



برای موفقیت باید دنبال فرهنگ تیم سازی رفت

ارسال شده توسط root در اردیبهشت ۱۳۹۳/۲/۸۱ - ۶۲:۸۱

دسته بندی:

مقالات خلاقیت و نوآوری [1]



اهمیت کار تیمی، تیم سازی و انتخاب افراد خلاق و مسئولیت پذیر در دستبازی به موفقیت، بحثی است که این روزها همه سرپرستان و مدیران شرکت های دانش بنیان و استارت آپ ها بر آن اذعان دارند.

آخرین پنجشنبه فروردین شتاب دهنده «ستاک» در مجتمع خدمات فناوری دانشگاه شریف میزبان ما برای مصاحبه با اعضای این تیم استارت آپی موفق بود که ایده اولیه شان از یک سال پیش تاکنون جوایز فراوانی را از آن خود کرده است. این تیم 8 نفره که با سرپرستی محمدمهدی قنبری و امیر نصرالهی فعالیت می کند همه تمرکزش را بر راه اندازی یک سایت و اپلیکیشن در حوزه تناسب اندام و تغذیه گذاشته تا به شکل جدی با چاقی و معضل بی تحرکی در جامعه مبارزه کند. این سایت قرار است با عنوان «فیت» پیش رونمایی شود و به قول اعضای تیم، یک مطب و یک باشگاه مجازی است.

۴ چطور شد که دو دانشجوی مهندسی، آن هم مهندسی برق، تصمیم گرفتند اپلیکشنی در حوزه تناسب اندام و تغذیه طراحی کنند؟

قنبری: حدود یک سال پیش این ایده به ذهن ما رسید. خود ما وقت زیادی برای ورزش کردن و باشگاه رفتن نداشتیم و از آن طرف می دیدیم که خیلی از دانش آموزان و دانشجویهایی که مثل خودمان هستند، مشکلاتی دارند که بخش عمده آن ناشی از چاقی و نداشتن فعالیت بدنی مناسب است. خوب، ما علمش را داشتیم و با خودمان فکر کردیم که می توانیم این بستر را هماهنگ و فضایی برای دانشجویان و کسانی ایجاد کنیم که خیلی وقت باشگاه رفتن و... ندارند. در واقع هدف ما ایجاد پلی میان این افراد و مربی های ورزش و متخصصین تغذیه بود. در ابتدای راه هم خودمان دو نفر بودیم که بیزینس پلنمان را شکل دادیم و اندیشه های فنی مان را روی هم گذاشتیم تا ببینیم که اصلاً می شود این ایده را عملی کرد یا نه. مهم ترین اقدامی هم که در این راستا انجام دادیم، بازاری سنجی بود. یعنی اول نیاز به وجود چنین فضایی را در جامعه دیدیم و این که آیا ایده ما برای رفع این نیاز جواب می دهد یا نه و بعد که به یک سری نتایج مثبت رسیدیم، کار را شروع کردیم. من و آقای نصرالهی از دبیرستان با هم بودیم و عقبه ای از دوستی داشتیم و به تناسب افرادی را که می توانستند در این راه به ما کمک کنند، پیدا کردیم. اسم ایده مان را هم گذاشتیم «فیت شیب». در حال حاضر هم حدود دو ماه و نیم است که در مرکز شتاب دهنده دانشگاه شریف فعالیت می کنیم، تقریباً طراحی سایتمان تمام شده و فقط ریلیز نهایی کار مانده است.

۴ اپلیکیشن شما همزمان با سایت عرضه می شود؟

قنبری: در حال آزمون و خطای اپلیکیشن هستیم ولی قطعاً بعد از بالا آمدن سایت، نهایی می شود.

۴ در حال حاضر چند نفر همراه شما روی این ایده کار می کنند؟

قنبری: 8 نفر که متشکل از واحد فنی و محتوایی و تیم بازاریابی است.

۴ چطور شد که وارد فضای استارت آپ شدید؟

قنبری: بعد از این که ایده اولیه مان را شکل دادیم، ناخودآگاه مجبور شدیم در چند سایت و سایر فضاها ایده مان را مطرح کنیم و بعد دیدیم بسترهای مختلفی برای این کار و معرفی ایده مان هست. اتفاقاً بعد از این که ایده مان را معرفی کردیم، یک سری جوایز

هم گرفتیم که به ما کمک کرد بتوانیم با فضای استارت‌آپ بیشتر آشنا شویم. به طور کلی، استارت‌آپ‌ها یک‌سری ایده‌های تجاری نشده هستند که ممکن است خیلی هم نو و جدید باشند، اما از طرفی این ایده‌ها ممکن است نو هم نباشند ولی شکست خوردن یا نخوردنشان از قبل قابل پیش‌بینی است. الان حدود یک سال است که ما روی این ایده کار می‌کنیم و این برای یک استارت‌آپ خوب است. در حالی که خیلی از استارت‌آپ‌ها به خاطر نداشتن یک‌سری از پتانسیل‌ها دوام نمی‌آورند.

۴ چه شد که سر از دانشگاه شریف و شتاب‌دهنده ستاک درآوردید؟

قنبری: فضای استارت‌آپی کار ما تقریباً تا این‌جا بود که آمدیم دانشگاه شریف و از الان به بعد در فکر تجاری شدن و پیدا کردن بازاریاب هستیم و این‌که تیممان هرچه بیشتر با خودش هماهنگ و سایت برای ریلیز نهایی و تجاری شدن آماده شود.

۴ دانشجوی همین دانشگاه که نبودید؟

قنبری: بنده نه، اما از طریق یکی از دانشجویهای شریف که در تیم ما هست، به مجتمع معرفی شدیم.

۴ این روزها طرح‌های مختلفی در حوزه تناسب اندام در کشور اجرا می‌شود و اپلیکیشن بازار یا برنامه‌های مشابه را که جست‌وجو کنیم، با انواع و اقسام برنامه‌های این‌چنین روبه‌رو می‌شویم. سایت و پایگاه اینترنتی مرتبط با تغذیه و تناسب اندام و... نیز زیاد است. خلاصه خیلی‌ها در این فضا کار می‌کنند. ایده شما چه ویژگی داشت که بتواند عنوان ایده برتر را کسب کند و جوایز ملی و بین‌المللی بگیرد؟

قنبری: بنده و آقای نصراللهی تمام چیزهایی را که به آن‌ها اشاره می‌کنید در همان ابتدای کار که ایده‌مان در حال شکل‌گیری بود، بررسی کردیم و نیازسنجی‌های لازم را انجام دادیم. در واقع، قبل از این‌که شروع به جمع کردن تیم کنیم کل اپلیکیشن‌ها و نرم‌افزارهای مرتبط با تغذیه و ورزش و تناسب اندام را دیدیم و نیازهای بازار را هم بررسی کردیم. در تمام این نرم‌افزارها پشتیبانی علمی ضعیف بود. معمولاً همه یا مطالبشان را از روی دست هم کپی کرده بودند یا از درجه علم به ماجرا نگاه نمی‌کردند. هدف اصلی ما این بود که هم کارمان را علمی و هم از مخاطبمان پشتیبانی کنیم. کار با اغلب اپلیکیشن‌هایی که آن زمان وجود داشت درست مثل این بود که شما ماشینی بخرید ولی تضمینی برای بیمه شدنش نباشد. هدف ما این بوده و هست که از مخاطبمان پشتیبانی کنیم. اتفاقات بدی می‌تواند با استفاده از نرم‌افزارهای دیگر برای فرد بیفتد و مخاطب هم دستش به جایی بند نیست؛ مثل وقتی که شما یک حرکت را اشتباه انجام بدهید. در سایر نرم‌افزارهای ورزشی این امکان وجود ندارد که متوجه این قضیه بشوید یا اصلاً در این زمینه راهنمایی بخواهید ولی ما این کار را انجام دادیم. موضوع دیگر، مخاطب هدف ما بود. مخاطب من دانشجویی بود که برای ورزش کردن وقت نداشت یا مدیری که فعالیت بدنی‌اش بسیار کم بود و نمی‌توانست به تناسب اندام برسد.

۴ چطور قرار است این اتفاق بیفتد؟ خود من مشاور تغذیه هستم و در این فضا کار می‌کنم. مخاطب شما فرصت ورزش کردن ندارد یا شاید برایش سخت باشد که بخواهد خودش را با نظم برنامه‌های غذایی هماهنگ کند. نرم‌افزار شما قرار است چطور این مشکلات را برای مخاطبتان آسان کند؟

قنبری: ما تلاش کرده‌ایم که نرم‌افزارمان را شخصی‌سازی کنیم. مثلاً ممکن است شما بیماری داشته باشید که به مشاوره با یک متخصص تغذیه نیاز داشته باشد اما صرفاً برای رسیدن به تناسب اندام به باشگاه می‌روید و در باشگاه هم متخصص تغذیه نیست. مشکل دیگری هم که در باشگاه‌ها با آن مواجه هستیم تأکید بر تجربه کردن است. یعنی یک مربی ورزشی بدون این‌که سوالات خاص از شما بپرسد، یک‌سری برنامه به شما می‌دهد. مشاور تغذیه هم ممکن است به شما برنامه ورزشی بدهد بدون این‌که در حوزه ورزش تخصص داشته باشد. در نرم‌افزار فیت شیب ما فضا را تعاملی کرده و ارتباطی میان شما و مخاطب و مشاور تغذیه و مشاور ورزشی به وجود آورده‌ایم. این‌که می‌گویم شخصی‌سازی کرده‌ایم یعنی به همه سوالات و مشکلاتی که ممکن است برای مخاطب پیش بیاید فکر شده است. حتی شما برای ورود به سایت باید دینتان را هم اعلام کنید چون ممکن است بسته به ملاحظات دینی‌تان یک‌سری مواد غذایی را استفاده نکنید. یا شاید کسی بسته به شرایطی که دارد گوشت نخورد. ما بر اثر دیتابیس‌هایی که داریم، نگاه می‌کنیم که ویتامین‌ها و ارزش‌های غذایی گوشت را چه مواد غذایی دیگری می‌تواند تامین کند و آن را به مخاطب پیشنهاد می‌دهیم.

نصراللهی: وقتی این ایده را شروع کردیم اسم خودمان را گذاشتیم «توسعه‌دهندگان هوش مصنوعی» و تحقیقاتی که در حوزه هوش مصنوعی انجام دادیم یکی از عواملی بود که به شکل‌گیری این ایده منجر شد. سوال مهمی که شما پرسیدید این بود که دقیقاً چه سیستمی برای این کار داریم. با توجه به توضیحات همکارم خدمتان عرض کنم که ما سعی کردیم اولین کاربرد هوش مصنوعی را در قالب یک سایت ایرانی که در زمینه تناسب اندام به صورت متمرکز فعالیت می‌کند، به نمایش بگذاریم. اگر دقیق بخواهیم بگویم، تمام فاکتورهایی که لازم است یک سیستم خیره‌دهنده باشد، شامل متخصص تغذیه و ورزش، به صورت سامانه هوشمند در نرم‌افزار ما وجود دارد. ما سعی کرده‌ایم دقت کار پایین نیاید بنابراین کار در کنار متخصصان و مربیان ورزشی

خبره جلو مي رود که کار همه شان مکمل یکدیگر است. وقتي مخاطبي وارد سايت ما مي شود یک مسير مطمئن و دقيق از نظر علمي جلوي پايش قرار داده مي شود.

البته فاکتورهاي خيلي زيادي در اين پروژه دخیل هستند که باید به آن ها فکر شود. دغدغه هاي شما سوال هايي بود که اول کار براي خود ما هم پيش آمد از جمله مساله انگيزه و روانشناسي و... نکته مهم تر که در همه پروژه ها وجود دارد، يو ايکسي است که از کار به دست مي آيد و باید ببينيم شکل پياده سازي شده کار چقدر کاربردي مي شود. نمي خواهيم وارد جزئیاتش بشوم ولي اين نرم افزار حاصل تحقيقات بسيار است و در آن سعي کرده ايم انگيزه را در جايگاه مناسب بياوريم، روانشناسي را در جايگاه مناسب خودش قرار دهيم و... يا اين که متخصصان چطور کنار هم قرار بگيرند و خيلي مسائل ديگر که کمک مي کند سيستمي نتيجه گرا داشته باشيم. البته قاعدتا مثل همه پروژه ها نسخه اوليه کار به عنوان نسخه آزمائشي معرفي مي شود و جلوتر که برويم متناسب با شرايط و جامعه کار را توسعه مي دهيم.

❑ قرار است در اين فضا به مخاطبتان مشاوره تغذيه، ورزشي، روان شناسي و... بدهيد. آیا اين مساله و طرح اين ایده باعث نشد عده اي که در اين فضا مشغول به فعاليت هستند با شما مخالفت کنند يا به اصطلاح خرده بگيرند که داريد کارشان را کساد مي کنيد؟ اگر مخالفت هايي بوده، چطور اين ها را مدیریت کرده ايد. آیا وجود اين نرم افزار باعث نمي شود که مخاطب به نوعي احساس کند اصلا به مراجعه حضوري نيازي ندارد؟

نصرالهي: بله، اين یک چالش بود و اتفاقا چالش هاي ديگري هم داشتيم که سعي کرديم خيلي شجاعانه با آن ها برخورد کنيم. جامعه بدنسازان جداسست و جامعه متخصصان تغذيه هم. يعني هر جامعه براي خودش کار مي کند و وقتي با هم ترکيب شوند، مي توانند چالش هاي زيادي داشته باشند و خيلي هم مي شود درباره اش صحبت کرد. یک سري راهکارهايي براي هر مشکل پيدا و آزمائش و خطا کرديم. اما ببينيد، متخصصان تغذيه دوست دارند رسانه اي داشته باشند يا محيطي براي خودشان که در آن فعاليت علمي انجام دهند. از آن طرف، مربيان ورزشي هم مي خواهند محيطي داشته باشند که در آن بتوانند مخاطبتان را هدايت کنند. در حال حاضر افراي که به لاغر شدن و تناسب اندام و... تمايل دارند بيشتر به باشگاه محله شان مراجعه مي کنند. متخصصان تغذيه هم غالبا وقتي وارد بعد مجازي مي شوند - که کم هم اين اتفاق مي افتد - بيشتر سعي مي کنند مطالبشان را در مجلات علمي معتبر منتشر کنند. همين هم باعث مي شود در محتوای فارسي، وقتي در زمينه تغذيه يا ورزش جست و جويي انجام مي دهيم، با مطالب متناقض زيادي روبه رو شويم. هر مطلبي، حتي اگر علمي هم باشد، از بعد خاصي به قضيه نگاه کرده و براي کاربر ساده سازي صورت نگرفته است. يعني وقتي کاربر مي خواهد به جواب سوالش برسد و در اينترنت جست و جو مي کند، دو مطلب مي خواند با دو گفتار مختلف که فقط او را دچار سردرگمي مي کنند. پس، از بعد محتوا هم ما مشکل داريم اما در مجموع نحوه پياده سازي کار را را جوري انجام داديم که تمام حالاتي را که مي تواند چالش ساز باشد، پوشش دهد. مربيان ورزشي عمدتا قضيه را انگيزشي و عملي مي کنند و متخصصان تغذيه هم مي خواهند بعد علمي شان را حفظ کنند و خيلي علمي درباره موضوع صحبت کنند. ترکيب اين دو بعد تا حدي مي تواند امکان پذير باشد اما به طوري که هر کس در حيطه تخصصي خودش قدم بردارد. در واقع، چيزي که پياده شده، ایده مطب مجازي و باشگاه مجازي براي مخاطبان است.

قنبري: در مورد آن بخش سوال شما که گفتيد ممکن است بگويند اين نرم افزار کار متخصصان را کساد مي کند بايد توضيح دهيد که اين فقط بخشي از کار است و بخش ديگر اين است که با ايجاد چنين فضايي هر کسي خيلي راحت در هر جايي از ايران که باشد مي تواند با مربي که مثلا آرزو داشته زير نظرش تمرين کند، ارتباط بگيرد يا از خدمات یک متخصص صاحب نام استفاده کند؛ بدون اين که متحمل هزینه هايي مثل رفت و آمد و... شود.

❑ یک چالش ديگر هم که به خصوص در حوزه ورزش ممکن است به وجود بيايد، اين است که فرد در هر جايي از برنامه ممکن است به مشکلي بر بخورد يا دچار آسيبي شود يا علائم خاص جسماني پيدا کند که در ويزيت حضوري مشخص مي شود. آیا در اين فضا امکان اين که مخاطب شما داده هايي براي تان ارسال کند - مثل عکس، جواب آزمائش و... پيش بيني شده است يا نه؟

قنبري: اتفاقا يکي از موضوعات مهم براي ما همين بود. همان طور که گفتيم، شخصي سازي اوليه مان به نيمي از اين سوالات جواب مي دهد. مثلا اگر کسي مشکل قلبي داشته باشد، مطمئن باشيد که مربي اين مساله را بررسي مي کند و برنامه هاي مشخص مناسب با شرايط فرد براي تنظيم مي شود. اما در نظر مي گيريم که خود فرد هم نمي داند مشکل دارد و در نتيجه مربي هم درست به اندازه آن مربي که در باشگاه در حال فعاليت است، مسئوليت دارد. اما در ريليزهاي بعدي از برنامه هايي استفاده مي کنيم که اين مشکلات به کم ترين حد خودش رسیده و قبل از بروز آسيب پيشگيري هاي لازم به عمل بيايد.

❑ بگذاريد سوالم را اين طور مطرح کنم که فرضا بيمار قلبي که به بخش پزشکي ورزشي یک بیمارستان مراجعه مي کند، موقعي که مي خواهد برنامه ورزشي اش را شروع کند، تست مي دهد و ضربان قلب و وضعيت تنفسي اش چک مي شود و بعد اجازه ورزش کردن پيدا مي کند. شايد اصلا هم از قبل نمي دانسته است که مشکل دارد و وقتي تست ورزش مي دهد دچار علائمي مي شود و به اقدامات تخصصي نياز پيدا مي کند. وقتي قضيه مجازي مي شود، مربي مي گويد برو روي ترميل و بيست دقيقه با

این سرعت و این شیب و این شدت بدو. خب اگر فرد در این حالت علامت خاصی پیدا کرد باید چه کار کند؟

قنبري: فرد در ابتدا اگر بیماری داشته باشد باید اعلام کند.

۴ و اگر نداند؟

قنبري: ما برای حل این مشکل چیزی را با عنوان «پیام روز» طراحی کرده‌ایم که کاربر هر روز بعد از این که حرکات و تمریناتش را انجام داد، تعاملی با مربی و متخصص تغذیه خودش برقرار می‌کند. یعنی مربی پیام می‌دهد که امروز این کار را بکن و فرد فیدبکش را به مربی بدهد. قاعدتا در ابتدا هم با همین پیام‌ها مربی نحوه درست انجام دادن حرکات را کنترل می‌کند که تا حد امکان از بروز مشکل جلوگیری شود.

۴ متوجه شدم ولی آیا پیام‌ها به صورت آنلاین کنترل می‌شود؟ قطعا یک مربی یا متخصص تغذیه هیچ وقت بیست و چهار ساعته آنلاین نیست و اصلا تعداد مخاطب‌ها اجازه چنین چیزی را نمی‌دهد. در این حالت چطور؟

قنبري: اولاً که مشاور هر روز باید پیام‌هایی را که از طرف کاربران ارسال می‌شود، مطالعه کند و در وهله بعد ما پشتیبان آنلاین هم داریم که به سوالات تغذیه‌ای و پزشکی و ورزشی مخاطبان پاسخ می‌دهند.

۴ الان چند متخصص با شما کار می‌کنند؟

قنبري: هنوز به صورت جدی وارد این حوزه نشده‌ایم. وقتی ریلیزمان نهایی شود، با توجه به تیم بازاریابی که داریم و اهدافی که برای خودمان تعیین کرده‌ایم، روی همکاری با دو قشر تمرکز می‌کنیم؛ قشری که تازه شروع به کار کردن کرده و به شناخته شدن نیاز دارد و قشری که بازار خودشان را دارند اما به گسترش بازار نیازمند هستند.

۴ کار شما نمونه خارجی هم داشته یا نمونه نزدیک به ایده شما؟

در شروع کار یک نمونه خارجی وجود داشت که قاعدتا سیاستش کاملاً با ما فرق می‌کرد و بیشتر روی فروش مکمل‌های ورزشی تمرکز کرده بود. اسمش «بادی بیلدینگ» بود و سایت خوب و قوی هم بود که تقریباً از تمام جهان یوزر داشت. در واقع، آن موقع در جهان دو تیم بودیم که این کار را انجام می‌دادیم ولی یک‌سری سایت‌ها هم بودند که نتوانستند به جواب برسند و کنار کشیدند. البته این که کارمان نمونه خارجی داشته باشد یا نباشد یا در داخل رقیب داشته باشیم یا نه اصلاً بد نیست.

۴ مسلماً همین‌طور است. اتفاقاً مکمل، موضوعی جدی است. مردم عادی کمی از اسم مکمل می‌ترسند ولی معمولاً اولین سوال ورزشکارها این است که چه مکملی مصرف کنیم. آیا مسئولیتی در قبال تهیه این مکمل‌ها و توزیعشان از طریق سایت بر عهده می‌گیرید؟

نصرالهی: بهتر است کلی پاسخ شما را بدهم. هدف اصلی ما ارائه سبک زندگی دقیق و سالم و ترویج تفکر سلامت در جامعه است و در راستای تحقق این هدف هر گامی را که لازم باشد، برمی‌داریم. قطعاً جلوتر که می‌رویم سامانه خودمان را توسعه می‌دهیم. اما در پاسخ به سؤالتان، فعلاً برنامه‌ای برای این کار نداریم و بیشتر روی این قضیه تمرکز کرده‌ایم که کاربران چگونه می‌توانند بدون استفاده از مکمل به تناسب اندام برسند و سلامت خودشان را حفظ کنند.

۴ سال گذشته با افراد زیادی که کسب‌وکاری در فضای استارت‌آپ راه انداخته بودند و با خیلی از سرمایه‌گذارها صحبت کردم که چالش‌های سر راهشان کاملاً با هم متفاوت بوده است. مثلاً بعضی‌ها می‌گفتند هر چقدر فرایند لانچ کردن طولانی‌تر می‌شده، قضیه برایشان سخت‌تر می‌شده و ممکن بوده زمین بخورند. به نظر شما کدام یک از مراحل استارت‌آپ سخت‌تر و چالش‌برانگیزتر بود؟

قنبري: سخت‌ترین مشکلی که ما به آن برخوردیم، جمع‌آوری تیممان بود. من همیشه به هم‌تیمی‌هایم می‌گویم به خاطر این که دوست بودیم کنار هم جمع نشدیم بلکه صرفاً به خاطر هدف مشترکمان کنار هم جمع شدیم. مهم‌ترین بعد جمع‌آوری افراد و تیم‌سازی این است که افرادی را در کنار هم قرار دهیم که در قبال کاری که می‌کنند مسئولیت‌پذیر باشند. گاه یک‌سری از استارت‌آپ‌ها را می‌بینیم که اعضای تیمشان صرفاً به خاطر طولانی شدن کار کنار می‌کشند. ما همه خودمان را مسئول می‌دانیم هر چند هدفی که برای راه‌اندازی استارت‌آپ داشتیم، متفاوت بوده است. در واقع، ما می‌خواهیم به مردم و جامعه کمک کنیم در حالی که امروز خیلی از ایده‌ها برای سرگرمی و... است.

نصرالهی: به نظر من مساله‌ای که از خیلی جهات می‌تواند جای بحث داشته باشد، فرهنگ‌سازی تیمی است؛ چیزی که ارزش دارد رویش وقت گذاشته شود و در کمتر تیمی مشاهده می‌شود. یکی دیگر از مسائلی که ما داشتیم و برای‌مان خیلی مهم بود، این

بود که به هیچ وجه یک کار علمی را کنار نگذاریم و نگذاریم که بعد تجاری به موضع علمی مان لطمه بزند. دقیقاً به همین خاطر هم یکسری حمایت‌هایی را از همان ابتدا به طور کامل رد کردیم. این‌طور بود که خیلی از مسائلی که برای استارت‌آپ‌های دیگر حل شده بود، برای ما به چالش‌هایی تبدیل شد که باید با آن‌ها روبه‌رو می‌شدیم.

❓ خدماتی که شتاب‌دهنده ستاک ارائه می‌دهد چقدر در این‌که ایده شما پیش برود و به حدی برسد که قابل اجرا باشد، موثر بود؟

قنبری: مجتمع خدماتی فناوری که زیرشاخه آن شتاب‌دهنده ستاک است و ما در آن مستقر هستیم، یکی از معدود شتاب‌دهنده‌هایی بود که بعد از تحقیقمان احساس کردیم به سیاست‌هایمان خیلی نزدیک است. ضمن این‌که به ایده‌های تجاری کمک می‌کنند تا به موفقیت برسند، محیط علمی بسیار مناسبی را هم برای اعضا فراهم می‌آورند. این مهم‌ترین نکته و نقطه قوتی بود که تنها در این شتاب‌دهنده آن را پیدا کردیم. واقعا به این تیم که این ایده را بنیان گذاشتند و چنین جایی را به وجود آوردند، تبریک و خسته نباشید می‌گویم.

منبع: ماهنامه دانش بنیان

بازنشر: [سایت علمی نخبگان جوان](#) [2]

کلمات کلیدی:

[3] [موفقیت](#)

[4] [دنبال](#)

[5] [فرهنگ](#)

[6] [تیم‌سازی](#)

Source URL:

<http://njavan.ir/content/%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%8A-%D9%85%D9%88%D9%81%D9%82%D9%8A%D8%AA-%D8%A8%D8%A7%D9%8A%D8%AF-%D8%AF%D9%86%D8%A8%D8%A7%D9%8-%D9%81%D8%B1%D9%87%D9%86%DA%A-%D8%AA%D9%8A%D9%85%E2%80%8C%D8%B3%D8%A7%D8%B2%D9%8A-%D8%B1%D9%81%D8%AA>

Links

[1] <http://njavan.ir/%D8%AF%D8%B3%D8%AA%D9%87-%D8%A8%D9%86%D8%AF%DB%8C-%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%DB%8C%D8%AA-%D9%8-%D9%86%D9%88%D8%A2%D9%88%D8%B1%DB%8C>

[2] <http://www.njavan.com>

[3] <http://njavan.ir/%DA%A9%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C/%D9%85%D9%88%D9%81%D9%82%D9%8A%D8%AA>

[4] <http://njavan.ir/%DA%A9%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C/%D8%AF%D9%86%D8%A8%D8%A7%D9%84>

[5] <http://njavan.ir/%DA%A9%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C/%D9%81%D8%B1%D9%87%D9%86%DA%AF>

[6] <http://njavan.ir/%DA%A9%D9%84%D9%85%D8%A7%D8%AA-%DA%A9%D9%84%DB%8C%D8%AF%DB%8C/%D8%A8%D9%8A%D9%85%E2%80%8C%D8%B3%D8%A7%D8%B2%D9%8A>