



مرکز شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان
معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

شیوه نامه حمایت از

تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان

مرکز شرکت ها و مؤسسات دانش بنیان

بهار-۱۳۹۹



شیوه نامه حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان

۱. مقدمه

بازاریابی و توسعه بازار یکی از مهم ترین بخش های تاثیرگذار در موفقیت کسب و کارهای دانش بنیان و فناوری محور می باشد. این در حالیست که معمولاً این موضوع کمتر مورد توجه و تمرکز فناوران و صاحبان شرکت های دانش بنیان بوده و عموماً در این بخش دچار چالش و ضعف هستند. لذا با توجه به ضرورت توسعه بازار و افزایش سطح فروش محصولات دانش بنیان در کشور، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، برنامه ای برای حمایت از تدوین برنامه بازاریابی این محصولات فراهم نموده است.

۲. خدمات مشمول این شیوه نامه

حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان در سه مرحله اصلی و یک مرحله اختیاری (مطابق جدول شماره ۱) برای تمامی حوزه های عملکردی واحد بازاریابی یک شرکت انجام خواهد شد. دسته بندی حوزه های عملکردی واحد بازاریابی و فروش یک شرکت به شرح زیر است:

- | | |
|---|--|
| ۱. تحقیقات بازار | ۹. بازاریابی مستقیم |
| ۲. برنامه ریزی بازاریابی | ۱۰. خدمات پس از فروش |
| ۳. طراحی مدل کسب و کار | ۱۱. مدیریت ارتباط با مشتری |
| ۴. پیشنهاد بهبود محصول (بازخورد واحد بازاریابی به واحد تحقیق و توسعه) | ۱۲. فرایندهای پشتیبان بازاریابی و فروش (اصلاح فرآیند با توجه به بازخوردهایی که در حین اجرای برنامه بازاریابی گرفته می شود) |
| ۵. مدیریت شبکه توزیع | |
| ۶. قیمت گذاری | |
| ۷. برندسازی | |
| ۸. تبلیغات و ترویج | |



جدول شماره ۱- برنامه بازاریابی مورد حمایت

مراحل	عنوان	جزئیات	خروجی مورد انتظار
مرحله اول	عارضه یابی واحد بازاریابی و فروش شرکت	ارزیابی و بررسی زیرساختها و سوابق شرکت به منظور شناسایی نقاط قوت و قابل بهبود در هر ۱۲ حوزه عملکردی بازاریابی	* گزارش عارضه یابی واحد بازاریابی * پروپوزال انجام برنامه بازاریابی
مرحله دوم	طرح ریزی بازاریابی	آغاز برنامه با تمرکز بر تحقیقات بازار، برنامه ریزی بازاریابی، طراحی مدل کسب و کار	* سند برنامه بازاریابی * برنامه عملیاتی یک ساله * مدل کسب و کار * گزارش تحقیقات بازار
مرحله سوم	اجرای بازاریابی	تمرکز بر این موارد: پیشنهاد بهبود محصول، مدیریت شبکه توزیع، قیمت گذاری، برندسازی، تبلیغات و ترویج و بازاریابی مستقیم	* طراحی و اجرای آمیخته بازاریابی (P۴) * سه گزارش عملیاتی از اجرای فرآیند بازاریابی
مرحله چهارم	طراحی خدمات تکمیلی بازاریابی (براساس توافق شرکت دانش بنیان و کارگزار)	با توجه به شرایط شرکت شامل خدمات پس از فروش، مدیریت ارتباط با مشتری و فرآیندهای پشتیبان بازاریابی و فروش می باشد.	با توجه به شرایط شرکت معین خواهد شد.

مدت زمان در نظر گرفته شده برای انجام تدوین و اجرای برنامه بازاریابی، از ابتدا تا انتهای مرحله سوم، به مدت ۶ ماه در نظر گرفته شده است. تصویر زیر برنامه زمان بندی اجرای این شیوه نامه را نشان می دهد.

تصویر شماره ۱- برنامه زمان بندی تدوین برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان

ماه اول	ماه دوم				ماه سوم				ماه چهارم				ماه پنجم				ماه ششم				مرحله	
	هفته ۱	هفته ۲	هفته ۳	هفته ۴	هفته ۱	هفته ۲	هفته ۳	هفته ۴	هفته ۱	هفته ۲	هفته ۳	هفته ۴	هفته ۱	هفته ۲	هفته ۳	هفته ۴	هفته ۱	هفته ۲	هفته ۳	هفته ۴		
																					مرحله اول	
																						مرحله دوم
																						مرحله سوم
																						مرحله چهارم

با توجه به شرایط شرکت مشخص خواهد شد.



۳. میزان حمایت

مرحله اول خدمت تدوین برنامه بازاریابی و تهیه پروپوزال برای شرکت های دانش بنیان (با درآمد کمتر از ۱۰۰ میلیارد ریال در آخرین سال مالی) به صورت رایگان بوده و تماماً توسط معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری پرداخت می گردد.

میزان حمایت سایر مراحل برای شرکت های دانش بنیان (با درآمد کمتر از ۱۰۰ میلیارد ریال در آخرین سال مالی) ۵۰٪ از مبلغ قرارداد تا سقف ۲۰۰ میلیون ریال خواهد بود.

شرکت های دانش بنیان با درآمد بیشتر از ۱۰۰ میلیارد ریال می توانند به صورت آزاد و بدون تسهیلات این خدمت را دریافت کنند.

تبصره ۱- در صورت استفاده شرکت متقاضی از سایر خدمات تجاری سازی مشمول حمایت و با نظر کارگزار بازاریابی، میزان حمایت از هر یک از آن خدمات (در صورت همراستایی با برنامه بازاریابی شرکت) تا ۷۰٪ قابل افزایش می باشد.

۴. شرایط دریافت حمایت

برای استفاده از این حمایت، شرکت موظف است در مرحله اول و قبل از هر گونه اقدامی درخواست خود را به همراه مستندات لازم در سامانه bizservices.ir ثبت نماید.

بعد از اتمام پروژه، مستندات زیر بایستی در سامانه مذکور بارگذاری گردد: قرارداد نهایی، پروپوزال انجام پروژه، نتایج و خروجی های هر مرحله، یک نسخه از گزارش نهایی تدوین شده، ارائه فاکتور رسمی و کلیه مستندات مالی، نامه رسمی شرکت حاوی اطلاعات حساب (شماره حساب، کد شبا، نام بانک و کد شعبه)

تبصره ۲- حمایت از تدوین و اجرای برنامه بازاریابی شرکت های دانش بنیان در صورتی قابل انجام است که پروپوزال انجام پروژه، قبل از شروع مرحله دوم به تایید معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برسد.

تبصره ۳- شرکت دانش بنیان مختار است بر مبنای نیاز خود، کارگزار (شخصیت حقوقی) را از گزینه های زیر تعیین نماید:



- کارگزاران معرفی شده از سوی معاونت علمی و فناوری: در صورتی که شرکت با این مجریان قرارداد خود را منعقد نماید، در پایان تدوین و اجرای برنامه بازاریابی و پس از انجام فعالیت های مجری و دریافت گزارش از آن، می تواند وجه حمایتی مد نظر این شیوه نامه را دریافت نماید.
 - سایر کارگزاران مشاوره بازاریابی: در صورتی که شرکت دانش بنیان تمایل به انعقاد قرارداد با سایر اشخاص حقوقی فعال در حوزه خدمات بازاریابی را داشته باشد، لازم است در ابتدا رزومه مجری را به معاونت علمی و فناوری ارسال نموده تا پس از تایید صلاحیت مجری معرفی شده، مشمول حمایت این شیوه نامه گردد.
- تبصره ۴-** مسئولیت اجرا و پیاده سازی برنامه های تدوین شده بازاریابی برعهده شرکت دانش بنیان بوده و کارگزار صرفا در یکی از چهار حوزه زیر، با انتخاب شرکت متقاضی فعالیت می نماید:

- آموزش حین اجرا
- اجرای محدود (برنامه ریزی عملیاتی، بودجه بندی)
- سازماندهی و طراحی فرایند (طراحی ساختار سازمانی، کمک به تامین نیروی انسانی، تشریح فرآیند ها و شرح وظایف)
- تصمیم سازی مستمر و نظارت بر اجرا

تبصره ۵- شرکت دانش بنیان علاوه بر نظارت بر محتوای گزارش، موظف است در جهت پیشبرد این خدمت همکاری های لازم با شرکت مشاور را به عمل آورد. بنابراین تامین اطلاعات مربوط به شرکت و اشخاص در صورتی که در راستای انجام خدمت مورد نیاز باشد، بر عهده شرکت متقاضی است.

تبصره ۶- شرکت دانش بنیان موظف است نسبت به پیگیری درخواست ثبت شده و ارسال مستندات مربوطه در زمان مقرر اقدام نماید. در صورت عدم رعایت این مساله، درخواست ثبت شده در پرتال منقضی و بصورت خودکار مردود خواهد شد. این مدت زمان از ثبت درخواست تا تنظیم قرارداد با کارگزار، ۱ ماه تعیین شده است.



تبصره ۷- مسئولیت های اجرای درست و موثر خدمت بر عهده شرکت های متقاضی می باشد. معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری تنها بر مبنای مستندات و گزارش های دریافتی، وجه حمایتی را اختصاص خواهد داد و در قبال دعاوی احتمالی بین شرکت های دانش بنیان با کارگزاران، هیچگونه مسئولیتی بر عهده ندارد.

