ارزان‌ترین قیمت‌های بیمه در استارتاپ پاکت

مناقصه بیمه خود را در پاکت بگذارید

مصاحبه
Interview
وحید زارع سهیلی

استارتاپ پاکت توسط کاظم عید بنیانگذاری شده است. کاظم ۳۷ ساله و متولد شهر قم است. او دانش‌آموخته رشته مهندسی کامپیوتر در دانشگاه پیام نور قم است.

● ایده استارتاپ پاکت چطور شکل گرفت؟
من از سال ۹۵ با استارتاپ‌ها و مدل کسب‌وکارهای پلتفرمی آشنا شدم. با توجه به سابقه‌ای که در صنعت بیمه داشتم و از آنجایی که خلأهای موجود در بازار آنلاین بیمه را می‌شناختم، ایده راه‌اندازی پلتفرمی در زمینه بیمه با مشارکت کلیه نمایندگان با امکان رقابت بر سر قیمت و ارائه خدمات را بررسی کردم. در نهایت از سال ۹۷ شروع به نیازسنجی و تحلیل سایت کردم و با توجه به اینکه مشابه استارتاپ پاکت را در زمینه بیمه نداشتیم، کلیه موارد از ابتدا تحلیل، طراحی و پیاده‌سازی شد.

● قبل از راه‌اندازی استارتاپ‌تان، مشغول چه کاری بودید؟
من از سال ۹۰ نماینده بیمه در شهر قم بودم. همچنین ۵ سال متوالی نماینده برتر بیمه در استان قم شدم.

● استارتاپ شما چه خدماتی ارائه می‌دهد و کاربران چطور می‌توانند از این خدمات استفاده کنند؟
سامانه پاکت به نشانی www.pakatt.com به منظور ایجاد بستری برای سازمان‌ها، شرکت‌ها و هر شخص حقیقی و حقوقی که نیاز به تهیه بیمه‌نامه دارد، ایجاد شده است. این سامانه یک پلتفرم دووجهی است که با ایجاد ارتباط بین متقاضیان بیمه، نمایندگان و کارگزاران شرکت‌های بیمه، به متقاضی این امکان را می‌دهد که بیمه مورد تقاضای خود را با بهترین قیمت و شرایط پرداخت متنوع از هر یک از شرکت‌های بیمه فعال در ایران خریداری کند. نمایندگان و کارگزاران شرکت‌های بیمه نیز می‌توانند قیمت و شرایط دریافت حق بیمه را بر اساس پیشنهاد ارسالی به متقاضی اعلام کرده و با سایر ارائه‌کنندگان خدمات از نظر قیمت و نحوه ارائه خدمات رقابت داشته باشند. متقاضی بیمه می‌تواند بر اساس قیمت، نحوه پرداخت حق بیمه، نام شرکت بیمه و سوابق کاری نماینده ارائه‌دهنده خدمات، یکی از ارائه‌دهندگان را انتخاب کند. تمرکز پاکت روی بیمه‌های تخصصی همچون مسئولیت، مهندسی، درمان گروهی و... است. این در حالی است که سایر سایت‌های فروش آنلاین بیمه بیشتر روی بیمه خودرو تمرکز دارند.

● پاکت از چه بخش‌هایی تشکیل شده است؟
پاکت شامل دو بخش اصلی است؛ بخش کاربری نمایندگان و بخش متقاضیان بیمه.
در سمت کاربر متقاضی بیمه، کلیه متقاضیان می‌توانند به صورت رایگان در سایت ثبت نام کنند. سپس با توجه به بیمه مورد تقاضایشان، نسبت به تکمیل فرم درخواست مناقصه اقدام کرده و اطلاعات مورد نیاز برای ارائه قیمت را تکمیل و ارسال می‌کنند. کاربران می‌توانند بنا به صلاحدید خود مناقصه را به صورت پاکت باز و یا پاکت بسته ایجاد کنند. در صورتی که مناقصه به صورت پاکت بسته باشد، نمایندگان بیمه نمی‌توانند قیمت‌های ارسالی سایر نمایندگان را مشاهده کنند. مزیت مناقصه به صورت پاکت باز این است که نمایندگان با مشاهده قیمت سایر نمایندگان می‌توانند نسبت به اصلاح و کاهش قیمت اعلامی خود اقدام کنند. کاربر می‌تواند از کلیه شرکت‌های بیمه درخواست استعلام کند و یا اینکه شرکت‌های بیمه منتخب خود را مجاز به ارائه قیمت مشخص کند. همچنین کاربر می‌تواند از کلیه نمایندگان در کل کشور درخواست ارائه قیمت کند و یا اینکه نمایندگان یک یا چند استان و یا یک شهر را مجاز به ارائه قیمت مشخص کند. کاربران می‌توانند برای ارائه قیمت توسط نمایندگان مهلت ارائه قیمت مشخص کنند. ضمن اینکه کاربر می‌تواند بنا به صلاحدید خود قبل از مهلت انتخابی، نسبت به اتمام زمان شرکت در مناقصه اقدام و برنده را تعیین کند. پس از تعیین برنده توسط کاربر اطلاعات تماس نماینده برنده به کاربر نمایش داده می‌شود . همچنین با اعلام به نماینده برنده، اطلاعات تماس متقاضی بیمه به نماینده نمایش داده می‌شود. یکی از مزیت‌های این موضوع این است که متقاضی با تماس‌های مکرر نمایندگان بیمه مواجه نخواهد شد. پس از صدور بیمه‌نامه، کاربر این موضوع را در سامانه اعلام و نسبت به تجربه کار با نماینده اعلام نظر می‌کند. در صورت عدم توافق و عدم صدور بیمه‌نامه، کاربر می‌تواند با اعلام عدم صدور بیمه نامه و اعلام دلیل آن، نسبت به انتخاب نماینده دیگری اقدام کند.
در بخش کاربری نمایندگان بیمه، کلیه نمایندگان و کارگزاران بیمه اعم از حقیقی و حقوقی در سراسر کشور می‌توانند با عضویت در سایت نسبت به ارائه قیمت بیمه نامه اقدام و در صورت برنده‌شدن در مناقصه و انتخاب‌شدن توسط کاربر متقاضی، اقدامات لازم جهت صدور بیمه نامه را انجام دهند. نمایندگان و کارگزاران می‌توانند در سایت ثبت نام کرده و پس از تایید مدارک ارسالی توسط مدیر سایت نسبت به ارائه مبلغ اقدام کنند.

● از چه زمانی استارتاپ خود را راه‌اندازی کردید؟
نسخه اولیه سایت از مهر ۹۸ شروع به کار کرد که پس از رفع ایرادات، از اوایل آذر ماه رسما کار خود را آغاز کردیم.

● سرمایه اولیه‌تان برای آغاز کار چقدر بود؟
سرمایه اولیه کار حدود ۴۰ میلیون تومان بود که برای ادامه کار و بازاریابی و تبلیغات در حال تزریق سرمایه هستیم.

● از زمانی که استارتاپ خود را راه‌اندازی کردید چه تعداد کاربر از خدمات شما استفاده کردند؟
حدود ۱۰۰ کاربر در این مدت جذب کردیم که با توجه به اینکه سایت کار تخصصی انجام می‌دهد و کاربران برای تاییدشدن باید پایش بشوند، آمار خوبی است.

● شیوه درآمدزایی‌تان چگونه است؟
شیوه درآمدزایی ما به صورت درصدی از حق بیمه تا سقف معینی خواهد بود که از نماینده برنده مناقصه اخذ می‌شود.

● برای معرفی استارتاپ خود و اینکه بیشتر شناخته شوید، چه کارهایی انجام دادید؟
بازار هدف پاکت شرکت‌ها و سازمان‌های کوچک و متوسط هستند که سعی کردیم با ارتباط گرفتن به صورت مستقیم با بازار هدف نسبت به معرفی اقدام کنیم. استفاده از ارتباطات قبلی که در بازار بیمه داشتیم و همچنین آشنایی از طریق موتورهای جستجو و شبکه‌های اجتماعی را هم در دستور کار قرار دادیم و با تولید محتوا سعی می‌کنیم جایگاه خوبی را در موتورهای جستجو در زمینه‌های مرتبط با بیمه به دست بیاوریم.

- بنیانگذاران: کاظم عید
- سال شروع فعالیت: ۹۸
- محل استقرار: قم
- اشتغالزایی: ۱۰ نفر
- سرمایه اولیه: ۴۰میلیون تومان

نام استارتاپ:
پاکت

> استارتاپ پاکت واسطه‌ای میان بیمه‌گر و بیمه‌گذار، برای عقد بهترین قرارداد بیمه‌ای است

رایحه خوش عود در خانه‌های ایرانی

عود آنلاین؛ بازار فروش عودهای خوشبوکننده

مصاحبه
Interview
مهتاب نوری

استارتاپ عود آنلاین توسط حسام‌الدین عالمیان بنیانگذاری شده است. حسام‌الدین متولد اردیبهشت سال ۱۳۶۴، در شهر شاهرود است. او دوره کارشناسی را در رشته مهندسی مکانیک در دانشگاه صنعتی شاهرود به پایان رسانده و در مقطع کارشناسی ارشد در رشته مدیریت کارآفرینی در دانشگاه تهران تحصیل کرده است. حسام ورودی سال ۸۶ در دانشکده تازه تاسیس کارآفرینی دانشگاه تهران بوده و از اولین دانش‌آموختگان این رشته در ایران به‌شمار می‌آید.

● ایده استارتاپ عود آنلاین چطور شکل گرفت؟
عودآنلاین به‌واسطه نیاز یکی از دوستانم شکل گرفت. یکی از دوستانم که در شهرستان زندگی می‌کرد، از من خواست که چند بسته عود تهیه و برایش ارسال کنم. آن ایام مشغله کاری زیاد داشتم و برایم سخت بود که برای خرید عود بروم اما به هر ترتیب و به‌خاطر دوستم رفتم. با وجود مراجعه من برای خرید اما متاسفانه فروشگاه عودفروشی تعطیل بود. آن لحظه نه جای دیگری را می‌شناختم که به من نزدیک باشد و نه فرصت مراجعه به جایی مثل بازار تهران را داشتم. فروشگاه‌های اینترنتی معروف هم معمولا ارسال‌شان چند روز طول می‌کشید. بنابراین باید بگویم که عود آنلاین از درخواست دوستم برای تهیه عود و جای خالی بازار این محصول در شهرستان‌های کشور، ایجاد شد. نکته قابل توجه این است که در اکثر شهرها به‌جز تهران، تنها چند رایحه عود پرفروش عرضه می‌شود. البته باید به این موضوع هم اشاره کنم که خودم از مشتریان پروپا قرص عود هستم و سال‌هاست که از عود برای خوشبو کردن خانه‌ام استفاده می‌کنم. در تجربه خرید صدها بسته عود با رایحه‌های مختلف متوجه این مطلب شدم که خود فروشنده‌ها اطلاع دقیقی در مورد رایحه عودها ندارند و از آنجایی که نمی‌توان رایحه عود را از بیرون بسته تشخیص داد، خیلی‌ها در خرید خود از فروشگاه‌ها دچار اشتباه می‌شوند و از محصول خریداری شده راضی نیستند.

● قبل از راه‌اندازی استارتاپ‌تان، مشغول چه کاری بودید؟
عودآنلاین اولین استارتاپ من نبود. من از همان سال ۸۷ که مشغول گذراندن دوره ارشد کارآفرینی بودم، مدیریت سازمان آگهی‌های بازارنامه، یکی از ویژه‌نامه‌های روزنامه دنیای اقتصاد را بر عهده داشتم. پس از اتمام دوره ارشد و گذراندن دوره خدمت سربازی، ایده‌های مختلفی را به صورت وب‌سایت پیاده‌سازی کردم، مثلا سایت بازارگردی را با هدف انجام ثبت‌نام آزمون‌های بین‌المللی زبان مثل تافل و GRE در سال ۹۲ برای دانشجویان راه‌اندازی کردم. از دیگر وب‌سایت‌هایی که قبل از عودآنلاین راه‌اندازی کردم، وب‌سایت واژگان زبان انگلیسی بود که هنوز هم فعال است و روزانه بیشتر از ۲۱ هزار بازدیدکننده از گوگل دارد. البته فواصلی از زندگی شغلی‌ام به کارمندی‌های چند ماهه در شرکت‌های مختلف در حوزه‌های برندینگ، گردشگری و توریسم گذشته است، که در نهایت همه آنها تجربیات خوبی را برای من فراهم آورده است.

● استارتاپ شما چه خدماتی ارائه می‌دهد و کاربران چطور می‌توانند از این خدمات استفاده کنند؟
ما در ظاهر یک فروشگاه اینترنتی برای فروش عود هستیم، ولی آنچه عودآنلاین را از رقبایش متمایز می‌کند، ارائه طیف وسیعی از انواع عود است که از لحاظ رایحه‌ای به صورت کامل به مشتریان معرفی می‌شود. ما تنها به فروش عود فکر نمی‌کنیم و اینکه مشتریان بتوانند بهترین رایحه مورد علاقه‌شان را انتخاب کنند برای ما بسیار با اهمیت است. به همین دلیل در عودآنلاین تمام عودها از معرفی کاملی برخوردار هستند که در ذیل هر کدام از آنها نظرات کاربران و متخصصان خود عودآنلاین نیز موجود است. ما باید بتوانیم به مشتریان، پیشنهادهای درستی بدهیم؛ پیشنهادهایی که رضایت حداکثری مشتریان ما را به دنبال داشته است. ما عود را فراتر از یک خوشبوکننده محیط می‌دانیم و این موضوع را به مشتریان و مخاطبان هم انتقال می‌دهیم. خواص رایحه عودها فراتر از بوی خوشی است که دارند. حتی ما برای اولین بار، اقدام به دسته‌بندی عودهای خوشبو کرده‌ایم؛ عودهای مخصوص مدیتیشن، عودهای فنگ شویی، عودهای پاکسازی، عودهای میوه‌ای و....

● از چه زمانی استارتاپ خود را راه‌اندازی کردید؟
وب‌سایت عودآنلاین به نشانی oudonline.ir از اول مهرماه امسال راه‌اندازی شد. تیم ما در کارخانه نوآوری‌های وی مستقر است. در ۲ ماه اول در دیجی کالا هم به‌عنوان فروشنده عود حضور داشتیم ولی ترجیح دادیم که این همکاری را خاتمه دهیم و فقط روی وب‌سایت و اینستاگرام عودآنلاین خدمات خود را ارائه دهیم.

● سرمایه اولیه‌تان برای آغاز کار چقدر بود؟
سرمایه اولیه ما کمتر از ۵ میلیون تومان بود.

● از زمانی که استارتاپ خود را راه‌اندازی کردید چه تعداد کاربر از خدمات شما استفاده کردند؟
به‌واسطه تجربه‌های زیادی که در راه‌اندازی وب‌سایت و سئو داشتم، طی چند روز سایت عودآنلاین را راه انداختم و تقریبا عودآنلاین از همان ماه اول، در صفحه اول گوگل قرار گرفت. فکر می‌کنم اولین فروش ما در همان روزهای اول راه‌اندازی سایت اتفاق افتاد. تاکنون در حدود ۴۰۰ مشتری از خدمات ما استفاده کرده‌اند. البته تعدادی از مشتریان نیز، بیشتر از یک بار از ما خرید داشته‌اند که این نشان می‌دهد که از خدمات ما راضی هستند. در حال حاضر ما به طور روزانه بین ۵ تا ۱۰ سفارش خرید عود داریم که هم از تهران و هم از شهرستان‌های دیگر هستند. حتی چندین سفارش عمده هم از شهرستان‌های مختلف داشته‌ایم.

● شیوه درآمدزایی‌تان چگونه است؟
مسلما مهم‌ترین مدل درآمدی ما در حال حاضر فروش عود به‌صورت خرده‌فروشی به کاربر نهایی و همین‌طور عمده‌فروشی است، ولی ما مدل‌های درآمدی دیگری هم مدنظر داریم که در حال برنامه‌ریزی برای تحقق آنها هستیم.

● برای معرفی استارتاپ خود و اینکه بیشتر شناخته شوید، چه کارهایی انجام دادید؟
اولین قدم را با راه‌اندازی وب‌سایت عودآنلاین و سئوی خیلی خوبی که روی آن انجام دادیم، برداشتیم. در ۲ ماه گذشته روی پیج اینستاگرام عودآنلاین فعالیت‌های خیلی خوبی را شروع کرده و سعی کردیم در کنار معرفی محصولات، به آموزش و دادن اطلاعات درست در مورد عود، خواص رایحه عودها و... بپردازیم. یکی از مهم‌ترین کارهای دیگری که انجام دادیم دادن هدایایی از رایحه‌های مختلف به مشتریان بود.

● مهم‌ترین چالش پیش‌روی شما از وقتی که کارتان را شروع کردید، چه چیزی بوده؟
از زمانی که کار را آغاز کردیم، مهم‌ترین چالش هزینه ارسال سفارشات بود که به‌دلیل اینکه قیمت عود از ۱۰ هزار تومان به بالاست، مشتری مجبور بود ۲۰هزار تومان بابت هزینه ارسال بدهد که این موضوع رفته‌رفته با بالارفتن حجم سفارشات حل شد والان برای حجم خرید بالای ۱۵۰ هزار تومان، ارسال رایگان داریم. مورد دیگری که چالش پیش روی ماست، مسائل مربوط به مجوز بهداشت و واردات عود هستند که درصدد مرتفع کردن آنها نیز هستیم.

- بنیانگذار: حسام‌الدین عالمیان
- سال شروع فعالیت: ۹۸
- سرمایه اولیه: ۵میلیون تومان
- اشتغال‌زایی: ۲ نفر
- محل استقرار: تهران

نام استارتاپ:
عود آنلاین

> ما تنها به فروش عود فکر نمی‌کنیم؛ انتخاب بهترین رایحه مورد علاقه مشتری هدف عود آنلاین است

ستون
Column

پروفایل‌سنتر؛ تصمیم‌گیری و انتخاب آگاهانه مسیر زندگی

استارتاپ پروفایل سنتر به نشانی اینترنتی profile.center توسط شهرام ثبوتی‌پور، بنیانگذاری شده است. او همچنین مدیر اجرایی استارتاپ و فارغ‌التحصیل رشته mba گرایش استراتژی است.
پروفایل‌سنتر نسل جدید مشاوره تحصیلی، شغلی و پلتفرمی برای تصمیم گیری و انتخاب آگاهانه مسیر زندگی است. ابزارهای پروفایل‌سنتر شامل کشف استعدادهای تحصیلی-شغلی، مشاوره و هدایت تحصیلی، سنجش سازگاری شغلی و انتخاب رشته تحصیلی، مبتنی بر علوم روان‌شناختی، هوش مصنوعی و استانداردهای بین‌المللی مشاغل هستند. کاربران با استفاده از خدمات سنجش سازگاری شغلی پروفایل‌سنتر می‌توانند به شناختی دقیق از خود، مشاغل مناسب و مسیرهای تحصیلی مناسب دست یابند.
پروفایل‌سنتر سیستمی جامع و کاربردی استعدادیابی تحصیلی شغلی است که گزارشی منحصربه‌فرد از مشاغل سازگار و ناسازگار با فرد در بیش از ۹۰۰ عنوان شغلی مادر در قالب درصد سازگاری (مبتنی بر ۷ معیار متفاوت)، تناسب با تیپ شخصیتی و تناسب با هوش و استعداد فردی را با بهره‌گیری از فناوری هوشمند انطباق و با فیلترهای متعدد جهت استفاده بهینه از گزارش (سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، گروه تحصیلی و...) ارائه می‌دهد.
کاربرد اصلی پروفایل‌سنتر در انتخاب گروه آموزشی در رده متوسطه اول و دوم، انتخاب رشته کنکور، انتخاب شغل و تغییر مسیر شغلی برای کارجویان است.
خودکاوی، هدایت تحصیلی، انتخاب رشته و هدایت شغلی از جمله خدماتی است که پروفایل سنتر به کاربران خود ارائه می‌دهد.
مأموریت پروفایل‌سنتر، افزایش کارایی و بهره‌وری منابع انسانی است.
پروفایل‌سنتر درصدد است با ارائه راهکار منحصربه‌فرد خود در راستای موفقیت فردی، به این هدف دست یابد. به همین منظور، پروفایل‌سنتر با بهره گیری از دانش روز علوم شناختی و با تکیه بر فعالیت‌های کارشناسی دانش‌بنیان، اقدام به طراحی سامانه سنجش سازگاری شغلی مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی کرده است که می‌تواند با کمک به انتخاب صحیح شغل هدف، بر افزایش کارایی حرفه‌ای نیروی انسانی تأثیرگذار بوده و درعین‌حال برای شرکت‌ها و سازمان‌ها نیز کاهش زمان و افزایش بهره‌وری پروسه استخدام و به‌طور کلی استخدام هوشمندانه نیروی انسانی را به ارمغان آورد.
پروفایل‌سنتر بر این عقیده است که موفقیت فردی وابستگی مستقیم با موفقیت شغلی دارد. برای دستیابی به موفقیت شغلی لازم است عوامل متعددی از جمله تلاش و کوشش فرد، عوامل محیطی، امکانات و... گرد هم آیند تا به فرد کمک کنند مسیر موفقیت را طی کند. ولی الزاما تجمیع همه عوامل مذکور تضمین کننده موفقیت فرد در یک شغل نیست، چراکه هر شغلی برای هر فردی مناسب نیست. ما در پروفایل‌سنتر اعتقاد داریم که دستیابی به موفقیت فردی نیازمند نگرشی همه‌جانبه به موفقیت است و در بطن این نگرش، شناخت دقیق درونمایه فرد پیش از انتخاب مسیر، مهم‌ترین و ریشه‌ای‌ترین عامل برای حرکت به سمت موفقیت است.
این عامل اساسی در درون افراد نهفته است؛ همان چیزی که ما آن را نمایه یا پروفایل فرد می‌نامیم. بر مبنای همین فلسفه ذهنی است که پروفایل‌سنتر این نام را برای خود برگزیده است. گروه همکاران پروفایل‌سنتر را ترکیبی از متخصصان، کارشناسان علمی و فنی، پژوهشگران و کارشناسان فروش و پشتیبانی، تشکیل می‌دهند و در فرآیند گردهم‌آوردن این تیم، بهره‌گیری از تجربیات روز جهانی و توسعه کسب‌وکار به فراتر از مرزهای ایران مورد نظر بوده است.