



فعالیت‌های تحقیق و توسعه و نوآوری‌ها

www.cicell.com

درباره شرکت سیسل

- ▶ نام تجاری : توسعه اطلاعات و روابط کسب و کار (ثبت شده به شماره ۲۴۷۴۶۸)
 - ▶ مدت فعالیت شرکت: ۵ سال
 - ▶ موضوع فعالیت: مشاوره و تحقیقات بازاریابی، طراحی و استقرار سیستم‌های مانیتورینگ، تحقیق و توسعه راهکارهای هوشمندی بازاریابی
 - ▶ دارای پروانه پژوهش‌های بازاریابی از اداره صنایع و معادن استان تهران و گواهی تشخیص صلاحیت مشاوره از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور
 - ▶ همکار مرکز پژوهش‌های دانشگاه تهران در اجرای طرح‌های پژوهشی و اجرایی در زمینه مدیریت عضو انجمن مشاوران مدیریت ایران
 - ▶ مبتکر ۳ طرح نوآور (ثبت اختراع) و حایز افتخارات علمی در مسابقات و جشنواره‌های فناوری
 - ▶ آدرس: تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ونک، خیابان شریفی، پلاک ۶۱ طبقه ۳ واحد ۸
- تلفن تماس: ۸۸۲۵۲۸۴۴ (۰۲۱) ایمیل: info@cicell.com

نوآوری

تحقیق و توسعه راهکارهای هوشمندی بازاریابی یکی از ماموریت‌های شرکت سیسل است. با موشکافی در فرآیندها و روشهای موجود و همچنین تحلیل نیازهای جدید محیطهای کسب و کار، روشها و ابزارهای جدیدی بدست می آید که به اصلاح و رشد عملکرد تجاری کسب و کارها در سطوح خرد و کلان منجر می شود.

- ▶ شبکه مویرگی نظارت بر بازار مبتنی بر Web 2.0
- ▶ سیستم نظارت بر بازار صنایع ایران
- ▶ یک سیستم پشتیبان تصمیم گیری در روابط بین خرده فروشان و خریداران (پروژه آی وی)
- ▶ نرم افزار جدیدی مبتنی بر کلیک برای تحلیل سفارشی و گزارشگیری آنلاین داده های ارزیابی عملکرد مدیریت

▶ 3

8/19/2010

شبکه مویرگی نظارت بر بازار مبتنی بر Web 2.0

- ▶ شبکه مویرگی نظارت بر بازار، **مدل توسعه یافته ای از شبکه های سندیکایی اطلاعات بازار** است که در **سه سطح داده، اطلاعات و دانش تجاری** از تصمیم گیری سرمایه گذاران و مدیران صنایع پشتیبانی می کند. عملیات شبکه مبتنی بر مدلها و رویکردهای Web 2.0 است بطوریکه به عنوان یک پلتفرم اطلاعاتی فضایی را برای مشارکت ۳ گروه: شرکتهای تحقیقات بازار، تحلیلگران اقتصادی و تجاری و سرمایه گذاران و مدیران صنایع برای توسعه دانش تجاری فراهم می کند.
- ▶ صاحبان کسب و کارها می توانند با عضویت در این شبکه به اطلاعات بازار صنعت مورد نظر خود در کشورهای مختلف دسترسی داشته باشند، روندها را دنبال نمایند، آخرین اخبار و رویدادها را ببینند و از نظرات و تحلیلهای تحلیلگران مطلع شوند.
- ▶ **ماموریت شبکه مویرگی نظارت بر بازار**، پشتیبانی از ترسیم چشم انداز تجاری یک صنعت و کسب و کار و توسعه دانش و خرد جمعی برای توسعه عمومی است.
- ▶ مهمترین ویژگی این سیستم: توسعه داده به اطلاعات و دانش کاربردی، فراگیر بودن از نظر جغرافیایی و تعداد صنایع و کسب و کارهای تحت پوشش، یکپارچه نمودن منابع اطلاعاتی متعدد و متنوع، ایجاد امکان تعامل و مشارکت بین کارشناسان برای پیش بینی بحران ها و فرصتهای تجاری و دستیابی به راه حلهای موثر و ساده و همچنین لذت بخش بودن محیط کاربری در وب

▶ 4

8/19/2010

سیستم نظارت بر بازار صنایع ایران (IMMS)

- ▶ مساله اصلی که طرح سیستم نظارت بر بازار صنایع ایران به حل آن می پردازد، **نبود اطلاعات پایه از بازار صنایع ایران** است که محور اصلی هر برنامه صنعتی و اقتصادی را شکل می دهند. اغلب تصمیم گیری ها نه براساس وضعیت موجود بازار، بلکه قضاوتی و بر پایه عملکرد و سوابق گذشته (درست یا غلط؟) صورت می گیرد.
- ▶ ماموریت سیستم، **نظارت مستمر بر بازار صنایع جهت تامین دانش پایه مدیران صنایع و دولت در تصمیم گیری های اساسی** می باشد. از طریق این سیستم دولت، سرمایه گذاران و مدیران صنایع می توانند **دسترسی لحظه ای به آخرین وضعیت بازار** یک صنعت و یا یک گروه از کسب و کار را داشته باشند. در طراحی سیستم نظارت بر بازار صنایع ایران از فناوری نرم افزار و تکنولوژی ارتباطات برای مکانیزه نمودن عملیات تامین، پردازش و ارایه اطلاعات استفاده شده است. اطلاعات این سیستم به ۳ سوال اصلی پاسخ می دهد:
 - ▶ در کدام صنعت و برای تولید چه گروه محصولی سرمایه گذاری کنم؟
 - ▶ ظرفیت مناسب برای سرمایه گذاری من چقدر است (چند تن، چند لیتر و ...)?
 - ▶ مطلوبیت بازار از گروههای محصولی هر صنعت چیست (سلاقی و رفتار مصرف کنندگان)?
- ▶ عدم پاسخگویی صحیح و کافی به این سوالات توزیع نامتعادل تسهیلات دولتی و حمایتهای غیرکارشناسی، سرگردانی سرمایه ها و برنامه ریزی های غلط را موجب ساخته است.

▶ 5

8/19/2010

یک سیستم پشتیبان تصمیم گیری در روابط بین خرده فروشان و خریداران (پروژه آی وی)

- ▶ سیستم پشتیبان تصمیم گیری در روابط بین خرده فروشان و خریداران، یک شبکه ارتباطی مبتنی بر تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات است که **از تصمیم گیری خریداران و خرده فروشان در فرآیند برنامه ریزی و تصمیم گیری پشتیبانی می کند.**
- ▶ این سیستم **به خریداران کمک می کند** قبل از جستجوی یک کالا، بتوانند از طریق گوشی های موبایل خود، دستگاههای ATM و یا کامپیوتر شخصی، مناسب ترین فروشگاه را که کالای مورد نیاز آنها را عرضه می کند پیدا کنند. سیستم در پیشنهاد فروشگاه / فروشگاهها معیارهای: فاصله فروشگاه تا محل خریدار، وضعیت ترافیک، میزان موجودی کالا در فروشگاه و قیمت کالا را در نظر می گیرد و مناسب ترین انتخابها را پیشنهاد می کند.
- ▶ این سیستم به عنوان **یک ابزار رقابتی برای خرده فروشان و تولیدکنندگان** نقش بازی می کند و علاوه بر یک تاکتیک ترفیع، به عنوان یک سیستم پشتیبان از تصمیم گیری، از برنامه ریزی آنها در مواردی همچون: مکان یابی، تعیین سبد فروش کالا، مدیریت درست به موقع سفارشات و موجودی کالا و اعتبارسنجی و مدیریت ریسک مشتریان پشتیبانی می کند.

▶ 6

8/19/2010

نرم افزار جدیدی مبتنی بر کلیک

برای تحلیل سفارشی و گزارشگیری آنلاین داده های ارزیابی عملکرد مدیریت

- ▶ این نرم افزار راهکار جدیدی برای حل دغدغه مدیران جهت اطلاع به موقع از آخرین وضعیت حوزه های کلیدی کنترل عملکرد (مثل شاخص های کنترل عملکرد بازاریابی سازمان) می باشد. ساختار و طراحی نرم افزار به گونه ای است که می توان از آن به عنوان یک سیستم اطلاعاتی کامل، کلیه مراحل یک برنامه ارزیابی عملکرد شامل: تعریف طرح اندازه گیری، گردآوری داده و تحلیل و پردازش اطلاعات را پوشش داد.
- ▶ این نرم افزار به کارشناسان و مدیرانی که مصرف کننده نهایی اطلاعات هستند امکان می دهد مستقیما و بدون نیاز به واسط کاربری (مثلا یک کارشناس آمار) و یا نیاز به دانش آماری، از ماژول تحلیل و گزارش گیری همزمان آن استفاده نمایند.
- ▶ بسیاری از کاربران نیاز به سیستمی ساده و سریع دارند که بتوانند بدون درگیری در فرآیندها و روشهای پیچیده تحلیلهای آماری، به سوالات خود پاسخ دهند و گزارشهای مورد نیاز خود را تهیه نمایند. این نرم افزار نیاز آنها را برآورده می سازد.

▶ 7

8/19/2010



▶ 8

8/19/2010

با ما تماس بگیرید

۸۸ ۲۵ ۲۸ ۴۴