



راه کار

کارخانه نوآوری رسانه راه کار

w a y 2 w o r k . i r

The background features a series of thin, light blue lines that curve and flow across the dark blue field, creating a sense of movement and depth. The lines are most concentrated in the upper left and lower right areas, with some crossing each other.

ما که هستیم؟

ما یک هلدینگ تولید رسانه و محتوا برای کسب و کارها هستیم؛ مخاطبان ما فعالان حوزه‌های فناوری و نوآوری هستند. در سال‌های گذشته تمرکز ما بر حوزه‌های مالی و کسب و کارهای مرتبط با آنها بوده و به مرور در حال توسعه به حوزه‌های دیگر هستیم. ما بستر انتشار خبرها و نظرها، دیدگاه‌ها، تحقیقات بازار، اطلاعات قابل اتکا و خلق فرصت‌های شبکه‌سازی برای فعالان عرصه‌های اقتصاد نوآوری ایران هستیم.

ما از طریق دسترسی پیوسته به محتواهای مفید و به روز به مدیران و رهبران کسب و کارها کمک می‌کنیم که به صورت پیوسته استراتژی‌های کسب و کاری خود را بازبینی کنند و برای جهان در حال تغییر آماده باشند. در این مسیر ما بر حوزه‌های خاصی از اقتصاد نوآوری تمرکز کرده‌ایم: پول و بانکداری، تامین مالی، حسابداری، مدیریت سرمایه، بیمه دیجیتال و شهر هوشمند.

به صورت پیوسته حوزه‌های تحت پوشش ما در حال افزایش است و برای هر بخش رسانه‌های اختصاصی آن حوزه را طراحی می‌کنیم. راه‌کار پلتفرمی برای حرفه‌ای‌ها است و از طریق رسانه‌هایش به آنها کمک می‌کند در جریان بهترین ایده‌ها و به روزترین تحقیقات قرار گیرند و به شبکه رهبران توانمند دسترسی داشته باشند.

از راه‌پرداخت تا امروز

- راه‌کار با راه‌پرداخت شروع شد. با عصر تراکنش ادامه یافت و با کارنگ، رمزارز و بیمه دیجیتال جان گرفت. انتشارات راه‌پرداخت حلقه تکمیلی این زنجیره بود. در ادامه در حوزه‌های، لندتک، ولت‌تک، گردشگری، لجستیک و سلامت نیز رسانه‌هایی راه‌اندازی می‌کنیم.
- راه‌کار با حضور روزنامه‌نگاران تخصصی به دنبال ایجاد فرهنگی در فضای رسانه‌ای است که تمرکزش بر ارزش‌آفرینی برای کسب‌وکارها و ارزش‌آفرینان است.
- کانال‌های رسانه‌های راه‌کار از رسانه‌های چاپی گرفته تا انواع بسترهای دیجیتال را شامل می‌شود. تمرکز ما بیشتر از این که بر کانال باشد بر رسانه است. تلاش می‌کنیم در حوزه‌های تخصصی رسانه‌های حرفه‌ای بسازیم و از طریق تعامل اثربخش این رسانه‌ها با هم‌زمینه افزایش تاثیرگذاری را فراهم کنیم.
- تلاش می‌کنیم یک سبد از برندهای رسانه‌ای را خلق کنیم که هر کدام بر حوزه مشخصی تمرکز دارند.
- برندهای جدید راه‌کار در امتداد برندهای قبلی هستند یا شروعی تازه و مستقل نسبت به مسیر قبلی. منتها تمام فعالیت‌های راه‌کار بخشی از یک کل یکپارچه هستند.

حوزه‌های فعلی تحت پوشش راه‌کار



فلسفه راه‌کار

- رسانه‌ها از ستون‌های مهم جوامع مدرن هستند.
- به طور کلی سه نوع رسانه داریم: دولتی، عمومی و خصوصی.
- رسانه و رسانه‌نگار مرز روشنی ندارند و گاهی اوقات به اشتباه رسانه‌نگار را معادل رسانه در نظر می‌گیرند.
- شبکه‌های اجتماعی و توسعه اینترنت زمینه ظهور رسانه‌نگارهایی را ایجاد کرده که در بیشتر موارد افراد غیر حرفه‌ای و غیر دقیق هستند؛ رسانه‌ها تلاش می‌کنند حرفه‌ای باشند.
- کار رسانه فعالیت در قالب یک سازمان مشخص، با اهداف روشن، برنامه‌ریزی و سازماندهی و کمک گرفتن از تیمی حرفه‌ای است.
- در شرایط فعلی رسانه‌های دولتی و عمومی ضعیف عمل می‌کنند و بدنه رسانه‌های خصوصی کشور بسیار ضعیف شده است. رسانه‌های تخصصی بخش خصوصی این فرصت را دارند که بتوانند به دور از برخی حاشیه‌ها بر روی اصل فعالیت رسانه‌ای تمرکز کنند.
- رسانه‌های ضعیف داخلی و رسانه‌های فارسی زبان خارج از ایران پاشنه آشیل فضای رسانه‌ای فعلی ایران هستند.
- رسانه مرز روشنی با روابط عمومی، بازاریابی، بازاریابی دیجیتال، بازاریابی محتوایی و تبلیغات دارد.



● آن چه که رسانه را از غیررسانه متمایز می کند ثبت و انتشار پیوسته فکت های مستند و قابل اتکا و داشتن آرشیو و امکان دسترسی به محتوا در طول زمان است.

● از طریق رسانه می توان در جریان روندهای یک موضوع، فرد، کسب و کار، سوژه یا هر چیزی قابل پیگیری در طول زمان قرار گرفت.

● رسانه ها بروز و ظهورهای متفاوتی دارند. در حال حاضر شبکه های اجتماعی به گونه ای فضا را تغییر داده اند که برخی اکانت های فعال و پرمخاطب در شبکه های اجتماعی را با رسانه اشتباه می گیرند. یکی از مهم ترین مشکلات اکانت های فعال در شبکه های اجتماعی نبود دسترسی مناسب به آرشیو، غیرقابل استناد بودن و مبنی بر فکت نبودن است.

● رسانه ها در وب باید قابلیت هایی از جمله جست و جو، لینک دهی به مطالب مرتبط، قابلیت کامنت و پاسخ دادن، قابلیت جست و جو از طریق تگ ها و دسته بندی ها و در نهایت مواردی مانند پیشنهاد مطالب مرتبط و استفاده از هوش مصنوعی برای تشخیص رفتار مخاطب داشته باشند.

● به جزوب سایت های خود رسانه ها در حال حاضر بسترهای متفاوتی برای بروز و ظهور وجود دارد.

فلسفه ما

- با وجود بروز و ظهور رسانه‌ها در کانال‌های متعدد وب سایت هر رسانه هنوز مهم‌ترین مرجع و منبع برای دسترسی به محتوای یک رسانه هستند.
- کانال چاپ هیچ اولویتی نسبت به وب ندارد. کانال چاپ ویژگی‌های متمایزی به رسانه‌ها می‌دهد و نظم در انتشار در مدیوم چاپ به آسانی قابل اندازه‌گیری است.
- چاپ رسانه را مجبور می‌کند بسته‌بندی مطالب و محتواها را با دقت و انرژی بیشتری انجام دهد.
- مدیوم چاپ برخلاف نظر برخی نمرده بلکه شیوه استفاده از آن نسبت به گذشته تغییر کرده است.
- یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های رسانه‌های چاپی داشتن عنصر متمایزکننده‌ای به نام جلد است.
- جلد در رسانه‌های چاپی نقش مهمی دارد در حالی که در هیچ کانال دیگری مشابه آن وجود ندارد.
- همین امروز هم جلدهای رسانه‌های مطرح دنیا در کانال‌های گوناگون بیشتر از دیگر محتواهاشان دیده می‌شود.
- تجربه کاربری رسانه‌های چاپی تجربه متمایزی است. در دنیای امروز به جز رسانه‌ها چاپی هیچ رسانه‌ای نداریم که بدون مصرف پیوسته انرژی قابل استفاده باشد.

شیوه
و مرام ما

- موفقیت در اثر استمرار، پافشاری و صبر رخ می دهد.
- کیفیت مهم است اما مهم تر از آن نظم است. کمیت در اثر استمرار به کیفیت منجر می شود. کیفیتی که استمرار نداشته باشد در دنیای رسانه بی فایده است.
- رسانه در یک فرد و دیدگاه های او خلاصه نمی شود. رسانه بازتابی از دیدگاه های گوناگون است و بستری برای انتشار فکت ها.
- مردم و کسب و کارها باید خودشان را در رسانه ببینند.
- شفافیت کلید موفقیت است. رسانه ها باید تلاش کنند همه چیز را شفاف کنند.
- رسانه باید به دنبال فکت ها باشد.
- دیدگاه ها در رسانه منتشر می شوند ولی نباید با فکت یکی گرفته شوند. دیدگاه، نظر و تحلیل یک فرد درباره جهان است. فکت واقعیت غیر قابل انکار هستند است.
- ما دست به انتخاب می زنیم و مسئولیت انتخاب هایمان را هم می پذیریم. رسانه بی طرف و مستقل نداریم بلکه رسانه حرفه ای داریم. رسانه نباید عقب تر یا بیش از حد جلوتر از مخاطبان خود باشد. رسانه باید پایه پای مخاطبان و همراه آنها باشد.
- منابع درآمد رسانه باید شفاف و قابل پیگیری باشد. فروش مستقیم، اشتراک، آگهی از کسب و کارهای خصوصی و یا یارانه های دولتی منابع درآمدی رسانه ها هستند.

رسانه های حرفه ای هرگز دروغ نمی گویند؛ هرگز.

رسانه‌های راه‌کار

کارخانه نوآوری رسانه

راه‌کار یک رسانه نیست؛ راه‌کار کارخانه رسانه است؛ اینجا تلاش می‌کنیم رسانه‌های حرفه‌ای و اختصاصی برای کسب و کارها خلق کنیم. از سال ۱۳۹۰ تا امروز در سپهر رسانه‌ای ایران فعالیت می‌کنیم و در این سال‌ها برای حوزه‌های گوناگون رسانه‌های تخصصی خلق کرده‌ایم. راه‌پرداخت (۱۳۹۰)، عصر تراکنش (۱۳۹۶)، انتشارات راه‌پرداخت (۱۳۹۹)، کارنگ (۱۴۰۰)، رمز ارز (۱۴۰۰)، بیمه دیجیتال (۱۴۰۱)، عصرانه راه‌کار (۱۴۰۱) و استودیو راه‌کار (۱۴۰۲) بخشی از سبد رسانه‌های راه‌کار هستند.

راه کار

کارخانه نوآوری رسانه راه کار

w a y 2 w o r k . i r

راه‌پرداخت

رسانه فناوری‌های مالی ایران

راه دور است و بیابان در پیش

دستاوردها

- ۱۲ سال فعالیت رسانه‌ای مستمر در ایران (شروع فعالیت از ۲ اردیبهشت ۱۳۹۰)
- همکاری نزدیک و تعامل با بیش از ۱۰۰ کسب و کار و نهاد مرتبط
- همکاری حدود ۱۰۰ کسب و کار در طرح اشتراک و حمایت از راه‌پرداخت
- تولید بیش از ۳۲ هزار مطلب و محتوا درباره فناوری‌های مالی ایران
- انتشار بیش از ۵۰۰ برگه برای معرفی کسب و کارهای ایرانی
- انتشار بیش از ۷۰ گزارش پژوهشی
- مورد اعتماد مخاطبان و فعالان فناوری‌های مالی ایران

آینده

توسعه بخش‌های موضوعی مانند آکادمی، کافه، اکوسیستم، بینش، کاریابی و ویکی و تبدیل آنها به واحدهای کسب و کاری مستقل
توسعه نسخه‌های بین‌المللی با هدف تمرکز بر بازارهای منطقه



۹۹

مهرتراکتس



مطالعه و تحقیق در زمینه اقتصاد و بازرگانی
از سوی هیئت مدیره و کارکنان شرکت
مهر تراکتس در راستای اهداف
شرکتی و توسعه کسب و کار

در حصاره

پروژه‌های ملی
در سال ۱۳۹۸
استراتژی
گذشت و آینده

پوشش‌های جدید
فروش باکی
سیاست‌های نو
جبهه اقتصادی
توسعه شرکت در
کتابخانه
بازاری



مهر تراکتس
گروه صنعتی
توسعه کسب و کار

عصر تراکنش

رسانه مدیران فناوری‌های مالی ایران

پیش به سوی آینده

آینده عصر تراکنش

طراحی و اجرای رویداد جایزه عصر تراکنش برای فعالان حوزه‌های فناوری مالی ایران
طراحی و اجرای رویداد و جایزه زنان فناوری‌های مالی ایران
تفکیک وب‌سایت و نسخه دیجیتال از نسخه چاپی و انتشار محتوای متناسب در هر کانال به صورت مجزا

دستاورد های عصر تراکنش

انتشار مستمر ۷۳ شماره در طول ۶ سال (تا خرداد ۱۴۰۲)
همکاری و تعامل با بیش از ۱۰۰ کسب و کار و نهاد مرتبط با حوزه فناوری مالی در ایران
رسانه مورد اعتماد مدیران برتر بانکی، پرداخت، بورس و بیمه ایران
انتشار؟؟ شماره ویژه نامه پایان سال
انتشار ۲ شماره ویژه نامه جام جهانی
انتشار ضمیمه داستان رمزارز

کارنگ

رسانه اقتصاد نوآوری ایران

امروز درباره فردا بخوانید

دستاورد های کارنگ

انتشار مستمر ۱۰۹ شماره در طول دو سال (تا خرداد ۱۴۰۲)

همکاری و تعامل با بدنه اکوسیستم اقتصاد نوآوری، اقتصاد دیجیتال و استارت‌آپ‌ها و

فعالان استارت‌آپی و کارآفرینی ایران

تمرکز بر موضوع اقتصاد نوآوری و ارائه راه‌حل‌های کاربردی

معرفی چهره‌های تاثیرگذار اقتصاد نوآوری ایران

انتشار ویژه‌نامه کتاب هم‌زمان با ۳۳ امین نمایشگاه کتاب تهران

شروع انتشار ضمیمه رمزارز و تبدیل آن به یک رسانه مستقل

انتشار؟؟؟ شماره ویژه‌نامه

آینده کارنگ

رویداد جایزه کارنگ به کارآفرینان

برتر ایرانی

رویداد و جایزه زنان اقتصاد نوآوری

ایران

شروع انتشار رسانه‌های جدید و

موضوعی به شکل ضمیمه و در ادامه

فعالیت به عنوان رسانه مستقل

عصرانه راه‌کار در موضوعات مختلف



رمزارز

رسانه اکوسیستم رمزارز، بلاکچین و دارایی دیجیتال ایران

سلام به جهان غیرمتمرکز

دستاورد های رمزارز

انتشار مستمر ۴۳ شماره در طول سه فصل (تا خرداد ۱۴۰۲)

همکاری و تعامل با بدنه اکوسیستم رمزارز و بلاکچین ایران

تمرکز بر موضوع اقتصاد نوآوری توکن ارائه راه حل های کاربردی

جلب حمایت بیش از ۱۰ صرافی رمزارز برتر ایران

انتشار ضمیمه دارایی دیجیتال

برگزاری دو دوره رویداد سال صرافی های رمزارز ایران (رویداد ۹ ژانویه)

آینده رمزارز

رویداد جایزه رمزارز به کارآفرینان برتر ایرانی

رویداد و جایزه زنان اقتصاد توکن و بلاکچین ایران

برگزاری دوره های مرتب ماهانه با حضور کارآفرینان

و فعالان اقتصاد توکن ایران

برگزاری رویداد ۹ ژانویه (کیش، تهران، انزلی، زنجان،

مشهد، شیراز و ...)





المجلة الاقتصادية
التي تهتم بالمشاكل الاقتصادية
والتحديات التي تواجهها
القطاعات الاقتصادية المختلفة
في مصر والعالم العربي

المجلد
العدد
العدد

بأزمة من وظائف
في مصر

آئنه ضمن نيمة

تخطيط

بمعدلات نمو منخفضة
في ظل أزمة اقتصادية
عالمية متفاقمة
تتطلب من الحكومات
تدخلات عاجلة
للمحافظة على
النمو الاقتصادي
والتوظيف
في ظل
التحديات
التي تواجهها
القطاعات
الاقتصادية
المختلفة
في مصر
والعالم
العربي

بیمه دیجیتال

رسانه صنعت بیمه و اینشورتک ایران

گریز از ریسک

آینده بیمه دیجیتال

ارائه الگوی مطلوب رسانه‌ای در صنعت

بیمه

برگزاری دوره‌های و رویدادهای

تخصصی در حوزه فناوری‌های بیمه

دستاوردهای بیمه دیجیتال

انتشار ۷ شماره از نسخه چاپی

توسعه پایگاه خبری به روز در حوزه بیمه

تلاش در زمینه اطلاع رسانی، فرهنگ سازی، آموزش و توسعه صنعت بیمه ایران

تلاش برای صنعت اینشورتک ایران

انتشارات راه‌پرداخت

ناشر فناوری و نوآوری

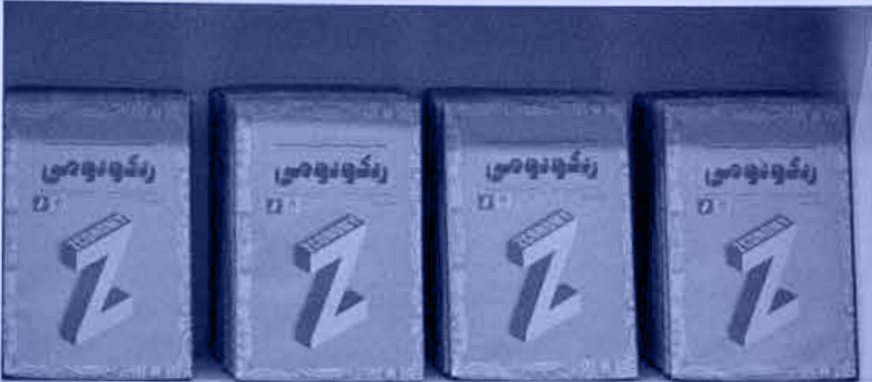
هیچ ندیده‌ای هنوز

دستاورد‌های

انتشار بیش از ۱۵۰ کتاب در زمینه‌های فناوری و نوآوری
تمرکز بر موضوع اقتصاد نوآوری
انتشار کتاب‌های کاربردی در حوزه بلاکچین و رمزارز، فین‌تک و فناوری‌های مالی و حوزه‌های نوین فناوری
انتشار به روزترین کتاب‌های جهان
تالیف و انتشار تنها دانشنامه بانکداری و پرداخت الکترونیکی ایران

آینده

انتشار هر هفته یک کتاب
تمرکز بر تالیف و همکاری با نویسندگان و پژوهشگران ایرانی در حوزه‌های فناوری و نوآوری
تعامل و همکاری با ناشران و نویسندگان خارجی و خرید کپی رایت کتاب‌ها
ترجمه و انتشار کتاب‌ها به زبان‌های انگلیسی، عربی، ترکی و...
و توزیع در کشورهای دیگر در قالب برند انتشاراتی جدید
تالیف فرهنگ واژگان، واژه‌نامه و دانشنامه‌های موضوعی در موضوعات گوناگون



استودیو راه کار

شبکه تلویزیونی اقتصاد نوآوری ایران

به امید یه هوای تازه تر

دستاوردهای استودیو

استودیو راه کار یک مسیر جدید در ادامه فعالیت های رسانه ای کارخانه نوآوری رسانه راه کار است که بر بستر تولید محتوای ویدیویی و تصویری بنا شده. این مجموعه می خواهد با تمرکز بر برنامه سازی منطبق با استانداردهای تولید محتوای ویدیویی در دنیا و با تمرکز بر حوزه اقتصاد دیجیتال مسیر تازه ای پیش روی صاحبان کسب و کارهای فعال در این حوزه باز کند. مسیری که در قالب یک مدیای جدید و جذاب فضای بهبود یافته ای برای انعکاس فعالیت ها و بررسی چالش های پیش روی کسب و کارهای اکوسیستم خواهد بود. با این هدف، استودیو راه کار از بهمن ماه ۱۴۰۱ تولید برنامه های منظم خود را شروع کرده است. ما امیدواریم با سروشکل گرفتن ساختار برنامه ها و با تولیدات بیشتر به سمت ایجاد تلویزیون راه کار با چشم انداز تولید ۶ ساعت برنامه تصویری روزانه حرکت کنیم.



استودیو راه کار

برنامه های فعلی استودیو راه کار:

● شاید موافق نباشید: تحلیل اتفاقات و اخبار هر هفته اکوسیستم

● میزبان: رضا جمیلی / سردبیر رسانه های چاپی کارخانه نوآوری رسانه راه کار

هر هفته یکشنبه ها

● اتاق آبی: سلسله گفتگوهایی رودررو با مدیران ارشد حوزه اقتصاد دیجیتال و صاحبان کسب و کارها

● میزبان: میثم سلیمانی / سردبیر رسانه های دیجیتال کارخانه نوآوری رسانه راه کار

هر هفته دوشنبه ها

● کار و کسب: مستند یک روز کاری شرکت ها میزبان: مینا حاجی / سردبیر عصر تراکنش

سه شنبه های اول و وسط هر ماه

● نیوز فولدر: مرور مهم ترین اخبار و گزارش های منتشر شده در رسانه های راه کار

● میزبان: طهورا آدینه وند / خبرنگار راه پرداخت چهارشنبه هر هفته

● پیشنهاد هفته: معرفی جدیدترین محصولات و سرویس های شرکت ها

● میزبان: غزل یگانگی / خبرنگار راه پرداخت پنجشنبه هر هفته

پیشنهاد هفته
با عزل رنگی

پیشنهاد ویژه
پلتفرم بانکداری باز
سیمرغ تجارت آرک

ARC

استودیو راهکار

اتاق آبی
رومرو با میثم سلیمانی

پیشنهاد ویژه
محمد مهدی نقی پور
مدیرعامل
به پرداخت ملت

استودیو راهکار

سال ابلاغ های خلق صنایع

توسعه و تحول در صنایع مختلف کشور، ایجاد اشتغال و افزایش بهره‌وری در اقتصاد، راهبرد کلیدی دولت است. در این راستا، وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری استودیو راهکار، اقدام به تولید محتوای آموزشی برای مدیران صنایع کرده است.

استودیو راهکار

پایه رنگ

شاید موافق نباشید!
هر شنبه تحلیلان هفته بارما جمیلی

اپیزود ۱۷
سرانجام‌گندی سرعت اینترنت
به رسمیت شناخته شد!

استودیو راهکار

دومین سمینار
رگ تک ایران

رگولاتور با عصبانیت
سراغ کسب و کارها رفته

رضا قربانی
مدیرعامل راه پرداخت

استودیو راهکار

روز فناوری اطلاعات
IT DAY

گزارش رویداد روز فناوری اطلاعات

استودیو راهکار

کار و کسب

روایت مینا حاجی از یک روز کاری در شرکتها

اپیزود ۱
یک روز کاری در وندار

استودیو راهکار

نیوز فولدر

تکلیف
یک هفته بود
تا ظهور آنتی‌ویروس

استودیو راهکار

اقتصاد دیجیتال به معنی
ساخت هزاران سامانه نیست

در این راستا، استودیو راهکار با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت اقدام به تولید محتوای آموزشی کرده است.

استودیو راهکار



رویداد ماینینگ خوب بد، زشت

ابتدای تابستان سال ۱۳۹۸ ماینینگ در کانون توجه بود؛ از یک سوا افزایش قیمت بیت کوین؛ از سوی دیگر فرارسیدن تابستان و اعلامیه شرکت توانیر مبنی بر اینکه «توسعه مراکز ارز دیجیتال، در پیک تابستان شرکت های توزیع نیروی برق را با مشکل جدی مواجه می کنند.» طبق برآوردهای انجام شده استخراج هر بیت کوین نیازمند انرژی معادل ۱۰۷ بشکه نفت خام است. عده ای نیز فرصت های ماینینگ را می دیدند؛ برخی به دنبال این بودند که ایران هاب ماینینگ منطقه باشد. نظرات موافقان و مخالفان را کنار هم گذاشتیم و به این نتیجه رسیدیم که تمام این افراد با این اعتقادات مشخص باید در کنار هم به بحث و گفت و گو بنشینند. نتیجه این شد که چهارم تیر ماه رویداد «ماینینگ، خوب، بد، زشت» را در دانشگاه امیرکبیر برگزار کرد. مسعود زمانی، مدیر دفتر سیستم ها و روش های هلدینگ فناپ، محمدرضا جمالی، مدیرعامل نبض افزار، محمد جواد صمدی راد، معاون فنی ققنوس، سهیل نیکزاد، بیت کوینر، محمدعلی اخایی، عضو هیات علمی دانشکده مهندسی برق و کامپیوتر دانشگاه تهران، فرخ امینی فر، مدیر گروه مهندسی برق قدرت دانشگاه تهران، از جماه سخنرانان این رویداد بودند.

اولین

رویداد رگ تک ایران

۶ شهریور ۱۳۹۸

دانشگاه خاتم

رویداد رگ تک ایران یکی از رویدادهایی است که کارخانه نوآوری رسانه راه کار برگزار می کند. اولین دوره رویداد رگ تک در چهارشنبه ۶ شهریور ۱۳۹۸ برگزار شد؛ دومین دوره نیز بعد از چهار سال وقفه به دلیل کرونا و مسائل دیگر، ۱۰ خردادماه سال ۱۴۰۲ برگزار شد. تلاش می شود این رویداد به صورت مرتب برگزار شود و محلی برای بررسی آخرین وضعیت اکوسیستم رگ تک ایران باشد. اولین رویداد رگ تک ایران، ششم شهریورماه در دانشگاه خاتم در شرایطی برگزار شد که بسیاری از سخنرانان و مهانان پنل به رگ تک و آینده آن در ایران خوش بین نبودند. در این رویداد، امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس، شهاب جوانمردی، مدیرعامل فناپ، محمدرضا جمالی، مدیرعامل نبض افزار، حسین قریب، مدیرعامل سیتکس، نیما نامداری، معاون توسعه و نوآوری ارتباط فردا و محمد فرجود، مدیرعامل سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری تهران، سید ولی الله فاطمی، بنیان گذار توسن، ژوبین علاقبند، مدیرعامل اسنپ، محمدجعفر نعناکار، مدیرکل حقوقی سازمان فناوری اطلاعات و محمدحسین دری، دایر دادرای عمومی و انقلاب تهران و آرش برهمند، سردبیر ماهنامه پیوست از جمله سخنرانان و پنلیست های این رویداد بودند.





راه کار

دومین سمینار

رگ تک ایران

«نگاهی به تنظیم‌گری نوین در ایران»



۱۰ خرداد ۱۴۰۲

آکادمی ایرانسل

دومین رویداد رگ تک ایران

در دومین سمینار رگ تک ایران مطرح شد: از نجات بانک‌ها با رگ تک تا تلاش برای ساختن اکوسیستم رگ تک در ایران؛ مهمترین چالش تنظیم‌گری مبتنی بر فناوری در ایران چیست؟ آینده رگ تک در ایران کجاست؟ آیا رگ تک در ایران اکوسیستم پیدا کرده است؟ آیا کسب و کارهای رگ تک در ایران به جایگاه خود رسیده‌اند؟ و... سؤال‌هایی بود که در دومین سمینار رگ تک ایران مطرح و سعی شد با حضور کارشناسان و فعالان حوزه‌های بانکی گرفته تا بورسی و ارتباطات به آنها پاسخ داده شود. رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرای فناوری اطلاعات، مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس، حمید حسن‌آبادی، مدیر سابق فناوری اطلاعات سازمان بورس، رضا قربانی، رئیس کمیسیون فین تک و از هم‌بنیان‌گذاران کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار، نیما شمس‌پور، مدیرعامل یوآیدی، کاظم شجاعی، مدیر ارشد رگولاتوری اقتصادی ایرانسل، امیرحسین شیبیری، مدیرعامل فینوداد، علی رهبری، مشاور معماری مهندسی و مدیریت سیستم، محمدرضا جمالی، مدیرعامل نبض افزار و جعفر مرتضویان، مدیر نوآوری و مطالعات راهبردی شرکت ملی انفورماتیک از جمله سخنرانان و پنلیست‌های این رویداد بودند.



۱۳ شهریور ۱۳۹۸

دانشگاه تربیت مدرس

کنفرانس فین تک ایران

کنفرانس فین تک ایران ۱۳ و ۱۴ شهریور در دانشگاه تربیت مدرس با هدف بررسی سهم فین تک در GDP کشور برگزار شد. در رویداد فین تک ایران چهره‌هایی مانند مسعود خاتونی، عضو هیئت مدیره‌ی بانک ملی، سید ولی‌الله فاطمی، بنیان‌گذار توسن، رحمان بابازاده، مدیرعامل کارگزاری فارابی، علی چهارلنگی، رئیس هیئت مدیره‌ی خدمات رایانه‌ی امید، میثم رجبی، مدیر توسعه کسب و کار حصین، علی بدیعی، مدیرعامل فینوتک، علی عزیزی، مدیر کسب و کار فین تک فناپ، صادق فرامرزی، مدیرعامل فراپوم، مهدی عبادی، دبیر انجمن فین تک ایران، بهنام امیری، معاون تسهیل تجاری و توسعه کاربردهای مرکز تجارت الکترونیک، مصطفی نقی پورفر، مدیر مرکز نوآوری آزمایشگاه بلاکچین، یاشار راشدی، دبیر انجمن بلاکچین، حسین اسلامی، قائم مقام بنیاد ققنوس، فاطمه جعفری، مدیرعامل سهامیاب، جعفر محمدی، مدیرعامل سامانه نگار آتنا، محمد علی مداح علی، مدیرعامل آزمایشگاه بلاکچین شریف و دیگر چهره‌های فعال در این حوزه حضور داشتند.

کارگاه‌های

کنفرانس فین تک ایران

۱۴ شهریور ۱۳۹۸

دانشگاه تربیت مدرس

خلا آموزشی که در حوزه فین تک در کشور وجود داشت باعث شد تا در حاشیه کنفرانس فین تک ایران، با برگزاری کارگاه‌هایی در چهار بخش «بلاکچین و رمزارز»، «ولت تک»، «اینشورتک» و «لند تک، مدیریت مالی شخصی و تامین مالی جمعی» با حضور کارشناسان و خبرگان فناوری مالی در ایران، به صورت جامع و دقیق به موضوع آموزش در حوزه فین تک بپردازیم. ۳۳ ساعت محتوای ویدیویی آموزشی رایگان نتیجه دوره‌های آموزشی برگزار شده در کنفرانس فین تک ایران بود که همه محتواها به صورت رایگان منتشر شده است. امیرعباس امامی (بنیانگذار کارچین)، سهیل نیکزاد (عضو هیئت مدیره انجمن فناوران زنجیره بلوک)، د محمدجواد صمدی راد (کارشناس پرداخت و بلاکچین)، وحید صیامی (کارشناس صنعت بیمه دیجیتالی)، محمود کریمی (مدیر ارشد شبکه نوآفرینی پلنت)، ایمان جلیلی (مدیر ارتباطات و بازاریابی شبکه نوآفرینی پلنت)، محمد سپه کار (مشاور عالی مدیرعامل فناوران اطلاعات خبره)، محمد قاسمی (مدیرعامل سوشیانت)، حامد حدادی (مدیرعامل کوانت کن)، فاطمه جعفری (مدیرعامل سهامیاب)، امیر حق رنجبر (مدیرعامل ایران رنتر)، زکیه ایزدی (کارشناس پورتفوی CVC فناپ)، آیدا خدیوی فرد (مدیر محصول مدیریت مالی شخصی فانوس) و جعفر محمدی (مدیرعامل شرکت سامانه نگار آتنا) از جمله مدرسان کارگاه‌ها بودند.





۱۴۰۰ آذر ۲۴

هتل اسپیناس پالاس

چهارمین دوره‌ی راه پرداخت

چهارشنبه ۲۴ آذرماه ۱۴۰۰، چهارمین گردهمایی سالانه راه پرداخت در هتل اسپیناس پالاس تهران برگزار شد. در این مهمانی خصوصی حدود ۱۰۰۰ نفر از فعالان فناوری، نوآوری و مالی ایران حضور داشتند. در یک گردهمایی چهارساعته بدون سخنرانی شرایطی فراهم شد تا پس از دو سال، بسیاری از فعالان فناوری و نوآوری در حوزه‌های مالی همدیگر را ملاقات کنند. در مهمانی راه پرداخت مهمانان در کانون توجه هستند و این فلسفه راه پرداخت است. ما در راه پرداخت از ابتدا بر این تمرکز کردیم که کسب و کارها در کانون توجه باشند. اگر کسی محتوای خبری راه پرداخت و رسانه‌هایی را که کنار راه پرداخت متولد شده‌اند، رصد کند، متوجه می‌شود که آنجا فعالان اقتصادی هستند که مهم‌اند. ما از ابتدا در راه پرداخت مسیری را شروع کردیم که این روزها بسیاری آن را پذیرفته‌اند؛ ما تصور می‌کنیم فعالان اقتصادی باید در کانون توجه قرار بگیرند. در دو سال کرونا نتوانستیم رویدادهای گردهمایی راه پرداخت را برگزار کنیم؛ این بار هم بعد از چند بار تصمیم گرفتن و لغو کردن آن، در نهایت دل را به دریا زدیم و تقریباً یک هفته قبل از برگزاری رویداد عزم‌مان را جزم کردیم که ظرف مدت یک هفته حدود ۱۰۰۰ مهمان را دعوت کنیم و همه کارهای مربوط به برگزاری رویداد را طی کمتر از یک هفته انجام دادیم؛ قاعدتاً اگر نبود صمیمیت و همراهی تیم راه پرداخت، برگزاری این رویداد ممکن نمی‌شد.

اولین رویداد ۹ ژانویه

در ۹ ژانویه سال ۲۰۰۷ اولین نسخه از هسته بیت کوین منتشر شد. این تاریخی است که به بهانه آن تلاش می‌کنیم کسب و کارهای رمز ارزی ایران را در کانون توجه قرار دهیم. رضا باقری اصل، دبیر شورای اجرایی فناوری اطلاعات؛ مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس؛ فرزین فردیس، نایب رئیس کمیسیون اقتصاد نوآوری و تحول دیجیتال اتاق بازرگانی تهران و رضا قربانی، عضو هیئت مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران، سخنرانان اولین رویداد ۹ ژانویه بودند. در رویدادی که به بهانه سالروز تولد بیت کوین برگزار شد، دو پنل «فرصت‌های کسب و کاری تبادل رمز ارزها برای ایران» و «تنظیم‌گری رمز ارز و استراتژی بلاکچینی ایران» برگزار شد. پنل «فرصت‌های کسب و کاری تبادل رمز ارزها برای ایران» با مدیریت رضا جمیلی، سردبیر هفته‌نامه کارنگ و با همراهی محمد قاسمی، مدیرعامل مزدکس؛ امیرحسین راد، مدیرعامل نوبیتکس؛ احسان قاضی زاده، مدیرعامل اکسیر؛ بنیامین عباسی، مدیرعامل بیت مکس و نریمان امانی، مدیرعامل سیتکس و پنل «تنظیم‌گری رمز ارز و استراتژی بلاکچینی ایران» نیز با مدیریت رسول قربانی، سردبیر راه پرداخت و با همراهی افشار جوکار، مدیرعامل کوینیک مارکت؛ روح اله جهنده، قائم مقام رمزینکس؛ امیرحسین مردانی، مدیرعامل بیت‌پین؛ بهزاد اسکندری، مدیرعامل اوکی اکسچنج و محمد آنالوبی، مدیرعامل والکس برگزار شد.



دومین رویداد ۹ ژانویه

۱۹ دی ۱۴۰۱

کتابخانه ملی

دومین رویداد ۹ ژانویه با تمرکز بر «آینده کسب و کارهای بلاکچین، رمزارز و دارایی دیجیتال ایران» و با هدف پایان دادن به فضای خاکستری رمزارزها در کتابخانه ملی ایران برگزار شد. این رویداد در واقع فرصتی برای گفت و گو میان بخش خصوصی و رگولاتوری، همچنین تعامل فعالان حوزه بلاکچین با یکدیگر بود. علیرضا زجاجی، مدیرعامل بنیاد «سور»، یزدان عباسی، مدیر کارگروه آموزش و پژوهش انجمن بلاکچین؛ مهدی فاطمیان، مدیرعامل زیبال؛ ضیاء صدر، مدرس و ترویج گر بیت کوین و بلاکچین؛ بابک مقدم، مدیرعامل اکسکوینو؛ محمدحسین امیری، مدیرعامل وینداد و جمشید عباس پور، رئیس هیئت مدیره کوینینو، میثم سلیمانی، دبیر تحریریه راه پرداخت، زهیر سیفعلی، مدیرعامل اکسیر؛ جواد بهره، مدیرعامل مکس دیجیتال؛ مصطفی قمری، مدیرعامل بینوست؛ محمد قاسمی، مدیرعامل مزدکس؛ هاجر سعیدی نژاد، مدیرعامل آرتانیوم و سید بردیا احمدنیا، مدیرعامل والکس، رضا جمیلی، سردبیر هفته نامه کارنگ، مهدی عبادی، مدیرعامل وندار، علی جهانی، هم بنیان گذار بیت پین؛ محمد حکیمی، مدیرعامل رمزینکس؛ سعید عبادتی، مدیرعامل اکسبیتو و محمد مهدی باریده، هم بنیان گذار پی پی پینگ، مینا والی، مدیرعامل «راه کار»، رضا قربانی رئیس کمیسیون فین تک سازمان نصر تهران، مجتبی توانگر، رئیس کمیته اقتصاد دیجیتال مجلس، امیرحسین راد، مدیرعامل صرافی نو بیتکس، حسن هاشمی، رئیس سازمان نظام صنفی رایانه ای کشور، رضا باقری اصل، جانشین رئیس کارگروه ویژه اقتصاد دیجیتال، مهدی شریعتمدار، رئیس سابق هیئت مدیره انجمن فین تک ایران و حسین خسروپور، نماینده مرکز همکاری های تحول و پیشرفت ریاست جمهوری از جمله سخنرانان و پنلیست های این رویداد بودند.



پوشاک اور کپڑوں کی صنعت
راہکار
راہکار

راہکار
راہکار

VALLEY

COM



عصرانه راه کار

۱۴۰۰ آذر ۲۴

کارمان لواسان

اولین عصرانه راه کار بیست و سوم تیرماه ۱۴۰۱ با حضور فعالان حوزه رمزارز و نمایندگان از بانک شهر، مجلس و نصر تهران برگزار شد. در این مراسم که با حمایت بانک شهر برگزار شد، از کارخانه نوآوری رسانه راه کار رونمایی شد. راه کار یک رسانه ساز است که مخاطبانش فعالان حوزه فناوری و نوآوری هستند. راه کار پلتفرمی برای حرفه ای هاست که کمک می کند آنها در جریان بهترین ایده ها قرار گیرند و به شبکه رهبران توانمند دسترسی داشته باشند.

شهر هوشمند، بیمه دیجیتال، مدیریت سرمایه، حسابداری، تامین مالی، پول و بانکداری حوزه های فعلی تحت پوشش راه کارند. راه کار در حال حاضرش رسانه دارد؛ ماهنامه چاپی عصر تراکنش، انتشارات راه پرداخت، فروشگاه، هفته نامه کارنگ و رمزارز و وبسایت تحلیلی خبری راه پرداخت. بیمه دیجیتال، پنل پرداخت، بانکداری، سلامت، لندتک، ولت تک و گردشگری نمونه ای از رسانه های در حال راه اندازی راه کارند.

الکامپ

تیرماه ۱۴۰۲

نمایشگاه بین‌المللی

الکامپ ۲۶ از روز ۴ تا ۸ تیرماه ۱۴۰۲ در نمایشگاه بین‌المللی پس از چهار سال وقفه برگزار شد. در این رویداد برخلاف دوره‌های گذشته بخش محتوایی بیش از دوره‌های گذشته پررنگ شد که کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار برگزارکننده این بخش بود. استیج سالن‌های ۸-۹ و ۴۴ و همچنین استودیوی الکامپ طی ۴ روز میزبان بیش از ۱۰۰ تن از فعالین اکوسیستم نوآوری و اقتصاد دیجیتال کشور بود.

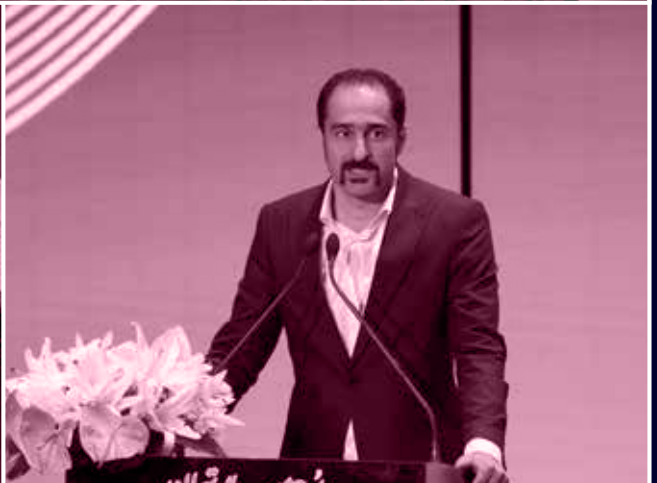
طبق آمار در این رویداد ۳۳ موضوع در دل محتواهای ارائه شده در استیج جا گرفته بود و بررسی رگولاتوری، دارایی دیجیتال و سخت‌افزار تنها بخشی از موضوعاتی بود که در پنل‌ها و سخنرانی‌های این رویداد مورد بررسی قرار گرفت.

در الکامپ بیست و ششم بیش از پنجاه نشست و سخنرانی با حضور ۱۵۳ نفر از مردان و زنان فعال در فضای صنفی و حوزه فناوری نوآوری در الکامپ استیج برگزار شد.

در این رویداد حدود ۷۸ درصد مردان در پنل‌ها و سخنرانی‌ها حضور داشتند و سهم زنان ۲۲ درصد بوده که گرچه باز هم فاصله زیادی بین آن وجود دارد اما با توجه به فضای عمومی که در اکثر سخنرانی‌ها و پنل‌ها وجود دارد زنان حضور پررنگی در این رویداد داشتند.

در کنار استیج بخش استودیو اختصاصی الکامپ نیز در روزهای برگزاری فعال بود. در این بخش ۱۱۰ نفر از فعالان حوزه جلوی دوربین استودیو نشستند و به گفت‌وگوهای تخصصی پرداختند.





روز فناوری اطلاعات

۲۰ تیر ۱۴۰۲

برج میلاد تهران

روز ۲۲ تیر ماه هم‌زمان با زادروز «محمد خوارزمی»، ریاضیدان ایرانی، با پیشنهاد سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران به نام روز فناوری اطلاعات نام‌گذاری شده است. ثبت این روز در تقویم ملی می‌تواند توجه آحاد جامعه و بدنه حاکمیت را به اهمیت فناوری برای ساختن آینده‌ای بهتر جلب کند.

بیستم تیرماه ۱۴۰۲ نیز دومین رویداد ملی روز فناوری اطلاعات در محل مرکز همایش‌های برج میلاد با حضور ۱۶۰۰ نفر از فعالان بخش خصوصی و دولتی با حمایت شرکت‌های تندر نور، ارتباط فردا، تجارت الکترونیک پارسیان و جویا توسط کارخانه نوآوری رسانه راه‌کار برگزار شد. محمد باقر قالیباف رئیس مجلس شورای اسلامی، عیسی زارع پور وزیر ارتباطات، محمد امین آقامیری، دبیر شورای عالی فضای مجازی، از جمله مهمانان این رویداد بودند که در خصوص اهمیت حوزه فناوری در توسعه اقتصاد دیجیتال کشور سخنرانی کردند.

در این رویداد علاوه بر سخنرانی‌ها از تیم‌های دانش‌آموزی بخش تینواستارز تقدیر به عمل آمد و همچنین برنامه جمع‌سپاری برای آزادی زندانیان با حضور رئیس مجلس شورای اسلامی برگزار شد.



سومین رویداد ۹ ژانویه

رویداد ۹ ژانویه در سومین دوره برگزاری خود به بلوغ رسید. سومین ۹ ژانویه در دوازدهم برگزار شد: ۱۹ و ۲۰ دی ماه سال ۱۴۰۲. رویداد این بار بخش‌های متعددی داشت: کنفرانس، کارگاه، نمایشگاه، جایزه، شبکه‌سازی و بخش کاریابی. بعد از برگزاری سومین دوره این رویداد به این آمارها رسید: ۱۳۵ نفر سخنران؛ ۲۶۰۰ نفر شرکت‌کننده و مخاطب در رویداد حضوری؛ ۲۳۰۰ دقیقه پنل و ارائه؛ حضور ۲۸ صرافی رمزارز و ۲۸ کسب و کار به عنوان حامی و ۳۵ محور محتوایی. ما در رویداد ۹ ژانویه تلاش می‌کنیم استاندارد جدیدی از برگزاری رویداد را ارائه کنیم. تصور می‌کنیم حق کسب و کارهای فعال در حوزه بلاکچین و دارایی دیجیتال ایران است که در رویدادهای با کیفیت حضور داشته باشند و مخاطبان نیز از رویدادی شایسته و پرمحتوا و البته جذاب و سرگرم‌کننده لذت ببرند. در کنار ارائه محتوای عمیق و غنی ما تلاش می‌کنیم لحظاتی خوش برای مخاطبان بسازیم و ۹ ژانویه سوم تبلور این تلاش‌ها بود.

محتواها و ویدیوهای تولیدی رویداد ۹ ژانویه در طول ۲ ماه بعد از برگزاری رویداد به صورت تمام و کمال پیاده و تدوین شد و اکنون در وبسایت ۹ ژانویه در اختیار مخاطبان است. از ابتدای سال ۱۴۰۳ مقدمات برگزاری چهارمین رویداد ۹ ژانویه فراهم شده است و ما تلاش می‌کنیم در دی ماه سال ۱۴۰۳ هفته ۹ ژانویه را برگزار کنیم. برای ۹ ژانویه چهارم به فکر عمیق‌تر شدن و تاثیرگذاری بیشتر هستیم. در این راه هم‌راه ما باشید.

جایزه عصر تراکنش

۱۴ اسفند ۱۴۰۲

باشگاه آجودانیه بانک ملی

«جایزه عصر تراکنش» آخرین رویداد کارخانه نوآوری رسانه راه کار در سال ۱۴۰۲، چهاردهم اسفندماه در باشگاه آجودانیه بانک ملی با حضور بیش از ۲۵۰ نفر از مدیران صنعت فناوری های مالی کشور برگزار شد. این رویداد با هدف معرفی و تقدیر از چهره ها، کسب و کارها و محصولات منتخب ماهنامه عصر تراکنش در سال ۱۴۰۲ و مروری بر عملکرد این ماهنامه برگزار شد. این چهارمین سالی است که ماهنامه عصر تراکنش در بخش های گوناگون دست به انتخاب زده و در فهرستی، منتخب های خود در طول یک سال را معرفی کرده اما امسال برای اولین بار رویداد «جایزه عصر تراکنش» برگزار و به منتخب های این ماهنامه تندیس اهدا شد.

مینا والی، مدیرعامل مؤسسه عصر تراکنش و نایب رئیس کارخانه نوآوری رسانه راه کار، در ابتدای این رویداد با اشاره به مسیری که این ماهنامه تاکنون پیموده، عنوان کرد: «ما در رسانه های راه کار علاوه بر پرداختن به کسب و کارها، تصویر چهره های کسب و کاری را روی جلد این نشریه منتشر می کنیم، زیرا باور داریم این افراد، قهرمانان اقتصاد ایران هستند.» والی در ادامه اعلام کرد که سال ۱۴۰۲ در رسانه های راه کار، بالغ بر هشت هزار مطلب برابر با پنج میلیون کلمه درباره کسب و کارهای ایرانی منتشر شده است.

مینا حاجی، سردبیر ماهنامه عصر تراکنش نیز درباره عملکرد این ماهنامه در یک سال گذشته گفت: «در سال ۱۴۰۲ و در یازده شماره ماهنامه عصر تراکنش بیش از هفتاد مدیر، متخصص و کارشناس به صورت اختصاصی برای مایادداشت نوشته اند. ما در یک سال گذشته ۶۰ گزارش تحلیلی کار کردیم و در این گزارش ها به مسائل و روندهایی پرداختیم که به نظرمان باید پررنگ می شدند و در این گزارش ها با ۲۳۶ نفر مصاحبه کردیم. همچنین در یک سال گذشته ۱۹۰ زن فعال در صنعت فناوری های مالی کشور در بخش های مختلف ماهنامه حضور داشتند و بیش از ۳۹۳ مدیر در بخش راهنمای این ماهنامه به مخاطبان معرفی شدند.» به گفته حاجی، در یک سال گذشته، ماهنامه عصر تراکنش بیش از ۷۱۴ هزار کلمه در ۱۵۱۲ صفحه تولید کرده است.

در ادامه این رویداد چهره ها، کسب و کارها و محصولات برگزیده ۱۴۰۲ عصر تراکنش معرفی شدند و تندیس هایی به آنها اهدا شد.



همکاران مادر راه کار

به اعتقاد بسیاری از متخصصین حوزه کسب و کار و مدیریت، یکی از عناصر کلیدی هر سازمانی، منابع انسانی آن مجموعه است. نکته ای که در این خصوص بسیار حائز اهمیت است، مدیریت سرمایه اصلی هر سازمان یعنی همان منابع انسانی است. مدیریت منابع انسانی یکی از نقش های اثرگذار در هر سازمان است. ضرورت منابع انسانی در یک مجموعه به قدری زیاد است که کارشناسان این حوزه در سال های اخیر تمرکز زیادی بر روی درک شیوه های نوین مدیریت منابع انسانی داشته اند. همانطور که می دانید، پشت تولید هر محصول و یا ارائه هرگونه خدمات در سطوح مختلف، ساعت های زیادی تلاش و کاریک گروه از متخصصین وجود دارد. حقیقت این است که هیچ کالایی بدون حضور انسان به سرانجام نمی رسد. بنابراین برای سازندگی یک سیستم، وجود منابع انسانی بسیار ضروری است. هر سازمان برای اینکه بتواند به اهدافش نزدیک شود، نیازمند افرادی ماهر، شایسته و کاردان است.

هرچند که این روزها برخی از کارشناسان ادعا دارند که به زودی فناوری های نوین جای منابع انسانی را می گیرند، اما باز هم این فناوری ها برای شروع به کار و یا تعمیرات، نیاز به حضور یک انسان دارند. همچنین اگر قرار باشد صفر تا صد یک فرآیند توسط ماشین آلات انجام شود، باز هم به یک فرد انسانی نیاز است تا بر روی صحت انجام کار نظارت داشته باشد. بنابراین حضور منابع انسانی در هر سازمانی واجب بوده و در واقع همکاران یک مجموعه به منزله سرمایه های ارزشمند یک کسب و کار هستند.



خدمات ما

رهبران صنعت هر روز هفته با یکی از نقاط تماس ما در تماس هستند. سال هاست که روزانه با برترین مدیران و رهبران صنعت در ارتباط هستیم. ما برای اینکه بتوانیم با رهبران صنعت ارتباط قوی ای بسازیم راه را برای شما هموار می کنیم

- سرمایه گذاری و خلق رسانه های جدید
- سرمایه گذاری در زمینه کسب و کارهای نوآوری
- تدوین استراتژی رسانه
- مشاوره رسانه
- ارائه بسته های رسانه ای برای تبلیغات، بازاریابی و روابط عمومی
- برگزاری نمایشگاه و رویداد

مخاطب شما کامیونیتی ماست

معنی دار کردن ارتباطات در هر نقطه تماس احتمالی

این چیزی است که ما را از سایر رسانه ها متمایز می کند؛ رهبران صنعت در نقاط متعددی با ما در تماس هستند؛ ما به آنها کمک می کنیم درباره موضوعات مهم برای کسب و کار خود بینش پیدا کنند. بیش از یک دهه است که مدیران کانال های گوناگون ما چه به صورت آنلاین، چاپی و رویدادهای حضوری را دنبال می کنند. افتخار ما این است که توانسته ایم اعتماد جوامع حرفه ای را به دست آوریم.



دیجیتال



ویدئو



تجربه



چاپ



رویداد



شبکه های اجتماعی



پادکست



■ رضا قربانی
رئیس هیئت مدیره راه کار



■ میناوالی
مدیرعامل راه کار



■ رسول قربانی
عضو هیئت مدیره راه کار



■ رضا جمیلی
سردبیر نشریه های چاپی راه کار



■ میثم سلیمانی
سردبیر رسانه های دیجیتال راه کار

