

شهر یک محیط گویا

محمد مهدی عباسی

دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری

مشتری و نحوه ارتباط با مشتری

- در تحقق هر ایده ای، اولین قدم تعیین مشتری های ایده است. این ایده با محصولی که ارائه می دهد یعنی: ۱. طراحی و تولید المان ها، نمادها و اکسسوری ها در سطوح محلی، منطقه ای و شهری و ارائه آن به شهرداری های مناطق در سطح شهر ۲. طراحی و اجرای طرح های زیباسازی اماکن شخصی و ارائه آن به ساکنان شهر؛ به عبارتی دیگر این ایده دو مشتری دارد که عبارتند از: شهرداری و ساکنین شهر
- نحوه ارتباط با مشتری در این ایده می تواند هم به صورت مستقیم و بدون واسطه و هم به صورت غیرمستقیم و با واسطه باشد. ویژگی برخی طرح های این ایده این قابلیت را ایجاد می کند که ارتباط با مشتری می تواند هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیرمستقیم انجام بگیرد. در ارتباط غیر مستقیم و با واسطه، در طرح های اماکن شخصی، شهرداری می تواند نقش واسطه را ایفا کند. همچنین در طرح های المان، نماد و اکسسوری شهری نیز بزرگان محله یا منطقه می توانند نقش واسطه را ایفا کنند.

ارزش پیشنهادی

- این ایده به دلیل این که حاصل طرح هایی خواهد بود که توسط متخصصان مربوطه طراحی و با نظارت آن ها تولید خواهند شد، نوآورانه و جدید محسوب می شوند. این ایده به دلیل این که بنا هست در سطح شهر اجرایی شود، به صورت مستقیم تاثیر بسزایی در کیفیت زندگی شهری، نشاط، سرزندگی و شادابی شهر و ساکنین شهر خواهد گذاشت. همچنین این ایده موجب ارتقای کیفیت کالبدی و بصری شهر و همینطور ارتقای جایگاه شهر در سطح ملی و حتی بین المللی می شود. ارزش پیشنهادی دیگری که می تواند داشته باشد مقرون به صرفه بودن طراحی و اجرای طرح ها به دلیل مشارکت بالای احتمالی توسط شهرداری مناطق و ساکنین باشد.

فعالیت ها و شرکای کلیدی

- فعالیت های ایده عبارتند از:
- طراحی / تولید المان، نماد و اکسسوری شهری در قالب ها، مفاهیم، نقش ها و ابعاد گوناگون در سطوح محله، منطقه و شهر
- شرکای کلیدی در اجرای ایده نیز عبارتند از:
- متخصصان شهرسازی (تمامی گرایش ها)
- متخصصان معماری (تمامی گرایش ها)
- متخصصان جغرافیا و برنامه ریزی شهری (تمامی گرایش ها)
- طراحی / اجرای طرح های زیباسازی در سطح محلات بر روی اماکن شخصی ساکنین.

نمونه تصاویری از زیباسازی و آلمان سازی در شهر









کانال های توزیع و منابع کلیدی

- کانال های توزیع در این ایده از دو طریق مستقیم و شهرداری انجام می گیرد. در توزیع مستقیم، مشتری محصول ارائه شده را بدون واسطه دریافت می کند که در این ایده یکی از مشتری ها، ساکنین شهر می باشند که به صورت مستقیم و بدون واسطه با متخصصان طراح ارتباط خواهند داشت. علاوه براین ساکنین شهر در صورت خودداری ساکنین از ارتباط مستقیم با متخصصان طراح به هر دلیلی، می توانند از طریق شهرداری، طرح خود را به متخصصان طراح ایده سفارش دهند.
- منابع کلیدی ایده نیز عبارت است از:
 - نیروی انسانی متخصص
 - منابع مالی
 - مکان استقرار
 - تجهیزات مورد نیاز
 - مواد اولیه طراحی، تولید و اجرا

جریان درآمد و هزینه

- جریان درآمدی ایده عبارت است از:
- درآمد حاصل از فروش طرح های سفارش گرفته شده از سوی شهرداری مناطق که شاید بیش از نیمی از جریان درآمدی ایده را شامل شود، چرا که طرح های شهرداری طرح هایی کلان یا در تعداد زیاد می باشد.
- درآمد حاصل از فروش طرح های سفارش گرفته شده از سوی ساکنین شهر که نیمی دیگر جریان درآمدی ایده را شامل می شود.
- نکته: به دلیل ویژگی و نیاز طرح های کالبدی (زیباسازی، تولید المان، نماد و ...) شهری به بروزرسانی و نوآوری، مشتریان بعد از طی زمانی مجدداً سفارش طرح خواهند داد. بنابراین ایده اشباع نخواهد شد.
- ساختار هزینه ایده نیز عبارت است از:
- هزینه های ثابت:
- هزینه مکان استقرار و تجهیزات آن
- هزینه تجهیزات مورد نیاز طراحی
- هزینه حقوق کارمندان
- هزینه های متغیر:
- مواد اولیه جهت تولید و اجرای طرح
- جابه جایی و حمل و نقل مواد اولیه تولید و اجرای طرح
- و ...

توضیحات تکمیلی

نکته حائز اهمیت برای تحقق این ایده، دریافت صدور مجوزهای لازم برای فعالیت تخصصی و گسترده در این عرصه هست که مطمئنا سازمان هایی مانع تراشی خواهند کرد.

با توجه به این که شهرها به طور پیوسته نیازمند بهبود و ارتقای کیفیت خود می باشند و فضاهای شهری نیز عرصه تجلی شهر و شهرنشینی می باشند، از این رو نیاز است تا تیمی بزرگ و مجرب از متخصصان تشکیل شود تا به صورت هدفمند و منظم اقدام به فعالیت در این عرصه کنند. چنین فعالیت هدفمند و منظمی می تواند نیاز شهر و ساکنین را به نحو مناسبی رفع کند و ارتقای کیفیت زندگی شهری را منجر شود.

با تشکر از توجه شما

تابستان ۱۴۰۳