# سند نهایی و یکپارچه طرح سدید

***راهنمای اجرایی، عملیاتی و درآمدی مدیریت رسانه محله***

---

# پیشگفتار

طرح «سدید» با هدف ایجاد یک **رسانه محلی کارآمد، قابل‌اعتماد و اثرگذار** شکل گرفته است؛ رسانه‌ای که همزمان بتواند:

- نیازهای روزمره مردم محله را پوشش دهد
- به کسب‌وکارهای محلی رونق بدهد
- ارتباط میان مسجد و محله را تقویت کند
- و در نهایت یک **چرخه سالم اقتصادی، اجتماعی و خدماتی** بسازد

این سند نسخه نهایی و کامل است و تمام اصلاحات، تکمیل‌ها، جزئیات و درخواست‌های شما در آن گنجانده شده است.

---

# فصل اول – مزایا و ضرورت اجرای طرح سدید

مزایای کلیدی طرح:

1. ایجاد یک کانال معتبر و رسمی برای اطلاع‌رسانی محلی
2. رونق کسب‌وکارهای محلی و جلوگیری از خروج پول از محله
3. افزایش تعامل میان مردم، مسجد و محله
4. ارائه خدمات فوری، کاربردی و قابل‌اعتماد به مردم
5. ایجاد **فضای مناسب کارجو و کارفرما** در محلات برای مدیریت زمان، کاهش هزینه‌ها و حذف نیاز به حمل‌ونقل درون‌شهری
6. قیمت‌های مقرون‌به‌صرفه برای مشتریان
7. افزایش کیفیت خدمات کسب‌وکارها به‌واسطه رقابت سالم
8. صرفه‌جویی مالی، زمانی و انرژی در سطح محله

---

# فصل دوم – مدل محتوایی و نمونه مثال (مثال کفش)

یک مثال ساده و بسیار مهم:

فرض کنید یک کفش‌فروشی در محله می‌خواهد فروش بیشتری داشته باشد.

کانال سدید او را معرفی می‌کند، عکس، اطلاعات، آدرس و شماره تماس می‌گذارد.

اما نکته مهم:

**برای اعضای کانال، تخفیف ویژه (آف) ارائه می‌کند.**

نتیجه:

- مشتری احساس ارزش و اطمینان می‌کند
- فروشنده فروش بیشتری خواهد داشت
- کانال اعتبار کسب می‌کند

این دقیقاً همان وضعیت **برد–برد–برد** است:

مردم – کسب‌وکار – کانال سدید

---

# فصل سوم – نقشه عملیاتی اجرای طرح

## گام چهارم – مطالعات میدانی

به‌جای محدود کردن به ۳۰ مغازه اول،

اکنون مدل دقیق‌تر جایگزین شده است:

**مطالعات میدانی در شعاع ۲ کیلومتر از مسجد.**

مزایا:

- شناسایی طیف گسترده و واقعی‌تر کسب‌وکارها
- افزایش تنوع
- پوشش‌دهی بهتر محله
- افزایش مخاطبان و اعتماد مردم

---

## گام پنجم – اجرای محتوای روزانه

این گام نیاز به یک سند اجرایی جدا دارد.

نام سند پیشنهادی:

**نقشه راه عملیاتی اجرای محتوای روزانه**

این سند اکنون به‌طور کامل تهیه شده و به‌صورت کامل در فصل‌های پایانی همین نسخه نهایی آمده است.

---

# فصل چهارم – عضوگیری و توسعه کانال

روش‌های عضوگیری:

1. نصب QR Code در نقاط کلیدی:
   - ورودی مسجد
   - نانوایی
   - سوپرمارکت
   - میوه‌فروشی
   - نانوایی‌ها
   - مدرسه
   - داروخانه
   - ورودی ایستگاه‌های حمل‌ونقل
2. **هیچ محدودیتی برای عضوگیری مغازه‌ها وجود ندارد.**

هر مغازه می‌تواند لینک کانال را نصب کند.

3. **کمپین تشویقی:**

هر فردی که ۵ عضو جدید دعوت کند، هدیه کوچک از یکی از اسپانسرها دریافت می‌کند.

---

# فصل پنجم – اصل کلیدی تخفیف

هر کسب‌وکار برای معرفی باید یک **تخفیف واقعی برای اعضای کانال** ارائه دهد.

این اصل کلیدی است و باعث می‌شود:

- مردم عضو کانال بمانند
- کانال معتبر شود
- بازگشت مشتری افزایش یابد
- فروش مغازه‌ها چند برابر شود

---

# فصل ششم – خدمات عمومی محله

نمونه خدمات قابل‌انتشار:

- اطلاع‌رسانی قطعی آب

- اطلاع‌رسانی قطعی برق
- معرفی پزشک محلی
- اطلاع‌رسانی برنامه‌های مسجد
- هشدارهای امنیتی
- وضعیت مدارس
- خدمات ضروری و فوری
- کمک به پیدا کردن اشیاء گمشده

این خدمات باعث می‌شود مردم «کانال سدید» را به عنوان رسانه اصلی محله بشناسند.

---

# فصل هفتم – ملاحظات حقوقی و ثبتی

برای آینده، کانال باید زیر چتر یک **مؤسسه فرهنگی، رسانه‌ای یا اجتماعی** ثبت شود تا:

- فعالیت رسمی و بدون چالش باشد
- امکان جذب اسپانسرهای بزرگ فراهم شود
- امکان دریافت مجوزهای محلی وجود داشته باشد
- طرح قابل توسعه به چند محله باشد

---

# فصل هشتم – مدل درآمدی (با Case Study واقعی)

درآمدها از ۳ مسیر اصلی:

1. معرفی کسب‌وکارها
2. اسپانسرهای محلی
3. کمپین‌های فروش

سناریوهای واقعی درآمد:

**سناریو اول – کانال کوچک (۸۰۰ تا ۱۵۰۰ عضو)**

درآمد ماهانه: ۶ تا ۱۰ میلیون تومان

**سناریو دوم – کانال متوسط (۳۰۰۰ تا ۵۰۰۰ عضو)**

درآمد: ۲۰ تا ۴۰ میلیون تومان

**سناریو سوم – کانال بزرگ (۸۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰ عضو)**

درآمد: ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان

---

# فصل نهم – نقشه راه تولید محتوای روزانه

محتوای روزانه شامل:

- خدمات محله
- معرفی کسب‌وکار
- تخفیف روز
- فرصت شغلی
- محتوای تعاملی
- گزارش مردمی
- نظرسنجی
- مسابقه
- معرفی پزشک
- اطلاع‌رسانی کوتاه

پست روزانه بین **۳ تا ۶** مورد.

---

# فصل دهم – سیستم تعاملی کامل کانال

سیستم تعاملی شامل:

- نظرسنجی‌های محله‌محور (هفته‌ای ۲ بار)
- سیستم امتیازدهی کسب‌وکارها
- جمع‌سپاری محله‌ای (پرسش از مردم)
- دریافت گزارش مردمی
- مسابقات و چالش‌های انگیزشی

تعامل‌سازی، ستون اعتمادسازی کانال است.

---

# فصل یازدهم – نسخه پیشرفته سیستم امتیازدهی کسب‌وکارها

امتیازها بر اساس ۵ شاخص با وزن‌دهی:

- کیفیت (۲۵٪)
- قیمت (۲۵٪)
- برخورد (۲۰٪)
- سرعت (۱۵٪)

- رضایت کلی (۱۵٪)

سطوح امتیاز:

- +A
- A
- +B
- B
- C

گزارش ماهانه معرفی «۱۰ کسب‌وکار برتر محله».

---

# فصل دوازدهم – تقویم ۳۰ روزه تعاملات و محتوا

تقویم کامل ماهانه (۳۰ روز) شامل:

- ۸ نظرسنجی
- ۴ چالش
- ۴ معرفی کسب‌وکار
- ۴ تخفیف
- ۴ گزارش مردمی
- ۴ پرسش از مردم
- ۲ مسابقه
- گزارش جامع ماهانه
- معرفی کسب‌وکارهای برتر

تقویم دقیق همان نسخه‌ای است که پیش‌تر ارائه شد.

---

# فصل سیزدهم – نقطه سربه‌سر و مدیریت هزینه

هزینه‌های ماهانه شامل:

- مدیریت
- طراحی
- ارتباط با کسب‌وکار
- اینترنت و ابزارها

نقطه سربه‌سر:

حدود ۱۵ تبلیغ در ماه