنجی در مورد خدمات ، مشاوره و ... هر مطلبی که به بحث های بهداشت و سلامت مربوط می گردد نیز از قابلیت های دیگر طب بوک می باشد.

|  |  |
| --- | --- |
| نقاط قوت نسبت به آریاس | نقاط ضعف |
| به اشتراک گذاشتن نظرات متخصصین | عدم جذابیت سامانه |
| کاریابی | نامشخص بودن خدمات ارائه شده در سامانه |

5-تله طب

|  |  |
| --- | --- |
| نقاط قوت نسبت به آریاس | نقاط ضعف |
| ورود زودتر به بازار | عدم همکاری با تیم پزشکی مجرب |
| پرونده سلامت | عدم تشکیل پرونده سلامت |
| درمان در منزل | عدم برنامه برای این حوزه |

در پیوست شماره یک سایر اپلیکیشن ها در بازار ایران مورد بررسی قرار گرفته است.

## **تحلیل فضای بین‌المللی**

در ادامه نمونه­هایی از سایت­های بین­المللی که دارای فعالیتی مشابه با سامانه آریاس می­باشند، ارائه شده است.

1. **WebMD**

WebMD یکی از مشهورترین سامانه­های سلامتی است این سایت نیز خدمات PHR را به صورت رایگان ارائه می­دهد. یکی از مزایای PHR ارائه ابزار پیش فعال نظارت سلامتی است که به کمک آن شما می­توانید ریسک­های سلامتی خود را کاهش داده و شیوه زندگی بهتری را به شما ارائه می­کند خدمات این سامانه عبارتند از:

* **HealthQuotient**

این قسمت یک سیستم ارزیابی پیشرفته سلامتی است که به سلامت امتیاز می­دهد و متناسب با آن امتیاز توصیه نامه­هایی ارسال می شود.

* **Health Record**

در این بخش می­توان علاوه بر اطلاعات خود، اطلاعات دیگر اعضای خانواده را وارد نمود و برآنها نظارت داشت.

* **Health Trackers** **undefined**

**ابزار گرافیکی که روند تغییرات پارامترهای مهم سلامتی در طول زمان نشان می­دهد.**

* **Child Health Manager**

**پدر و مادرها می­توانند روند رشد و سلامتی فرزند خود را تا 6 سالگی در این سامانه نظارت و کنترل کنند. همچنین می­توان با معرفی این سامانه به شرکت خود، خدمات بهداشتی سلامت را برای تمام کارکنان شرکت خود فراهم کرد**.

1. **Doctor On Demand**

شاخه فعالیت: مراقبت و درمان - روانشناسی – مشاوره – درمان شناسی

سال تاسیس: 2012

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 59 میلیون دلار در 6 دور سرمایه گذاری (توسط FirstTime-Soft Bank– Qumra Capital) – بذرمایه و سری A و B و C

تعداد نصب: بیش از 100 هزار نصب در گوگل پلی

درآمد سالانه: 1.8 میلیون دلار

مدل درآمدی: حق اشتراک

شرکت Doctor On Demand یک استارت آپ آمریکایی است و راه حلی که ارائه داده است، دورپزشکی به وسیله ویدئو می باشد. هیچ شکی در این نیست زمانی که بیمار هستید و روی تخت به استراحت می پردازید، در هر ساعتی از شبانه روز حتی ساعت 2 پس از نیمه شب، بتوانید با یک پزشک متخصص با استفاده از موبایل خود صحبت کنید و یا از طریق ویدئو او را ببینید.

شما هر زمان که بخواهید و بدون اینکه در صف انتظار کلینیک ها زمانی را از دست دهید، می توانید در طی چند دقیقه به پزشکان مجرب و متخصص به صورت آنلاین از ویدئوهای گوشی های هوشمند یا رایانه خود متصل شوید. شما در طول 7 روز هفته و 24 ساعت شبانه روز بسیار سریعتر و ارزانتر از رفتن به مطب یا درمانگاه می توانید با پزشک خود چت نمایید و درست شبیه ویزیت شخصی، پزشک به صحبتهای شما گوش داده و به تشخیص بیماری می پردازد و درصورت نیاز برای شما آزمایشات یا توصیه های درمانی تجویز خواهد کرد.

خدمات این اپلیکیشن شامل پاسخ و درمان بسیاری از بیماریها از سرماخوردگی تا بیماریهای مزمن می باشد. این اپلیکیشن تنها در مورد درمان بیماریها نمیباشد بلکه در برخی مواقع ممکن است شما به دنبال اقدامات پیش گیری از بیماری های محتمل باشید. به طور مثال بخواهید سیگار را ترک کنید یا وزنتان را کاهش دهید، در این موارد نیز می توانید با متخصصان حرفه ای صحبت کرده و مشورت بگیرید.

1. **CareMessage**

شاخه فعالیت: مراقبت و درمان – موبایل سلامت – پیام رسان - بیمارستان

سال تاسیس: 2012

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 19.1 میلیون دلار در 4 دور سرمایه گذاری (توسط Y Combinator – Google.org) – بذرمایه و سری A و B

تعداد بازدید: بیش از 5363 بازدید ماهیانه

درآمد سالانه: 9.4 میلیون دلار

مدل درآمدی: فروش پلتفرم

ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی در نظر دارند مراقبت های با کیفیت را با روش کارآمد و با هزینه ای مقرون به صرفه ارائه دهند، اما محدودیت های کارکنان و روش های سنتی اغلب این توانمندی را از ارائه دهندگان گرفته است. از منظر این ارائه دهندگان خدمات بهداشت و درمان، مراقبت از بیماران، به ویژه آنهایی که در اثر کمبود و نواقص در نوع درمان تحت تاثیر قرار گرفته اند، خود می تواند یک بار اضافی بر محدودیت های مذکور باشد.

فناوری های جدید سلامت اغلب با این فرض طراحی شده اند که تمام کاربران یکسان هستند، دسترسی به تکنولوژی دارند و انگلیسی زبان هستند. این تفکر که " یک رویکردِ یکنواخت مناسب همه می باشد"، کار نمی کند. شرکت CareMessage، جهانی را در نظر می گیرد که در آن سازمان های بهداشتی را به منظور ارائه خدمات مراقبت های بهداشتی با کیفیت بالا صرف نظر از محل و منابع، و در عین حال بهبود درمان همه بیماران، توانمند سازد. آنها در نظر گرفته اند که در آمریکا، افراد با درآمد کم و تحصیلات پایین بیشتر از افراد دیگر از پیام های متنی استفاده می کنند تا ایمیل یا پورتال بیمار.

CareMessage به ارائه دهندگان مراقبت های بهداشتی کمک می کند تا با استفاده از پیام های متنی و صوتی با بیماران ارتباط برقرار کند. برنامه وب CareMessage این موضوع را برای درمانگاه ها آسان می سازد تا به طور منظم با بیماران خود در تماس باشند. این برنامه با ارسال پیام های متنی برای یادآوری قرار ملاقات های بعدی و یا آموزش آنها در مورد فعالیت های مرتبط با سلامت بیمار، سواد بهداشتی و عملکرد بهتر به ویژه برای بیمارانی که در معرض خط می باشند، افزایش می دهد.

این شرکت با استفاده از اصول طراحی جهانی، موجب بهبود سلامت جمعیتی که با کمبود امکانات مواجه هستند می شود. مشتریان این شرکت که ارائه دهندگان خدمات بهداشت و درمان می باشند از CareMessage برای برقراری ارتباط و انتقال اطلاعات مهم سلامت و بهداشت به افراد بیمار استفاده می کنند. این مراکز در طی مسیر کاریِ خود تنها نبوده و تیم این شرکت در ایجاد بهترین استراتژی برای رسیدن به بیماران در تلاشند. از یادآوری قرار ملاقات ها تا آموزش سلامت و بهداشت، این شرکت با سازمان های مراقبت های بهداشتی همکاری می کند. از اولین پیام تا ارزیابی موفقیت سازمان، در هر مرحله همراه شما خواهد بود. تیم مجرب این شرکت به شما کمک می کنند تا معیارهای موفقیت خود را ابتدا تعریف نمایید و شما را در آن مسیر راهنمایی کرده و از اطلاعاتی که از مشتریان شما (بیماران) دریافت می کند، موفقیت شما را ارزیابی می نماید. این شرکت جریان کاری در سازمان شما را به بهترین شکل و بدون کوچکترین اختلال در رویه های موجود تعریف می کند.

1. **HealthTap**

شاخه فعالیت: مراقبت و درمان – اینترنت - پزشکی

سال تاسیس: 2010

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 88.3 میلیون دلار در 6 دور سرمایه گذاری (توسط Kholsa Ventures – Mayfield Fund...) – بذرمایه و سری A و B

تعداد نصب: بیش از 1 میلیون نصب

درآمد سالانه: 8.8 میلیون دلار

مدل درآمدی: حق اشتراک

شرکت HealthTap استارت آپی در آمریکا، دارای خدمات متفاوتی برای مشتریان خود می باشد. با بانک اطلاعاتی بیش از 6.5 میلیارد پاسخ پزشکان، این شرکت این امکان را به کاربران خود می دهد تا پاسخ سوالات پزشکی خود را به راحتی جستجو نمایند. همچنین اخبار و توصیه های مفید پزشکی به طور روزانه در این برنام قرار می گیرد و کاربران می توانند آنها را دنبال نمایند. دسترسی به آخرین نشریات و کتاب های پزشکی، دسترسی به اپلیکیشن های مختلف در زمینه پزشکی و... از ویژگی های این اپلیکیشن می باشد.

عمده ترین خدمات این اپلیکیشن:

* پاسخ سریع، مورد اطمینان و شخصی سازی شده رایگان از بانک اطلاعاتی
* ارسال سوالات تخصصی شما به پزشکان با بیش از 141 تخصص و دریافت پاسخ به صورت اختصاصی برای شما
* فراهم نمودن چت متنی یا ویدئویی با یک پزشک برای راهنمایی، توصیه، تجویز و آزمایشات

1. **Bwell**

شاخه فعالیت: مراقبت و درمان – پرونده الکترونیک سلامت – سلامت شخصی – تحلیل پیش بین

سال تاسیس: 2015

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 10.7 میلیون دلار در 2 دور سرمایه گذاری (توسط Capital Factory-Sam Melamed) – بذرمایه

تعداد بازدید: 7226 بازدید ماهیانه

مدل درآمدی: حق اشتراک

ماموریت شرکت b.well کاهش شیوع بیماری مزمن، و همچنین ساده، شخصی و مقرون به صرفه نمودن مراقبت های بهداشتی می باشد. آنها تجربه سلامتی که مستحق آن می باشید را به شما هدیه می دهند. این خدمات از طریق یک اپلیکیشن ارائه می شوند که تمام اطلاعات سلامت کاربران را ذخیره نموده و همانند یک دستیار شخصی در تمام امور مربط به سلامتی فرد از مدیریت هزینه تا معرفی پزشک، همراه کاربر می باشد. یکی از خدمات این اپلیکیشن ذخیره و اشتراک اطلاعات سلامت افراد می باشد، بدین معنی که کاربران می توانند تمام سوابق پزشکی خود و خانواده خود و حتی اطلاعات بیمه را در این اپلیکیشن مدیریت نمایند و این اطلاعات را با خانواده و پزشک خود به اشتراک بگذارند. خدمت دیگر این اپلیکیشن مدیریت مالی فرآیند درمان و سلامتی می باشد که بدین وسیله کاربران می توانند هزینه های مراقبت بهداشتی خود را مدیریت نمایند. به طور مثال می توانند قیمت های داروهای تجویز شده در نسخه را در داروخانه های متعددی ببینند. این برنامه همچنین با پوشیدنی های متعددی مانند پایش فعالیت های ورزشی، خواب و تغذیه قابلیت تطبیق داشته و می تواند اطلاعات را از آن ابزارها گرفته و ذخیره نماید.

این اپلیکیشن نیز همانند اپلیکیشن های دیگر امکان تعیین هدف سلامتی از سمت کاربر را دارا بوده و در صورت رسیدن به هدف تعیین شده، کاربران امتیاز و جایزه دریافت می کنند و همچنین بازی های درون برنامه موجب تغییر رفتار و اصلاح عادت های اشتباه افراد می شود.

1. **Practice fusion**

شاخه فعالیت: پرونده الکترونیک سلامت – مراقبت و درمان - پزشکی

سال تاسیس: 2005

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 157.5 میلیون دلار در 12 دور سرمایه گذاری (توسط ORIX Growth Capital- Artis Ventures- Band of Angels ...)– سری D و E

تعداد بازدید: بیش از 2844519 بازدید ماهیانه

درآمد سالانه: 100 میلیون دلار

مدل درآمدی: حق اشتراک

Practice fusion استارت آپی در زمینه پرونده های الکترونیک سلامت می باشد. این شرکت با طراحی پرونده های الکترونیکی سلامت بر پایه سرورهای ابری، می تواند این پرونده ها را در اختیار پزشکان و ارائه دهندگان خدمات بهداشت و درمان قرار دهد. این پلتفرم دارای مجموعه بسیار زیادی از اطلاعات پزشکان بوده که بیماران می توانند به راحتی نسبت به رزرو وقت در آن اقدام نمایند.

کار کردن با این پلتفرم به این صورت است که پس از تعیین وقت ملاقات با پزشک مورد نظر، یک پروفایل که تشکیل دهنده پرونده الکترونیک سلامت بیمار می باشد بوجود می آید و پزشک می تواند پس از معاینات خود شرح مشکلات بیمار و نتایج معاینه و تجویزات خود را در آن وارد نماید. علاوه بر این خدمات، این پلتفرم همانند یک سیستم کمک تصمیم گیری پزشکی در اختیار متخصصان قرار دارد. بدین معنی که به محض وارد کردن اطلاعات بیمار توسط پزشک، اطلاعات معاینات و تجویزات سایر پزشکان درمورد آن بیماری به نمایش درآمده و از این طریق پزشکان می توانند نتایج معاینات و داروهای تجویز شده در مورد بیماری مشابه را ملاحظه نمایند. همچنین این پلتفرم به مداخلات دارویی داروهای تجویز شده در نسخه پرداخته و نسخه را به صورت آنلاین در اختیار داروخانه ها قرار می دهد.

1. **Patientslikeme**

شاخه فعالیت: بهداشت و درمان – پزشکی - تندرستی

سال تاسیس: 2004

محل فعالیت: آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 127 میلیون دلار در 5 دور سرمایه گذاری (توسط iCarbonX – Collaborative Seed & Growth Partners- Omidyar Network...)– سری A و VC

تعداد دانلود: بیش از 2680 دانلود ماهیانه

درآمد سالانه: 23.7 میلیون دلار

مدل درآمدی: فروش اطلاعات

زندگی با یک وضعیت سلامتی تهدید آمیز، باعث انزوا می شود. شما با Patientslikeme می توانید در هفت روز هفته و به طور 24 ساعته به یک محیط امن برای پرسیدن سوالات و یادگیری از افرادی که وضعیتی شبیه به وضعیت شما دارند، دسترسی داشته باشید. این برنامه یک سیستم پشتیبانی بوده که شما می توانید هر جایی که می روید از آن استفاده نمایید.

این شرکت بزرگترین شبکه بهداشت شخصی سازی شده در جهان می باشد که به افراد کمک می کند تا گزینه های جدیدی برای درمان خود پیداکنند، با دیگران ارتباط برقرار ساخته و بهبود نتایج درمانی خود را افزایش دهند. این شرکت با شرکتهای دارویی بزرگ و طیف وسیعی از سازمان های دولتی کار می کند تا صدای بیماران را به تحقیق و توسعه و سیاست عمومی تبدیل نمایند. این سایت با بیش از 600 هزار عضو، یک منبع قابل اعتماد برای اطلاعات بیماری در جهان واقعی و یک منبع بالقوه قوی برای تحقیق بشمار می رود که بیش از 100 مطالعه تحقیقاتی را به چاپ رسانده است.

این وب سایت یک پلتفرم به اشتراک گذاری اطلاعات سلامتی بیماران می باشد. با به اشتراک گذاشتن اطلاعات خود در این سایت، می توانید به پاسخ پرسشهایی که در رابطه با بیماری خود دارید برسید و دانش جدیدی در مورد آن بدست اورید.

1. **Ada Health**

شاخه فعالیت: اپلیکیشن – هوش مصنوعی – سلامت شخصی – موبایل سلامت – تشخیص بیماری

سال تاسیس: 2011

محل فعالیت: آلمان

میزان سرمایه گذاری: 69.3 میلیون دلار در 3 دور سرمایه گذاری (توسط Access Technology Ventures – June Fund – Cumberland VC ...) – سری A و گرنت و فرشتگان

تعداد نصب: بیش از 1.500.000 نصب

درآمد سالانه: 3 میلیون دلار

مدل درآمدی: فروش خدمات و اطلاعات به ارائه دهندگان خدمات سلامت و درمان

Ada یکی از اپلیکیشن های پزشکی با رشد بسیار بالا در جهان در سال 2017 می باشد. در یک محیط چت، به افراد کمک می کند تا بیماری های خود را رمزگشایی کنند و سپس آنها را با پزشکان واقعی متصل می کند. چشم انداز آنها برای شش سال توسعه، بهبود دسترسی به مراقبت های بهداشتی در سطح جهانی می باشد، با این ایده که در آینده، هوش مصنوعی شروع به شخصی سازی مراقبت های بهداشتی نموده و تشخیص بیماری یک فرد را به اطلاع پزشک می رساند.

آدا توسط بیش از 100 پزشک و دانشمند توسعه یافته است و هزاران علائم و بیماری را از بیماری های سرماخوردگی تا نادر می شناسد. این اپلیکیشن به این صورت کار می کند که پس از وارد شدن به آدا، علائمی که شما را نگران کرده است را بازگو می نمایید. سپس یک سری سوالات شخصی و ساده از شما پرسیده می شود. پس از پاسخ شما، آدا تشخیص می دهد که شما چه بیماری دارید یا چه قسمت هایی از بدن دچار مشکلاتی شده است. در مرحله آخر و بسیار سریع، اطلاعاتی مرتبط با شما در اختیارتان قرار می دهد. این اپلیکیشن بسیار دقیق بوده و اطلاعات را مختص شما ارائه می دهد.

1. **Google Health**

این سامانه در سال 2008 سرویس خدمات آنلاین سلامت خود را راه­اندازی کرده و در بازه­ی کوتاه مدتی توانست کاربران زیادی را جذب کند. همچنین این شرکت با پزشکان و ارائه دهندگان مراقبت­های بعداشتی و شرکت­های نرم افزاری که توانایی ایجاد اپلیکیشن­های متصل به وسایل الکترونیکی ثبت علائم حیاتی بدن همکاری داشته است. این سامانه می­تواند با اجازه کاربر اطلاعات پزشکی کاربر را در اختیار دیگر سازمان­های مراقبت کننده پزشکی مانند بیمارستان­ها، دفاتر بیمه و پزشکان معالج مرتبط با فرد به صورت اتوماتیک قرار دهد. بنابراین به کمک این سامانه می­توان زمان انتقال داده­های پزشکی به مراکزی که به این داده­ها نیاز دارند صرفه جویی قابل توجهی ایجاد کرد.

در صورتی که کاربر تمایل داشته باشد به صورت مرتب اخطارهایی مانند افزایش یا کاهش سطح کلسترول خون، وزن بدن، قند خون و ... را دریافت کنید سامانه WebMD سرویس بهتری را نسبت به گوگل در اختیار کاربر قرار می­دهد. اما باید توجه داشت این سامانه می­تواند اپلیکیشن­هایی در حوزه سلامت و ثبت اطلاعات پزشکی که نیاز دارید را برای شما فراهم کند.

سادگی کارکردن با این سامانه نیز یکی دیگر از مزایای آن می­باشد و هر کاربر با 2 یا 3 کلیک می­تواند به اطلاعات پزشکی خود دسترسی پیدا کند و یا آنها را به روز رسانی کند. این سامانه اطلاعات پرونده پزشکی، آلرژی­ها، نتایج آزمایش­ها و.... را ذخیره می­کند تا هر زمان که شما نیاز داشتید آن را در اختیار پزشک معالج یا شرکت بیمه خود قرار دهید.

1. **Microsoft HealthVault**

مایکروسافت سیستم دیگری را نیز طراحی کرده است به نام My health Info که برای کاربران داشبوردی به صورت طبقه بندی شده از تمام اطلاعات سلامتی فراهم می­کند که کاربران به راحتی به این اطلاعات از قبیل فشارخون، BMI، آلرژی، نتایج آزمایشگاهی و... دسترسی داشته باشند. همچنین مقالاتی درباره سلامتی وجود دارد . این سرویس ابزارها و گجت­هایی برای سازمان­دهی و کنترل اطلاعات پزشکی ذخیره شده را فراهم می­کند. این سامانه به خدماتی مانند آگاهی از آخرین اخبارسلامت، مشاوره از پزشکان متخصص، آموزش مسائلی مانند تغذیه و نظارت بر شرایط مانند فشارخون بالا و دیابت را فراهم می­کند.

1. [**Patient Ally**](http://patientally.com/)

خدمات این سامانه عبارتند از:

* پیگیری روند گزارشات پزشکی به صورت رایگان
* برنامه­ریزی، لغو و تغییر قرار ملاقات با پزشک خود به صورت آن لاین
* برقراری ارتباط امن با پزشک خود
* درخواست صدور نسخه الکترونیکی
* فضایی امن برای ذخیره سازی و انتقال داده­های پزشکی
* قابلیت درخواست و مشاهده نتیجه آزمایش از پزشک خود

دفتر Ally که دارای 10 سال سابقه در صنعت پزشکی است سرمایه گذار Patient Ally است با این سامانه 264000 پزشک و 2300 شرکت بیمه همکاری می­کنند.

1. **Practice Fusion**

این سامانه در سال 2005 تاسیس شده است ماموریت آن ارتباط بین پزشک و بیمار و اطلاعات برای داشتن وضعیت سلامتی بهتر است این سامانه که دارای مدل Cloud\_base است دارای سرویس EHR است. این سامانه شبکه گسترده­ای است که بیماران، پزشکان، آزمایشگاه­ها، مراکز تصویربرداری پزشکی و... را به یکدیگر متصل نموده است و به کمک این سامانه به سرعت می­توان به پرونده پزشکی فرد که توسط دکتر به روز رسانی شده است دسترسی پیدا کرد.

می­توان به کمک این سامانه از روند هزینه­های پرداختی در حوزه مرتبط با سلامت آگاهی پیدا نمود و اطلاعات حساب بیمه را مشاهده کرد.

مهم­ترین سرویس­هایی که این سامانه برای بیمار ایجاد می­کند ارتباط با پزشک خود و بهبود وضعیت سلامت آن می­باشد. و مهم­ترین سرویس برای پزشک افزایش عملکرد و تجربه با برنامه ریزی آنلاین است.

1. **healthTrio**

HealthTrio اپلیکیشن e-health را برای سازمان­ها و مراکز درمانی و مراقبت کننده ارائه می­دهد. این اپلیکیشن با فراهم کردن مدیریت اجرایی اینترتی راه حلی برای کاهش هزینه­های اداری و افزایش بازدهی فعالیت­های سلامت را فراهم می­کند.

* **HealthTrio Connect**

ارائه پاسخ کامل و جامع به سوال­های بیماران یکی از مزایای این طرح است. برای حمایت از فرآیند کسب و کار HealthTrio connect فرآیند مبادله آنلاین اطلاعات بین یک سازمان بهداشتی و اعضای آن و شرکای تجاری آن را تسهیل می­کند. این فرآیند شامل نام نویسی، گزارش دادن، مجوزهای درمان، صدور صورت حساب، حق بیمه و...

به کمک این سرویس کاربر می­تواند به مبادله اطلاعات خود در هر زمان و هر مکان با کمترین هزینه و بیشترین سرعت بپردازد. ابن پرتال کاربر پسند به افراد اجازه می­دهد به کمک خدمات انلاین گسترش یافته یک نقش فعال در مراقبت از خود داشته باشد. این سامانه ابزارهای زیر را فراهم می­کند

* امکان تغییر PCP (به فراهم کننده کمک­های اولیه اطلاق می­شود)
* درخواست و پرینت ID کارت
* ویرایش اطلاعات دموگرافیک و وابسته
* دسترسی یک سری اطلاعات بر مبنای پرسش­نامه

این پرتال برای ارائه دهندگان خدمات بهداشتی نیز ابزارهای طراحی کرده است که منجر به کاهش هزینه­ی آنها شده و آسان کننده گردش کاری پزشکان است و داده­های بیمار را به راحتی و با دقت در اختیار پزشک قرار می­دهد برخی از ویژگی­های این ابزار عبارتنداز:

* امنیت اطلاعات
* دسترسی 24 ساعته در 7 روز هفته به داده های بیمار
* دایرکتوری ارائه دهنده خدمات پزشکی
* ارائه الگوریتمی برا ی طرح­های مختلف سلامتی
* فراهم آوردن منابع و طرح­­های پزشکی بهداشتی
* **Personal Health Record**

در این قسمت کاربران می­توانند با پر کردن اطلاعات پزشکی خود و مدیریت آنها به صورت الکترونیکی با پزشک و مراکز درمانی تعامل داشته باشند و کاربران می­توانند به صورت آنلاین از نتایج تست­های خود اطلاعات پزشکی و دارویی آگاهی داشته باشد. همچنین کاربر می­تواند با بهترین راهکارها از نظر بیشترین تاثیر و کمترین هزینه آشنا شود.

* **Total HER**

این بخش به مراقبین بهداشت و سلامت این امکان را می­دهد که پرونده پزشکی یک فرد را به صورت الکترونیکی وارد سامانه کنند و یا آن را به روز رسانی کنند.

* **MyMedical Home**

این بخش راه حلی است برای فراهم آوردن دانش و ابزاری که در شرایط ضروری به کمک Patient Centered Medical Home (PCMH) و Accountable Care Organization (ACO) می­آیند. اهداف این بخش عبارتند از:

* مراقبت پیشگیرانه به صورت خودکار و مدیریت بیماری­های مزمن
* بهبود کیفیت، امنیت و بهره­وری

این بخش شامل

* گزارش کامل و امنی از مدارک بیمار برای دسترسی خود بیمار
* یادآوری کننده و هشداردهنده برای بیمار و افزایش کارایی خانه­های پزشکی
* اطلاعات کامل مرتبط با جمعیت و مراکز بهداشتی متناسب با هر بیمار
* گزارش کامل الکترونیکی از وضعیت سلامتی هر بیمار که حاوی نکات کلیدی و حیاتی است
* نسخه الکترونیکی
* قابلیت تحلیل هزینه­های پزشکی
* **Wellness & Prevention Programs**

برنامه­­ی Wellness & Prenention سرویس HealthTrio با یک استراتژی جامع طراحی شده­است

* کاهش هزینه­های مراقبت­های بهداشتی
* بهبود سلامتی کاربران
* افزایش رضایت و مشارکت کاربران

کاربران با وارد کردن اطلاعات و ارزیابی ریسک سلامتی خود به HealthTrio این قابلیت را می­دهند که شرایط ریسک را برای هر شخص مثل دیابت، حمله قلبی، افسردگی و... را با دقت بیان می­کند.

از دیگر خدمات این بخش می­توان موارد زیر را برشمرد:

* **Educational content**

اطلاعات پزشکی از منابع معتبر را در اختیار کاربران قرار می­دهد

* **Health Risk Assessment**
* **Reminders**
* **Health Calendar**
* **Health Trackers**

به کاربران این امکان را می­دهد که روند تغییرات پارامترهایی مثل فشار خون، وزن، کلسترول، قندخون را به صورت یک نمودار پویا مشاهده نماید.

1. **NoMoreClipBoard**

این سامانه در سال 2003 توسط امفورماتیک مهندسان پزشکی (MIE) تاسیس شد. این شرکت تمرکز خود را بر روی طراحی و تولید پرتال بیمار، گسترش فعالیت­ پزشکان، بیمارستان­ها، دانشگاه­ها، کارفرمایان و نهادهای دولتی قرار داده­است. همچنین این شرکت درجست وجوی فرصتی برای شرکت در پروژه­های بزرگ­تر و خلاقانه­ای مانند CMS، NHIN، بیماری­های مزمن و ابتکارات تلفن همراه بوده­است که از طریق آن بیماران را به صورت الکترونیکی جذب کند.

در این سامانه بیماران می­توانند اطلاعات PHR دخیره شده­ی خود را در این سایت برای پزشک خود قبل از ملاقات بفرستند این اطلاعات شامل نتایج آزمایشگاهی، لیست داروها، سوابق واکسیناسیون، خلاصه ویزیت­های بیمار، رادیولوژی و دیگر گزارش­های تشخیصی می­باشد. همچنین شما می­توانید این اطلاعات را با تیم پزشکی خود به اشتراک بگذارید. از دیگر خدمات این پرتال

* پیش ثبت­نام برای قرار ملاقات با پزشک از جمله تمام کارهای اداری مورد نیاز
* برنامه­ریزی قرار ملاقات
* درخواست پر کردن نسخه الکترونیکی
* امکان ارسال پیام با امنیت بالا که شامل سوالات از پرستار خود و صدور صورت حساب است
* دسترسی به حساب PHR و قاببلیت به اشتراک گذاری این داده­ه­ها با پزشکان، اعضای خانواده، کلینیک پزشکی و... به صورت امن

1. **LifeOnKey**

این سامانه یک سیستم باز می­باشد که 3 اپلیکیشن یکپارچه را ایجاد کرده­است.

* بستر نرم افزاری پزشکی الکترونیکی: این اپلیکیشن از یک EMR (اطلاعات الکترونیکی پزشکی) سنتی فراتر رفته و به بیمارستان­ها، کلینیک­ها و پزشکان امکان دسترسی به داده­های لازم را می­دهدو همچنین یک ابزار قدرتمند تحلیل داده نیز می­باشد.
* بستر نرم افزاری تحقیقاتی: به کمک این اپلیکیشن می­توان داده­های ناشناخته­ی حوزه­ی سلامت و بهداشت، مراکز درمانی و ارائه دهنده خدمات بهداشتی و داده­های پژوهشگران را جمع آوری کرده و یه کمک ابزارهای DS طراحی شده در آن، این داده­ها را تحلیل کرد.
* بستر­های بهدشت شخصی: با افراد این امکان را می­دهد که به اطلاعات پزشکی خود دسترسی داشته باشند وآن­هارا به صورت نوآورانه مدیریت کنند.

این سامانه سرویس EHR را نیز ارائه می­کند:

برخلاف دیگر سازمان­های ارائه کننده خدمات PHR، LifeOnKey تنها یک موسسه مراقبت بهداشت بر مبنا PHR نیست بلکه این سامانه با شرکت­های دارویی در ارتباط است و اطلاعات این سامانه در اختیارآنها قرار می­گیرد. بنابر این شرکت­های دارویی می­توانند از روند سلامت بیماران و نوع درمان آنها و دارویی که مصرف می­کنند و یا داروهای جدیدی که بیماران مصرف می­کنند اطلاع پیدا کنند و با گروه­بندی کردن بیماران مشابه به تجزیه و تحلیل این داده­ها بپردازند و سپس با توجه به این تحلیل­ها به یک برنامه­ریزی بلند مدت برای ارتقا داروهای تولیدی سازمان و یا تولید داروهای جدید با توجه به درخواست بیماران بپردازد. در کل این سامانه بر مبنای تجزیه و تحلیل اطلاعات کاربران و داده کاوی سعی در ارائه خدمات متمایز تبلیغاتی، سلامتی و ... دارد.

1. **MiVia.com**

این سامانه در سال 2003 برای ثبت اطلاعات سلامت کارگران مهاجر و فصلی در دره­ی Sonoma کالیفرنیا راه اندازی شده­است. در حال حاضر این سامانه داده­های الکترونیکی سلامت را برای چندین هزار نفر و خانواده­های آنها فراهم می­کند

در این سامانه می­توان وضعیت سلامت خود و 8 نفر از اعضای خانواده را بررسی کرد. اعضای این سامانه می­توانند کارت شناسایی اضطراری دریافت کنندکه شامل لیست مخاطبین اضطراری و.... باشد. این کارت می­تواند در هر زمان پرینت شود و حاوی اطلاعات به روز باشد و در محیطهایی مانند مدارس بین دانش آموزان و معلمان و ... پخش شود

.همچنین شما می­توانید اطلاعات پزشکی خود را به 3 طریق با پزشک معالج خود به اشتراک بگذارید:

* پرینت گزارش خلاصه­ای از سابقه ثبت شده خود در سامانه
* می­توانید User و Pass خود را در اختیار پزشک قرار دهید تا به حساب شما در سامانه دسترسی پیدا کند و اطلاعات لازم را ببیند
* پزشکان و مراکز درمانی می­توانند از طریق درگاه ارائه دهندگان خدمات پزشکی در این سامانه ثبت­نام کنند و با اجازه خود شخص به اطلاعات پزشکی وی دسترسی پیدا کنند و اطلاعات دیگری را به نیز اضافه کنند

بنابراین این سامانه پرتال EMR (Electronic Medical Record) دارد که به ارائه­دهندگان مراقبت­های پزشکی متعدد مانند پزشکان، کلینیک­ها و... امکان مشاهده و به اشتراک گذاری اطلاعات پزشکی اشخاص را می­دهد.

1. **Patient Gateway**

خدمات در حال حاضر این سامانه:

* بررسی نتایج آزمایشگاهی، گزارش و یا نامه­های ارسالی از طرف مراقبین بهداشت خود
* بررسی آخرین گزارش سلامتی خود و به روز رسانی آن­ها
* ارسال پیام غیر ضروری به مطب پزشک خود
* دسترسی به اطلاعات پزشکی خود در 7 روز هفته و در 24 ساعت شبانه روز
* بررسی نسخه پزشکی خود در خواست تمدید آن
* مشاهده سوابق آلرژی و واکسیناسیون
* جست و جوی مطالب آموزشی درباره­ی سلامتی
* پرداخت آنلاین صورت حساب پزشک خود

خدمات آتی این سامانه به شرح زیر می باشد:

* به روز رسانی سوابق پزشکی، آلرژی و مشکلات سلامتی خود
* تغییر آدرس و یا سایر اطلاعات شخصی خود
* استفاده از پرسش­نامه­ی سلامت برای آگاهی بهتر از خدمات پزشکی که دریافت می­کنند
* مشاهده نمودار نتایج آزمون­های خود در هر زمان
* به اشتراک گذاشتن روزانه برنامه مراقبت سلامتی خود و عملکرد خود در راستای این برنامه

1. **Babylon Health**

شاخه فعالیت: هوش مصنوعی – سلامت و درمان – تشخیص – مراقبت از راه دور- موبایل سلامت

سال تاسیس: 2013

محل فعالیت: انگلیس

میزان سرمایه گذاری: 57 میلیون پوند در 2 دور سرمایه گذاری (توسط Kinnevik AB– Vostok New Venture – NNC Holding ...) – سری A و B

تعداد نصب: بیش از 100000نصب در گوگل پلی و بالای ماهیانه 34203 دانلود

درآمد سالانه:1.8میلیون دلار

مدل درآمدی: حق اشتراک

Babylon Health یک خدمت رسان مراقبت بهداشتی است که به شما اجازه می دهد تا با مشاوره پزشکی، یا از طریق اشتراک یا NHS، به ملاقات با پزشکان واجد شرایط دسترسی داشته باشید. این روش مناسبي است برای دسترسی به ويزيت پزشك، دريافت نسخه مورد نياز و اطلاعات پزشکی (با استفاده از سيستم هوش مصنوعي) از طريق تلفن همراه شما.

اين اپليكيشن 24 ساعته در اختيار شما قرار دارد و مي توانيد هر لحظه با يك پزشك معتبر در مورد سلامتي يا تشخيص علائم بيماري از طريق تلفن يا به صورت تصويري صحبت و مشورت نماييد. پس از تشخيص بيماري شما، پزشك مي تواند نسخه الكترونيكي را به داروخانه اي با انتخاب شما فرستاده و آن داروخانه مي تواند داروهاي شما را درب منزل تحويل دهد. از قابليتهاي ديگر اين اپليكيشن اين است كه مي تواند سابقه تعاملات شما با پزشكان را ذخيره نمايد تا در صورت نياز به آن مراجعه نماييد. پايش علائم بيماري اين اپليكيشن ابتدا از شما سوالاتي راجب وضعيتتان مي پرسد و سپس نسبت به ميليونها تحليل علائم بيماري در عرض چند ثانيه با اطلاعات مفيد پزشكي شما را ياري خواهد نمود.

همچنين شما مي توانيد از مانيتور براي كمك به رديابي اطلاعات سلامتي خود استفاده نماييد. اين مانيتور با بيش از 150 اپليكيشن سلامت و پوشيدني هاي موجود، ادغام شده است. بنابراين مي تواند شما را در پيگيري نتايج آزمايشات، نظارت بر سطح فعاليت و اطلاعات بهداشت و سلامت كمك كند تا هميشه از وضعيت خود مطلع باشيد

1. [**http://www.prognosisapp.com**](http://www.prognosisapp.com)

یک وسیله کمک آموزشی برای گروه پزشکی و پیراپزشکی است که از اطلاعات موجود و سناریوهای بالینی واقعی (case reports) شبیه سازی صورت گرفته است. این اپلیکیشن بیش از دو میلیون بار دانلود شده است.

1. [**www.itriagehealth.com**](http://www.itriagehealth.com)

یکی از بهترین ابزارها در زمینه پزشکی است . از ویژگی های آن می توان به

* مدیریت قرار ملاقات ها
* دسترسی به پرونده سلامت شخصی
* ذخیره اطلاعات
* کسب اطلاعات در زمینه دارو ها
* کسب اطلاعات در زمینه علایم بیماری
* دریافت آخرین ابار در زمینه دستاوردهای پزشکی
* و....اشاره نمود.

1. **Forward Health**

شاخه فعالیت: مراقبت و درمان – موبایل سلامت – نرم افزار مهندسی – پیام رسان

سال تاسیس: 2016

محل فعالیت: انگلیس

میزان سرمایه گذاری: 5.2 میلیون دلار در 2 دور سرمایه گذاری ( توسط Stride.VC، Albion Capital Group، Melissa Morris) – بذرمایه

تعداد نصب اپلیکیشن: بالای 1000 نصب

مدل درآمدی: خدمات پلتفرم

شرکت ForwardHealth ارائه دهنده اپلیکیشن پیام رسان برای کمک به متخصصان مراقبت های بهداشتی خصوصا آنهایی که در بیمارستان کار می کنند به طور کاملا امن و محرمانه می باشد. اگر بخواهیم به شکلی ساده کاربرد این اپلیکیشن را توصیف کنیم، می توان از این اپلیکیشن به عنوان"واتس اپ دکترها" نام برد. البته چشم انداز آنها اتصال سیستم های مراقبت کل جهان به هم از طریق ارتباطات و اشتراک گذاری اطلاعات بین پزشکان با امنیت بالا و منعطف می باشد.

هر ارتباطی از این نوع، نیاز به پشتیبانیِ تبادلِ اطلاعاتِ بسیار حساس بیمار دارد. هر برنامه ای که مورد استفاده قرار می گیرد باید سازگار با سیستم سلامت ملی بوده و در بالاترین سطح امنیت داده ها عمل کند. WhatsApp و دیگربرنامه ها این کار را انجام نمی دهند و همچنین ممکن است اطلاعات بیمار به مخاطب اشتباه ارسال شود. علاوه بر این، یک برنامه مانند Forward توسط پزشکان و برای پزشکان طراحی شده است، به این معنی است که می تواند به درستی اجرا شود.

اپلیکیشن Forward یک دایرکتوری از متخصصان مراقبت های بهداشتی که به طور مثال در یک بیمارستان مشغول به کار هستند می باشد، به طوری که ممکن است با همکارانی که حتی شماره تماس آنها را ندارند در ارتباط باشند. از ویژگی های این اپلیکیشن، تبادل امن اطلاعات و تصاویر، توانایی ایجاد لیست عملیات درمان و اطمینان از به اشتراک گذاری این اطلاعات بین همه کسانی که در مراقبت از یک بیمار مشارکت داشته و در یک صفحه از اپلیکیشن حضور دارند و از همین اطلاعات استفاده می کنند.

1. **Hometeam**

شاخه فعالیت: مراقبت - تندرستی

سال تاسیس: 2013

محل فعالیت: نیویورک آمریکا

میزان سرمایه گذاری: 43.5 میلیون دلار در 3 دور سرمایه گذاری (توسط Oak HC وIA Venture،Lux Capital، ... ) – در سری A و B

تعداد نصب: بیش از 1000 نصب

درآمد سالانه: 5 میلیون دلار

مدل درآمدی: از محل خدمات

Hometeam استارت آپی است که مراقبت از سالمندان را با بهبود مراقبت در خانه از طریق استفاده از تکنولوژی مدرن فراهم می کند. این شرکت با تجربه مراقبت حرفه ای، کمک بسیاری به بیماران سالخورده ارائه می دهد. خدمات این شرکت بر پایه تکنولوژی تلفن همراه متکی است که به موجب آن بیماران از iPads ها برای ردیابی وضعیت پزشکی خود استفاده می کنند. رویکرد مراقبت از خانه منجر به رشد این استارت آپ شده است؛ به این ترتیب که 92٪ کاربران آن را به بیماران بالقوه توصیه می کنند و 95٪ از بیماران این خدمات را به بیماران دیگر توصیه می کنند. این استارت آپ، مراقبت های پزشکی را برای بیش از 12 میلیون سالمند آمریکایی فراهم می کند که نمی توانند هزینه های خدمات پرستاری خود را بپردازند.

نرم افزار انحصاری این شرکت، مراقبان را با سالمندان بر اساس شخصیت، علایق و تجربه با بیماری های خاص مانند آلزایمر و پارکینسون تطبیق می دهند. هر مراقب نیز مجهز به یک iPad خواهد بود تا پایشی دقیق از برنامه خواب و فعالیت های روزانه فرد سالمند را داشته باشد. Hometeam سپس داده ها را جمع آوری می کند و آن را با پزشک بیمار به اشتراک می گذارد. این شرکت در حال بررسی راه هایی است که با ایجاد یک پلتفرم بتواند سالمندان را قادر سازد تا بتوانند از راه دور با پزشک خود در ارتباط باشند، به رویدادهای جامعه سالمندان دسترسی پیدا کنند و حتی بتوانند مواد غذایی مورد نیاز خود را از خانه، خرید نمایند.

## **ماتریس SWOT**

در این بخش به بررسی نقاط ضعف و قوت و نیز فرصت­ها و تهدیدهای محیطی سامانه آریاس می­پردازیم.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| عوامل داخلی  عوامل خارجی | نقاط قوت (S):  S1: دسترسی به کاربران در سراسر کشور  S2: تعامل مستمر با پزشکان  S3: ارائه مشاوره­های کاربردی  S4: بهره­مندی از نیروی انسانی متخصص و نخبه  S5: توجه به سبک زندگی سالم  S6: پایین بودن هزینه مشتریان  S7: ارائه مشاوره های فردی  S8: تشکیل پرونده سلامت فردی و ارائه برنامه­های متناسب با نتیجه  S9: امکان بهره­مندی از پشتیبانی­های دانشگاه­ها | نقاط ضعف (W):  W1: بالا بودن هزینه اجرای طرح  W2: وجود رقبا  W3: عدم شناسایی برند |
| فرصت­ها (O):  O1: تعداد بالای کاربراا  O2: اهمیت روز افزون ارتقای سلامت و توسعه فرهنگ آن  O3: گسترش کسب و کارهای الکترونیک  O4: کم بودن تعداد رقبا  O5: وجود زیرساخت­های مناسب اینترنتی در کشور | **استراتژی­های SO:**  S1O2: ارتقای سلامت کاربران  S1O3: آموزش ارتقای سلامت در فضای آنلاین  S2O2: کمک به سازمان ها و نهادهای متولی ارتقای سلامت در کشور  S2O5: برقراری ارتباط مستمر با کاربران از طریق زیرساخت­های اینترنتی  S3O1: ارائه مشاوره­های کاربردی گسترده با توجه به بالا بودن جامعه هدف  S3O2: ارائه مشاوره کاربردی برای توسعه فرهنگ ارتقای سلامت و سبک زندگی سالم  S4O1: بهره­گیری از نیروی انسانی متخصص برای پوشش تمام مخاطبان  S4O2: بهره­گیری از نیروی انسانی متخصص برای ارتقای سلامت  S5O1: توجه به سبک زندگی سالم برای مخاطبان زیاد و پراکنده در سراسر کشور  S6O1: هزینه­های کم ثبت­نام به عوان مزیت رقابتی در برابر رقبای موجود  S7O4: مشاوره فردی به عنوان مزیت رقابتی  S8O4: تشکیل پرونده سلامت به عنوان مزیت رقابتی  S9O4: جذب مخاطبان بیشتر به سبب برخورداری از حمایت­های دانشگاه­های مطرح کشور | **استراتژی­های WO:**  W1O1: تلاش در جهت پوشش مخاطبان بیشتر  W1O2: ارائه محتوا و آموزش ارتقای سلامت تخصصی و بروز  W1O3: فراهم سازی زیرساخت­های لازم آموزش مجازی  W1O4: سرمایه­گذاری در توانمندی­ها جهت کسب مزیت رقابتی برای خنثی نمودن ضعف مالی  W2O1: پذیرش نمایندگی در شهرستان­ها برای جذب بیشتر مخاطبان حضوری  W3O1: تبلیغات گسترده برای شناساندن سامانه آریاس برای جامعه گسترده مخاطبان |
| تهدیدها (T):  T1: کاهش قدرت خرید مشتریان  T2: ورود رقبای بالقوه در آینده  T3: عدم دسترسی به اینترنت پر سرعت در مناطق محروم  T4: ناشناخته بودن کسب و کارهای مجازی در حوزه سلامت | **استراتژی­های ST:**  S2T2: تعامل مستمر با کاربران جهت ایجاد وفاداری و جلوگیری از ورود رقبا  S3T3: ارائه مشاوره­ها از طریق call centre جهت دسترسی به مناطق محروم  S4T2: رقابت با رقبای بالقوه به سبب داشتن نیروی انسانی متخصص  S5T3: کسب مزیت رقابتی جهت توجه به سبک زندگی سالم  S6T1: کاهش هزینه­های مشتریان برای ارتقای قدرت خرید آن­ها  S6T2: هزینه­های کم ثبت­نام به عنوان مزیت رقابتی در برابر رقبای بالقوه  S7T2: کسب مزیت رقابتی از طریق برنامه­های خاص فردی  S9T2: جذب حمایت­های دانشگاه برای ممانعت از ورود رقبا | **استراتژی­های WT:**  W1T2: جذب منابع مالی جهت تبلیغات گسترده برای مقابله با ورود رقبا  W2T3: گسترش آموزش حضوری در شهرستان­ها  W3T2: برندسازی برای کاهش تقلید توسط رقبا |

## **فرآیند خرید**

عدم بررسی تغییر پویا بازار و یا تغییر رفتار مشتریان ما که گروه سنی بالای 16 سال می باشند، می­تواند آسیب­های شدیدی برای سامانه آریاس ایجاد کند. بنابراین باید در مورد رفتار مشتریان و چگونگی تصمیم­گیری آن­ها در فرآیند خرید محصولات و خدماتمان آگاهی کافی داشته باشیم. عاملی که مشتریان ما را تشویق به خرید از ما می­کند، کیفیت بالای خدمات ارائه شده، صرفه جویی در زمان و هزینه، دسترسی آسان و وجود برنامه­های جامع در تمام حوزه های بهداشت و سلامت، مشاوره، تهیه پرونده پزشکی و خبرنامه سلامت است. مهم­ترین عامل در فرآیند خرید مشتریان از ما، قیمت­ مناسب محصولات و خدمات ما به همراه جامع بودن بسته های پیشنهادی، مشاوره های گسترده و بهره مندی از حمایت های دانشگاه ها، پژوهشکده ها و مراکز درمانی، متخصصین توانمند و کیفیت بالای خدمات ارائه شده است.

## **بخش بندی بازار**

در این طرح آموزشی سعی شده است تا براساس متغیر سنی مشتریان ، بازار هدف را به سه بخش زیر تقسیم کنیم:

* کاربران 12 تا 18 سال
* کاربران 18 تا 25 سال
* کاربران 25 تا 35 سال
* کاربران 35 تا 45 سال
* کاربران 45 سال به بالا

# 

# **فصل چهارم: محصول یا خدمت**

­

در این بخش، خدمات و پلتفرم­های اصلی و فرعی سامانه آریاس ارائه می­شود. هدف این بخش معرفی و شرح تعاریف پلتفرم­ها و سامانه­های مدنظر آریاس می­باشد. مطالب این بخش به شرح زیر می­باشد:

* معرفی محصولات و خدمات
* ویژگی­های محصولات و خدمات
* ارزش افزوده محصولات و خدمات برای مشتریان
* تحقیق و توسعه
* چرخه عمر محصول
* ریسک و مسائل قانونی

## **معرفی محصولات و خدمات**

آریاس پلت فرمی برای ارائه سرویس های آریاس به کاربران از طریق اینترنت و تلفن همراه با قابلیت تشکیل پرونده سلامت با شیوه خود اظهاری و بر پایه اصل خودمراقبتی می باشد.

آریاس سامانه‌ای است در حوزه سلامت و پزشکی که تلاش می‌کند بستری مفید در جهت ارتقای سلامت جامعه با کمترین هزینه ارائه نماید. به عبارتی آریاس محلی قابل اعتماد برای مردم جهت خودمراقبتی، دریافت خدمات سلامت آنلاین،اطلاع رسانی، دریافت مشاوره، سنجش سلامت، جمع آوری و هدایت اطلاعات پزشکی بصورت آنلاین می‌باشد.

آریاس به عنوان پلتفرم ارائه خدمات بهداشت و سلامت، با تکیه بر مدل خود مراقبتی به دنبال ارائه سبک زندگی سالم به افراد جامعه می­باشد. ارائه خدمات در این سامانه بر اساس مدل خوداظهاری است بدين معنا كه تمامي خدمات ارايه شده به كاربران بر اساس داده هايي است كه خود كاربر، با مسئوليت شخصي خود، وارد سيستم نموده است. در اين سيستم هدف درمان نيست، بلكه با توجه به اطلاعات موجود در مورد وضعيت فعلي وي و سابقه سلامت در خانواده و همچنين محدوده سني او توصيه هايي بمنظور بهبود يا ارتقاء وضعيت سلامتي در اختيار وي قرار مي گيرد.

آریاس به گونه ای است که براي هر تخصص و گروه كاربران مشاوري در نظر گرفته شده است كه وضعيت سلامتي هر گروه را از لحاظ تخصص خود مورد بررسي قرار داده و توصيه هاي روزانه يا دوره اي مورد نياز را در اختيار آن ها قرار مي دهد. آریاس در نظر دارد خدمات زیر به کاربران خود ارائه نماید:

* امكان ايجاد پروفايل شخصي (و براي ساير اعضاي خانواده)
* ذخيره اطلاعات سلامت هر فرد بصورت امن
* ارايه خدمات هوشمند خودمراقبتي براساس داده هاي ارائه شده به سيستم توسط هر كاربر
* نمايش وضعيت سلامتي هر فرد (بصورت نمودار و اينفوگرافيك)
* ایجاد پرونده سلامت برای هر عضو
* ارايه آخرين اخبار سلامت بصورت هوشمند به كاربران (بر اساس طبقه بندي نيازها و رده سني)
* ارايه خدمات مشاوره سلامت در دوسطح عمومی و تخصصی
* دریافت پاسخ مشاوره در کمتر از 24 ساعت از طریق ایمیل
* ارايه محتواي آموزشي و كاربردي بصورت مالتي مديا (محتواي صوتي، تصويري و چندرسانه اي)
* معرفی و ارائه اپلیکیشن های موبایل کاربردی
* ارائه بسته ها و طرح های عمومی و موضوعی خدمات سلامت الکترونیک
* ارايه آزمون هاي كاربردي و جمع آوري شرح حال از كابران بمنظور ارائه خدمات بهتر و دقيقتر
* ارائه كوپن تخفيف خدمات پزشكي و سلامت بصورت هوشمند و براساس وضعيت سلامت شخص
* ايجاد دسترسي به خريد محصولات حوزه بهداشت و سلامت از طريق فروشگاه برخط
* ارائه مشاوره تخصصی و کارشناسی بصورت آفلاين و با استفاده از شبكه تلفن همراه
* ارائه خدمات سيستم هاي هشدار و اطلاع رساني بصورت آفلاين و با استفاده از شبكه تلفن همراه
* داروخانه مجازی
* وقت دهی آنلاین پزشکان
* ارایه خدمات آنلاین بیمارستان مجازی
* ارایه خدمات تله مدیسین تا پایان سال 1398
* جمع آوری داده و آماده سازی داده ها بمنظور تحقیقات و پژوهش های علمی و بنیادی
* ارایه مشاوره بصورت سیستمی و هوشمند با استفاده از بکارگیری سیستم های خبره
* ارایه دستگاه های HomeCare و پایش اطلاعات قابل تایید از راه دور تا اوایل سال 1399
* ارایه خدمات ارایه نتایج آزمایشات و سفارش و ارسال دارو
* راه اندازی کلینیک مجازی
* ارایه خدمات بصورت پکیج هایی با رویکرد دوران های زندگی
* ارایه خدمات بر روی اسمارت تی وی ها و شبکه های خانگی
* ایجاد بازار رقابتی برای متخصصین و پزشکان بمنظور بکارگیری توان حداکثری جامعه پزشکی و سلامت کشور و کاهش هزینه ارایه خدمات به آحاد مردم

## **ویژگی های اساسی محصولات و خدمات**

به طور کلی آریاس تلاش نموده تا به ویژگی های زیر دست یابد:

1. **توجه به سبک زندگی سالم:** زندگی سالم در ابعاد جسمانی و روانی، عامل مهمی در زمینه مهارت های زندگی به شمار می آیند. آن چه که در ایجاد زندگی سالم نقش دارد، ارتقا سلامت می باشد و آریاس در این راستا تلاش نموده تا افراد را قادر سازد توانایی و فعالیت خود را بهبود بخشیده و وضعیت سلامت خود را افزایش دهند. ارتقاء سلامت نیاز به انجام رفتارهای سالم دارد. منظور از رفتار سالم، رفتارهایی است که سلامت فرد را در بر دارد و این مهم را ارتقا می دهد.
2. **اعتبار علمی مطالب حوزه سلامت:** با توجه به هجوم حجم بالای مطالب معتبر و غیر معتبر در زمینه سلامت در فضای مجازی و سردرگمی مشتریان در مواجهه با این مطالب و تلاش برای انتخاب مطالب سره از ناسره، آریاس تلاش نموده است تا فضایی امن و معتبر را برای بهره مندی حداکثری مشتریان از اطلاعات علمی فراهم آورد.
3. **بهره گیری از بروزترین شیوه های انتقال محتوا:** یکی از جدیدترین و بروزترین شیوه­های انتقال محتوا در دنیای دیجیتال امروزه، روش­های نشر اینترنتی و مجازی محتوا می باشد. این روش با داشتن منافع زیاد خود از قبیل دسترسی آسان و نیز هزینه کم می­تواند امر یادگیری را برای کاربران که آحاد مردم در اقصا نقاط کشور هستند را تسهیل نماید. از این رو در سامانه آریاس از این شیوه بهره گرفته شده است تا منافع مذکور به بهترین شکل حاصل گردد.
4. **بهره­مندی از نیروهای متخصص شایسته:** بهره­گیری از نیروی انسانی متخصص به عنوان یکی از دارایی­ها و مهم­ترین مزیت رقابتی و کمیاب­ترین منبع، در اقتصاد دانش­محور امروز است. ارائه محتوای آموزشی اثربخش و با کیفیت، حداقل رساندن هزینه­ها، خلاقیت و نوآوری و افزایش رقابت­پذیری از مزایای وجود منابع انسانی کیفی و متخصص در کسب و کار ماست. از این رو استراتژی­های کسب و کار ما ضرورتاً بر روی منابع انسانی متمرکز شده است.
5. **برنامه­های تفکیک شده سلامت جسم و روح:** از آنجایی که سلامت جسم و روح مکمل یک دیگر بوده و بر روی هم تأثیر متقابل دارند، آریاس تلاش نموده تا هر دو بعد را در برنامه های خود قرار دهد و از مشاوره های متخصصان هر دو حوزه سلامت جسم و روح بهره مند گردد.
6. **کاربری آسان:** طراحی سایت سامانه آریاس به گونه­ای صورت گرفته است که برای گروه­های سنی مختلفی که از آن استفاده می­کنند، به آسانی قابل دستیابی و استفاده باشد. هم چنین کاربران به راحتی می توانند با وارد نمودن شماره تلفن همراه خود و یا آدرس پست الکترونیکی خود، از خدمات این سامانه بهره مند گردند.
7. **محرمانه نگهداشتن اطلاعات:** سامانه آریاس به طبیعت محرمانه اطلاعات شخصی کاربران از قبیل نام، آدرس پستی، پست الکترونیک و شماره تلفن احترام می­گذارد. به این علت که ما برای فراهم سازی خدماتمان به برخی از این اطلاعات نیاز داریم، مسئولیت اساسی حفاظت از این اطلاعات در برابر سوءاستفاده نیز به عهده ماست. تمام اطلاعات از این دست که توسط کاربران سامانه به ما داده می­شود، در مکانی ایمن از دسترسی افراد غیر از کارکنان حفاظت می­گردد. و حتی سؤالات کاربران در صورت تمایل آن ها بدون ذکر نام برای سایر کاربران نمایش داده می شود.
8. **بروزرسانی محتوای سلامت:** در تهیه محتوای بهداشت و سلامت سعی نموده­ایم تا بروزترین اطلاعات و اخبار سلامت را مورد استفاده قرار دهیم. با این حال، با توجه به این امر که دانش در حوزه سلامت و پزشکی دائماً در حال تغییر و پیشرفت می­باشد، بروز رسانی اطلاعات امری مهم تلقی می­گردد. به همین دلیل متخصصان آریاس مسئولیت این امر را بر عهده دارند.
9. **بهره­گیری از سیستم­های هشداردهنده:** در طراحی سامانه آریاس به دلیل بهره­گیری از فضای مجازی تلاش نموده­ایم با استفاده از سیستم­های هشداردهنده به کاربران توجه شان را به نکات ارتقای سلامت افزایش دهیم. به این منظور از سرویس­های ارائه پیامک­ها و ارسال پیام­های هشدار دهنده در تمام خدمات بهداشت و سلامت بهره گرفته­ایم.

از دیگر ویژگی های محصولات و خدمات آریاس می توان به موارد زیر اشاره نمود:

* ایجاد قابلیت دسترسی به کابران واطلاعات حیاتی بصورت آنلاین و آفلاین
* ایجاد قابلیت ارایه خدمات با استفاده از خدمات ارزش افزوده شبکه تلفن همراه
* ایجاد امکان پرداخت از طریق درگاه های بانکی، جیرینگ و شارژینگ قبض تلفن همراه
* ارایه خدمات مشاوره سلامت با هزینه پایینتر
* ارایه خدمات با استفاده از متد آموزش تدویجی
* در دسترس قراردادن خدمات فیزیکی حوزه سلامت با هزینه پایینتر با استفاده از ارایه کوپن های تخفیف
* ایجاد امکان استفاده از محتواها در مدیا های گوناگون (صوت، تصویر، ویدئو، اپلیکیشن، متن و...)
* ارایه خدمات بصورت هوشمند و بر اساس سابقه سلامت خانواده و سبک زندگی کاربر
* ارایه اطلاعات بفرم های نوین چند رسانه ای
* ارایه خدمات بر بستر تکنولوژی ابری

## **ارزش افزوده محصولات و خدمات برای مشتریان**

در زیر ارزش افزوده­­ای که محصولات و خدمات می­توانند برای مشتریان ایجاد نمایند، به صورت مختصر بیان شده است:

* بهینه­سازی طراحی و سهولت استفاده و کارایی محصولات و خدمات
* صرفه جویی در وقت و زمان
* حفاظت از محیط زیست با کاهش استفاده از وسایل نقلیه و سوخت­های فسیلی
* فراهم سازی خدمات سلامت برای کاربران مناطق محروم
* قابلیت ارتقای اپلیکیشن­ها
* استفاده از سایر کاربردها و تلفیق آن­ها بدون از دست رفتن اطلاعات قبلی و یا نیاز به وارد کردن اطلاعات قبلی
* سرعت انتقال مفاهیم
* همگام کردن توسعه ارتقا سلامت
* در دسترس قرار دادن منابع بهداشت و سلامت مفید و بهنگام در سراسر کشور
* ایجاد فرصت­های مساوی برای بهره مندی از خدمات پزشکی و سلامت

## **تحقیق و توسعه**

تحقیق و توسعه در بخش سامانه آریاس برای افزایش ذخیره علمی و دانش فنی و نیز استفاده از این دانش در عمل انجام شده است. فعالیت­های تحقیق و توسعه سامانه آریاس شامل سه بخش زیر می­باشد:

1. **تحقیقات پایه:** جهت کسب دانش علمی جدید در مورد ارتقای سلامت جسم و روح به کاربران یک تحقیق پایه­ای صورت گرفته است. این تحقیق پایه فرضیه­ها، نظریه­ها و قوانین کلی ارتقای سلامت در دنیا را مورد بررسی قرار داده است. به این منظور کلیه تحقیقات انجام یافته ارتقای سلامت در نشریات علمی چاپ شده، شناسایی گردیده است.
2. **تحقیقات کاربردی:** این تحقیق به منظور تعیین کاربردهای بومی ممکن برای یافته­های تحقیقات پایه و نیز تعیین روش­های جدید و راه­های دستیابی به ارتقای سلامت برای کاربران انجام گردیده است.
3. **توسعه:** در بخش توسعه، با استفاده از دانش موجود بدست آمده از تحقیقات و تجربه­های عملی در کشورهای مختلف، تولید محصولات و محتواهای ارتقای سلامت لازم برای حوزه سلامت، بهداشت و پزشکی، هدایت گردیده است.

## **چرخه عمر محصول**

چرخه عمر محصولات و خدمات سامانه آریاس دارای مراحل زیر می­باشد:

1. **معرفی:**

* فروش محصولات و خدمات آریاس به کندی رشد می­کند.
* ایجاد آگاهی از سامانه آریاس
* هزینه­های بالای تولید پلتفرم سامانه آریاس
* تغییرات مکرر در محتوای سلامت
* سود حداقلی و یا منفی
* هزینه­های بالای بازاریابی و یا تبلیغات

1. **رشد:**

* فروش محتوا و مشاوره با نرخ افزایشی رشد می­یابد.
* تعداد رقبا افزایش می­یابد.
* حصول سود مناسب
* تأکید بر تبلیغ بر روی برند سامانه آریاس
* در انتهای این مرحله قیمت به صورت معمول افت می­کند.
* سود در انتهای این مرحله به حداکثر می­رسد.
* هزینه­های توسعه بهبود می­یابد.
* به علت حجم انبوه تحت پوشش قرار دادن کاربران، صرفه­جویی در مقیاس ارائه خدمات صورت می­گیرد.

1. **بلوغ:**

* میزان فروش، روال افزایشی با نرخ رشد کاهشی خواهد داشت.
* بازار ارتقای سلامت الکترونیک به اشباع می­رسد.
* باید محتوا و مشاوره و بسته های پیشنهادی آن لاین آریاس افزایش یا گسترش یابد.
* تبلیغ سنگین بر روی سازمان ها و نهادهای دولتی مرتبط با سلامت و کاربران مورد نیاز این مرحله است.
* قیمت و سود شروع به افت می­کند.

1. **افول:**

* علائم افت فروش خدمت ما در بلندمدت نمایان می­شود.
* کاهش تقاضا باعث خروج اجباری بسیاری از رقبا از بازار می­شود.
* استراتژی تبلیغ استفاده بیشتر خدمات، توسط مشتریان فعلی باید مورد تأکید قرار گیرد.
* برای محصولات و خدماتمان باید بازارهای هدف جدیدی بیابیم.
* برای محصولاتمان باید کاربردهای جدیدی بیابیم.
* قیمت خدمات و محصولاتمان باید زیر قیمت بازار باشد.
* اجزای جدیدی باید به محتوا اضافه گردد و اجزای قدیمی محتوای ارتقای سلامت حذف گردد.

# **فصل پنجم: بازاریابی و فروش**

در این بخش موارد زیر به تفصیل مورد بررسی قرار می­گیرد:

* اهداف بازاریابی
* آمیخته بازاریابی
* هزینه در مقابل اثربخشی
* استراتژی فروش

## اهداف بازاریابی

طبق محاسباتی که در ادامه آمده است، هدف ما برای سال اول شناساندن سامانه آریاس به کاربران و جذب حدود 2میلیون و پانصدهزارر نفر به این شبکه می­باشد و برای رسیدن به آن کلیه خدمات در سال اول با قیمت گذاری پایین ارائه خواهد بود. بدین نحو با داشتن جامعه آماری بالا قدرت چانه زنی بالایی با شرکت ها برای حضور در سامانه آریاس خواهیم داشت.

از اواخر سال اول تبلیغات گسترده سرویس­ها و معرفی آن­ها با هدف بالاتر بردن تعداد کاربران سامانه آریاس و افزایش مشارکت سازمان ها و مراکز مرتبط با سلامت برای حضور و ارائه سامانه به کاربران متمرکز خواهد شد.

به صورت کمی هدف ما در 3 سال اول عبارت است از :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 1397 | 1398 | 1399 |
| تعداد جمعیت بالای 12 سال کشور | 66.421.989 | 69.632.983 | 73.114.632 |
| تعداد کاربران بالای 12 سالی که به اینترنت دسترسی دارند (بازار قابل دسترس) | 50.899.170 | 56.402.717 | 62.147.437 |
| ضریب نفوذ سامانه­های مشابه سامانه آریاس | 20% | 30% | 40% |
| تعداد مشتریان بالقوه در آخر دوره | 10.179.834 | 16.920.815 | 24.858.975 |
| سهم بازار سامانه آریاس | 40% | 30% | 20% |
| پیش بینی میانگین تعداد مشتریان در دوره | 4.071.933 | 5.076.244 | 4.971.794 |

## **آمیخته بازاریابی**

1. **محصولات و خدمات:** سامانه آریاس با دسترسی آسان و با محتوای به روز سلامت پلتفرم ارتقای سلامت و پزشکی را به صورت برنامه­هایی طبقه­بندی شده، مبتنی بر سلامت روح و جسم کاربران ارائه می­دهد. خدمات سامانه آریاس شامل مشاوره های روان شناسی و روان پزشکی، خواندنی های سلامت، پرونده پزشکی سلامت، آزمون ها، بسته های محتوایی جامع سلامت، فیلم ها، کارگاه های آموزشی حضوری و مجازی می­باشد. در بخش محصولات و خدمات به موارد زیر توجه شده است:
   1. **تصویر سازی:**

در راستای استراتژی بازاریابی محصول و خدمات، ایجاد تصویری واضح در ذهن مشتریانمان از اهمیت فراوانی برخوردار است که سامانه آریاس تلاش نموده تا تصویرسازی مثبتی را در اذهان مشتریان ایجاد کند. از جمله این اقدامات ایجاد علامت تجاری است. به منظور شکل گیری معنای خاص برای تلاش شده تا تصویری از علامت تجاری متناسب با اهداف و مأموریت های آریاس ایجاد گردد. آریاس در نظر دارد تا به عنوان مرجع سلامت در ایران شناخته شود. هدف این است که آریاس به عنوان برترین سامانه در ارائه اطلاعات معتبر، دقیق و تخصصی در زمینه پزشکی در بین ایرانیان شناخته شود. بنا برآن است تا آریاس برای بالابردن آگاهی هرچه بیشتر هم­وطنان عزیز از برند سامانه آریاس از کانال­ها زیر استفاده کرده­است.

* **فضای مجازی**
* **صدا و سیما**
* **مراکز بهداشتی و درمانی**
* **اپراتورها**
* **شرکت در همایش­های مرتبط**
* **شرکت در نمایشگاه­های مرتبط**
  1. **رضایت مشتری:**

هدف اصلی ما ارائه خدمات سودمند برای مشتریان و جلب رضایت آن­هاست و این رضایت از سودمندی کیفی خدمات سلامت محقق می­گردد. در ارائه خدمات و محصولات تلاش نموده­ایم که آن­ها در شکل و حالت مطلوب ارائه گردد و محصولات نیز در محل مناسب و مورد نظر در دسترس و قابل تهیه باشد.

آریاس با در نظر گرفتن خواسته های کاربران خود و مرتفع سازی نیاز های آنها، با هدف قرار دادن بالاترین حد رضایتمندی در مشتریان خود به فعالیت می پردازد.

3-1. **تأکید بر مزایا و استانداردسازی:**

* **کیفیت خدمات**

تمامی خدمات آریاس از جمله خدمات درمان در منزل، نوبت دهی، مشاوره، شبکه اجتماعی، خدمات دارویی، مقالات علمی و ... توسط متخصصین و پزشکان مجرب کادر آریاس ارائه می­گردد. آریاس در تلاش است تا با در نظر گرفتن قوانین و استاندارد های حوزه ی سلامت، به ارائه ی خدمات معتبر و علمی می پردازد. از جمله دیگر اقداماتی که در راستای بالا بردن کیفیت خدمات ارائه شده برای کاربران صورت گرفته است می توان پاسخ به مشاوره در کم تر از 6 ساعت را اشاره نمود.

* **جامعیت خدمات**

آریاس تلاش نموده تا تمامی خدمات و سرویس­هایی که در زمینه پزشکی و سلامت مورد نیاز کاربران است را پوشش دهد. خدماتی که در حوزه ی سلامت قابل ارائه به کاربران است در چهار حوزه ی پیش گیری، تشخیص، درمان و پایش بیماران می باشد. در حال حاضر هدف گذاری سامانه آریاس در حوزه ی پیش گیری و در آینده در قسمت تشخیص و پایش بیماران می باشد. به این دلیل سامانه ی آریاس در قسمت تجویز فعالیت نمی کند، چرا که از نظر قانونی به صورت مجازی تجویز دارو مجاز نمی باشد و تجویز دارو تنها در صورت ویزیت حضوری باید صورت گیرد. آریاس قصد دارد خدمات موجود در این زمینه را پوشش دهد.

* **قیمت خدمات**

آریاس در تلاش است تا بهترین و جامع­ترین خدمات پزشکی خود را با کم­ترین هزینه ممکن جهت رفاه حال هم­وطنان عزیز ارئه نماید.

1. **قیمت­گذاری:**

در این بخش استراتژی­های قیمت­گذاری هر یک از محصولات به تفکیک و در قالب جدول زیر نشان داده شده است:

|  |  |
| --- | --- |
| محصولات/خدمات | استراتژی قیمت­گذاری |
| سامانه آریاس | نفوذی: قیمت ورود به سامانه به صورت مصنوعی پایین­تر از حد معمول تعیین می­شود تا از این طریق کاربران بیشتری را جذب کنیم و در بازار نفوذ کنیم. پس از آن که به این هدف دست یافتیم، به تدریج قیمت ورود به سامانه را افزایش می­دهیم. |
| اپلیکیشن | لوازم جانبی انحصاری: در این روش اپلیکیشن­ها را به صورت رایگان در اختیار مشتریان قرار می­دهیم اما در آن­ها برنامه­ها و امکاناتی را قرار می­دهیم که برای استفاده از آن­ها نیاز به پرداخت درون برنامه­ای می­باشد. |
| پرونده سلامت | ارزشی: در این روش، براساس ارزش متصور برای خدمت ارائه شده، قیمت تعیین می­گردد. |
| Call centre | جهت دستیابی به مزیت رقابتی، خدمات مشاوره­ای در بخش سلامت جسم ، بیماری ها، روح و روان و.. ارائه می گردد که پیش­بینی می­شود گام مهمی در معرفی و ارتقای فروش سامانه داشته باشد. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| طرح پایه (رایگان) | طرح سلامتی + | طرح سلامتی ++ |
| بررسی وضعیت سلامتی | بررسی وضعیت سلامتی | بررسی وضعیت سلامتی |
| تشکیل پرونده سلامت | تشکیل پرونده سلامت | تشکیل پرونده سلامت |
| دریافت نمودار وضعیت سلامتی | دریافت نمودار وضعیت سلامتی | دریافت نمودار وضعیت سلامتی |
| اخبار سلامت | اطلاع رسانی خدمات سلامت | اطلاع رسانی خدمات سلامت |
| 4 عضو خانواده | اخبار سلامت | اخبار سلامت |
| 3 عدد درخواست مشاوره | ۴ عضو خانواده | ۴ عضو خانواده |
|  | ۵ عدد درخواست مشاوره | ۱۰ عدد درخواست مشاوره |
|  | نوبت دهی | نوبت دهی |
|  |  | درمان در منزل( خدمات آزمایشگاهی؛ و...) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ردیف | نام محصول/خدمت | ظرفیت تولید سالانه | قیمت فروش کنونی هر واحد در بازار |
| 1 | طرح پایه | نامحدود | رایگان |
| 2 | بسته سلامتی + | نامحدود | 100000 |
| 3 | بسته سلامتی ++ | نامحدود | 200000\* |
| 4 | مشاوره | نامحدود | 25000 |

\*با توجه به اینکه در بسته سلامت ++ خدمات در منزل اراده می شود حداق مبلغ 200.000 می باشد ولی متناسب با درخواست ارائه شده این مبلغ افزایش پیدا می کند.

این سامانه در نظر دارد تا خدمات خود را با همراه اول و ایرانسل، به کاربران این اپراتور ارائه نماید. تعرفه های قیمتی مورد نظر برای 3 ماه آینده در جدول زیر قابل مشاهده است:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| قیمت سرویس | توضیح سرویس | نام سرویس | |
| دقیقه ای 450 تومان | در این سرویس مشترک از طریق IVR موضوع مورد نظررا انتخاب کرده و به مشاور مورد نظر متصل می گردد. مشترک به ازای هر دقیقه شارژ می شود. | **مشاوره تلفنی** | |
| بر حسب مورد یکی از این سه قیمت در نظر گرفته شده است:   * 9400 * 19200 * 24000 | در این طرح مشترک پس از انتخاب موضوع مورد نظر خود، از توصیه های متخصص ، ویدئوهای موضوعی، مقالات به روز بهره مند. می گردد. علاوه بر آن، با این طرح مشترک با مشترکبن دیگری که عضو این طرح موضوعی هستند ارتباطط داشته و تبادل تجربه می کنند. | **طرح سلامت موضوعی** | |
| ماهانه 7000 تومان | این دو طرح شامل تعداد خاص اپلیکیشن، آزمون، ویدئو، مشاوره است. | **طلایی** | **طرح های سلامت همراه** |
| ماهانه 3000 تومان | **نقره ای** |

جزئیات طرح سلامت همراه درجدول زیر است:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ویژگی های بسته | طلایی | نقره ای |
| خبرنامه | رایگان (خدمات پایه) | رایگان(خدمات پایه) |
| اپلیکیشن | دسترسی به کلیه ی اپ های موجود | دسترسی به کلیه ی اپ های موجود |
| ویدئو | دسترسی به کلیه ی ویدئوهای موجود | دسترسی به کلیه ی ویدئوهای موجود |
| مشاوره | 3 | 1 |
| پرونده سلامت | رایگان(خدمات پایه) | رایگان(خدمات پایه) |
| قیمت | 7000 تومان | 3000 تومان |

1. **توزیع:** در این بخش استراتژی­های توزیع هر یک از محصولات به تفکیک و در قالب جدول زیر نشان داده شده است:

| محصولات/خدمات | استراتژی توزیع |
| --- | --- |
| سامانه آریاس | عرضه مستقیم از طریق سامانه |
| اپلیکیشن | فروش مستقیم از طریق سامانه  فروش غیرمستقیم از طریق سازمان ها و نهادهای مرتبط با سلامت، بیمارستان ها و فروشگاه های عرضه کننده محصولات پزشکی |
| پرونده سلامت | فروش مستقیم |
| فروشگاه سلامت | فروش مستقیم |
| Call centre | عرضه مستقیم از طریق سامانه |

1. **ترفیع:**
   1. **تبلیغات:**

* **فضای مجازی**

در این راستا تیم آریاس در نظر دارد با تبلیغات در فضاهای مجازی از جمله سایت­های معتبر و شبکه­های اجتماعی (نظیر اینستاگرام، واتس آپ و تلگرام) خدمات خود را به کاربران اینترنت معرفی نماید. همچنین با برگزاری کمپین­های آنلاین مختلف و موضوعی نسبت به بالابردن آگاهی مردم از خدمات آریاس اقدام نموده است.

* **صدا وسیما**

با توجه به مذاکرات صورت گرفته، این سامانه حداقل در هفته 20 دقیقه زمان برای تبلیغات دارد. همچنین زمان­هایی برای معرفی سامانه از طریق شبکه­های تلویزیون در نظر گرفته شده­است.

* **همراه اول**

طی تفاهم نامه مابین سامانه آریاس و اپراتور همراه اول، اپلیکیشن سامانه آریاس از طریق همراه اول برای کاربران همراه اول ارسال می­گردد.

* **شرکت در همایش­های مرتبط**

سامانه آریاس در نظر دارد تا با حضور در همایش­های پزشکی، امتیاز بازآموزی پزشکی و همچنین همایش­های مرتبط دیگر این سامانه را به مخاطبان خود اعم از پزشک و کاربران عادی معرفی کند.

* **شرکت در نمایشگاه­های مرتبط**

اجاره غرفه­های تبلیغاتی در نمایشگاه­هایی با موضوعات مرتبط با سامانه آریاس نیز از دیگر برنامه­های تبلیغات این سامانه می­باشد.

* **بیمارستان ها**

آریاس برای معرفی برند خود و برای آشنایی بیشتر هم­وطنان با این سامانه اقدام به برگزاری کمپین­های مشاوره­ای در فضاهای عمومی بیمارستان ها کرده­است در این کمپین­ها ضمن اندازه­گیری شاخص­های عمومی سلامتی مانند قد، وزن، فشارخون و قند خون مشاوره­های تخصصی در زمینه تغذیه، روانشناسی و.... ارائه شده­است.

* **تبلیغات از طریق مشتریان(سیستم اعتباردهی)**

تاثیری که پیشنهاد یک دوست به خرید و استفاده از محصولی دارد، قابل مقایسه با تبلیغات دیگر نیست. هر کاربر می­تواند دوستان خود را به استفاده از سایت ترغیب کند و در این صورت اعتباری برای استفاده از خدمات غیر رایگان دریافت می­کند. در این صورت هر دو کاربر انگیزه لازم برای انجام این کار را خواهند داشت.

* **روزهای خاص**

در روزهای خاصی مانند روز مقابله با دیابت، روز پزشک، سلامت زنان، بهداشت روان و ... سایت می­تواند بسته های پیشنهادی خود را با تخفیفی در اختیار کاربران قرار دهد.

* **برنامه رونمایی**

می توان در هر فاز راه اندازی سامانه، یک برنامه رونمایی برگزار کرد. بدین صورت اخبار این کار در خبرگزاری ها پخش می­شود و جذابیت استفاده از خدمات سایت بالا می­رود. این موضوع به خصوص در زمینه رونمایی از نسخه اصلی کاربرد ویژه ای دارد.

* **کمک از شهرداری برای تبلیغات:**

در صورتی امضای تفاهم نامه با شهرداری، می توان از کانال شهرداری برای برگزاری کمپین های محیطی و استفاده از بیلبورد و دیگر کانال های تبلیغاتی شهرداری استفاده نمود.

* 1. **فروش شخصی:**

با شرکت در نمایشگاه­ها و همایش­های مرتبط با حوزه کاری سامانه آریاس، این سامانه خدمات خود را به صورت مستقیم به افراد می­فروشد. برای نمونه در همایش INOTEX بعد از معرفی سامانه به پزشکان و دیگر سازمان ها، امکان همکاری هر چه بیش تر سامانه با این شرکت ها و پزشکان فراهم شده است.

* 1. **پشتیبانی یا ترویج فروش:**
* **نمونه**

آریاس برای نشان دادن کیفیت خدمات ارائه شده درسامانه اقدام به برگزاری کمپین­های موضوعی کرده­است تا کاربران کیفیت خدمات ارائه شده را ارزیابی کنند. همچنین به کسانی که در سامانه ثبت نام کرده­ا­­ند، ماه اول خدمات رایگانی ارائه می­شود.

* **کوپن تخفیف**

بر روی تراکت­های تبلیغاتی که در نمایشگاه­ها و همایش­ها و کمپین­های فیزیکی توزیع می­گردد، کدهای تخفیفی برای استفاده از خدمات سامانه به مشتریان ارائه می­شود. در کمپین­های مجازی نیز خدمات مرتبط با آن کمپین با تخفیف ارائه می گردد. در مناسبت­های مختلف مرتبط با حوزه سلامت (روز دیابت) سرویس­های مرتبط (سرویس­های دیابت) با تخفیف ارائه می­شود

* **هدیه**

در برخی موارد آریاس در کمپین­هایی که برگزار می­کند از رویکرد اهدا هدیه و جایزه استفاده می­­کند. همچنین هدایای تبلیغاتی در همایش­ها و نمایشگاه­ها نیز به کاربران و پزشکان اهدا می­گردد

* 1. **روابط عمومی:** در این روش ترویج، می­توانیم از روش­های زیر برای ارائه خدمات سامانه آریاس بهره گیریم:
* معرفی خدمات سامانه آریاس در مقر شرکت: قرار دادن بنر، پلاکارد و غیره یکی از شیوه­هایی است که در محل شرکت می­توانیم انجام دهیم.
* نمایشگاه: شرکت در نمایشگاه­های مرتبط با سلامت و نیز سایر کسب و کارهای مرتبط با حوزه های کسب و کار الکترونیک.
* انتشار خبر: تأمین خبر و نشر آن در نشریات مطرح و یا تخصصی درباره سلامت، بهداشت و پزشکی.
* مصاحبه به همراه عکس­هایی از سامانه و محصولات: انجام مصاحبه با رسانه­ها، امکان نشر اطلاعات در سطح وسیع و تبلیغ غیرمستقیم برای خدمات سامانه آریاس را ممکن می­سازد.

## **مدل های درآمد زایی**

درآمد سامانه آریاس از فروش خدمات زیر حاصل می شود:

1. طرح های سلامت: طرح ها به دو صورت عمومی و موضوعی در اختیار کاربران قرار می­گیرد. طرح های عمومی که شامل طرحهایی طلایی و نقره ای است، مجموعه ای از تعداد مشخصی از مشاوره و دسترسی به ویدئوها و اپلیکیشن ها می باشد. طرحهای موضوعی با تکیه بر موضوع خاصی در حیطه سلامت (مانند بارداری، دیابت، چاقی و ....) مطالب گوناگون (متن، ویدئو، صوت، ...) مرتبط با آن موضوع را با هدف ارتقای سطح آگاهی و دانش کاربران به همراه آزمونها و مشاوره های مربوطه در قالب بسته ای در اختیار کاربران خود قرار می­دهد.
2. مشاوره متنی: مشاوران سامانه آریاس در دو سطح عمومی و تخصصی در کمتر از 6 ساعت پاسخگوی سوالات کاربران این سامانه می­باشند.
3. مشاوره تلفنی: کاربران می­توانند با تماس به سامانه آریاس، به صورت تلفنی در تخصصهای مختلف مشاوره بگیرند. در این صورت به ازای هر دقیقه مشاوره، کاربر باید مبلغی را پرداخت نماید.
4. ویدئو: ویدئوهای معتبر و آموزنده حوزه سلامت در موضوعات گوناگون در اختیار کاربران قرار می­گیرد.
5. اپلیکیشن: اپلیکیشن های جذاب و گوناگون این حوزه ارائه می­شود.
6. خدمات سنجش آنلاین ریسک سلامتی بصورت متناوب ارایه میگردد.
7. خدمات الکترونیک سلامت همچون رزرو مطب، خدمات سلامت در منزل، فروش دارو و....به تناول ارایه خواهد شد.

## **هزینه در مقابل اثربخشی**

در مقابل هزینه­ای که برای سامانه آریاس انجام می شود، باید بررسی گردد که چه اثری حاصل می شود. بعلاوه باید پوشش توزیعی یعنی این که چه مقدار از بازار هدف تحت پوشش قرار گرفته، تکرار توزیع به معنای این که مشتری چند بار در معرض معرفی خدمات ما قرار گرفته و نیز هم­خوانی کانال­های توزیع با روش­های ترویجی را مورد بررسی قرار دهیم. این مهم در جدول زیر صورت گرفته است:

|  |  |
| --- | --- |
| روش ترویجی | تخمین میانگین هزینه (ریال) |
| کوپن­های تخفیف |  |
| تبلیغات اینترنتی |  |
| تبلیغات در رادیو و تلویزیون |  |
| نمایشگاه |  |
| مجلات آموزشی |  |
| کاتالوگ |  |
| **جمع هزینه­ها** |  |

## **استراتژی فروش**

در این بخش استراتژی­های فروش هر یک از محصولات به تفکیک و در قالب جدول زیر نشان داده شده است:

|  |  |
| --- | --- |
| محصولات/خدمات | استراتژی فروش |
| سامانه آریاس | ارائه نمونه: به مشتریان بخشی از خدمات را به صورت رایگان، جهت ترغیب به امتحان خدمات (برای دفعات اول) می­دهیم. |
| اپلیکیشن | ارائه نمونه: به مشتریان بخشی از محتوا را بدون پرداخت پول، جهت ترغیب به امتحان خدمات (برای دفعات اول) می­دهیم. |
| پرونده سلامت | دعوت: کاربرانی که در سامانه آریاس حضور دارند را دعوت و ترغیب به ثبت نام در پرونده سلامت می­کنیم. |
| فروشگاه سلامت | جایزه تشویقی: کنار خرید کالا به مشتریان کوپن تخفیف یا خرید مجدد داده می­شود. |
| Call centre | ترکیبی از استراتژی ارائه نمونه و جایزه تشویقی. |
| خدمات آنلاین سلامت | با توجه به حجم کاربر، به مطب ها اشتراک داده خواهد شد. |

# **فصل ششم: برنامه مالی**

در این بخش بهترین راهکارهایی را که به وسیله آن آریاس می­تواند سودده بوده و سودهی­اش را حفظ کند، معرفی می­شود. در این طرح مالی مشخص می­کنیم که سود مورد انتظار سامانه آریاس چقدر است؟ منابع مالی مورد نیاز چقدر است و برنامه زمانی که هر سرمایه­گذار باید انتظار بازگشت سرمایه را داشته باشد، چیست؟به این منظور مباحث زیر مورد بررسی قرار می­گیرد:

## درآمدها (تومان)

## -هزینه‌ها

فرضیات زیر برای محاسبات هزینه­های نیروی انسانی درنظر گرفته شده است:

### 

### **هزینه‌های نیروی انسانی سال 97**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| سمت | تعداد | حقوق | سربار | هزینه ماهانه | هزینه سالانه | جمع هزینه سالانه |
| مدیر عامل | 1 | 5.000.000 | 5.000.000 | 10.000.000 | 120.000.000 | 120.000.000 |
| مدیر محتوا | 1 | 4.000.000 | 4.000.000 | 8.000.000 | 96.000.000 | 96.000.000 |
| مدیر فنی | 1 | 4.000.000 | 4.000.000 | 8.000.000 | 96.000.000 | 96.000.000 |
| مدیر بازاریابی | 1 | 4.000.000 | 4.000.000 | 8.000.000 | 96.000.000 | 96.000.000 |
| مدیر تحقیق و توسعه | 1 | 4.000.000 | 4.000.000 | 8.000.000 | 96.000.000 | 96.000.000 |
| مدیر اداری، مالی و حقوقی | 1 | 4.000.000 | 4.000.000 | 8.000.000 | 96.000.000 | 96.000.000 |
| کارشناس محتوا | 5 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 180.000.000 |
| کارشناس فنی | 5 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 180.000.000 |
| کارشناس بازاریابی | 5 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 180.000.000 |
| کارشناس تحقیق و توسعه | 3 | 2.000.000 | 2.000.000 | 4.000.000 | 48.000.000 | 144.000.000 |
| کارشناس اداری | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 36.000.000 |
| کارشناس مالی | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 36.000.000 |
| کارشناس حقوقی | 1 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 36.000.000 |
| مشاور پزشکی | 3 | 2.000.000 | 2.000.000 | 4.000.000 | 48.000.000 | 144.000.000 |
| مشاور روان شناسی | 3 | 1.500.000 | 1.500.000 | 3.000.000 | 36.000.000 | 108.000.000 |
| مدرس حضوری | 2 | 500.000 | 500.000 | 1.000.000 | 12.000.000 | 24.000.000 |
| مدرس غیرحضوری | 6 | 200.000 | 200.000 | 400.000 | 4.800.000 | 28.800.000 |
| امور تدارکات | 1 | 800.000 | 800.000 | 1.600.000 | 19.200.000 | 19.200.000 |
| **مجموع نیروی انسانی** | **42** | **مجموع هزینه­های نیروی انسانی** | | | | **1.716.000.000** |

### 

### **هزینه‌های نیروی انسانی سال 97**