

۱۴۰۰
ویرایش

سیدهاشم شریفی
خدمات و پروژه‌های پیشین





سیدهاشم شریفی
کسب وکار، روابط عمومی و امور بین‌الملل

 <p>شرکت سرمایه‌گذاری نفت، گاز و پتروشیمی نامین تاپیکو TAPPICO</p>	 <p>شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی</p>	 <p>پتروشیمی جم انگشت سبزی (گاز) جمشادی، مستأجر JPC</p>
 <p>وزارت میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری</p>	 <p>DYNAPLEX</p>	 <p>هلدینگ انرژی پتروشیمی</p>
 <p>شرکت صنایع پتروشیمی دنا</p>	 <p>شرکت صنایع پتروشیمی سبلان</p>	 <p>شرکت سرمایه‌گذاری سیراف انرژی SIFAF</p>
 <p>گروه صنعتی ایران توحید ITC</p>	 <p>Pars Laser Industry Co. پارس لیزر</p>	 <p>شرکت قطب پتروشیمی پرلادان</p>

بنام خداوند

سیدهاشم شریفی‌ام. زاده واپسین روزهای پاییز سال یک هزار و سیصد و شصت و یک. سال‌ها پیش مهندسی عمران را به پایان بردم و با عطش بسیار خواستن و شوق دانستن در سال ۱۳۸۴ موسسه تبلیغات، اطلاع‌رسانی و نشر دیجیتال آسمان را با تمرکز بر حوزه‌های تخصصی تبلیغات، روابط عمومی و فناوری اطلاعات بنیان گذاشتم.

مدیریت بازرگانی پیام‌های بازرگانی صدا و سیما، مدیریت روابط عمومی و امور مشتریان گروه راه نو، معاونت بازار و امور مشتریان هلدینگ ساختمانی زنده‌رود، مسوول امور بین‌الملل و برنامه‌ریزی بازرگانی پتروشیمی جم از دیگر سوابق من در ۱۹ سال اخیر بوده است.

فعالیت مستمر و حدود دو دهه تجربه در اجرای پروژه‌های برندینگ و هویت برند در مجموعه‌های دولتی و خصوصی و مدیریت بیش از ۲۵ رویداد و نمایشگاه تجاری در آلمان، ایتالیا، چین، ترکیه، روسیه و ... سبب شده است تا همواره در حوالی مدیریت کسب‌وکار، روابط عمومی و امور بین‌الملل پرسه بزنم.

حسب علاقه در سال ۱۳۹۱ پشت میز کارشناسی ارشد مدیریت کسب و کار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران نشستم و در سال ۱۳۹۸ مدیریت بازاریابی را در مقطع ارشد دیگری آغاز کردم.

افتخار است که در این سال‌ها همکاری و همراهی با سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگی همچون سازمان صدا و سیما، پتروشیمی جم، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، هلدینگ انرژی سپهر و ... را در کارنامه حرفه‌ای خود دارم.

کماکان در این عرصه می‌آموزم...

سیدهاشم شریفی
فروردین ۱۴۰۰



خدمات و فعالیتها



مدیریت روابط عمومی

Public Relations Management

عمده‌ای از سوابق ۱۵ ساله من در حوزه فعالیت‌های روابط عمومی سپری شده، که بخش قابل توجهی از آن در شرکت‌های شاخص و ارزشمندی در حوزه پتروشیمی بوده است. روابط عمومی مجموعه‌ای از اقدامات و کوشش‌های حساب‌شده‌ای است که هر سازمان برای برقراری ارتباط موثر و هدفمند با گروه‌هایی که با سازمان در ارتباط هستند انجام می‌دهد.

ساختن چهره‌ای مناسب از سازمان در میان مردم و مخاطبان اصلی سازمان یا شرکت و نیز مطرح کردن نام یا برند در بین این همه سازمان و شرکت که روزانه به تعداد آنها افزوده می‌شود، کاری است که تنها یک روابط عمومی حرفه‌ای و آگاه از عهده آن بر می‌آید.

روابط عمومی کار روبه‌رو شدن یک سازمان یا موسسه را با مخاطبان‌ش از طریق پرداختن به موضوعات و مطالب و اخباری انجام می‌دهد که به منافع مشترکشان مربوط است. فعالیت روابط عمومی چندان مستقیم و ملموس نیست و همین فرق آن با تبلیغات است. کار روابط عمومی می‌تواند برای ساختن روابط تفاهم‌آمیز با کارکنان، مشتریان، سرمایه‌گذاران، رأی‌دهندگان و عموم مردم به کار رود.

یکی از بزرگترین تفاوت‌های روابط عمومی و تبلیغات در برنامه‌ریزی است به طوری که روابط عمومی برای بلندمدت برنامه‌ریزی می‌کند اما تبلیغات در کوتاه‌ترین زمان ممکن به دنبال نتیجه است و البته این ریسک کار را بالا می‌برد. روابط عمومی با صبر و حوصله و اختصاص زمان به مشتری برای فکر کردن و نیز همین زمان برای شرکت در جهت جلب رضایت هرچه بیشتر مشتری و ارائه خدمات بهتر سعی در دائمی کردن مشتریان و مخاطبان شرکت دارد.

ارثه چهره واقعی و شفاف شرکت به ذینفعان، از وظایف مهم روابط عمومی است و اگر این درک بوجود آید که مشتریان صاحبان اصلی شرکت هستند و بدون وجود آنها شرکت وسود دهی معنی نخواهد داشت در می‌یابیم که باید به روابط عمومی حرفه‌ای به دیده یک عنصر و یک لازمه در هر سازمانی نگریسته شود.

بازگو کردن واقعیت‌های سازمان‌ها برای مشتریان و حد این شفاف سازی دغدغه اصلی روابط عمومی‌ها است چرا که آنجا که پای بازگو کردن اسرار سازمان در میان است میان حقوق مشتری و اسرار سازمان باید به بهترین نحو توازن برقرار کرد.





مدیریت رویدادهای نمایشگاهی

Event Management

بخش عمده‌ای از تجربیات اخیر من در حوزه مدیریت رویدادها و نمایشگاه‌های تجاری در خارج از ایران در کشورهای همچون آلمان، روسیه، چین، ایتالیا، ویتنام، ترکیه، هندوستان و ... گذشته است که برگزاری نمایشگاه را از نقطه صفر تا پایان راهبری کرده‌ام. نمایشگاه‌ها بویژه نمایشگاه‌های بین‌المللی به عنوان یکی از ابزارهای بازاریابی مناسب‌ترین و بهترین محل برای به نمایش گذاردن آخرین محصولات، یافته‌های علمی، اندوخته‌های تجربی و توانمندی‌های سازمان به منظور آگاه ساختن متخصصان، فعالان، مشتریان و مخاطبان است. اما چگونگی و چرایی حضور در رویدادها بویژه نمایشگاه‌های تجاری را تخصصی به نام Event Management تعریف می‌کند.

چرا باید در یک نمایشگاه شرکت کرد؟ برنامه ریزی‌های بلند مدت حضور در نمایشگاه چگونه صورت می‌گیرد؟ زیرساخت‌های اساسی حضور در یک رویداد چیست؟ بودجه بندی حضور نمایشگاهی چگونه صورت می‌پذیرد؟ ارگانایزر رویدادهای نمایشگاهی چه نقشی ایفا می‌کنند؟ پیمانکاران ساخت غرفه چگونه انتخاب می‌شوند؟ فرآیند تدوین RFP برون سپاری پروژه‌های نمایشگاهی چگونه انجام می‌شود؟ گزارش‌هایی سنجش اثربخشی حضور نمایشگاهی چگونه آماده می‌گردد؟ پاسخ به همه سوالات یاد شده ذیل «مدیریت رویدادها و نمایشگاه‌ها» جای می‌گیرد. تجربه نشان داده است سازمان‌هایی که به صورت کلان و بلند مدت به مدیریت رویدادهای خود می‌پردازند از توفیق بسیار بیشتری نسبت به رقبای خود بهره‌مند می‌شوند. مهمترین پروژه‌های گذشته من عبارت بوده از:

- « اجرای دو دوره نمایشگاه K Show در دوسلدورف آلمان در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۹
- « اجرای دو دوره نمایشگاه Plast در میلان ایتالیا در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۸
- « اجرای شش دوره نمایشگاه Chinaplas در شانگهای و گوانگژو چین در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹
- « اجرای دو دوره نمایشگاه Interplastica در مسکو روسیه در سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۶
- « اجرای شش دوره نمایشگاه Plasteurasia در استانبول ترکیه در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹
- « اجرای یک دوره نمایشگاه VietnamPlast در هوشی‌مین ویتنام در ۲۰۱۵
- « اجرای یک دوره نمایشگاه KenyaPlast در نایروبی کنیا در ۲۰۱۶
- « اجرای یک دوره نمایشگاه Plastindia در احمدآباد هندوستان در ۲۰۱۸



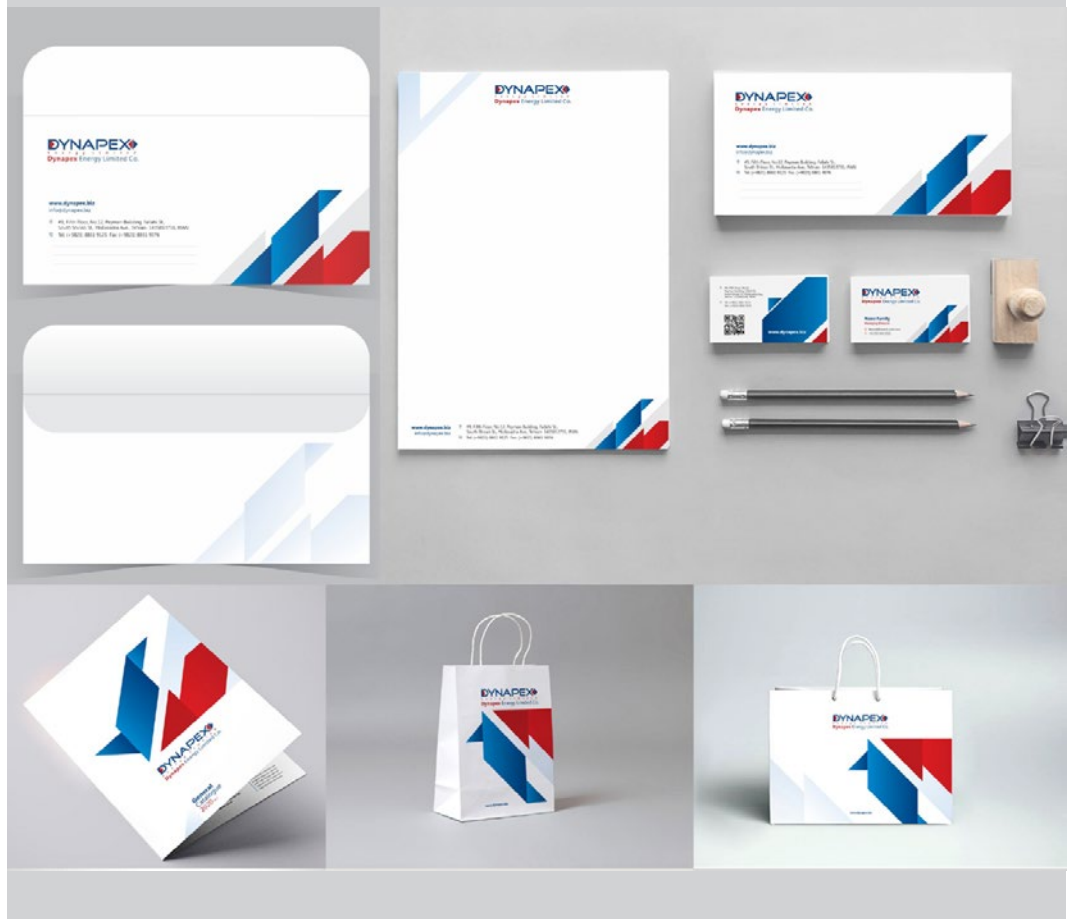
استخراج گزارش‌های مدیریتی Report Generation

۳

یکی از فعالیت‌های سال‌های اخیر من در حوزه استخراج گزارش‌های مدیریتی همچون کارنامه عملکرد سالانه شرکت‌ها و سازمان‌ها بوده است. مطابق آنچه من دریافته‌ام گاهی در ایران «گزارش عملکرد» با نگاه (Annual Report) با گزارش هیات‌مدیره به مجامع برابر دانسته می‌شود. گزارش‌های مجمع، همواره به دلیل محدودیت‌های خاص سهامداران، سازمان بورس و ...، متفاوت در محتوا و فرم منتشر می‌شوند. در حالی که در بیشتر شرکت‌های بین‌المللی، گزارش‌های عملکرد سالانه، از مهمترین اسناد منتشره سازمان تلقی شده و مورد توجه سهامداران، شرکای کلیدی، رسانه‌ها و افکار عمومی است و از این منظر به تدریج دامنه‌ای از گزارش‌ها شامل گزارش‌های مالی، مسوولیت‌های اجتماعی و ... را شامل شده و بخشی از ادبیات استاندارد پاسخگویی و شفافیت در عملکرد تلقی می‌شود.

مهمترین پروژه‌هایی که من در این خصوص اجرا کرده‌ام عبارت است از:

- مدیریت محتوا، طراحی و انتشار گزارش عملکرد سال ۱۳۹۸ شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی برای شستا.
- مدیریت محتوا، مستندسازی گزارش سامانه‌های سازمانی شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی برای شستا.
- مدیریت محتوا، طراحی و انتشار گزارش عملکرد سال ۱۳۹۸ برای شرکت پتروشیمی جم.



۴

برندینگ و طراحی هویت برند

Branding & Corporate identity design

طراحی هویت برند و خلق سندبالادستی Corporation Identity یکی از جذابترین علاقمندی‌ها من است. امروزه سرمایه اصلی بسیاری از شرکت‌های بزرگ نه در دارایی‌های ملموس بلکه در نام تجاری آنهاست. محققان بر این باورند که ارزش واقعی یک شرکت جایی بیرون از آن است، یعنی در ذهن خریداران. کالاها را شرکت‌ها می‌سازند و برندها را مشتریان می‌خرند. با اینکه کیفیت یک محصول به مرور زمان می‌تواند در ارتقاء جایگاه یک برند مؤثر باشد اما کیفیت، تنها یکی از عوامل تعیین کننده است. در واقع این برند است که تعیین می‌کند کدام محصول به فروش برسد. از این رو بیشتر شرکت‌های موفق و بزرگ نه در مورد یک کالای خاص بلکه در مورد برند خود تبلیغ می‌کنند. به طور کلی مدیریت برند ادراکات مصرف‌کننده است لذا از طریق اثرگذاری بر ذهن و احساسات مخاطب می‌توان یک نام تجاری را ایجاد کرد و آن را ارتقاء داد. این تجربه‌ها به مدت ۱۶ سال در بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها به کار گرفته شده و همچنان ادامه دارد. مهمترین پروژه‌هایی که من در این خصوص اجرا کرده‌ام عبارت است از:

- بازطراحی برند و انتشار سند هویت بصری (Ci) شرکت پتروشیمی جم.
- بازطراحی برند و انتشار سند هویت بصری (Ci) شرکت داینپاکس.



طراحی و توسعه پرینت مدیا Print Media Design



مدیریت و توسعه رسانه‌ها در دوران کنونی بخش جدایی ناپذیر از هویت سازمان‌ها شده‌اند. ذینفعان در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، بخش عظیمی از اطلاعات مورد نیاز خود را از رسانه‌های سازمانی دریافت می‌کنند. با وجود فرارسیدن عصر رسانه‌های مجازی و رشد انفجاری شبکه‌های اجتماعی، گرچه عرصه را بر رسانه‌های مکتوب تنگ کرده است؛ ولی باعث نابودی آن نشده و نخواهد شد. این پیش‌بینی به این دلیل است که پدید آمدن ابزارهای جدید رسانه‌ای گرچه توانسته انحصار و یکه تازی رسانه مکتوب را بشکند، ولی باعث از میان رفتن کارکردهای آن نشده است.

مدیریت رسانه‌های مکتوب یکی از مهمترین کارکردهای مدیریت روابط عمومی است. آنچه یک سازمان را در ایفای این کارکرد متمایز می‌گرداند تفکر یکپارچه و کلان نسبت به توسعه پرینت مدیاست. شاخص‌ترین پروژه‌هایی که من در این خصوص اجرا کرده‌ام مجموعه خانواده پرینت مدیای شرکت پتروشیمی جم و چند مجموعه دیگر با عناصری همچون:

- کاتالوگ عمومی (General Catalogue)
- کاتالوگ اطلاعات فنی (Technical Catalogue)
- کاتالوگ کاربرد نهایی (Application Catalogue)
- گزارش عملکرد (Annual Report)
- نمونه محصول (Sample Catalogue)
- و ...

بوده است.



۶

طراحی و استقرار وب مدیا

Web Media Design

در عصر جدید سازمان‌ها نیازمند استفاده از ظرفیت رسانه‌های نوین برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود شده‌اند. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌ها و سازمان‌ها جهت سهولت در معرفی سازمان خود از این رسانه استفاده می‌کنند. معرفی سازمان، ابزار ارتباطی سریع و موثر، مدیریت ارتباط با مخاطبین، مسیر رسمی خبری، معرفی محصولات و خدمات، ابزار بازاریابی و فروش، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی از مهمترین کارکردهای رسانه‌های تحت وب (وب مدیا) است. مهمترین پروژه‌هایی که من در این خصوص اجرا کرده‌ام عبارت است از:

- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی شرکت پتروشیمی جم.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی شرکت پتروشیمی جم صنعت کاران.
- « مدیریت پروژه پورتال درون و برون سازمانی برای هلدینگ انرژی سپهر.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی پتروشیمی سیراف.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی دنیا.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی سیلان.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی لاوان.
- « مدیریت پروژه پورتال برون سازمانی سیتکو.

پروژه‌های پیشین



نمایشگاه k show (نمایشگاه پلاستیک دوسلدرف آلمان) بزرگترین نمایشگاه صنعت پلاستیک و لاستیک در جهان که هر ۳ سال یک بار در مرکز نمایشگاهی شهر دوسلدرف آلمان از ۱۹ تا ۲۶ اکتبر ۲۰۱۶ با حضور موثر شرکت پتروشیمی جم و ده شرکت ایرانی برگزار شد.

استقبال بی نظیر بازدید کنندگان از سراسر جهان از غرفه پتروشیمی جم و اظهار امیدواری عموم شرکت‌های خارجی به توسعه فعالیت‌ها، ارتباط و تجارت در آینده نزدیک پیش رو از دستاوردهای مهم این نمایشگاه است.

همچنین با حضور این شرکت‌ها در سمینار صنعت پتروشیمی ایران با محوریت سوال ((چرا ایران؟)) و سخنرانی مدیران شرکت‌های زیمنس، ICIS و... پس از تحریم‌ها برای انتقال مقاصد صادراتی از شرق آسیا به اروپا می‌توان نقطه عطفی در تاریخ پتروشیمی جم با مدیریت آن دانست. موقعیت غرفه پتروشیمی جم در سالن 08B و شماره غرفه H36 قرار داشت. نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگان‌ها، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه K Show آلمان ۲۰۱۶





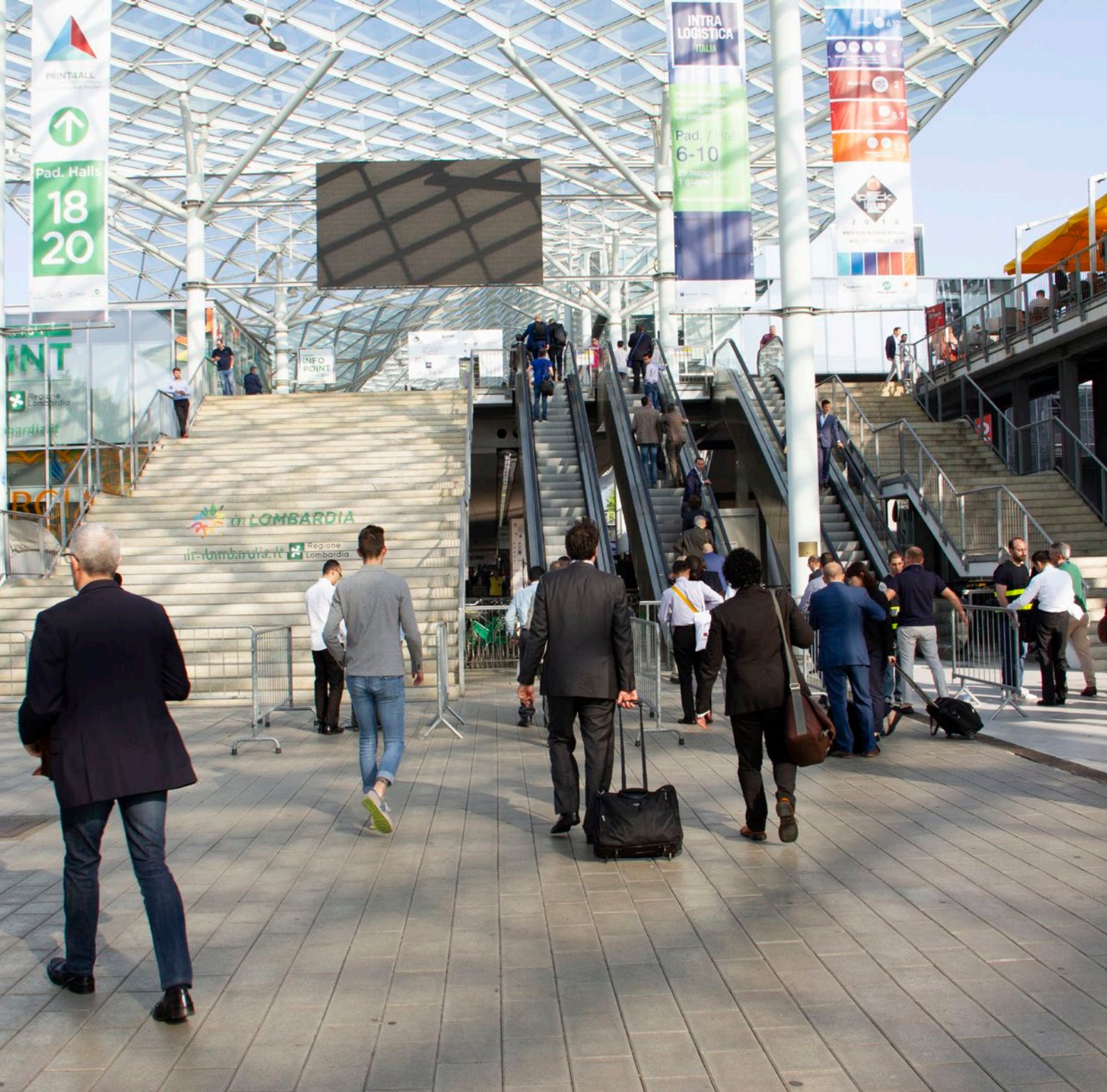
نمایشگاه پلاست میلان ۲۰۱۸، و پاپیون جمهوری اسلامی با حضور آقای دکتر نوروززاده مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی افتتاح و با حضور همه شرکت‌های پتروشیمی به صورت همگرا با یکدیگر در فضایی یکپارچه در قالب پاپیون جمهوری اسلامی ایران افتتاح و از ۸ الی ۱۱ خرداد مصادف با ۲۹ می تا ۰۱ ژوئن در شهر میلان ایتالیا برگزار شد.

شرکت پتروشیمی جم با نگاه تثبیت سهم بازار خود در شرق آسیا و توسعه بازار اروپا همانند ادوار گذشته در فضایی به وسعت ۱۳۶ متر مربع با مشارکت تمام شرکت‌های وابسته خود به صورت یکپارچه در این نمایشگاه حضور یافته بود. شایان ذکر است هر ساله بازدیدکنندگان بسیاری از سراسر دنیا برای بازدید از این نمایشگاه و برقراری ارتباط با مخاطبان خود در این نمایشگاه حضور پیدا می‌کنند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست ایتالیا ۲۰۱۸





به فاصله ۳ ماه از اینترنتی‌پلاستیکی مسکو در ژانویه ۲۰۱۵ برگزاری غرفه شرکت جم را در پلاست میلان آغاز کردم. میلان پلاست بعد از نمایشگاه K آلمان بزرگترین نمایشگاه اروپایی در حوزه صنعت پتروشیمی و پلاستیک است. میلان پلاست ۲۰۱۵ از مورخ ۵ می و به مدت ۵ روز در ناحیه نمایشگاهی fierra milano در حومه شهر میلان ایتالیا برگزار شد. شرکت پتروشیمی جم با ایجاد یک غرفه مشترک با شرکت‌های پتروشیمی سازند و شرکت پلی پروپیلن جم در مرکز سالن ۹ نمایشگاه و با شماره B1۲۲ در این دوره نمایشگاه میلان حضوری موثر را تجربه کرد.

به علت همزمانی نمایشگاه میلان پلاست با نمایشگاه EXPO۲۰۱۵ ایتالیا به عنوان فرصتی ایده آل و تکرار نشدنی برای صنعتگران، تولیدکنندگان و بازرگانان، سبب افزایش حجم مراجعات بیش از حد انتظار گردید و شاید این نمایشگاه را یکی از شلوغ‌ترین و پر ترددترین نمایشگاه‌های پلاستیک بتوان نامید.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگان‌های، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست ایتالیا ۲۰۱۵





برای دومین بار برگزاری نمایشگاه اینترپلاستیکای روسیه در شهر مسکو و برپایی غرفه شرکت پتروشیمی جم در این نمایشگاه از ژانویه ۲۰۱۵ آغاز و در ژانویه ۲۰۱۶ به انجام رساندم. اینترپلاستیکای روسیه یکی از معتبرترین پلاست‌های جهان است و این نخستین حضور جم در این نمایشگاه بود. این نمایشگاه به عنوان یکی از مهمترین رویدادهای صنعت پتروشیمی در سطح منطقه CIS در زمینه محصولات پلیمری، صنعت، ماشین آلات و مواد خام مورد نیاز صنعت پلاستیک می‌باشد. نوزدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت پلاستیک روسیه معروف به «INTERPLASTICA» در محل ZAO EXPOCENTR Exhibition Center شهر مسکو برپا گردید.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه اینترپلاستیکا روسیه ۲۰۱۶





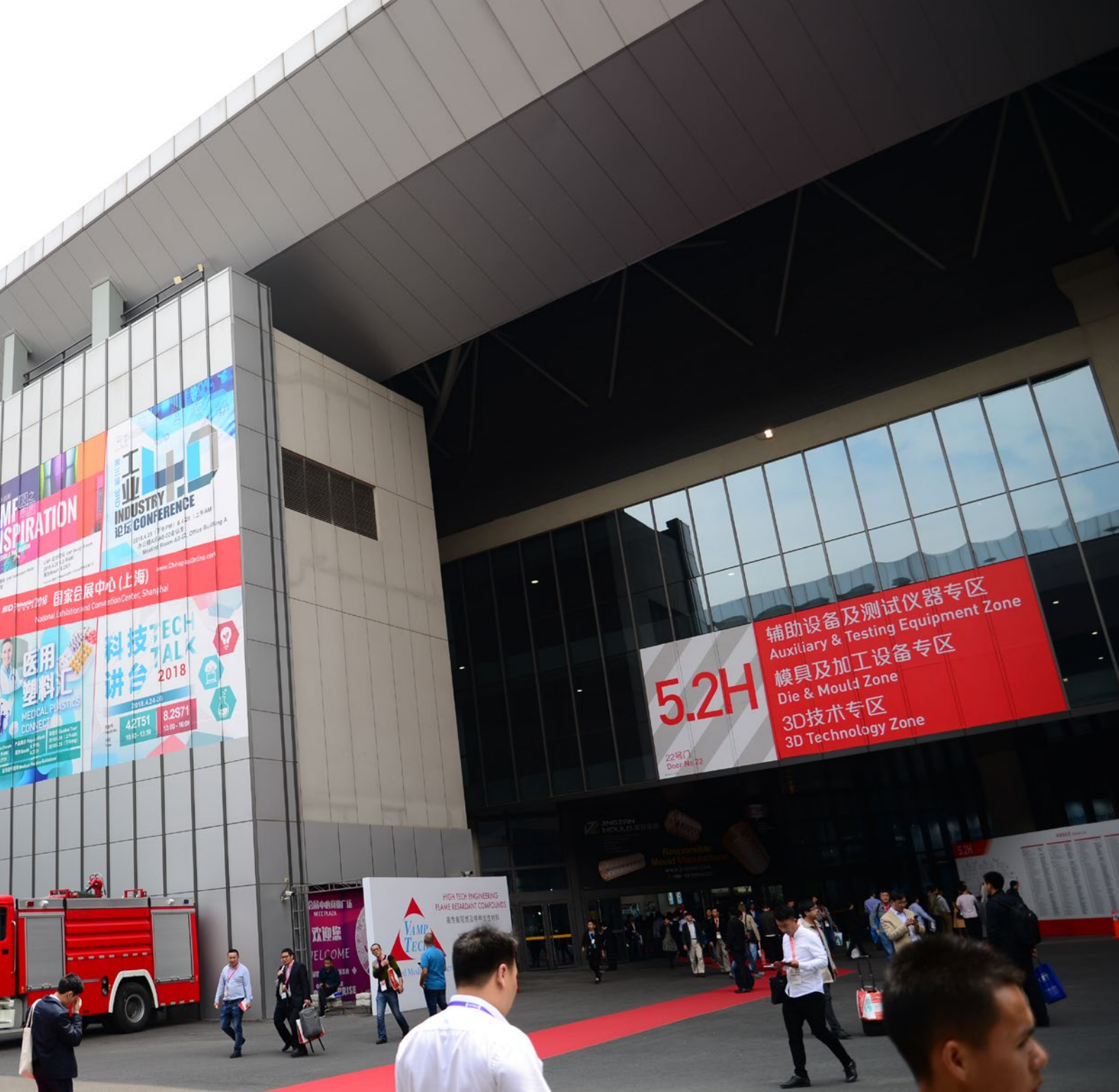
برگزاری و تامین مقدمات حضور و برپایی غرفه شرکت پتروشیمی جم را در اینترپلاستیکای روسیه در شهر مسکو در اکتبر ۲۰۱۴ آغاز و در ژانویه ۲۰۱۵ به انجام رساندم. اینترپلاستیکای روسیه یکی از معتبرترین پلاست‌های جهان است و این نخستین حضور جم در این نمایشگاه بود. این نمایشگاه به عنوان یکی از مهمترین رویدادهای صنعت پتروشیمی در سطح منطقه CIS در زمینه محصولات پلیمری، صنعت، ماشین آلات و مواد خام مورد نیاز صنعت پلاستیک می‌باشد.

هجدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت پلاستیک روسیه معروف به «INTERPLASTICA» در محل ZAO EXPOCENTR Exhibition Center در شهر مسکو از ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه ۶ بهمن لغایت جمعه ۱۰ بهمن ماه (۲۷ تا ۳۰ ژانویه ۲۰۱۵) برپا گردید.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگان‌های، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه اینترپلاستیکا روسیه ۲۰۱۵

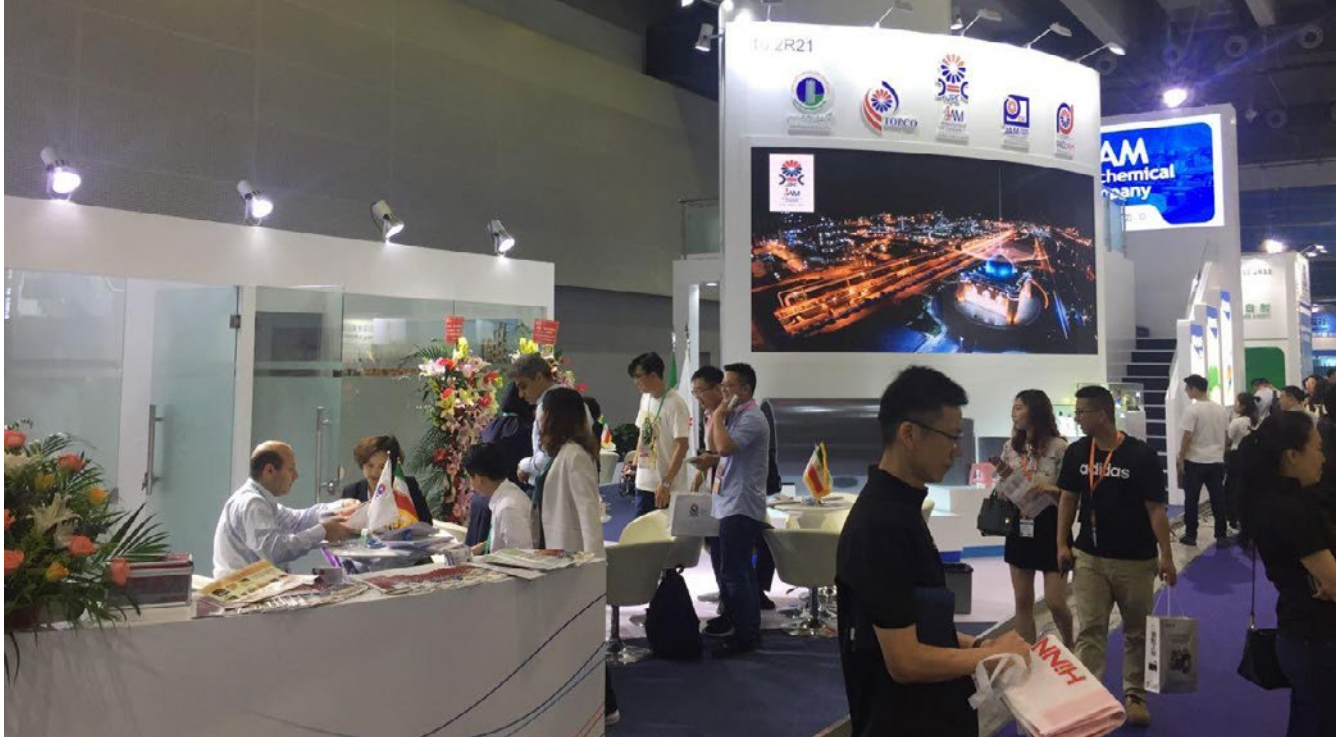




چاینا پلاس نیز به دلیل برگزاری این رویداد در بزرگترین تولیدکننده صنعت پلاستیک در جهان موقعیتی ویژه و منحصر به فرد دارد. علاوه بر آن چین بزرگترین شریک تجاری ایران است. یکی از بزرگترین حضورهای خارجی جم در جم در چاینا پلاس رقم خورده است. نمایشگاه بین المللی چاینا پلاس گوانگجو و شانگهای بزرگترین رویداد صنعت پلاستیک آسیا و دومین نمایشگاه صنعت پلاستیک دنیاست که سالانه با برگزاری خود در این دو شهر تمام علاقمندان و بازرگانان این صنعت را از سراسر دنیا به طرف خود می کشاند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه چاینا پلاس چین ۲۰۱۹




Chinaplas[®]
国际橡塑展



چاینا پلاس نیز به دلیل برگزاری این رویداد در بزرگترین تولیدکننده صنعت پلاستیک در جهان موقعیتی ویژه و منحصر به فرد دارد. علاوه بر آن چین بزرگترین شریک تجاری ایران است. یکی از بزرگترین حضورهای خارجی جم در جم در چاینا پلاس رقم خورده است. نمایشگاه بین المللی چاینا پلاس گوانگجو و شانگهای بزرگترین رویداد صنعت پلاستیک آسیا و دومین نمایشگاه صنعت پلاستیک دنیاست که سالانه با برگزاری خود در این دو شهر تمام علاقمندان و بازرگانان این صنعت را از سراسر دنیا به طرف خود می کشاند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه ی گسترده ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه چاینا پلاس چین ۲۰۱۸



Chinaplas®
 国际橡塑展



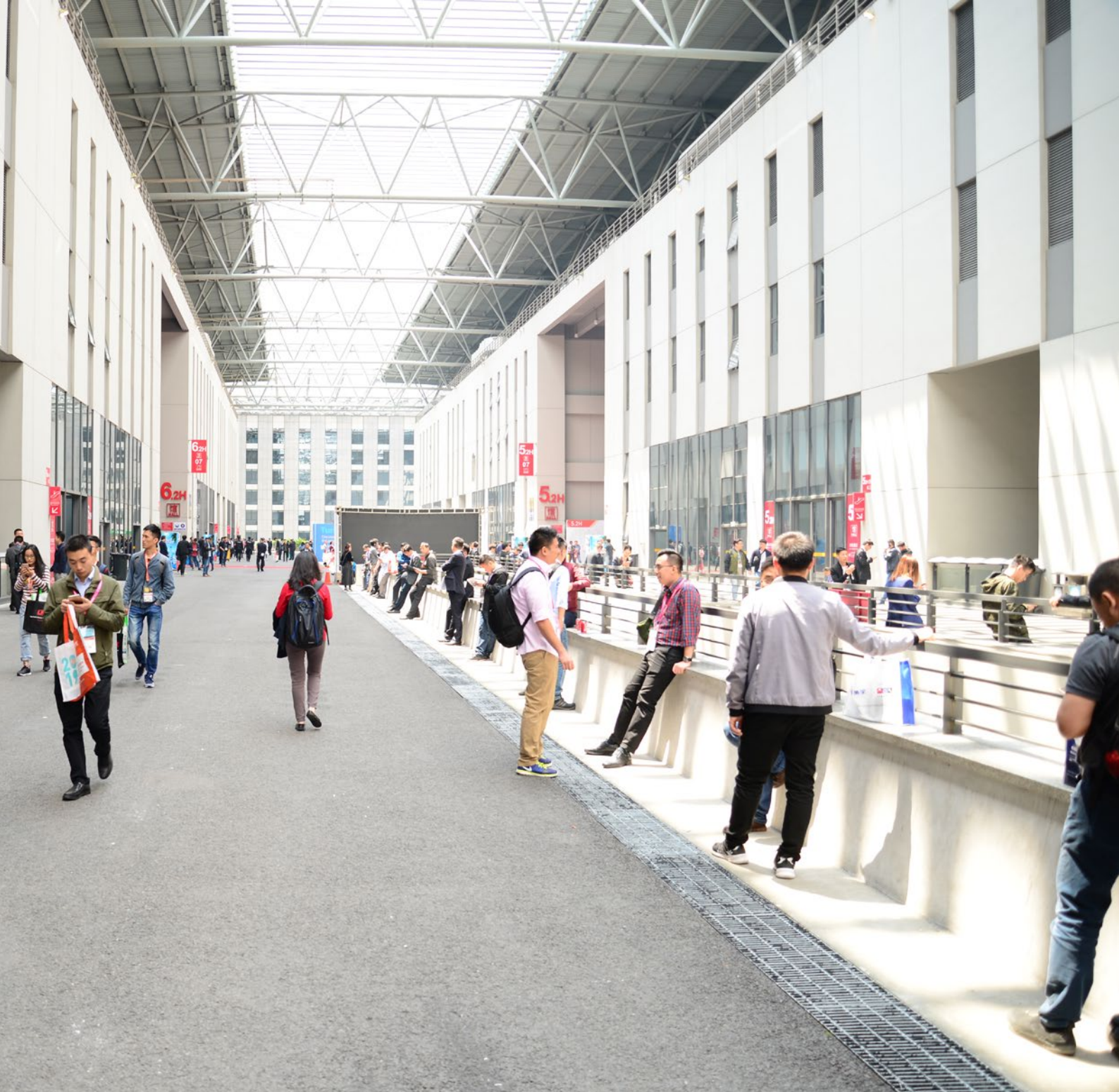
چاینا پلاس نیز به دلیل برگزاری این رویداد در بزرگترین تولیدکننده صنعت پلاستیک در جهان موقعیتی ویژه و منحصر به فرد دارد. علاوه بر آن چین بزرگترین شریک تجاری ایران است. یکی از بزرگترین حضورهای خارجی جم در جم در چاینا پلاست رقم خورده است. نمایشگاه بین المللی چاینا پلاس گوانگجو و شانگهای بزرگترین رویداد صنعت پلاستیک آسیا و دومین نمایشگاه صنعت پلاستیک دنیاست که سالانه با برگزاری خود در این دو شهر تمام علاقمندان و بازرگانان این صنعت را از سراسر دنیا به طرف خود می کشاند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه چاینا پلاس چین ۲۰۱۷




Chinaplas[®]
国际橡塑展



چاینا پلاس نیز به دلیل برگزاری این رویداد در بزرگترین تولیدکننده صنعت پلاستیک در جهان موقعیتی ویژه و منحصر به فرد دارد. علاوه بر آن چین بزرگترین شریک تجاری ایران است. یکی از بزرگترین حضورهای خارجی جم در جم در چاینا پلاست رقم خورده است. نمایشگاه بین المللی چاینا پلاس گوانگجو و شانگهای بزرگترین رویداد صنعت پلاستیک آسیا و دومین نمایشگاه صنعت پلاستیک دنیاست که سالانه با برگزاری خود در این دو شهر تمام علاقمندان و بازرگانان این صنعت را از سراسر دنیا به طرف خود می کشاند.

همانند گذشته نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه ی گسترده ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه چاینا پلاس چین ۲۰۱۶



Chinaplas[®]
 国际橡塑展



چاینا پلاس نیز به دلیل برگزاری این رویداد در بزرگترین تولیدکننده صنعت پلاستیک در جهان موقعیتی ویژه و منحصر به فرد دارد. علاوه بر آن چین بزرگترین شریک تجاری ایران است. یکی از بزرگترین حضورهای خارجی جم در جم در چاینا پلاست رقم خورده است. نمایشگاه بین المللی چاینا پلاس گوانگجو و شانگهای بزرگترین رویداد صنعت پلاستیک آسیا و دومین نمایشگاه صنعت پلاستیک دنیاست که سالانه با برگزاری خود در این دو شهر تمام علاقمندان و بازرگانان این صنعت را از سراسر دنیا به طرف خود می کشاند.

همانند گذشته نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه در حیطه ی گسترده ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه چاینا پلاس چین ۲۰۱۵




Chinaplas[®]
国际橡塑展



نمایشگاه پلاست اوراسیای استانبول به عنوان آخرین رویداد نمایشگاهی صنعت پتروشیمی هر سال در دسامبر مصادف با آزمون برگزار می‌شود و شرکت پتروشیمی جم از سال ۲۰۱۴ در این نمایشگاه حضوری فعال داشته و در سال ۲۰۱۸ پنجمین حضور مستمر خود را تجربه کرده است. غرفه شرکت پتروشیمی جم به مساحت ۱۵۰ متر همواره در سالن شماره ۵ این نمایشگاه و در کنار دیگر شرکت‌های ایرانی و در پاریس جمهوری اسلامی ایران قرار داشته است. نمایشگاه مذکور یکی از مهمترین رویدادهای نمایشگاهی صنعت پتروشیمی بوده که در قاطبه شرکت‌های دیگر صنعت پتروشیمی همانند مارون، امیرکبیر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، سازند، تبریز، باختر در آن حضور دارند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست اوراسیا ترکیه ۲۰۱۸



Plast Eurasia
istanbul



نمایشگاه پلاست اوراسیای استانبول به عنوان آخرین رویداد نمایشگاهی صنعت پتروشیمی هر سال در دسامبر مصادف با آذرماه برگزار می‌شود و شرکت پتروشیمی جم از سال ۲۰۱۴ در این نمایشگاه حضوری فعال داشته و در سال ۲۰۱۸ پنجمین حضور مستمر خود را تجربه کرده است. غرفه شرکت پتروشیمی جم به مساحت ۱۵۰ متر همواره در سالن شماره ۵ این نمایشگاه و در کنار دیگر شرکت‌های ایرانی و در پایون جمهوری اسلامی ایران قرار داشته است. نمایشگاه مذکور یکی از مهمترین رویدادهای نمایشگاهی صنعت پتروشیمی بوده که در قاطبه شرکت‌های دیگر صنعت پتروشیمی همانند مارون، امیرکبیر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، سازند، تبریز، باختر در آن حضور دارند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه
پلاست اوراسیا
ترکیه
۲۰۱۷



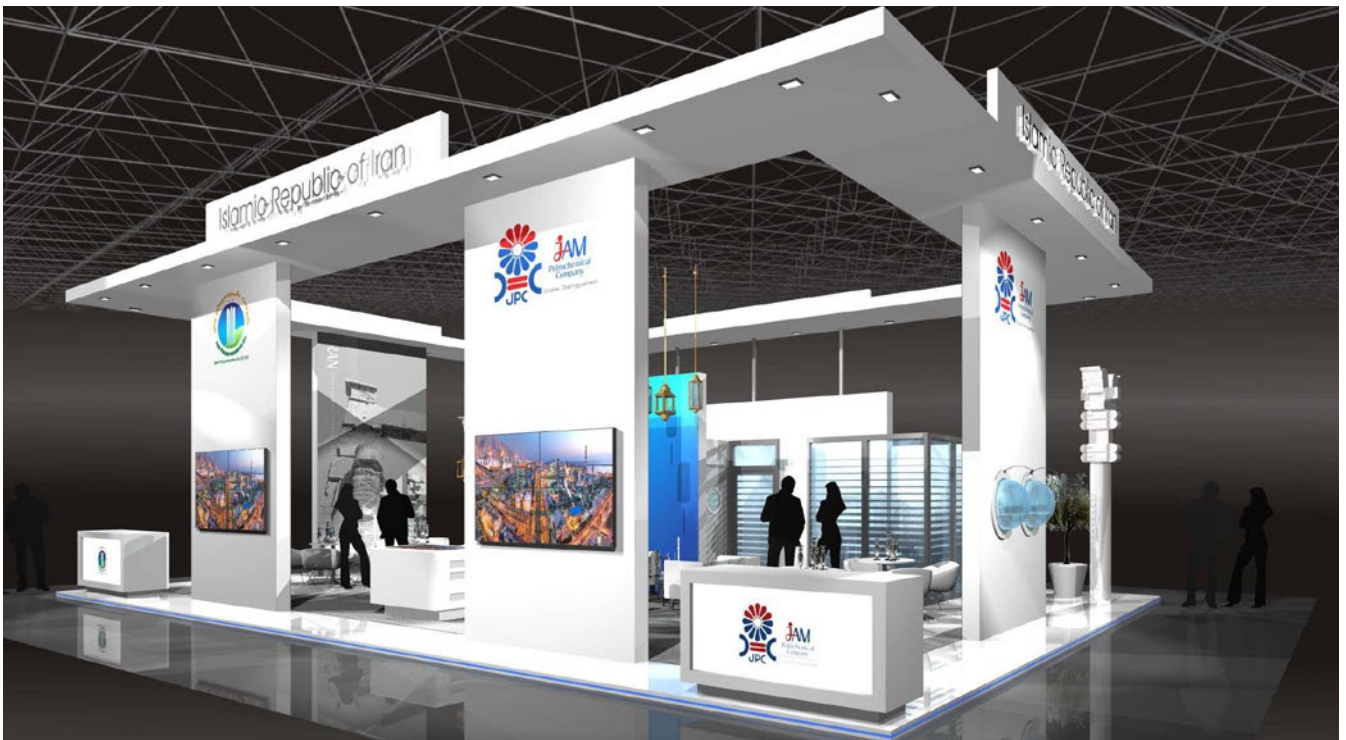
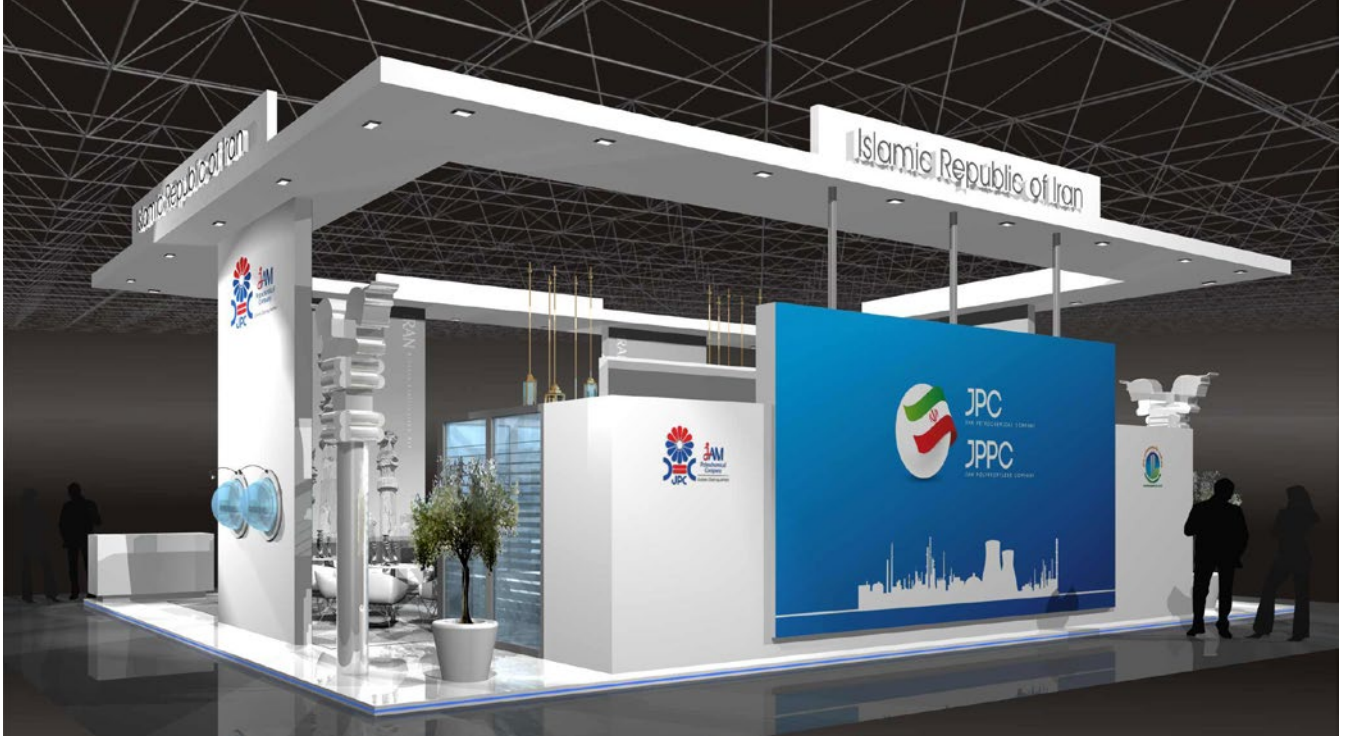
Plast Eurasia
istanbul



نمایشگاه پلاست اوراسیای استانبول به عنوان آخرین رویداد نمایشگاهی صنعت پتروشیمی هر سال در دسامبر مصادف با آزمون برگزار می‌شود و شرکت پتروشیمی جم از سال ۲۰۱۴ در این نمایشگاه حضوری فعال داشته و در سال ۲۰۱۸ پنجمین حضور مستمر خود را تجربه کرده است. غرفه شرکت پتروشیمی جم به مساحت ۱۵۰ متر همواره در سالن شماره ۵ این نمایشگاه و در کنار دیگر شرکت‌های ایرانی و در پایون جمهوری اسلامی ایران قرار داشته است. نمایشگاه مذکور یکی از مهمترین رویدادهای نمایشگاهی صنعت پتروشیمی بوده که در قاطبه شرکت‌های دیگر صنعت پتروشیمی همانند مارون، امیرکبیر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، سازند، تبریز، باختر در آن حضور دارند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایز، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست اوراسیا ترکیه ۲۰۱۶



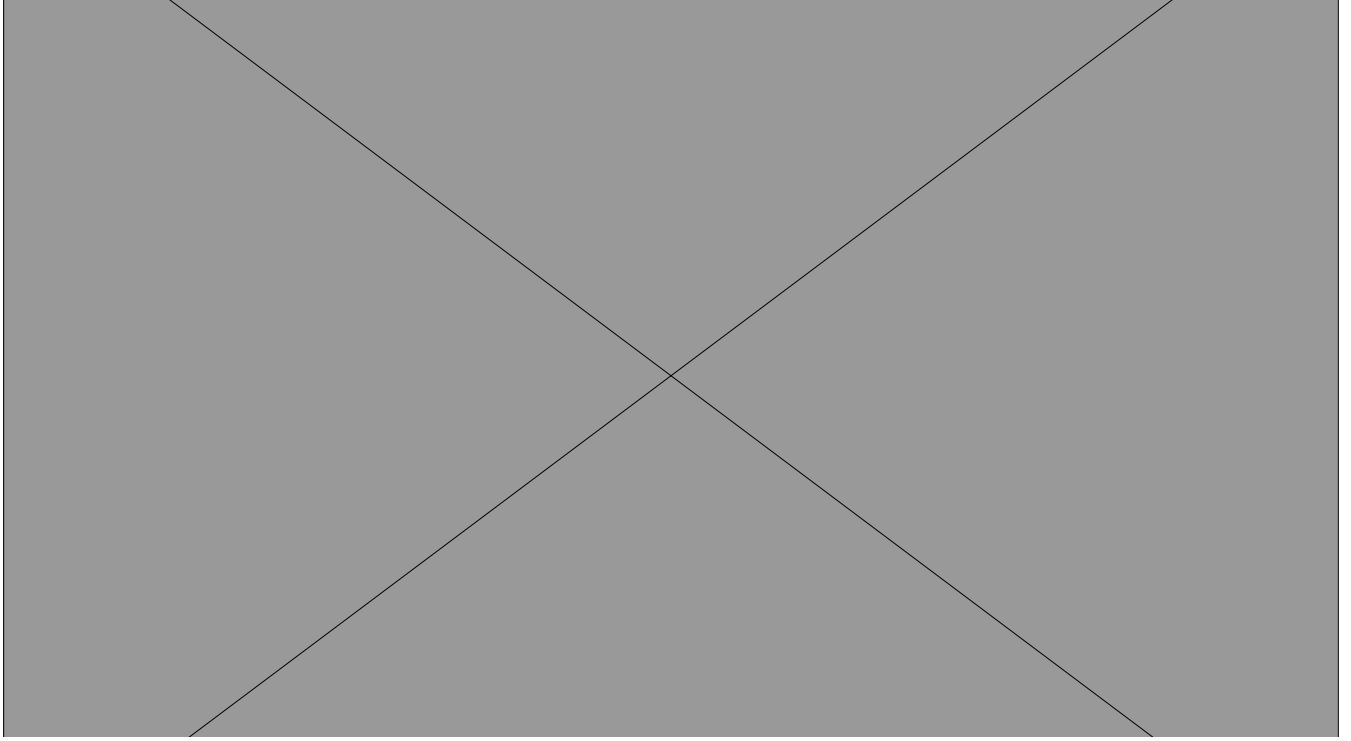
Plast Eurasia
istanbul



نمایشگاه پلاست اوراسیای استانبول به عنوان آخرین رویداد نمایشگاهی صنعت پتروشیمی هر سال در دسامبر مصادف با آذرماه برگزار می‌شود و شرکت پتروشیمی جم از سال ۲۰۱۴ در این نمایشگاه حضوری فعال داشته و در سال ۲۰۱۸ پنجمین حضور مستمر خود را تجربه کرده است. غرفه شرکت پتروشیمی جم به مساحت ۱۵۰ متر همواره در سالن شماره ۵ این نمایشگاه و در کنار دیگر شرکت‌های ایرانی و در پایون جمهوری اسلامی ایران قرار داشته است. نمایشگاه مذکور یکی از مهمترین رویدادهای نمایشگاهی صنعت پتروشیمی بوده که در قاطبه شرکت‌های دیگر صنعت پتروشیمی همانند مارون، امیرکبیر، صنایع پتروشیمی خلیج فارس، سازند، تبریز، باختر در آن حضور دارند.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست اوراسیا ترکیه ۲۰۱۵



Plast Eurasia
istanbul



دهمین دوره نمایشگاه ایندیا پلاست ۲۰۱۸ در مرکز نمایشگاهی گاندیناگر واقع در ایالت گجرات در غرب کشور هند در فضایی مشتمل بر ۱۸ سالن سرپوشیده و سطح روباز جمعاً به مساحت ۱۲۵ هزار متر مربع از تاریخ هفتم تا دوازدهم فوریه سال ۲۰۱۸ میلادی با حضور بیش از دو هزار غرفه دار و بالغ بر ۲۰۰ هزار بازدید کننده از کشور هند و سایر کشورهای جهان برگزار گردید. غرفه شرکت پتروشیمی جم در سالن شماره ۱۱ / ۱۰ به مساحت ۱۰۴ متر مربع واقع گردیده بود. برگزار کننده این نمایشگاه یک شرکت حرفه ای متعلق به کشور آلمان به نام Mess Dusseldorf می باشد که سابقه برگزاری نمایشگاه های معتبر صنایع پلاستیک در اروپا را در رزومه خود دارد. حضور پتروشیمی جم در این دوره در قالب تیمی مشترک از بخش های مختلف شرکت پتروشیمی جم، شرکت توسعه انرژی پادکیش، شرکت پلیمر پاد جم، شرکت پلی پروپیلن جم و شرکت جم صنعت کاران صورت پذیرفت. نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه ی گسترده ای از ارتباط با ارگانایز، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه پلاست اندیا هندوستان ۲۰۱۸



PLASTINDIA 2018

UNFOLDING BILLION OPPORTUNITIES

10th International Plastics Exhibition, Conference & Convention

Feb. 7-12, 2018, Gandhinagar - Ahmedabad, Gujarat.

Kenya's International Exhibition for Plastic, Petrochemicals, Printing, Packaging and Paper Industries, Products and Technologies



برگزاری این نمایشگاه به سبب بعد مسافت تا ایران یکی از فعالیت‌های سخت دوران کاری من بود چراکه امکانات مورد نیاز برای مدیریت بهینه این رویداد در دسترس نبود. چهارمین دوره نمایشگاه کنیا پلاست در شهر نایروبی با حضور برندهای معتبر دنیا در حوزه پلاستیک و پلیمر با حضور سفیر ایران در کنیا از روز چهارشنبه ۸ ژوئن تا تاریخ ۱۰ ژوئن برابر با ۱۸ تا ۲۰ خرداد ۹۵ در مرکز KICC نایروبی به مدت سه روز برگزار شد.

پتروشیمی جم جهت توسعه بازارهای هدف خود در منطقه آفریقا برای اولین بار در این نمایشگاه حضور پیدا کرده بود. در این نمایشگاه سفیر هند نیز در غرفه پتروشیمی جم حضور پیدا کرد و از نزدیک با تولیدات این شرکت آشنا شد. شرق آفریقا با جمعیت ۱۸۲ میلیون نفر، شامل کشورهای کنیا، تانزانیا، اوگاندا، رواندا، بروندي و سودان جنوبی است که برای آن نرخ رشد بسیار بالایی پیش بینی شده است. همچنین عنوان شده که در این منطقه سالیانه یک میلیون و ۲۵۰ هزار تن مواد پلیمری در ۱۷۰۰ واحد تولیدی مصرف می‌شود.

نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین‌الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطه‌ی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه کنیا پلاست ۲۰۱۶





برگزاری این نمایشگاه به سبب بعد مسافت تا ایران اسلامی یکی از فعالیت‌های سخت دوران کاری من بود چراکه امکانات مورد نیاز برای مدیریت بهینه این رویداد در دسترس نبود. نمایشگاه ویتنام پلاس از مهمترین نمایشگاه‌های شرق آسیا است که یکی از سازماندهندگان این نمایشگاه وزارت صنعت و تجارت این کشور است و همچنین انجمن‌های صنایع ماشین آلات، قالبسازان و پلاستیک تایوان از حامیان این نمایشگاه هستند. کیفیت بالای نمایشگاه ویتنام پلاس ۲۰۱۴ باعث شد تا نزدیک به ۱۰,۰۲۵ بازدید کننده تخصصی از این نمایشگاه دیدن کنند.

حضور شرکت پتروشیمی جم به همراه شرکت pcc دو شرکت شاخص ایرانی در پانزدهمین نمایشگاه بین المللی پلاستیک، بسته بندی و لاستیک ویتنام برای اولین بار رقم خورد. نقش من در این نمایشگاه به عنوان مسوول امور بین الملل شرکت پتروشیمی جم و مدیر پروژه مذکور در حیطةی گسترده‌ای از ارتباط با ارگانایزر، اخذ فضا، یافتن پیمانکاران ساخت و احراز صلاحیت ایشان، عقد قراردادهای خارجی مربوطه و نیز حوزه‌ی رزرواسیون هتل پرواز و ترانسفر، مستندسازی نمایشگاه و تا حدودی برآورد و سنجش اثربخشی نمایشگاه بود.

نمایشگاه ویتنام پلاس ۲۰۱۵



VIETNAMPLAS 



بار دیگر مفتخرم به ارایه گزارش سامانه‌های سازمانی شستا با نام «رویش شفافیت» که حاصل سه‌ماه تلاش فریلنس بنده، بشیر علیزاده و تنی چند از دیگر دوستان است.

روایت شفافیت سیستمی با رویکرد توسعه سامانه‌های سازمانی یکی از بزرگترین هلدینگ‌های اقتصادی ایران. شفافیتی که دکتر شریعتمداری در مقدمه ابتدایی خود آن را نه راه بلکه مقصد بی‌بازگشت نگاشته است.

این گزارش، با چنین نگاهی در یک جلد با ۲۰۰ صفحه، به تبیین ۲۵ سامانه سازمانی شستا پرداخته و در بهمن‌ماه ۹۹ توسط دکتر محمد شریعتمداری وزیر محترم تعاون، کار و رفاه اجتماعی رونمایی شد.

بی‌شک بدون حمایت جناب آقای دکتر رضوانی فر مدیرعامل محترم و آقای حسن محمدی مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل شستا رسیدن به این مهم ممکن نبود. از این رو لازم می‌دانم مراتب سپاس خود را از ایشان و همکاران درون سازمانی‌شان آقایان علی حسینی، سامان راجی، محمدابراهیم راعی، مجید گودرزی، محمد فارسی، مهدی نوراحمدی، علی استادهاشمی، مهدی اسماعیلی، احسان بابایی، محسن حلاجی، وحید سبحانی و حسین شفیعی و دیگر همکاران که با پشتیبانی ایشان این پروژه خلق شده ابراز دارم.

رویش شفافیت

گزارش سامانه‌های سازمانی شستا



IRNA
1934
Nazanin Kazemi Nava



A
1934

شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی





مفخرم به ارائه گزارش عملکرد «رویش و روشنائی»، روایت خانواده شستا در سال ۹۸ که حاصل چندماه تلاش فریلنس بنده و دوستانم فرزانه بنی هاشمی، بشیر علیزاده و تنی چند از دیگر عزیزان است.

روایت کوشش عاشقانه یکی از بزرگترین هلدینگ‌های اقتصادی ایران، که با تنوع بی‌نظیر شرکت‌های آن، یک رویکرد واحد و یک هدف بلند را در سر داشته و دارد: به‌سان سیمرغی در سپهر ایران! شستا در سالی که به روایت مدیرعامل آن، سال خواستن و برخاستن بوده است، با عبور از «دامنه‌های ناهموار»، دستاوردهایی کم‌نظیر از خود برجای گذاشته و تجربه «رویدن از نو» را پیش روی ذینفعان قرار داد. این گزارش، با الهام از چنین گزاره‌هایی در یک جلد با ۱۷۰ صفحه در ۶ فصل، به تبیین اهداف، رویکردها و دستاوردهای خانواده شستا در ۹ هلدینگ تابعه پرداخته و در مجمع عمومی سالیانه آن ارائه شده است.

روایت‌سازی برای گزارش عملکرد شرکت‌ها و سازمان‌هایی که بیشتر مبتنی بر شاخص، توصیف کمی و نثر تحلیلی است، گرچه کاری دشوار است، اما در اثربخشی گزارش، نقش موثری دارد. سپاس فراوان دارم از جناب آقای دکتر رضوانی فر مدیرعامل محترم و آقای حسن محمدی مدیر روابط عمومی و امور بین‌الملل شستا و دیگر همکاران‌شان که با اعتماد ایشان این پروژه خلق شده و از آقایان دکتر صالح رحیمی و وحید موسوی که مقدمات آن را فراهم ساختند.

رویش و روشنائی

گزارش عملکرد سال ۱۳۹۸ شستا



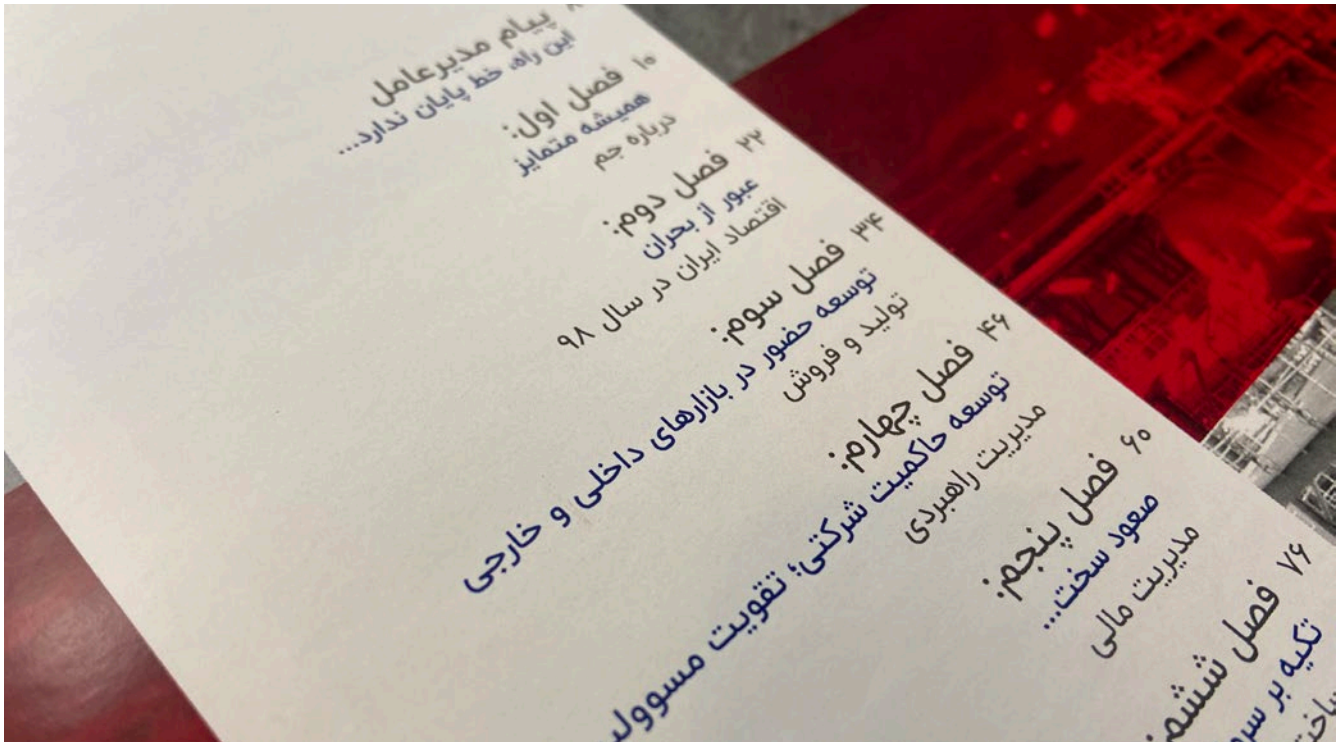


مطابق آنچه من دریافته‌ام گاهی در ایران «گزارش عملکرد» با نگاه (Annual Report) با گزارش هیات مدیره به مجامع برابر دانسته می‌شود. گزارش‌های مجمع، همواره به دلیل محدودیت‌های خاص سهامداران، سازمان بورس و ...، متفاوت در محتوا و فرم منتشر می‌شوند. در حالی که در بیشتر شرکت‌های بین‌المللی، گزارش‌های عملکرد سالانه، از مهمترین اسناد منتشره سازمان تلقی شده و مورد توجه سهامداران، شرکای کلیدی، رسانه‌ها و افکار عمومی است و از این منظر به تدریج دامنه‌ای از گزارش‌ها شامل گزارش‌های مالی، مسوولیت‌های اجتماعی و ... را شامل شده و بخشی از ادبیات استاندارد پاسخگویی و شفافیت در عملکرد تلقی می‌شود.

صعود سخت، گزارش عملکرد شرکت پتروشیمی جم در سال ۱۳۹۸ است که نخستین تجربه از رویکرد پیش‌گفته شده را ارائه می‌کند. این گزارش حاصل تلاش بنده و مشارکت یک تیم از بخش خصوصی است که سوابق متعددی در ارائه این گزارش‌ها در ایران داشته و دارد. صعود سخت، می‌کوشد تا با بهره‌گیری از یک فرم ارائه حرفه‌ای و وفادار به عناصر هویتی به مخاطبان بگوید که چگونه پتروشیمی جم با عملکردی مسوولانه در یکی از دشوارترین شرایط تحریمی شاخص‌های اصلی خود را برای حفاظت از حقوق سهامداران و سایر شرکای کلیدی رو به رشد نگاه داشت و در این مسیر دشوار، چگونه نوآوری، افزایش تولید، صیانت از منابع انسانی، توجه به محیط زیست، تعامل بهتر با مشتریان، راهبردهای موثر فروش و ... میسر شده است.

صعود سخت

کارنامه عملکرد سال ۱۳۹۸ پتروشیمی جم



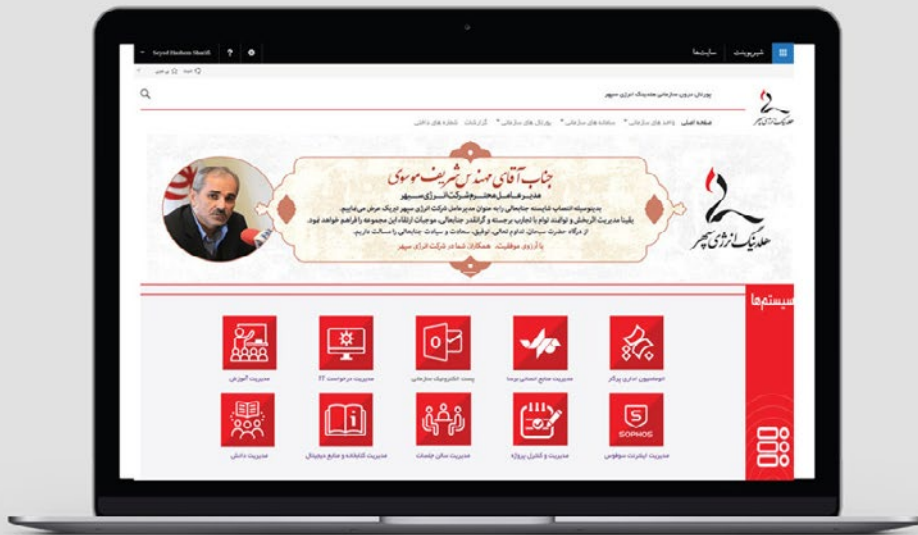


هلدينگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین‌المللی شناخته می‌شود. این سازمان همچون دیگر سازمان‌ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می‌کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت‌های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت‌های هلدينگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین‌المللی، معرفی مجتمع‌ها و واحدهای تولیدی و شرکت‌های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع‌رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره‌برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی‌های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه‌های حرفه‌ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال داخلی سپهر

استقرار پورتال درون سازمانی انرژی سپهر





هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین المللی شناخته می شود. این سازمان همچون دیگر سازمان ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم ترین این رسانه ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین المللی، معرفی مجتمع ها و واحدهای تولیدی و شرکت های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس های نرم افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه های حرفه ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی سپهر

استقرار پورتال برون سازمانی انرژی سپهر



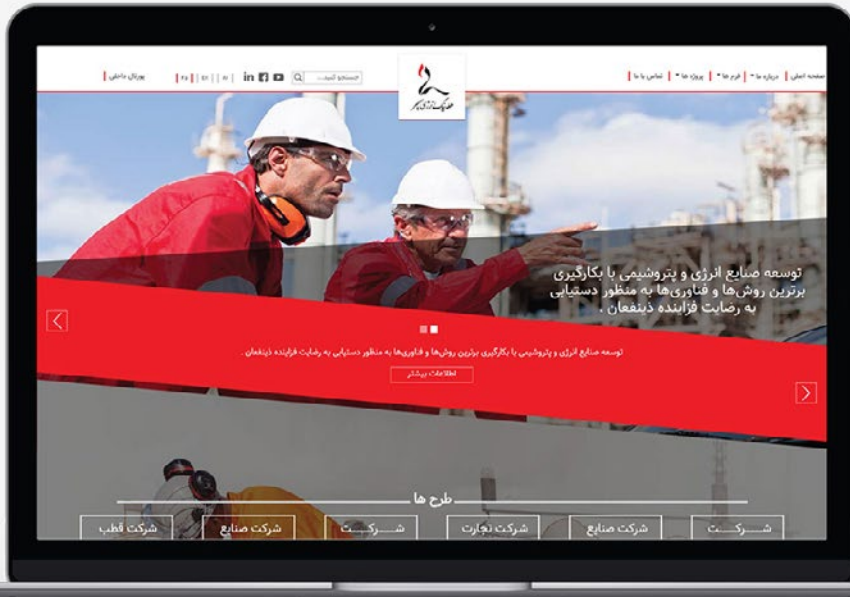
تکمیل و راه اندازی پروژههای تحت پوشش و رضایت سهامداران



در این شرکت به کارگیری فنون، ابزارها و روشهای کاملا عملی جهت حصول اطمینان از اثربخشی سرمایه گذاریها به صورت یک الزام اساسی رعایت می گردد.



[اطلاعات بیشتر](#)



توسعه صنایع انرژی و پتروشیمی با بکارگیری
برترین روش ها و فناوری ها به منظور دستیابی
به رضایت فزاینده ذینفعان .

توسعه صنایع انرژی و پتروشیمی با بکارگیری برترین روشها و فناوریها به منظور دستیابی به رضایت فزاینده ذینفعان.

[اطلاعات بیشتر](#)

نوع ها

- شرکت قطب
- شرکت صنایع
- شرکت
- شرکت نوپارت
- شرکت صنایع
- شرکت





پیشتاز در طراحی، مهندسی و توسعه فعالیت‌های زیربنایی



اخبار صنعت

اخبار جدید

اخبار داخلی



هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین‌المللی شناخته می‌شود. این سازمان همچون دیگر سازمان‌ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می‌کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت‌های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت‌های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین‌المللی، معرفی مجتمع‌ها و واحدهای تولیدی و شرکت‌های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع‌رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره‌برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی‌های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه‌های حرفه‌ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی لاوان

استقرار پورتال برون سازمانی پتروشیمی لاوان



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن در سال



اخبار صنعت

اخبار جدید

اخبار داخلی



هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین‌المللی شناخته می‌شود. این سازمان همچون دیگر سازمان‌ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می‌کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت‌های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت‌های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین‌المللی، معرفی مجتمع‌ها و واحدهای تولیدی و شرکت‌های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع‌رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره‌برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی‌های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه‌های حرفه‌ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی سیراف

استقرار پورتال برون سازمانی پتروشیمی سیراف



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن در سال



اخبار صنعت

اخبار جدید

اخبار داخلی



هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین‌المللی شناخته می‌شود. این سازمان همچون دیگر سازمان‌ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می‌کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت‌های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت‌های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین‌المللی، معرفی مجتمع‌ها و واحدهای تولیدی و شرکت‌های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع‌رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره‌برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی‌های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه‌های حرفه‌ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی دنا

استقرار پورتال برون سازمانی پتروشیمی دنا



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن در سال



اخبار صنعت

اخبار جدید

اخبار داخلی



هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین المللی شناخته می شود. این سازمان همچون دیگر سازمان ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم ترین این رسانه ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین المللی، معرفی مجتمع ها و واحدهای تولیدی و شرکت های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس های نرم افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه های حرفه ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی سبلان

استقرار پورتال برون سازمانی پتروشیمی سبلان



تجارت بین‌المللی محصولات نفت، گاز و پتروشیمی با تکیه بر نیروهای با تجربه و توانمند



اخبار صنعت

اخبار جدید

اخبار داخلی



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن

پروژه تولید متانول با ظرفیت 1650 هزار تن در سال در منطقه دیر



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن

پروژه تولید متانول با ظرفیت 1650 هزار تن در سال در منطقه دیر



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن

پروژه تولید متانول با ظرفیت 1650 هزار تن در سال در منطقه دیر



تولید متانول با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن

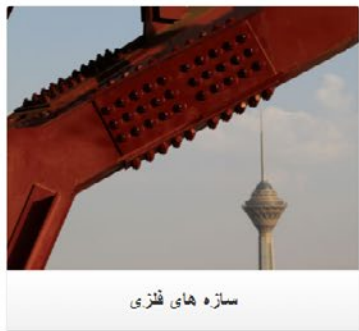
پروژه تولید متانول با ظرفیت 1650 هزار تن در سال در منطقه دیر

هلدینگ انرژی سپهر به عنوان یکی از بزرگترین بازیگران صنعت پتروشیمی در داخل کشور و در فضای بین‌المللی شناخته می‌شود. این سازمان همچون دیگر سازمان‌ها نیازمند ایجاد رسانه برای مجموعه ارتباطات درون و برون سازمانی خود خواهد بود. یکی از مهم‌ترین این رسانه‌ها پورتال اینترنتی است که عمدتاً شرکت‌های فعال در این صنعت جهت سهولت در تعاملات درون و برون سازمانی خود از این رسانه استفاده می‌کنند. پروژه یاد شده در سال ۱۳۹۷ و با اهداف زیر با مدیریت بنده به اجرا درآمد:

نهادینه شدن محوریت فناوری اطلاعات در سازمان به عنوان ابزار توسعه، ابزار ارتباطی و معرفی سازمان و شرکت‌های وابسته در یک پورتال یکپارچه به منظور ارتباط با مخاطبین و معرفی ظرفیت‌های هلدینگ انرژی سپهر بویژه در مجامع بین‌المللی، معرفی مجتمع‌ها و واحدهای تولیدی و شرکت‌های وابسته، ایجاد کانال رسمی خبری شرکت جهت اطلاع‌رسانی در داخل و خارج کشور، معرفی محصولات تولیدی و ابزار بازاریابی و فروش با مشتریان داخل و خارج کشور پس از بهره‌برداری واحدهای تولیدی در دست ساخت، ایجاد نقطه دسترسی و درگاه الکترونیکی به سرویس‌های نرم‌افزاری درون سازمانی، مدیریت تعاملات درون و برون سازمانی در چارچوب توانایی‌های ذاتی پورتال و نه جایگزینی برای سامانه‌های حرفه‌ای دیگر مورد نیاز سازمان.

پورتال خارجی سیتکو

استقرار پورتال برون سازمانی تجارت بین‌الملل سیتکو



سازه های فئزی



صنایع خودروبی



ماشین آلات کشاورزی



صنایع نفت و گاز و پتروشیمی

گروه صنعتی ایران توحيد در سال ۱۳۵۸ تأسیس و در سال ۱۳۷۳ با ظرفیت ۸۰۰ تن در سال و با سرمایه بالغ بر ۴۰ میلیون دلار در شهر صنعتی کاوه واقع در شهرستان ساوه و در زمینی به مساحت ۲۳۰۰۰ مترمربع به بهره برداری رسید و از شروع سال ۱۳۷۷ عمده فعالیت شرکت با توجه به نیروی انسانی متخصص، تکنولوژی تولید مکانیزه و امکانات آزمایشگاهی مدرن به طرف شرکت های بزرگ خودروسازی و صنعتی معطوف گردید، که در طی مدت زمان بسیار کوتاهی توانسته جایگاهی ویژه برای خود در زمینه تولید انواع پیچ و مهره ایجاد و همواره آن را ارتقاء بخشد. هدف از تأسیس این کارخانه تولید انواع پیچ و مهره به روش فورج سرد مطابق با استانداردهای متداول در دنیا از جمله JIS و ISO و PSA و MES و NES و KES و DIN و غیره بوده است.

کلیه ماشین آلات این کارخانه از سازندگان معتبر اروپایی، ژاپنی و کوره های عملیات حرارتی کانتینیوس ژاپنی (NIPON) و تایوانی (SAN YUNG) خریداری شده و در حال حاضر با رعایت الزامات استاندارد و خواسته های مشتریان با دریافت گواهینامه ISO TS ۱۶۹۴۶ و ISO ۹۰۰۱-۲۰۰۰ نیاز صنایع مختلف مانند خودروسازان، نفت، ساختمان و برق کشور را تأمین می نماید.

پورتال خارجی ایران توحيد

استقرار پورتال برون سازمانی ایران توحيد

۲۹



صنعت پتروشیمی عالم مدیران مدیران عامل اجلاس

هم‌افزایی برای توسعه

محورهای اصلی:

• ضرورت ایجاد نهاد رگولاتوری

سخنرانان: دکتر مهرآرما (کارشناس مرکز پژوهش‌های مجلس)
دکتر شیوا (رئیس شورای رقابت)
مهندس عزیز اکبریان (رئیس کمیسیون صنایع مجلس)

• ساختارهای لازم به منظور جذب سرمایه‌گذاری و تحقق اهداف برنامه ششم توسعه پتروشیمی

سخنرانان: دکتر حسین عبده تیریزی (کارشناس اقتصادی)
دکتر ویسه (معاون هماهنگی و نظارت معاون اول رئیس جمهور)



با حضور مدیران ارشد صنعت پتروشیمی
برگزارکننده: انجمن صنفی کارفرمایی صنعت پتروشیمی
میزبان: شرکت پتروشیمی جم

مشهد مقدس • هتل قصر طلایی
دهم و یازدهم آبان‌ماه ۹۶

اجلاس با حضور دکتر ویسه معاون هماهنگی و نظارت معاون اول رئیس جمهوری، دکتر شیوا رئیس شورای رقابت، مرضیه شاهدایی قائم مقام وزیر نفت، رضا نوروز زاده معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی، اعضای هیات مدیره شرکت ملی صنایع پتروشیمی، مدیران عامل هلدینگ‌های پتروشیمی، دبیرکل انجمن صنفی کارفرمایی صنعت پتروشیمی و سایر مدیران عامل این صنعت از صبح چهارشنبه ۱۰ آبان‌ماه ۱۳۹۶ آغاز به کار کرد.

تحلیل و بررسی آخرین مسائل روز صنعت پتروشیمی کشور از جمله وضعیت تامین خوراک، تعاملات مالی و جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید و همچنین عرضه محصولات و رگولاتوری در دستور کار این اجلاس دو روزه قرار داشت.

جلسه‌های هم‌اندیشی و تفاهم در زمینه حل و فصل مشکلات برخی از شرکت‌های تولیدی از دیگر برنامه‌های اجلاس بیست و نهم مدیران بود که در قالب کارگروه‌های مختلف به بحث و تبادل نظر گذاشته شد. برنامه ریزی اجرای اجلاس بیست و نهم در آبان‌ماه ۱۳۹۶ آغاز گشت. میزبان این دوره باتوافق با انجمن شرکت پتروشیمی جم انتخاب گردید تا ضمن حمایت مالی میزبانی آن را نیز بر عهده داشته باشد.

اجلاس مدیران عامل صنعت پتروشیمی

برگزاری بیست و نهمین اجلاس مدیران عامل صنعت
پتروشیمی با مشارکت انجمن صنفی کارفرمایی

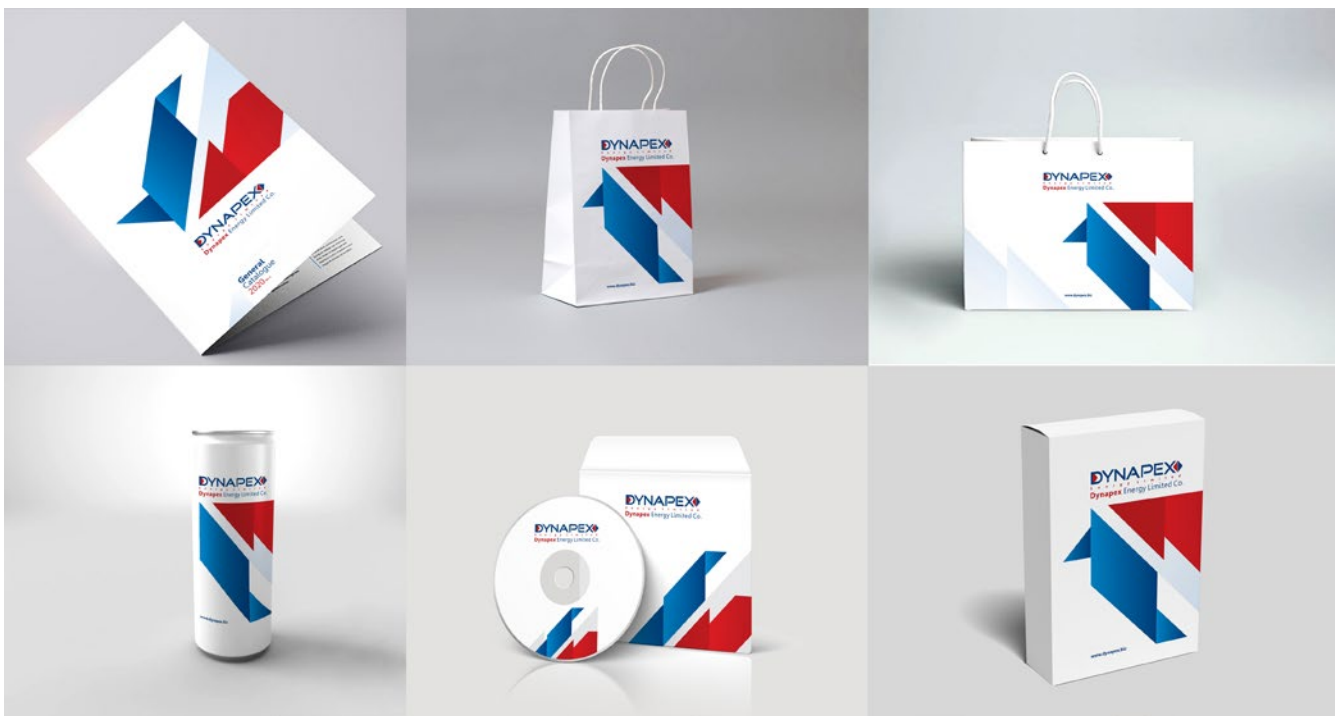
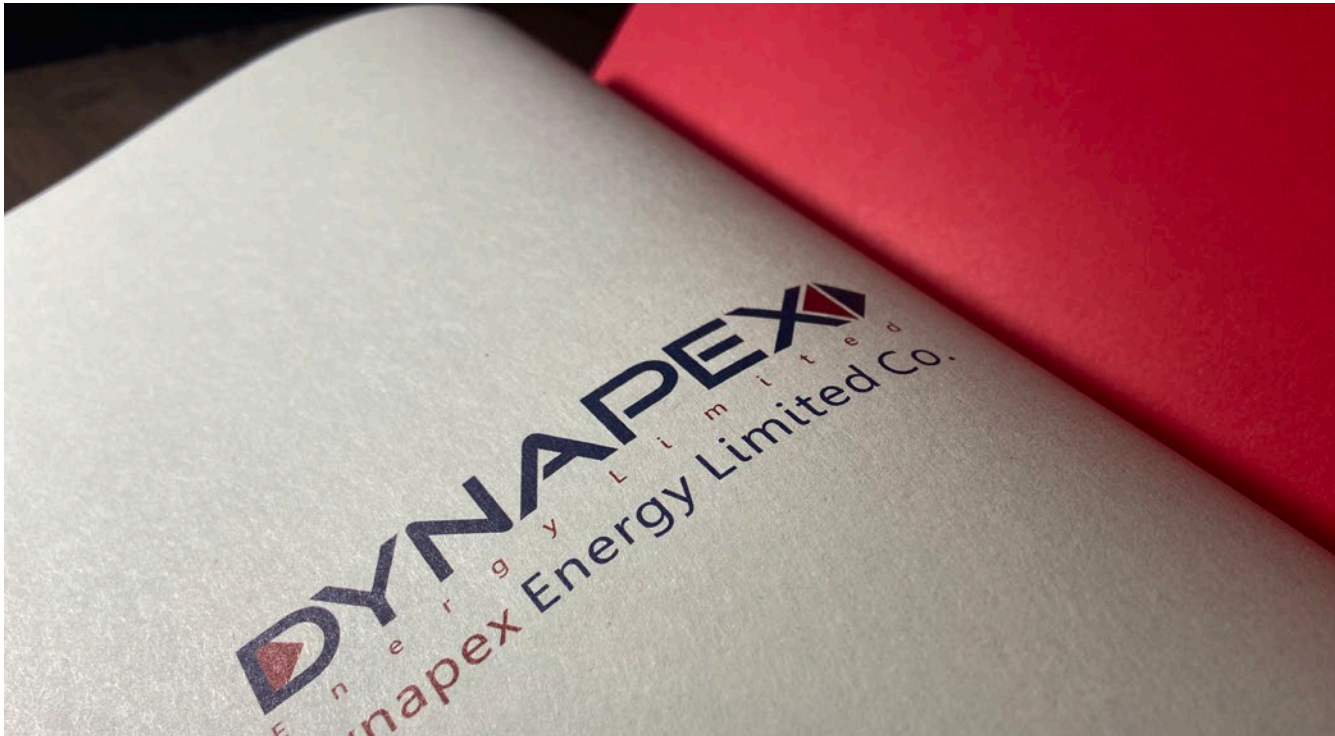




سالها تجربیات خود در حوزه پرنیت مدیا را از طراحی سند بالادستی Brand book تا کوچکترین فعالیتها در این حوزه را در اختیار سازمانها و شرکتها قرار دادهام. یکی از پروژههای موفق در این حوزه طراحی هویت سازمانی دایناپکس بوده است. مهمترین نکته در این حوزه تفکر یکپارچه و کلان نسبت به تمامی کارکردهاست تا جمیع فعالیتها نشان دهنده همسانی، یکپارچگی و تغذیه از یک آبشخور فکری باشد که در مورد پروژه یاد شده به خوبی رعایت شده است. در تمامی کارکردهای مکتوب و دیجیتال همواره با تبعیت از سند هویت بصری یک چهره یا Face سازمانی مورد استفاده قرار گرفته و این امر باعث ایجاد یک نظم بصری منحصربهفرد گردیده است. می توان از پروژه یاد شده به عنوان یک پروژه موفق در تجربیات فردی و سازمانی من نام برد که جز با همت و همراهی مدیران دایناپکس حاصل نشده است.

برندینگ و هویت بصری دایناپکس

برندینگ و استخراج هویت بصری دایناپکس



DYNAPEX 

موفق ترین افراد در پایان کار کسانی خواهند بود که موفقیتشان نتیجه رشد مداوم باشد. انسانی که با دقت و گام به گام پیش می‌رود فکرش بزرگ و بزرگتر می‌شود، در آنچه عملی بداند ثابت قدم است. افکارش را روی آن متمرکز می‌سازد و آماده است به بلندترین درجات موفقیت برسد.

الکساندر گراهام بل

The most successful men in the end are those whose success is the result of steady accretion. That intellectuality is more vigorous that has attained its strength gradually. It is the man who carefully advances step by step, with his mind becoming wider and wider — and progressively better able to grasp any theme or situation — persevering in what he knows to be practical, and concentrating his thought upon it, who is bound to succeed in the greatest degree.

Alexander Graham Bell



www.Hashemsharifi.ir
Me@Hashemsharifi.ir