



# معرفی اکوسیستم آمینا

مقایسه و بررسی جامع راهکارهای  
قدیمی و نوین حوزه دیجیتال

## مقدمه

تغییرات شرایط جهانی و پیشرفت روزافزون تکنولوژی امروزه تمامی حوزه‌ها از جمله اقتصاد و بازارهای جهانی را تحت تاثیر خود قرار داده چنان که سرمایه‌گذاران و صاحبان کسب و کار بدون در نظر گرفتن این تغییرات قادر به ادامه فعالیت در جهان امروز نخواهند بود.

اگر شما نیز به عنوان صاحب یک کسب و کار در این عصر به دنبال موفقیت و رونق اقتصادی هستید، باید کسب و کار خود را همسو با رشد تکنولوژی قرار دهید تا توانایی توسعه، بقا و رقابت با رقبای خود در بازار را داشته باشید چرا که امروزه کسب و کارهای سنتی نه تنها جای پیشرفتی ندارند، بلکه یک به یک در حال منقضی شدن هستند و جای آن‌ها را کسب و کارهایی می‌گیرند که با فناوری همراه هستند.

در این راستا، با توجه به توسعه و پیشرفت زیر ساخت‌ها و فناوری‌های موجود در تلفن‌های همراه و همچنین وضعیت فعلی جامعه، که منجر به محدودیت در دسترسی حضوری مشتریان به کسب و کارها گردیده است؛ گرایش اکثر کسب و کارها نسبت به ارائه محصول و خدمات خود از طریق اپلیکیشن موبایل و سایت‌های اینترنتی افزایش چشم‌گیری داشته است.

# چگونه و از کجا شروع کنیم ؟

سردرگمی صاحبین مشاغل جهت انتخاب بهترین راهکار برای عرضه محصولات و کالاهای خود در فضای آنلاین، یکی از دغدغه‌های مهم محسوب می‌گردد. در نتیجه، انتخاب اصولی یک روش حرفه‌ای و یا بهره‌گیری از چند روش، می‌تواند سهم به‌سزایی در جلوگیری از اتلاف وقت و سرمایه صاحبین کسب و کارها داشته باشد. در این راستا به بررسی، مقایسه و کارشناسی راهکارهای پیش روی کسب و کارها از راهکارهای نسل قدیم این حوزه تا راهکاری نوین در عرصه فن‌آوری دیجیتال و نقش اکوسیستم آمینا در رشد این صنعت در کشور خواهیم پرداخت.

## راهکارها و نسل‌های قدیمی حوزه دیجیتال

در حال حاضر ارائه خدمات هر کسب و کار در بستر الکترونیکی، علاوه بر هزینه‌های قابل توجه جهت تولید، نگهداری و همچنین زمان ایجاد، به روش‌هایی انجام می‌گیرد که هر کدام دارای اشکالات و محدودیت‌های زیادی است که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

از جمله این روش‌ها می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

**الف: تولید وب سایت و اپلیکیشن شخصی و مستقل**

**ب: حضور در شبکه‌های اجتماعی**

**ج: حضور در وب سایت‌های مارکت پلیس**

**د: حضور در سوپر اپ‌ها و مگا اپ‌ها**

**ه: استفاده از سایت‌سازها و اپلیکیشن سازها**

# مزیت‌ها و محدودیت‌های تولید وبسایت و اپلیکیشن شخصی و مستقل



“

یکی از راه‌های ورود کسب و کارها به دنیای الکترونیک و دیجیتال، ساخت سایت و یا تولید اپلیکیشن شخصی و مستقل هر کسب و کار، برای نمایش محصولات و خدمات قابل عرضه به مخاطبین می‌باشد.

هرچند انتخاب این روش نسبت به باقی ماندن کسب و کارها در محیط کاملاً سنتی و آفلاین هوشمندانه و مفید می‌باشد؛ اما امروزه با گسترش تکنولوژی و راهکارهای ورود به کسب کارهای دیجیتال، روشی کامل و جذاب قلمداد نمی‌گردد.

در ادامه با برخی از نقاط قوت و ضعف این روش بیشتر آشنا خواهیم شد.

”

## نقاط قوت

۱

**اطلاعات مشتریان** به عنوان یکی از ارکان مهم کسب و کار در اختیار صاحب مارکت باقی می ماند و می تواند همواره به آن دسترسی داشته باشد.



۲

در این روش **برند** تجاری شما محفوظ مانده و مشتری بیشتر با آن در ارتباط می باشد.

۳

امکان **طراحی اختصاصی** وب و اپلیکیشن مطابق با سلیقه و نظر صاحبین کسب و کار یکی دیگر از مزیت های مهم در بهره بردن از این روش می باشد.

۴

از مزیت هایی که سایت ها و اپلیکیشن های شخصی دارند این است که از طریق درگاه مستقیم **پول بصورت آنی** پس از پرداخت مشتری به حساب شما واریز می شود.

۱

ساخت یک وب سایت و اپلیکیشن شخصی و مستقل برای کسب و کار امروزه به معنی ساخت **یک جزیره کاملاً مستقل** در بازار کسب و کارهای الکترونیکی و دیجیتال می باشد که ارتباط معنی داری با سایر اکوسیستم های کسب و کار و پلتفرم های کاربردی نداشته و بار سنگینی را بر دوش صاحبین کسب و کارها می گذارد.



۲

اکثر کسب و کارها محصولات و یا خدماتی را تولید می کنند که **نیاز جاری و همیشگی مشتری نبوده** و بعضاً در سال یک یا چند بار و یا چند سال یک بار مورد استفاده قرار می گیرد، لذا این پرسش مهم شکل می گیرد که چرا مشتریان باید حجم محدود گوشی خود را به این مدل کسب و کارها اختصاص دهند و یا آدرس وب سایت ما را در خاطر داشته باشند؟ و این خود یکی از نقاط ضعف جدی روش استفاده از وب سایت و یا اپلیکیشن مستقل، در دنیای تجارت آنلاین محسوب می گردد.



صاحبین کسب و کار باید هزینه های هنگفتی را برای **جذب مخاطب** و معرفی وب و اپلیکیشن خود به مشتریان متحمل بشوند؛ که معمولاً به دلیل پر هزینه بودن این کار که لازمه آن انجام هزینه های کلان تبلیغاتی است توسعه مطلوب و قابل انتظاری رخ نمی دهد و بعد از مدتی منحنی رشد مشتریان خطی و یا کاهشی می گردد.

امروزه یکی از چالش های مهم در دنیای تجارت آنلاین، **انتظارات روزافزون مشتریان** از کسب و کارهاست و یا به عبارت دیگر مشتریان، هر روز منتظر ارائه حجم وسیعی از سرویس ها، خدمات و محصولات جدید از سوی صاحبین کسب و کار هستند و از آنجا که پاسخ به تمامی نیازهای مشتریان، با مدل جزیره ای و محدود بودن کسب و کارها در تضاد قرار دارد، عملاً کسب و کارهایی که با این روش در حال رشد هستند هیچگاه نمی توانند پاسخ مناسبی به خواسته مخاطبین خود داده و در نتیجه از رشد مطلوب مورد انتظار جا می مانند.



یکی دیگر از چالش‌های این روش **عدم امکان توسعه فنی** در برنامه‌ای آینده مارکت می‌باشد که در بسیاری از مواقع صاحبین کسب و کارها هنگامی که با طرح‌ها و ایده‌های جدید و کاربردی به منظور حفظ و یا گسترش تجارت آنلاین خود مواجه می‌شوند غالباً به دلیل عدم امکان پیاده سازی و توسعه در ساختار قبلی مجبور خواهند شد مجدداً سیستم را از نو بازتعریف و برنامه‌نویسی مجدد نمایند و با این تغییرات هزینه‌های هنگفتی را به سیستم خود تحمیل خواهند نمود.



## مزیت‌ها و محدودیت‌های تولید وبسایت و اپلیکیشن شخصی و مستقل

|                                 |                               |
|---------------------------------|-------------------------------|
| مالکیت مشتری                    | دارد                          |
| مالکیت بر برند کالا             | دارد                          |
| داشتن فضا و طراحی اختصاصی       | دارد                          |
| هزینه بازاریابی                 | فوق العاده زیاد               |
| هزینه نگاه داشت سیستم           | متوسط                         |
| امکان توسعه آتی وب و اپلیکیشن   | نیاز به هزینه بالا            |
| تأمین خواسته های دیگر مخاطب     | ندارد                         |
| امکان حضور در پلتفرم های دیگر   | ندارد                         |
| استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن | به علت کاربرد کم، فاقد جذابیت |
| هزینه ساخت و تولید              | متوسط تا زیاد                 |

# مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در شبکه‌های اجتماعی



“

حضور کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی (سوشیال مدیاها) حقیقتی است که در سال‌های اخیر ابعاد تازه‌ای به خود گرفته است و اینستاگرام به عنوان پرچمدار این روش شناخته می‌گردد.

اینستاگرام یک شبکه اجتماعی پرمخاطب در ایران است که حدود ۲۰ میلیون کاربر ایرانی دارد. استفاده از این شبکه اجتماعی کاملاً رایگان بوده و امکان اشتراک فیلم‌های ۱۵ یا چند دقیقه‌ای و تصاویر در آن وجود دارد. برخی معتقدند از آنجا که ما با جامعه آماری چند میلیونی در اینستاگرام سرو کار داریم و استفاده از اینستاگرام نیز هیچ محدودیتی ندارد و کاملاً رایگان است پس بهترین مکان برای شروع کسب و کار به حساب می‌آید. اما مزایا و معایب این شبکه اجتماعی چیست؟

”

۱

اینستاگرام **کاملاً رایگان** بوده و استفاده از آن هیچ گونه محدودیتی برای افراد ندارد. می‌توان تعداد نامحدود پیج ساخت و همین طور پست گذاشت. نیاز نیست برای استفاده از اینستاگرام هاست یا دامنه خریداری کنید و تعداد مشخصی عکس و فیلم بارگذاری کنید؛ زیرا تمامی این امکانات به رایگان در اختیار همه قرار گرفته است.



۲

**عدم نیاز به آموزش** یکی دیگر از نقاط قوت این روش می‌باشد و هر کسی که فقط مدتی کوتاه با گوشی هوشمند کار کرده باشد و تا حدودی با آن آشنا باشد به راحتی و ظرف مدت کوتاهی قلق کار کردن با اینستاگرام را نیز به دست خواهد آورد. پست گذاشتن، لایک کردن، کامنت گذاشتن و ... همگی کارهایی هستند که به راحتی می‌توان یاد گرفت و نیاز به آموزش خاصی ندارد.

۳

اگر بتوانید برای پیج ساخته شده به خوبی بازاریابی کنید و راه و رسم کسب درآمد از اینستاگرام را بلد باشید می‌توانید خود را در معرض دید جامعه هدف گسترده و بسیاری از افراد با سلايق مختلف قرار دهید.



۴

**ویدیو زنده** و در واقع همان live اینستاگرام ابزاری فوق‌العاده برای ارتباط برقرار کردن و معرفی محصولات به مشتریان است. برای راه اندازی این ویژگی در وب سایت‌ها ملزم به پرداخت هزینه هستید در صورتی که اینستاگرام با کیفیتی بسیار خوب این امکان را رایگان قرار داده است.



یکی از مهمترین مشکلاتی که در ایران در مورد اینستاگرام وجود دارد بحث **فیلترینگ** است. هیچ تضمینی وجود ندارد که پیج شما تا چند روز سرپا خواهد بود. ممکن است کسب و کار شما رونق خوبی داشته باشد اما به یکباره پیج به طور کلی فیلتر شود و کل زحماتتان به باد رود.



**هک شدن** یکی از مشکلات رایجی است که به خصوص برای افراد مشهور در این شبکه اجتماعی به وفور اتفاق میفتد. شاید شما هم بارها با هک شدن پیج‌های مختلف روبرو شده باشید. ممکن است پیج به طور کامل بعد از هک بازگردد و ممکن است در صورت بازگشت کلیه پست‌های شما از دست رفته باشند. پس به طور کلی ریسک هک شدن به خصوص برای افراد موفق توسط رقبا بسیار زیاد بوده و هر لحظه امکان آن وجود دارد.



۳

در نظر داشته باشید که شما قصد فروش چند نوع محصول مختلف را دارید؛ در اینستاگرام راهی برای جداسازی و طبقه‌بندی محصولات وجود ندارد و باید تمامی محصولات را با یک روش خاص در صفحه خود قرار دهید. این کار پیدا کردن یک محصول مورد نظر را بسیار سخت خواهد کرد. برای کسانی که محصولات بسیار زیادی برای فروش دارند این **عدم دسته‌بندی** بیشتر حس شده و مشتری باید برای پیدا کردن یک محصول خاص کل صفحه را بالا و پایین کند تا شاید محصول مورد نظر خود را پیدا کند.

۴

**بروزرسانی** محصولات مانند قیمت و تعداد موجودی از مهم‌ترین کارها در فروشگاه آنلاین به حساب می‌آید. برای بروزرسانی و ویرایش محصولات یا همان پست‌ها در اینستاگرام باید وقت بسیار زیادی صرف کرد به طوری که اگر شما ۱۰۰ محصول در پیج خود داشته باشید و بخواهید به صورت روزانه قیمت و موجودی هر یک از محصولات را بررسی و تغییر دهید باید روزانه چندین ساعت از وقت خود را برای این کار تلف کنید.

۵

## اینستاگرام قابلیت پرداخت آنلاین

نداشته و برای فروش هر محصول باید به صورت مستقیم به مشتری شماره حساب داده و منتظر واریز وجه باشید. در بهترین حالت هم ممکن است او را با یک لینک از طریق دایرکت به یک درگاه پرداخت متصل کنید که در این صورت هم شاید مشتری به راحتی به شما اعتماد نکند.



۶

**ربات‌ها** در اینستاگرام همانند حشرات موذی همواره مزاحمت ایجاد می‌کنند. به محض ساختن یک پیج ربات‌های مختلف شما را پیدا کرده و برای پست‌های شما **کامنت‌های نامربوط** می‌گذارند و برای پیج به خصوصی تبلیغ می‌کنند. ربات‌ها گاهی می‌توانند منجر به اسپم شناخته شدن یک پیج شده و اینستاگرام جرایم سختی را برای پیج اسپم شناخته شده در نظر خواهد گرفت.

۷

یکی از معایب بزرگی که شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام دارند این است که نمی‌توان از **میزان بازدید، آمار فروش، موجودی انبار** و حتی قیمت به روز اجناس اطلاعات داشت و به همین جهت نمی‌توان برای بلند مدت از اطلاعات استفاده کرد.



و در آخر ذکر این نکته لازم است که اینستاگرام و تلگرام و...، زمین ما نیستند و **فقط ابزاری برای معرفی** ما و کانال‌های ارتباطی و فروش محصولات ما هستند. بهتر است همیشه برای خودمان یک زمین و مقر داشته باشیم. شبکه‌های اجتماعی فقط می‌توانند یک اهرم فروش باشند. شما نباید برای اهرم‌ها وقت زیادی بگذارید. مدام باید اهرم‌سازی کنید و اهرم‌هایی که برایتان سود دارد را گسترش دهید. اگر درآمد این اهرم برای شما خوب است، بهتر است فردی را برای کار کردن با این اهرم استخدام کنید و خودتان به موارد مهمتری بپردازید. اگر آنقدری درآمد ندارد که بتواند حقوق یک فرد را تامین کند، بهتر است وقتتان را صرف امور مهمتری کنید.



## مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در شبکه‌های اجتماعی

|               |                               |
|---------------|-------------------------------|
| ندارد یا ضعیف | مالکیت شبکه مشتری             |
| دارد          | مالکیت بر برند کالا           |
| ندارد         | داشتن فضا و طراحی اختصاصی     |
| ضعیف تا متوسط | امنیت و اعتماد مخاطب          |
| کم            | هزینه بازاریابی               |
| کم            | هزینه نگاه داشت سیستم         |
| وجود ندارد    | امکان توسعه                   |
| ندارد         | تأمین خواسته های مخاطب        |
| دارد          | امکان حضور در پلتفرم های دیگر |
| ندارد         | پرداخت آنلاین                 |
| رایگان        | هزینه ساخت و تولید            |

# مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در مارکت پلیس‌ها



“

مارکت پلیس (Marketplace)، یک وبسایت و یا اپلیکیشن یکپارچه است که خرید از چندین فروشگاه مختلف را امکان پذیر می‌کند. ادمین یا همان مدیر مارکت پلیس، خود هیچ کالایی برای فروش ندارد بلکه کسب و کار او این است که محصولات فروشگاه‌های دیگر را در سایت و اپلیکیشن خود به فروش می‌رساند و تراکنش میان خریداران و فروشندگان را تسهیل می‌بخشد. در ادامه به نقاط قوت و ضعف این روش خواهیم پرداخت.

”

۱

فروش سریع‌تر کالا در مارکت پلیس ها یکی از نقاط قوت خواهد بود، چون عملاً مارکت پلیس ها به عنوان مراکز خرید بزرگ در فضای آنلاین فعالیت می کنند و آن ها دنیایی پر از مشتری را به شما نشان می دهند.



۲

کاهش و حتی حذف **هزینه بازاریابی** برای فروش کالا مارکت پلیس هایی مانند آمازون کار را برای شما آسان می کنند زیرا آن ها از طریق انجام سفارشات و استراتژی های بازاریابی کار خود را بهبود می بخشند و در نتیجه هزینه های شما را در این قسمت کاهش می دهند.

۳

عدم نیاز به داشتن **تیم نرم افزاری** و نگه داری فنی یکی از مزیت های دیگر در مارکت پلیس ها می باشد، تمام کاری که شما باید انجام دهید این است که فروشگاه خود را ایجاد کنید، محصولات و قیمت هایی را که ارائه می دهید مدیریت کنید و سفارشات را که دریافت می کنید را کنترل کنید.

## نقاط ضعف

۱

شما در مارکت پلیس صاحب **فروشگاه اختصاصی** خود نمی باشید، و در واقع به مرور هیچ نام و نشانی از شما باقی نمی ماند.



۲

یکی از مهمترین سرمایه های یک کسب و کار همان **اطلاعات مشتریان** است که در سایت های مارکت پلیس اصولاً راهی برای دستیابی به آن را نخواهیم داشت.

شما در هیچ یک از سایت های مارکت پلیس نمی توانید **برند** خود را به عنوان یکی از اصلی ترین و مهم ترین تمایز یک کسب و کار حفظ کنید و در صورت ایجاد اختلاف و یا نداشتن توان رقابت به راحتی کنار گذاشته می شوید و هیچگاه مشتریان اثری از شما نخواهند دید.

۳



۴

فروش راحت و آسان در مارکت پلیس ممکن است سبب شود که **کسب‌وکار اصلی خودمان** را نادیده بگیریم. در خیلی از موارد، افرادی که دارای فروشگاه فیزیکی و فروشگاه اینترنتی بودند و پس از ارائه محصولاتشان بر روی مارکت پلیس، کسب‌وکار اصلیشان ضعیف شد و بر روی زمین آن مارکت پلیس فعالیت کردند و پس از مدتی نیز تامین‌کنندگان دیگری به عنوان رقیب آنها ظاهر شده و وارد جنگ قیمتی شدند و نتیجه‌ی رقابت بر اساس قیمت نیز چیزی جز ضعیف شدن و از بین رفتن نخواهد بود.

۵

**رقابت** در مارکت پلیس‌ها بسیار بالا می‌باشد. تعداد زیادی فروشنده وجود دارد که محصولات مشابه به محصولات شما را در همان بازار ارائه می‌دهند. شما باید با کیفیت و قیمت محصولات خود، ارائه جزئیات و تصاویر بهتر از محصولات و ایجاد تجربه خوب برای مشتریان با افراد دیگر رقابت کنید و به ناچار مجبور خواهید شد که مدام تخفیفاتی را بر روی کالاها ارائه کنید و این باعث می‌شود یا **سود ناچیزی** برای خودتان باقی بماند و یا اینکه اصطلاحاً قیمت محصولات را خراب کنید.



۶

می‌بایست طبق استانداردهای  
مارکت پلیس فعالیت کنیم. در  
بسیاری از مواقع نیاز داریم که کمی منعطف باشیم  
اما مارکت پلیس ها این انعطاف را ندارد.

۷

یکی از معایب بزرگ اکثر مارکت پلیس‌ها تسویه  
حساب با فروشندگان است و ممکن است تا حتی در  
برخی کالاها تا ۶۰ روز به طول بینجامد، که با توجه  
سرعت رشد تورم و همچنین تغییرات لحظه‌ای قیمت‌ها  
برای صاحبین کسب و کارها چالشی بزرگ محسوب  
می‌گردد.



## مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در مارکت پلیس‌ها

|                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| مالکیت مشتری                    | ندارد                  |
| مالکیت بر برند کالا             | ندارد                  |
| تعداد کاربر                     | متوسط تا زیاد          |
| فروش                            | متوسط تا زیاد          |
| داشتن فضا و طراحی اختصاصی       | ندارد                  |
| هزینه بازاریابی                 | کم                     |
| انعطاف پذیری                    | کم                     |
| رقابت بین کسب وکارها            | بسیار شدید             |
| امکان حضور در پلتفرم‌های دیگر   | غالباً ندارد           |
| استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن | متوسط به بالا          |
| مدل تسویه مالی                  | با تأخیر متوسط تا زیاد |

# مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در سوپر اپ‌ها



“

سوپر اپلیکیشن یا مگا اپلیکیشن، اپلیکیشنی است که تعداد زیادی سرویس را یک جا و زیر یک چتر به کاربر ارائه می‌دهد. این سرویس‌ها معمولاً شامل پیام‌رسان، خدمات پرداخت موبایلی، VOD، شبکه اجتماعی و... می‌باشند. نکته مهمی که باید به آن توجه داشت وجود این حقیقت است که اصولاً کسب و کارها راهی برای ورود به عرصه سوپر اپ‌ها نداشته و بیشتر طیف خاصی از کسب و کارها، سرویس‌های بانکی و یا خدمات عمومی در سوپر اپ‌ها قرار می‌گیرند.

”

# نقاط قوت

۱

خلق یک تجربه متمرکز که در آن، بخشی از نیازهای فرد در یک اپلیکیشن پاسخ داده می‌شود.

۲

صرفه‌جویی در حافظه و جلوگیری از اشغال بی‌مورد فضای تلفن همراه

۳

دسترسی آسان به سرویس‌های مختلف زیر یک چتر واحد

توانمندسازی بازار و پتانسیل‌های بی‌نظیر برای رشد اقتصادی

۴



**عدم ورود** محصولات و خدمات کسب و کارهای کوچک تا متوسط در سوپر اپ ها

۱

**عدم وجود بازارهای رقابتی** در سوپر اپ ها به دلیل نبود بیش از یک تأمین کننده خدمت

۲



**ازدحام سرویس های ناهمگون** در کنار هم و مجبور کردن مخاطب برای دیدن همه سرویسها.

۳

**عدم حذف سرویس های مناسبی** به دلیل ترس از بروز رسانی و کاهش تعداد نصب

۴

**عدم مالکیت بر برند و مشتری** مجموعه ارائه دهنده خدمت به سوپر اپ

۵

**هزینه ساخت** و توسعه بسیار بالا

۶

## مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در سوپر اپ‌ها

ندارد (مشتري برای سوپر اپ می باشد)

مالکیت مشتری

ندارد (مشتري برای سوپر اپ می باشد)

مالکیت بر برند کالا

زیاد (برای سوپر اپ)

هزینه جذب کاربر

ندارد

داشتن فضا و طراحی اختصاصی

دارد

تأمین خواسته های مخاطب

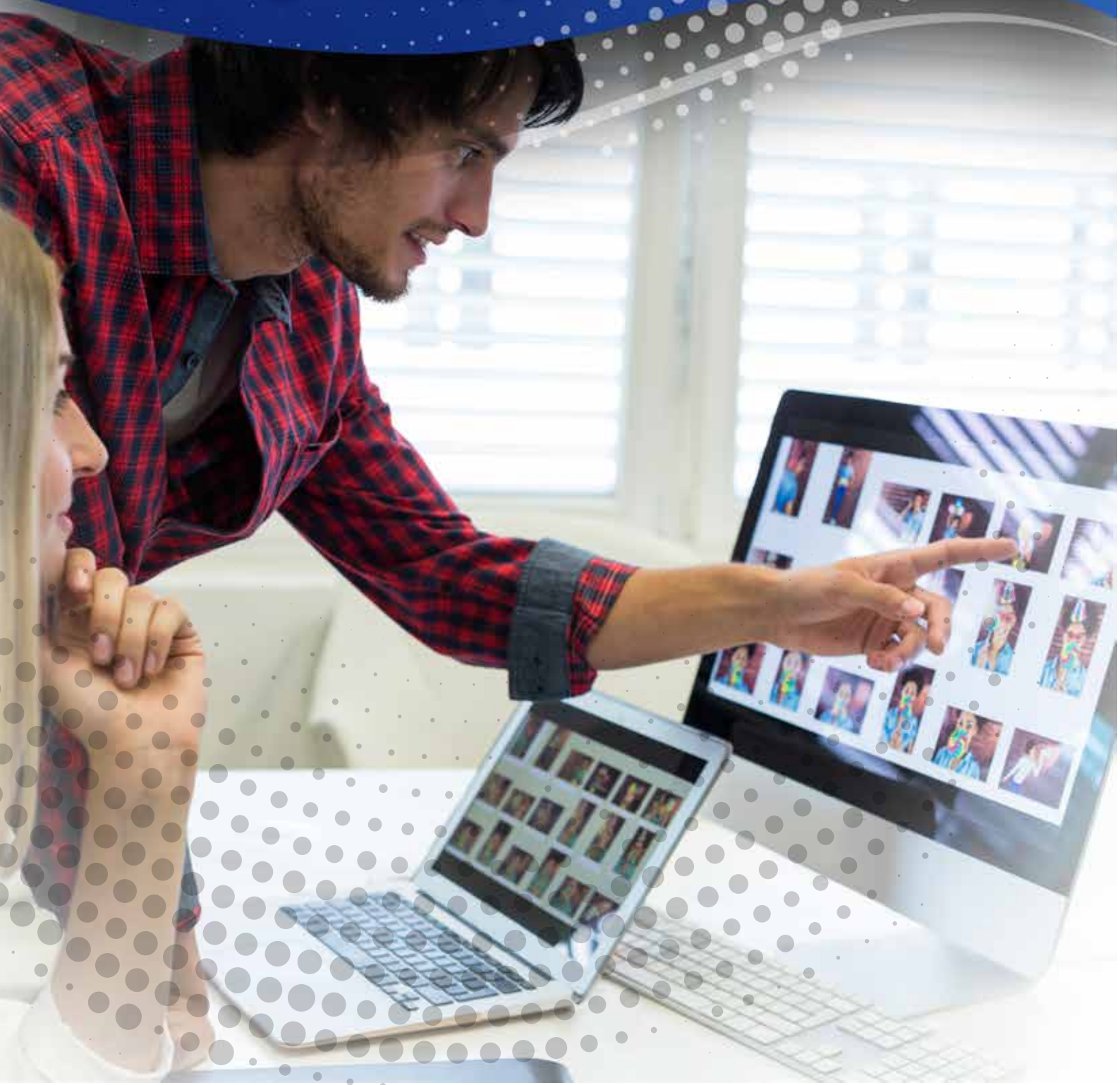
ندارد

امکان حضور در پلتفرم های دیگر

متوسط به بالا

استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن

# مزیت‌ها و محدودیت‌های استفاده از سایت‌سازها و اپلیکیشن‌سازها



“

وب سایت و اپلیکیشن ساز، یک ابزار آنلاین برای ساخت وب سایت و اپلیکیشن موبایل است که به کاربر اجازه می‌دهد بدون داشتن دانش فنی و آشنایی با کدنویسی فرآیند توسعه برنامه کاربردی در تلفن همراه و سایت را نادیده بگیرد و اپ و یا صفحات وب خود را در مدت زمان کوتاهی و با هزینه های کم بسازد.

”

۱

**مدت زمان کم و سرعت بالا:** مزیت اول برنامه سازها این است که مشتری پس از مدت زمان کوتاهی دسترسی به برنامه را بدست می‌آورد.



۲

**عدم نیاز به دانش طراحی وب سایت:** هرکسی بدون دانش برنامه‌نویسی می‌تواند یک نرم افزار را بدون اطلاع از حتی یک خط کدنویسی راه‌اندازی کند.

۳

**هزینه پایین طراحی وب سایت:** یکی از مزایای دیگر استفاده از برنامه‌ساز، ایجاد یک راه‌حل مقرون به صرفه است. هزینه ساخت اپلیکیشن از طریق یک اپ ساز به طور عمولا در ابتدای کار پایین است.

۱

**عدم وجود قابلیت توسعه:** یکی دیگر از مشکلات بهره‌مندی از این روش برای استفاده صاحبین کسب و کارها خواهد بود.



۲

**ناتوانی در اختصاصی‌سازی:** در صورت داشتن ایده‌های خاص برای سایت خود در محدودیت قرار خواهید گرفت. چون بدون کد نویسی باید از طرح‌های آماده استفاده کنید که تعداد آن‌ها نیز محدود می‌باشد.

**طراحی غیر منعطف:** عملاً وب و اپلیکیشن‌سازها محدودیت‌هایی دارند و برای وب‌سایت‌هایی ساده و محدود طراحی شده‌اند. یک وب‌سایت داینامیک در طول زمان به امکانات و تکنولوژی‌های جدید نیاز پیدا خواهد کرد که در اینگونه ابزارها قابل ارائه نیست.

۳



۴

**مشکلات سئو و بهینه سازی** شما برای انجام سئوی درون وب سایت نیاز به دستکارهای زیادی در کدهای وب سایت برای ساختار دادن و تعریف متا دیتا های مختلف دارید. عملاً بدون این امکان شما وب سایتی ظاهراً زیبا اما ناکارآمد در رابطه با موتورهای جستجو خواهید داشت.

۵

**محدودیت در ذخیره و بازیابی اطلاعات:** براساس معماری موجود در اینگونه ابزار ذخیره سازی و دستیابی به حجم اطلاعات بالا امکان پذیر نمی باشد.

**ساختار جزیره ای:** خروجی نهایی چنین محصولاتی علاوه بر محدود شدن در قالب های از پیش تعریف شده به شکل فروشگاه ساز و..... نهایتاً یک اپلیکیشن مستقل خواهد بود.

۶

## مزیت‌ها و محدودیت‌های استفاده از سایت‌سازها و اپلیکیشن‌سازها

|                                 |                    |
|---------------------------------|--------------------|
| مالکیت مشتری                    | دارد               |
| مالکیت بر برند کالا             | دارد               |
| داشتن فضا و طراحی اختصاصی       | ندارد              |
| حق مالکیت                       | اشتراکی            |
| هزینه بازاریابی                 | نیاز به هزینه بالا |
| هزینه نگاه داشت سیستم           | متوسط              |
| امکان توسعه آتی وب و اپلیکیشن   | ندارد              |
| تأمین خواسته های دیگر مخاطب     | ندارد              |
| امکان حضور در پلتفرم های دیگر   | ندارد              |
| استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن | ندارد              |
| هزینه ساخت و تولید              | کم                 |

A photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hands are visible, holding a white stylus and pointing at a tablet held by another person. The background shows a man in a grey shirt and a woman in a brown jacket. A purple circular overlay with white text is positioned in the upper right. The bottom half of the image features a pattern of white dots of varying sizes on a dark background.

# نسل جدید : آبرپلتفرم‌ها و راهکاری نوین در حوزه دیجیتال

# WeChat



وی‌چت در ابتدا یک پیام‌رسان بود. در طول دو سال اول، وی‌چت مانند دیگر پیام‌رسان‌ها روی تولید قابلیت‌هایی مانند تماس صوتی و تصویری و استفاده از استیکرهای مختلف و ساخت گروه‌های دوستی و ... تمرکز کرد. اما امروز وی‌چت دیگر یک پیام‌رسان نیست. وی‌چت، به مرور تبدیل به یک پلتفرم بزرگ شد. اکنون زندگی روزمره مردم چین به وی‌چت گره خورده است. جوری که سخت می‌شود زندگی بدون وی‌چت را تصور کرد. از پرداخت برای خریدهای روزانه چه در دنیای آفلاین و چه در فضای آنلاین گرفته تا خرید بلیط هواپیما، اتوبوس، سینما، مترو، پرداخت قبض‌های آب و برق و گاز و درخواست تاکسی، پیدا

از نسل قدیم به نسل جدید  
لار در بزرگ

کردن و نوبت گرفتن از دکتر، خرید دارو، دریافت کد تخفیف از برندها، باخبر شدن از آخرین اخبار روز و ارتباط با سلبریتی‌ها و همه و همه در وی‌چت انجام می‌شود.

وی‌چت، امکانی را فراهم کرد تا کسب‌وکارها، سلبریتی‌ها، استارت‌آپ‌ها و ... بتوانند صفحه شخصی در این اپلیکیشن داشته باشند و با مشتریان، مخاطبان و طرفداران خود ارتباط نزدیکی را ایجاد کنند.

به این منظور official account‌ها در وی‌چت متولد شدند. به این معنا که هر کسب‌وکاری می‌توانست صفحه اختصاصی خود را روی بستر وی‌چت ایجاد کند.

در حال حاضر ۱۷۰ میلیون کاربر به صورت روزانه از مینی‌آپ‌های وی‌چت استفاده می‌کنند. جالب است که پس از معرفی مینی‌برنامه، کسب‌وکارهایی که خودشان اپلیکیشن موبایل نیتو داشتند نیز، آن را



جدی گرفتند و مینی اپ خود را در وی‌چت راه انداختند.

وی‌چت تعدادی قالب برای کسب و کارهای مختلف ایجاد نموده که صاحبان مشاغل ملزم به قرار گرفتن در یکی از این قالب‌ها می‌باشند و همانگونه که در پیش اشاره شد صاحبین کسب و کار فقط امکان حضور در وی‌چت به عنوان یک مینی اپ را دارا می‌باشند نه یک اپلیکیشن اختصاصی.

طبق نظرسنجی‌های انجام شده، دو سوم از کاربران وی‌چت اعتقاد دارند که مینی‌برنامه‌ها بسیار راحت‌تر و کاربردی‌تر از اپلیکیشن‌های موبایل نیتیو هستند. همچنین به همین میزان کاربران اعتقاد دارند که مینی برنامه‌ها جای اپلیکیشن‌های سنتی را به زودی خواهند گرفت.



# WeChat

مالکیت مشتری

دارد

مالکیت بر برند کالا

دارد

تعداد کاربر

زیاد

فروش

متوسط تا زیاد

هماهنگ بودن با روش های پرداخت

دارد

داشتن فضا و طراحی اختصاصی

محدود

داشتن اپلیکیشن کامل برای هر کسب و کار

ندارد

امکان تغییر صفحه اول اپ بر اساس هر کسب و کار

ندارد

هزینه بازاریابی

کم

انعطاف پذیری

زیاد

درآمد از مشتری

اطلاعی در دست نیست

امکان حضور در پلتفرم های دیگر

دارد

استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن

بالا

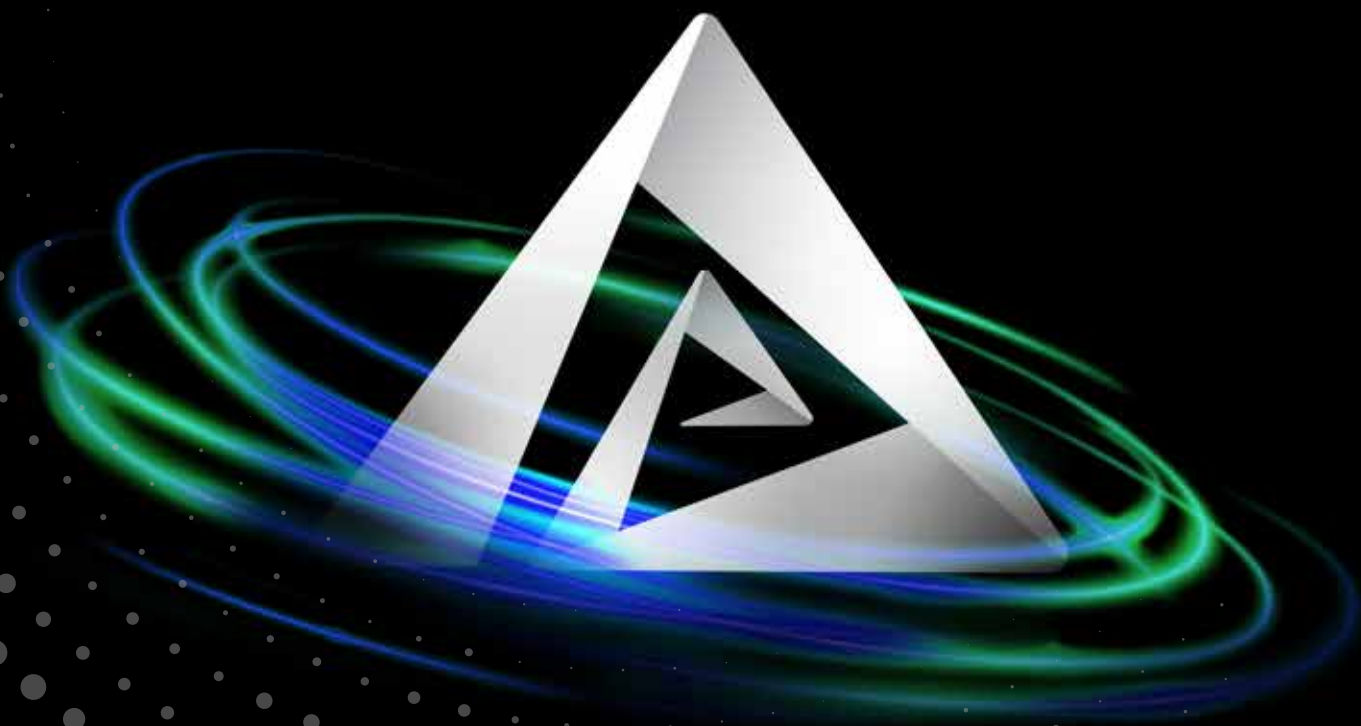
مدل تسویه مالی

متفاوت

# Alipay

علی‌پی متعلق به گروه علی‌بابا در کشور چین است. Alipay هم در ابتدا مانند وی‌چت‌پی یک کیف پول بود اما در نسخه جدید خود با بهره‌گیری از امکانات علی‌بابا توانسته است امکان خرید و سفارش از رستوران‌ها، فروشگاه‌های محلی و زنجیره‌ای و خدمات دیگر را هم اضافه کرده است.





# اکوسیستم آمینا

## نسل جدیدی از تکنولوژی روز دنیا

آمینا تلاقی و تلفیق هنرمندانه‌ای از تکنولوژی ساخت اپلیکیشن‌های نسل جدید و راه کارهای نوآورانه حوزه پرداخت است که بطور ماهرانه ای با کسب وکارها و زندگی روزانه مردم تنیده شده است.

هنگامی که صحبت و تأکید، بر سر نسل جدید  
تکنولوژی به میان می آید، بدان معنی است که عملاً  
مقایسه و شبیه سازی آن با تکنولوژی های گذشته،  
امری نادرست و غیر معمول خواهد بود.



همچنین از آن جا که هر تکنولوژی جدیدی با خود  
مقاومت هایی را به همراه دارد که ناشی از عدم  
شناخت اصولی و آشنایی با مبانی و کارآمدی آن  
سیستم می باشد، ما نیز از این قاعده مستثنی نبوده و  
عمدتاً در هنگام معرفی ساختار ضمن تعجب اهل فن

با این سوال مواجه می‌شویم که آیا همه این دستاوردها در حد ایده است؟ حال آنکه خاطر نشان می‌سازد، کلیه موارد مطرح شده، امروز به عنوان یک یا چند محصول، تولید گشته و در حال کار می‌باشد.

حضور در پلتفرم و اکوسیستم آمینا به کاربران امکان می‌دهد که بدون خارج شدن از اکوسیستم و بدون نیاز به نصب و دانلود اپلیکیشن‌های مختلف بتوانند از هر سرویسی که می‌خواهند از کسب و کار ساده گرفته تا موبایل بانک یک بانک را بدون نشان دادن صفحات گوناگون و سرویس‌های غیر مرتبط استفاده نمایند. همچنین کسب و کارها در آن، مالکیت کامل خود را بر روی برند و مشتریان را حفظ کرده و مشتریان نیز حجم قابل توجهی از سرویس‌ها را به نام آن کسب و کار دریافت خواهد کرد.

در این نسل تلاش شده است بیشتر نقاط ضعف و مشکلات موجود در راه کارهای گذشته برطرف گردد و امکان تعاملات چند سویه مفید تر و ارزان تری را برای مخاطبین به ارمغان آورد.

## درباره آمینا

**مجموعه آمینا** از دو شرکت مدایران (سهامی خاص) و شرکت همراه نرم افزار نوین (مسئولیت محدود) از سال ۱۳۸۴ تشکیل گردیده است. این مجموعه به طور تخصصی در زمره **اولین شرکت های فعال** در زمینه تولید نرم افزارهای تلفن همراه و حوزه های فنی و پزشکی و رفاهی بوده که با نگاهی متفاوت و خلاقانه توانسته است محصولات و خدمات منحصر به فردی را تولید و عرضه نماید. این مجموعه تا کنون موفق به ارائه بیش از ۴۰۰ هزار نسخه نرم افزار در عناوین مختلف گردیده است. از سال ۱۳۹۰، این مجموعه در زمینه سیستم های بانکی و پرداخت شروع به فعالیت نموده، که طی آن همراه بانک انصار، مهراقتصاد و موسسه مالی و اعتباری توسعه نتیجه فعالیت در این زمینه می باشد.



از سال ۱۳۹۳

**سوئیچ پرداخت این مجموعه در بانک**

**مهر اقتصاد** نصب گردیده و کلیه خدمات پرداخت

اقساط و واریز وجوه در تمامی شعب با استفاده از

کارتخوان‌های متصل به این سوئیچ انجام می‌گرفته است.

در حال حاضر این سوئیچ در شرکت پرداخت الکترونیک آریا نیز

در حال فعالیت بوده و کلیه خدمات ارزش افزوده مانند **سهامیه بندی**

**سوخت کشور، باشگاه مشتریان و وفاداری و دفاتر پیشخوان دولت**

**الکترونیک**، از طریق این سوئیچ صورت می‌گیرد. لازم به توضیح

است که سوئیچ پرداخت این مجموعه هم اکنون به دلیل منحصر

به فرد بودن در فرایند نصب چندین شرکت PSP قرار گرفته

است. از سال ۱۳۹۶ با توجه به احساس نیاز شدید در حوزه

اپلیکیشن‌های موبایلی، این مجموعه اقدام به تولید

نسل جدیدی از اپلیکیشن بر بستر تلفن

همراه نمود، ساخت این

اپلیکیشن و



ابرپلتفرم پس از گذشت چهار سال تلاش بی‌وقفه توسط تیم تولید و پروداکت دیزاین کاملاً بومی و متخصص، در اواخر سال ۱۳۹۹ نهایی و به بازار ارائه گردید و با استقبال کم‌نظیری از سوی صاحبان کسب و کارها، سازمان‌ها و مخاطبین مواجه شد. از انتهای سال ۱۳۹۹ و ابتدای سال ۱۴۰۰ آمینا اقدام به گسترش مارکت و پلتفرم خود در آمریکای شمالی و اروپا نمود که یکی از اهداف مهم آن، **ایجاد بسترهای بزرگ بین‌المللی بر روی پلتفرم و همچنین متصل شدن به شبکه پرداخت بین‌المللی** به منظور خرید هموطنان عزیزمان از فروشگاه‌ها، شرکت‌ها و دانشگاه‌های ارائه دهنده خدمت با کارت ریالی و همچنین خرید محصولات داخلی توسط مشتریان خارج از کشور با استفاده از انواع کارت‌های بانکی بین‌المللی بود. ان‌شاءالله بزودی شاهد جهانی شدن این محصول در عرصه بین‌المللی خواهیم بود.

# تعریف مفاهیم

## اکوسیستم (زیست بوم) کسب و کار

شامل شبکه‌ای از کسب و کارهای متصل به یکدیگر است که در راستای بقا یا رشد کسب و کار به صورت پویا با یکدیگر رقابت و همکاری می‌کنند.

## پلتفرم کسب و کار

پلتفرم‌ها سکوهایی هستند که فرصتی برای بهتر دیده شدن در اختیار سازمان‌ها، افراد و کسب و کارها قرار می‌دهد.

## ابرپلتفرم

آبرپلتفرم‌ها چگونگی یکپارچه‌سازی چندین پلتفرم در قالب یک پلتفرم کاملاً یکپارچه، برای ارائه خدمات، ضمن حفظ امکان کسب داده‌های مشتریان را امکان‌پذیر می‌نمایند.

## حوزه پرداخت

منظور راه کارهای رایج در خصوص پرداخت وجه کالا و خدمات و تسویه با پذیرنده بوده و شامل دستگاه کارتخوان، کیف پول، درگاه اینترنتی، پرداخت با QR کد و... می‌باشد.

(جهت کسب اطلاعات بیشتر درخصوص راهکارهای منحصربه فرد آمینا در حوزه پرداخت به کاتالوگ پرداخت مراجعه نمایید.)



# زیست‌بومی برای زندگی

آمینا زیست بومی (اکوسیستمی) است که در آن کسب و کارها می توانند با حفظ استقلال کامل خود و با افزودن ارزش های قابل ملاحظه، ارزش کل اکوسیستم را افزایش داده و سهم بالاتری را به نسبت عملکرد محدود سابق، عاید کسب و کار خود کنند.

در چنین اکوسیستمی، خیل عظیمی از مشتریان درگرددش بوده و کسب و کارها به جای صرف هزینه ای هنگفت از تبلیغات و جذب مخاطبین گرفته تا ایجاد راه کارهایی برای وفاداری مشتریان، بر نحوه ارائه باکیفیت محصولات خود متمرکز می کنند. در عین حال که در اکوسیستم آمینا به مشتریان هم به عنوان یک رکن جدایی ناپذیر و فعال در اکوسیستم کسب و کار توجه ویژه شده است و آنان می توانند در محیطی امن و به تعداد بیشماری پذیرنده دسترسی داشته باشند و بدون حتی نصب اپلیکیشن های مختلف همه نیازهای آنلاین خود را با بهترین کیفیت و قیمت های رقابتی در سراسر کشور تهیه نمایند و از هزاران امکان تدارک دیده شده در اکوسیستم آمینا برای خود و عزیزان و خانواده خود بهره مند گردند.



# PaaS

Platform as a Service



# خلاصه‌ای از ساختار فنی و معماری پلتفرم

از نظر فنی این پلتفرم در مبحث پردازش‌های ابری درشاخه PaaS قرار می‌گیرد، با این تفاوت که تعریف کسب و کارهای جدید محدود به سرویس‌های از پیش ایجاد شده نمی‌باشد و امکان ایجاد سرویس‌های جدید و استفاده از آن بدون نیاز به کد نویسی میسر می‌باشد.

همانطور که در شکل فوق قابل مشاهده می‌باشد، این پلتفرم دارای اپلیکیشن‌های مختلفی با ساختار متفاوت از لحاظ نام، لوگو، ترکیب رنگ‌ها و UI، UX تحت عنوان SubClient می‌باشد (دایره‌های بزرگ) که بدون محدودیت قابل افزایش خواهد بود. هر یک از این اپلیکیشن‌ها علاوه بر سرویس‌های اولیه‌ای که بطور پیش‌فرض ارائه می‌نمایند، قادر به تعریف کسب و کارهای مختلفی می‌باشند که این کسب و کارها نیز دارای طراحی متمایز و اختصاصی خود بوده و فقط در نام اپلیکیشن اصلی مشترک خواهند بود (دایره‌های کوچک).

بر اساس معماری کلی پلتفرم هر کاربری که از هر قسمت وارد پلتفرم گردد فقط خدمات اختصاصی همان پذیرنده (دایره‌های کوچک) و یا اپلیکیشن اصلی (دایره‌های بزرگ) را خواهد دید و در صورت تأیید آن پذیرنده و یا اپلیکیشن، مجاز به افزودن خدمات ارائه شده توسط سایر اپلیکیشن‌ها و کسب و کارهای مربوطه به صفحه علاقه‌مندیهای خود خواهد بود. در اینصورت به رغم ارائه هزاران خدمت در پلتفرم، هر کاربر فقط خدمات‌های درخواستی خود را مشاهده خواهد نمود.

# ویژگی‌ها

- ۱ **مالکیت صد در صدی** مشتریان برای صاحبین کسب و کار در اکوسیستم و ایجاد ارتباط دوسویه با آنان
- ۲ **حفظ و افزایش قدرت برندینگ** کسب و کارها در اکوسیستم
- ۳ تولید یک **سوپر اپ کاملاً هوشمند** برای هر کسب و کار بمنظور افزایش چشمگیر و فاداری و ارتقاء سطح سرویس‌دهی به مشتریان
- ۴ دارا بودن یک **اپلیکیشن کاملاً اختصاصی** برای هر کسب و کار فارغ از اندازه مارکت در اکوسیستم آمینا
- ۵ تولید کسب و کار در قالب اپلیکیشن و همزمان تولید **نسخه‌ی وب** با صرف حداقل هزینه و زمان
- ۶ دارای **رابط کاربری و شکل نمایشی مستقل** و خاص برای هر کسب و کار با توجه به سلیقه صاحب کسب و کار و اجتناب از قرار دادن تمامی کسب و کارها در قالب‌های ثابت و ازپیش تعریف شده
- ۷ امکان **کسب درآمد** از مشتریان محلی هر کسب و کار طی مراجعه آنان به سایر کسب و کارها
- ۸ **عدم نیاز به هزینه تبلیغات** جهت دستیابی به مشتری با مراجعه مشتریان سایر کسب و کارها به این کسب و کار
- ۹ **عدم نیاز به به روز رسانی** در صورت حذف یا افزایش فیچرها با وجود نیتو بودن اپلیکیشن و وب ویو نبودن آن
- ۱۰ هماهنگ و مرتبط بودن اپلیکیشن با دستگاه کارخوان، کیف پول، CRM
- ۱۱ دارا بودن **درگاه اختصاصی** ویژه هر کسب و کار و واریز مبالغ خرید به حساب هر کسب و کار بر اساس زمان استاندارد در درگاه‌های پرداخت شبکه بانکی

## مزیت‌ها و محدودیت‌های حضور در اکوسیستم آمینا

|               |                                              |
|---------------|----------------------------------------------|
| دارد          | مالکیت مشتری                                 |
| دارد          | مالکیت بر برند کالا                          |
| متوسط تا زیاد | تعداد کاربر                                  |
| متوسط تا زیاد | فروش                                         |
| دارد          | هماهنگ بودن با روش‌های پرداخت                |
| دارد          | داشتن فضا و طراحی اختصاصی                    |
| دارد          | داشتن اپلیکیشن کامل برای هر کسب و کار        |
| دارد          | امکان تغییر صفحه اول اپ بر اساس هر کسب و کار |
| کم            | هزینه بازاریابی                              |
| زیاد          | انعطاف پذیری                                 |
| دارد          | درآمد از مشتری                               |
| دارد          | امکان حضور در پلتفرم‌های دیگر                |
| بالا          | استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن              |
| در لحظه       | مدل تسویه مالی                               |

# جدول مقایسه تمامی راه کارهای حوزه دیجیتال از منظر ورود کسب و کار

| امکانات                        | اپلیکیشن های مستقل | سوشیال مدیا | سایت ساز و اپلیکیشن ساز | مارکت پلیس    | سوپر اپلیکیشن | اکوسیستم آمینا |
|--------------------------------|--------------------|-------------|-------------------------|---------------|---------------|----------------|
| امکان حضور                     | همه                | همه         | همه                     | همه           | نزدیک به صفر  | همه            |
| مالکیت شبکه مشتری              | دارد               | ندارد       | دارد                    | ندارد         | ندارد         | دارد           |
| مالکیت بر برند کالا            | دارد               | دارد        | دارد                    | متغیر         | دارد          | دارد           |
| درآمد از همه خریدهای مشتری     | ندارد              | ندارد       | ندارد                   | ندارد         | ندارد         | دارد           |
| رعایت حریم خصوصی مخاطب         | متغیر              | دارد        | متغیر                   | کم            | ندارد         | دارد           |
| داشتن فضا و طراحی اختصاصی      | دارد               | ندارد       | ندارد                   | ندارد         | ندارد         | دارد           |
| امنیت و اعتماد مخاطب           | متوسط              | ندارد       | متوسط                   | بالا          | بالا          | بالا           |
| تمایل به نصب اپلیکیشن          | کم                 | زیاد        | کم                      | متغیر         | زیاد          | زیاد           |
| هزینه بازاریابی کسب و کار      | بسیار بالا         | کم          | بسیار بالا              | کم            | کم            | کم             |
| هزینه نگاه داشت سیستم          | متوسط / بالا       | کم          | متوسط                   | کم            | کم            | کم             |
| داشتن مدیا و ارسال عکس و تصویر | در صورت تعریف      | دارد        | بسیار محدود             | تعریف نشده    | متغیر         | دارد           |
| امکان توسعه کسب و کار          | کم                 | ندارد       | کم                      | کم            | کم            | زیاد           |
| تأمین خواسته های مخاطب         | ندارد              | ندارد       | ندارد                   | ندارد         | دارد          | دارد           |
| امکان حضور در پلتفرم های دیگر  | ندارد              | دارد        | ندارد                   | غالباً ندارد  | ندارد         | دارد           |
| پرداخت آنلاین                  | دارد               | ندارد       | دارد                    | دارد          | دارد          | دارد           |
| همه‌نگ بودن با ابزارهای پرداخت | ندارد              | ندارد       | ندارد                   | ندارد         | دارد          | دارد           |
| هزینه ساخت و تولید             | متوسط              | رایگان      | کم                      | متغیر         | متغیر         | در حد رایگان   |
| خدمات بانکی و شهری             | ندارد              | ندارد       | ندارد                   | ندارد         | دارد          | دارد           |
| دریافت مبالغ خرید              | در لحظه            | ندارد       | در لحظه                 | غالباً طولانی | متغیر         | در لحظه        |

## جدول مقایسه راه کارهای نسل جدید از منظر ورود کسب و کار

| امکانات                                      | وی چت              | اکوسیستم آمینا |
|----------------------------------------------|--------------------|----------------|
| امکان حضور                                   | همه                | همه            |
| مالکیت مشتری                                 | ندارد              | دارد           |
| مالکیت بر برند کالا                          | دارد               | دارد           |
| تعداد کاربر                                  | خیلی زیاد          | متوسط تا زیاد  |
| فروش                                         | خیلی زیاد          | متوسط تا زیاد  |
| هماهنگ بودن با روش های پرداخت                | متوسط              | دارد           |
| داشتن فضا و طراحی اختصاصی                    | ندارد              | دارد           |
| داشتن اپلیکیشن کامل برای هر کسب و کار        | ندارد              | دارد           |
| امکان تغییر صفحه اول اپ بر اساس هر کسب و کار | ندارد              | دارد           |
| هزینه بازاریابی                              | کم                 | کم             |
| انعطاف پذیری                                 | زیاد               | زیاد           |
| درآمد از مشتری                               | اطلاعی در دست نیست | دارد           |
| امکان حضور در پلتفرم های دیگر                | دارد               | دارد           |
| استقبال مخاطب برای نصب اپلیکیشن              | بالا               | بالا           |
| مدل تسویه مالی                               | در لحظه و متغیر    | در لحظه        |
| هزینه ساخت و تولید                           | در حد رایگان       | در حد رایگان   |
| خدمات بانکی و شهری                           | دارد               | دارد           |
| دریافت مبالغ خرید                            | در لحظه            | در لحظه        |



# نهایی از اپلیکیشن اکوسیستم آمینا



# و تکنولوژی‌های مورد استفاده در آن نمایی از کسب و کارهای موجود در پلتفرم

## اپلیکیشن ساختمان من:

(مبتنی بر فناوری تحلیل مکانی، هوش مصنوعی)



## اپلیکیشن ساختمان من:

(مبتنی بر فناوری شهر هوشمند، موبایل و اینترنت اجتماعی)



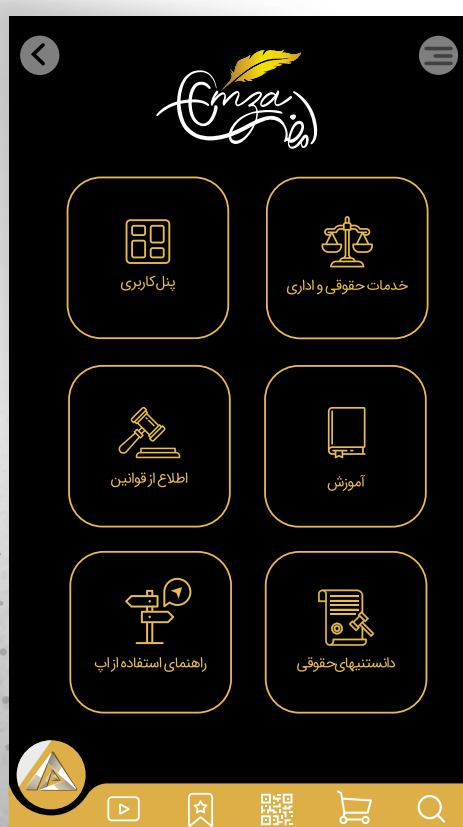
## اپلیکیشن اکوسیستم درمانی مدآوا:

(مبتنی بر فناوری هوش مصنوعی، ایمج پروسسینگ)



## اپلیکیشن جامع حقوقی امضا:

(مبتنی بر فناوری اتوماسیون، تحلیل مکانی)



# وسدها اپلیکیشن دیگه... (مبتنی بر فناوری های هوش مصنوعی، بیگ دیتا، محاسبات ابری و...)





نصب اپلیکیشن

زیست‌بومی  
برای زندگی

www.amina.me