



<http://www.raminsamizadeh.ir>



Ramin Samizadeh



Ramin Samizadeh



Ramin Samizadeh



jaabaar.locker



nirvana.home.Furniture



مدیرعامل جابار-لاکر هوشمند  
رئیس هیات مدیره شرکت نیروانا  
مدیر سابق مرکز نمایشگاهی ایران مال

پست دکتری- دانشگاه گرونوبل فرانسه  
دکترای مدیریت کسب و کار- دانشگاه لیون فرانسه  
فوق لیسانس مهندسی سیستم‌ها- دانشگاه آزاد تهران  
لیسانس مهندسی صنایع- دانشگاه صنعتی شریف  
دیپلم ریاضی فیزیک- دبیرستان البرز

تغییر پارادایم‌ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع‌زاده

# Paradigm

تغییر پارادایم- روزنامه و موبایل



تغییر پارادایم- موریس و موبایل



تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

## Paradigm

تغییر پارادایم - صنعت ساعت سازی



تغییر پارادایم - نمایش فیلم در منزل



فیلم نت

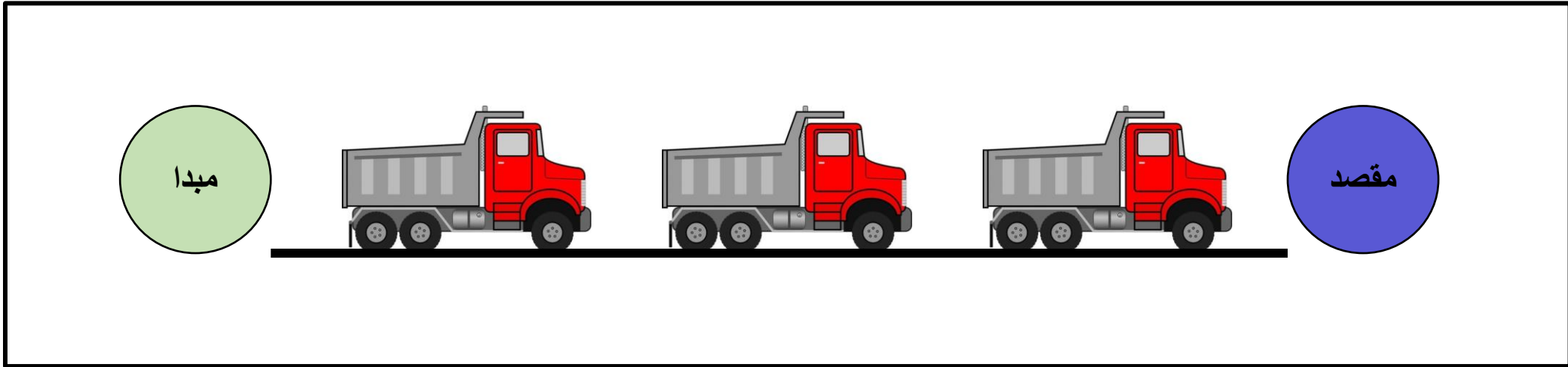
نماوا  
NAMAVA

فیلیمو 

تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

# Paradigm

تغییر پارادایم - صنعت لجستیک



تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

# Paradigm

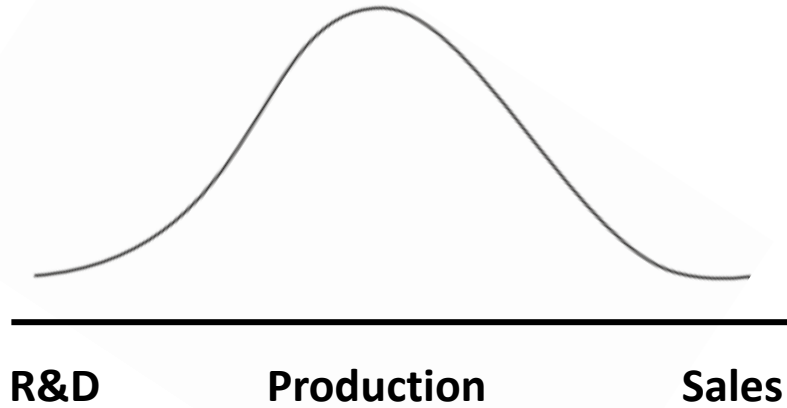


BIG DATA



تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

## Paradigm



استراتژی فشاری: تصمیمات مبتنی بر پیش‌بینی‌های بلند مدت

استراتژی کششی: تصمیمات مبتنی بر تقاضای واقعی مشتری و نه مبتنی بر پیش‌بینی‌ها

## Paradigm

### تغییر پارادایم- دنیای آرایشی و بهداشتی

#### ۱- رشد محصولات طبیعی و پایدار

- تمرکز بر پایداری: مصرف کنندگان به دنبال محصولاتی هستند که به **محیط زیست** آسیب نرسانند
- محصولات گیاهی و طبیعی: تقاضا برای **محصولات بدون مواد شیمیایی** افزایش یافته است
- بسته بندی پایدار: استفاده از **مواد بازیافتی** و کاهش زباله در اولویت برندها قرار دارد

#### ۲- شخصی سازی و فناوری دیجیتال

- محصولات سفارشی: استفاده از **داده های شخصی** و **فناوری های مانند AI** برای طراحی محصولات مناسب برای نیازهای خاص مشتری
- تجربه واقعیت افزوده (AR): امکان **تست مجازی** محصولات آرایشی از طریق **اپلیکیشن ها**
- فناوری های IoT: دستگاه های هوشمند مراقبت از پوست که با **داده های مصرف کننده** همگام می شوند

#### ۳- تمرکز بر سلامت و ایمنی

- فرمولاسیون های ایمن: تمرکز بر استفاده از **ترکیبات ایمن تر** و **شفافیت در مورد مواد تشکیل دهنده**
- مراقبت از پوست به شکل علمی: محصولات **ترکیبی از زیبایی و درمانی** که بر اساس تحقیقات علمی تولید می شوند
- پیشگیری به جای درمان: رشد **محصولات مراقبتی** که بر حفظ سلامت پوست متمرکز هستند

## Paradigm

### تغییر پارادایم- دنیای آرایشی و بهداشتی

#### ۴- تنوع و شمول (Diversity & Inclusion)

- نمایش همه‌ی افراد: **افزایش تنوع** در رنگ پوست، جنسیت و سن در کمپین‌های بازاریابی
- محصولات جهانی: تولید لوازم آرایشی برای **طیف گسترده‌ای از نیازها و فرهنگ‌ها**

#### ۵- دیجیتال‌سازی تجربه خرید

- تجارت الکترونیک: برندها به سمت **پلتفرم‌های آنلاین** حرکت کرده‌اند
- میکرواینفلوئنسرها: تاثیر **اینفلوئنسرهای کوچک‌تر** بر انتخاب محصولات مصرف‌کنندگان
- بازخورد اجتماعی: **بررسی‌ها و رتبه‌بندی‌های کاربران آنلاین** به عامل مهمی در تصمیم‌گیری تبدیل شده است

#### ۶- تاثیر تغییرات اجتماعی و محیط زیستی

- تغییر اولویت‌های نسل جدید: مصرف‌کنندگان جوان به **مسائل اخلاقی، محیط زیستی،** و کیفیت محصول توجه ویژه‌ای دارند
- شفافیت: مصرف‌کنندگان از برندها انتظار **شفافیت در زنجیره تأمین و تولید** دارند



## Paradigm

تغییر پارادایم- برندهای نوآور در دنیای آرایشی و بهداشتی

### L'Oréal-1

- فناوری شخصی سازی: لورآل از فناوری‌هایی مانند ModiFace (واقعیت افزوده) برای ارائه تجربه تست مجازی محصولات آرایشی استفاده می‌کند
- پایداری: تعهد به کاهش اثرات زیست‌محیطی با استفاده از فرمول‌های گیاهی و بسته‌بندی قابل بازیافت

### Fenty Beauty-2

- تنوع و شمول: توسط ریحانا تأسیس شد و اولین برند بزرگی بود که طیف وسیعی از کرم‌های پودر (+۴۰ سایه) را برای انواع رنگ پوست ارائه داد
- تمرکز بر تنوع: تبدیل به نمونه‌ای برای دیگر برندها در پاسخ به نیازهای جوامع مختلف شد

### The Ordinary (Deciem)-3

- شفافیت و قیمت مناسب: این برند با استفاده از فرمول‌های ساده، شفاف و موثر در مراقبت از پوست به محبوبیت رسید
- آموزش مشتری: مصرف‌کنندگان را با علم پشت محصولات آشنا می‌کند، از جمله اطلاعات دقیق درباره مواد تشکیل‌دهنده

## Paradigm

تغییر پارادایم- برندهای نوآور در دنیای آرایشی و بهداشتی

### Glossier-4

- تجربه مشتری محور : این برند مستقیماً از طریق شبکه‌های اجتماعی و بازخورد مصرف‌کنندگان رشد کرد
- محصولات طبیعی : تاکید بر زیبایی طبیعی با استفاده از محصولات ساده و کم‌آرایش

### Aveda-5

- پیشگام در پایداری : محصولات مراقبتی و آرایشی گیاهی با تمرکز بر مواد ارگانیک و بسته‌بندی دوست‌دار محیط زیست
- مسئولیت اجتماعی : استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در فرآیندهای تولید

### Pat McGrath Labs-6

- نوآوری در آرایش : با ارائه محصولات خلاقانه و هنری در دنیای آرایش، به یک برند لوکس تبدیل شده است
- تأثیر دیجیتال : استفاده گسترده از تبلیغات و کمپین‌های آنلاین برای جذب مصرف‌کنندگان جوان

### Drunk Elephant-7

- مراقبت از پوست پاک و ایمن : فرمول‌های بدون مواد شیمیایی مضر، عطر مصنوعی یا سیلیکون
- ترکیب زیبایی و سلامت : رویکرد علمی و دقیق برای حفظ سلامت پوست

Pioneer Brands

L'ORÉAL  
PARIS

The  
Ordinary.

ESTÉE  
LAUDER  
COMPANIES

G  
Glossier.

Drunk  
Elephant

AVEDA

FB  
FENTY BEAUTY  
BY RIHANNA

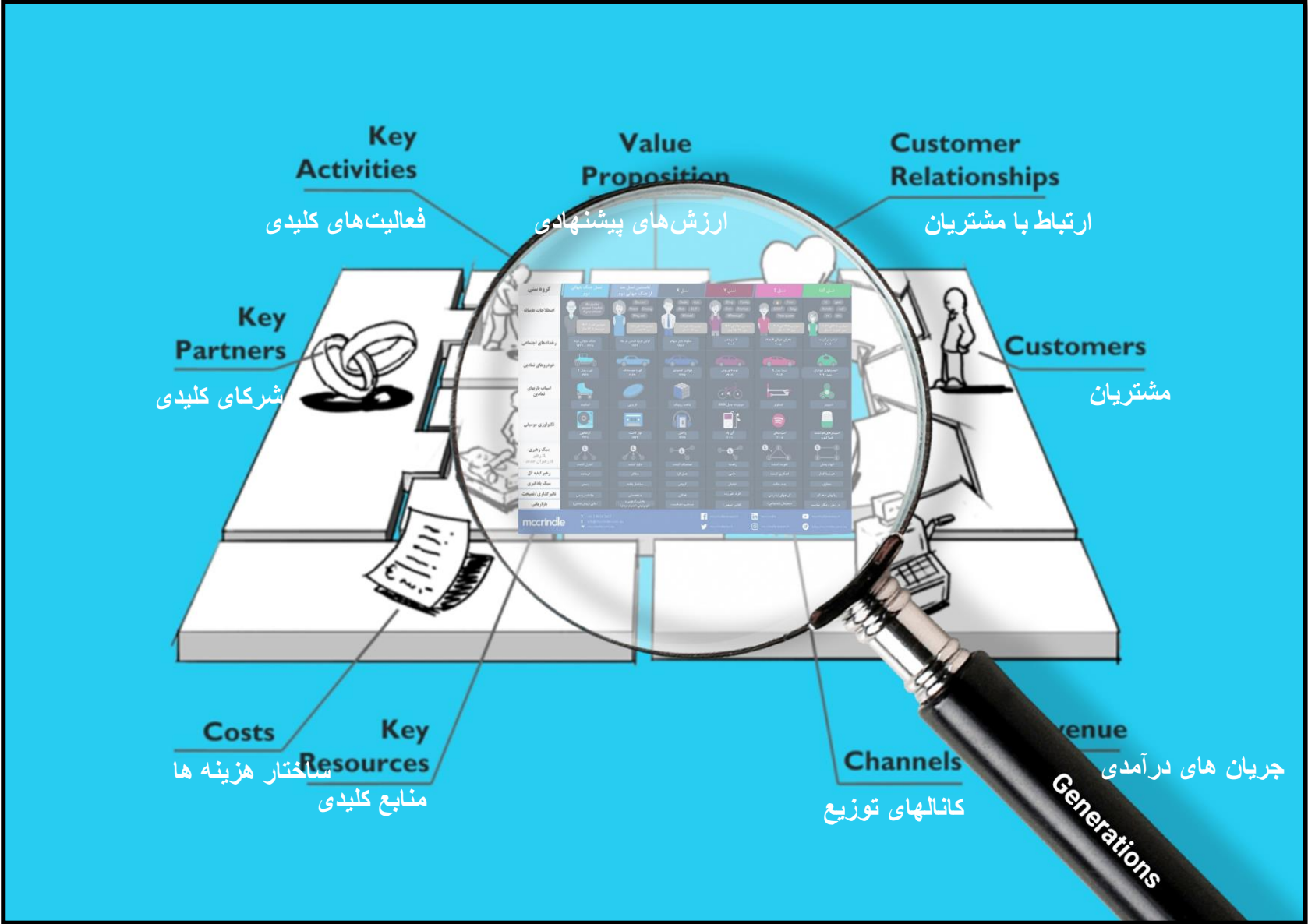
KYLIE

PAT McGRATH LABS

تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیعزاده

CDIE  
Cosmetics  
Detergents  
Industrial  
Event

# Generations



تغییر پارادایم‌ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع‌زاده

# Generations

گروه سنی	نسل جنگ جهانی دوم	نخستین نسل بعد از جنگ جهانی دوم	نسل X	نسل Y	نسل Z	نسل آلفا
اصطلاحات عامیانه	 We prefer proper English if you please متولدین: قبل از ۱۹۴۶ سن: بیش از ۷۴ سال	 Be cool Peace Groovy Way out متولدین ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴ سن: ۷۴-۵۵ سال	 Dude Ace Rad As if Wicked متولدین ۱۹۶۵ تا ۱۹۷۹ سن: ۵۴-۴۰ سال	 Bling Funky Doh Foshizz Whassup? متولدین ۱۹۸۰ تا ۱۹۹۴ سن: ۳۹-۲۵ سال	 Fam GOAT Slay Yass queen متولدین ۱۹۹۵ تا ۲۰۰۹ سن: ۲۴-۱۰ سال	 lit yeet hundo oof rn idrc متولدین ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۴ سن: کمتر از ۱۰ سال
رخداد های اجتماعی	جنگ جهانی دوم ۱۹۳۹ - ۱۹۴۵	اولین فرود انسان در ماه ۱۹۶۹	سقوط بازار سهام ۱۹۸۷	۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱	بحران جهانی اقتصاد ۲۰۰۸	ترامپ / برگزیت ۲۰۱۶
خودرو های نمادین	 فورد مدل T ۱۹۲۷	 فورد موستانگ ۱۹۶۴	 هولدن کومودور ۱۹۷۸	 تویوتا پریوس ۱۹۹۷	 تسلا مدل S ۲۰۱۲	 اتومبیل های خودران دهه ۲۰۲۰
اسباب بازی های نمادین	 اسکیت	 فریزی	 مکعب روبیک	 دوچرخه مدل BMX	 اسکو تر	 اسپینر
تکنولوژی موسیقی	 گرامافون ۱۹۴۸	 نوار کاست ۱۹۶۲	 واکمن ۱۹۷۹	 آی پاد ۲۰۰۱	 اسپاتیفای ۲۰۰۸	 اسپیکر های هوشمند هم اکنون
سبک رهبری L: رهبر !: رهبران جدید	 کنترل کننده	 اداره کننده	 هماهنگ کننده	 راهنما	 تقویت کننده	 الهام بخش
رهبر ایده آل	فرمانده	متفکر	عمل گرا	حامی	همکاری کننده	هم پیمانگذار
سبک یادگیری	رسمی	ساختار یافته	گروهی	تعاملی	چند حالتی	مجازی
تاثیر گذاری / نصیحت	مقامات رسمی	متخصصان	فعالان	افراد هم رده	گروه های اینترنتی	رابطه های سختگو
بازار یابی	جایی (روش سنتی)	پخش رادیویی و تلویزیونی (عموم مردم)	مستقیم (هدفمند)	آنلاین (متصل)	دیجیتال (اجتماعی)	در زمان و مکان مناسب

تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

mccrindle

T +61 2 8824 3422  
E info@mccrindle.com.au  
W mccrindle.com.au

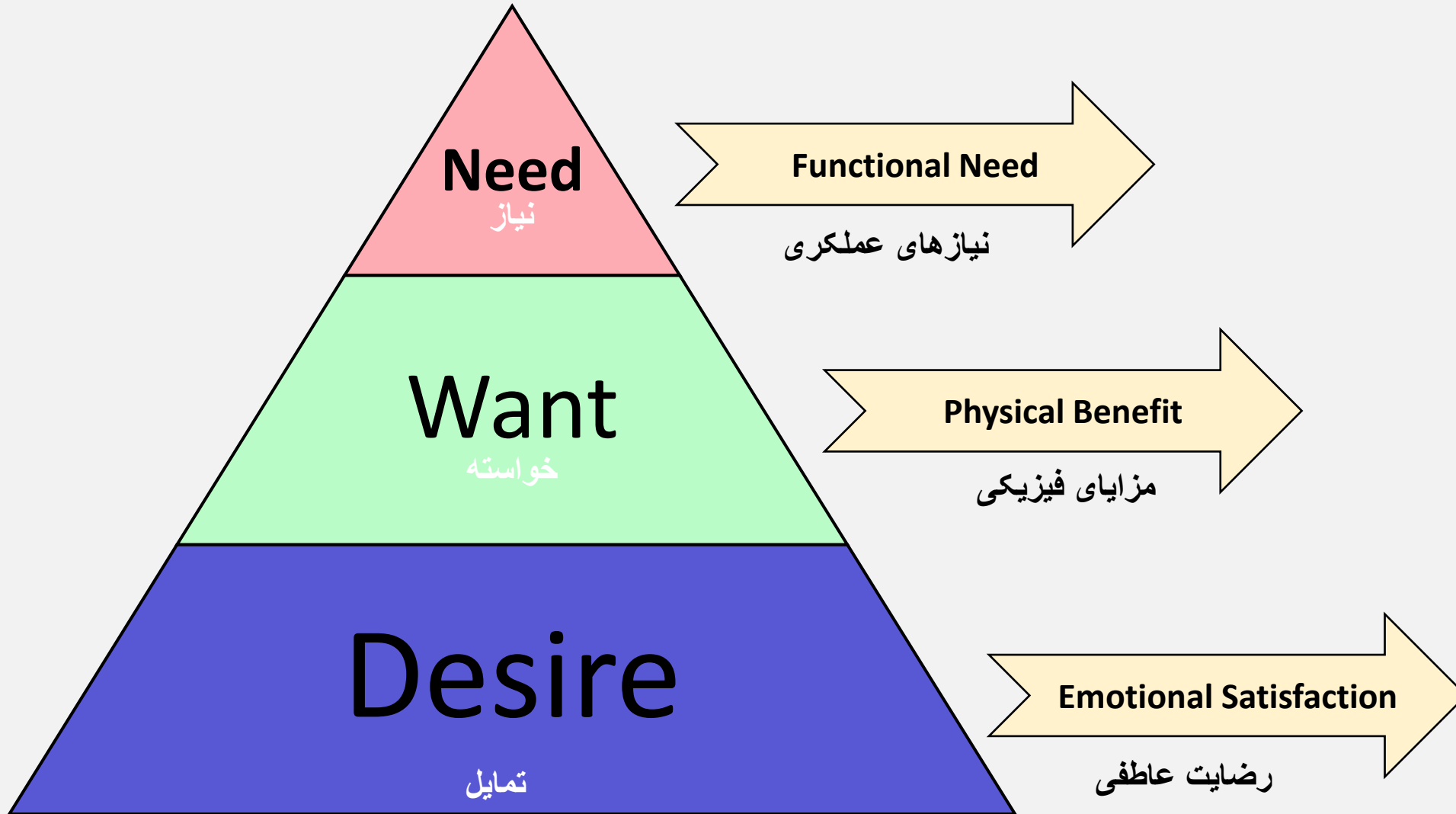
mccrindlerearch  
 mccrindlersrch

mccrindle  
 mccrindlerearch

mccrindlerearch  
 blog.mccrindle.com.au

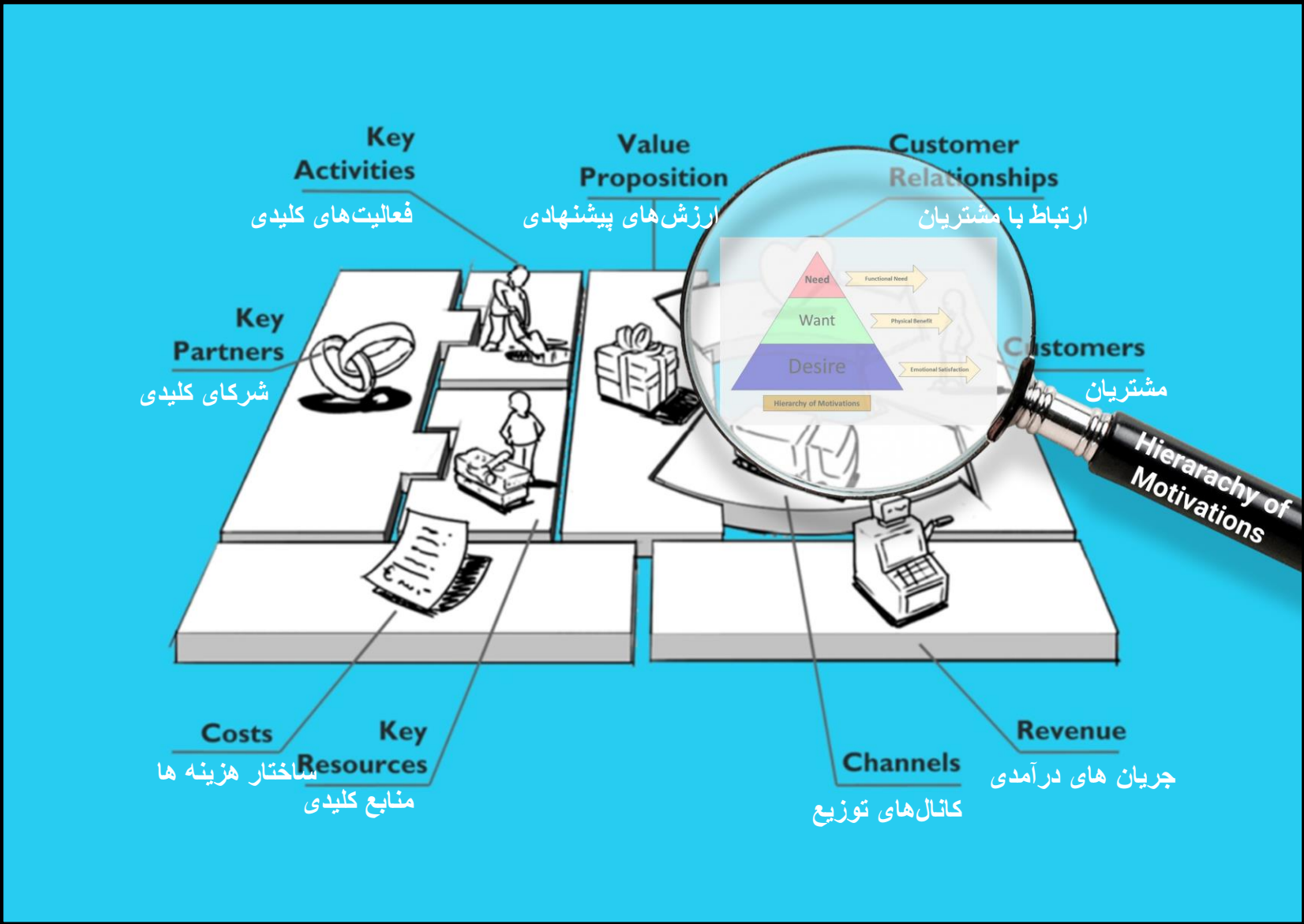
**CDIE** Cosmetics  
Detergents  
Industrial  
Event

# Hierarchy of Motivations



تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده

# Hierarchy of Motivations



تغییر پارادایم‌ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
 رامین سمیع‌زاده

## Opportunity Cost

هزینه فرصت‌های از دست رفته را چه کسی پرداخت می‌کند؟! یکی از اصلی‌ترین هزینه‌هایی که به سیستم‌ها تحمیل می‌شود و معمولاً محاسبه و تحلیل آن مغفول می‌ماند و اتفاقاً شاخص مناسبی است برای ارزیابی توانمندی مدیران و مسئولان: "هزینه فرصت‌های از دست رفته" ناشی از تصمیمات و عملکرد مسئولین و اصحاب قدرت در سیستم‌هاست.

بعنوان مثال می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- هزینه فرصت‌های از دست رفته بابت نظام آموزشی معیوب در کشور، فرار مغزها، تضعیف و محدودسازی صاحبان ایده، تفکر و تخصص
- فرصت‌های از دست رفته کشور در حوزه‌های صنعتی و خدماتی در دوره تحریم، چه بسا فرصت‌های پسا تحریم
- "فیلترینگ و محدودیت‌های اینترنتی" که علاوه بر تحمیل خسارات اجتماعی و کسب و کاری به مردم و کشور، هزینه‌های فرصت‌های از دست رفته ناشی از آن در بعد ملی و بین‌المللی بسیار عمیق، گسترده و جبران ناپذیر است.





## Fast Implementation

کلید موفقیت در دنیای کسب و کار مدرن:

اجرای سریع به معنای پیاده‌سازی ایده‌ها یا پروژه‌ها با حداقل زمان ممکن و بدون کاهش کیفیت

مزایا:

- صرفه‌جویی در زمان: کاهش زمان رسیدن به بازار (**Time-to-Market**)
- افزایش بهره‌وری: انجام کارها **سریع‌تر و بهتر**
- کاهش هزینه‌ها: **بهینه‌سازی منابع**
- رقابت‌پذیری: **پیشی گرفتن از رقبای در زمان تحویل**

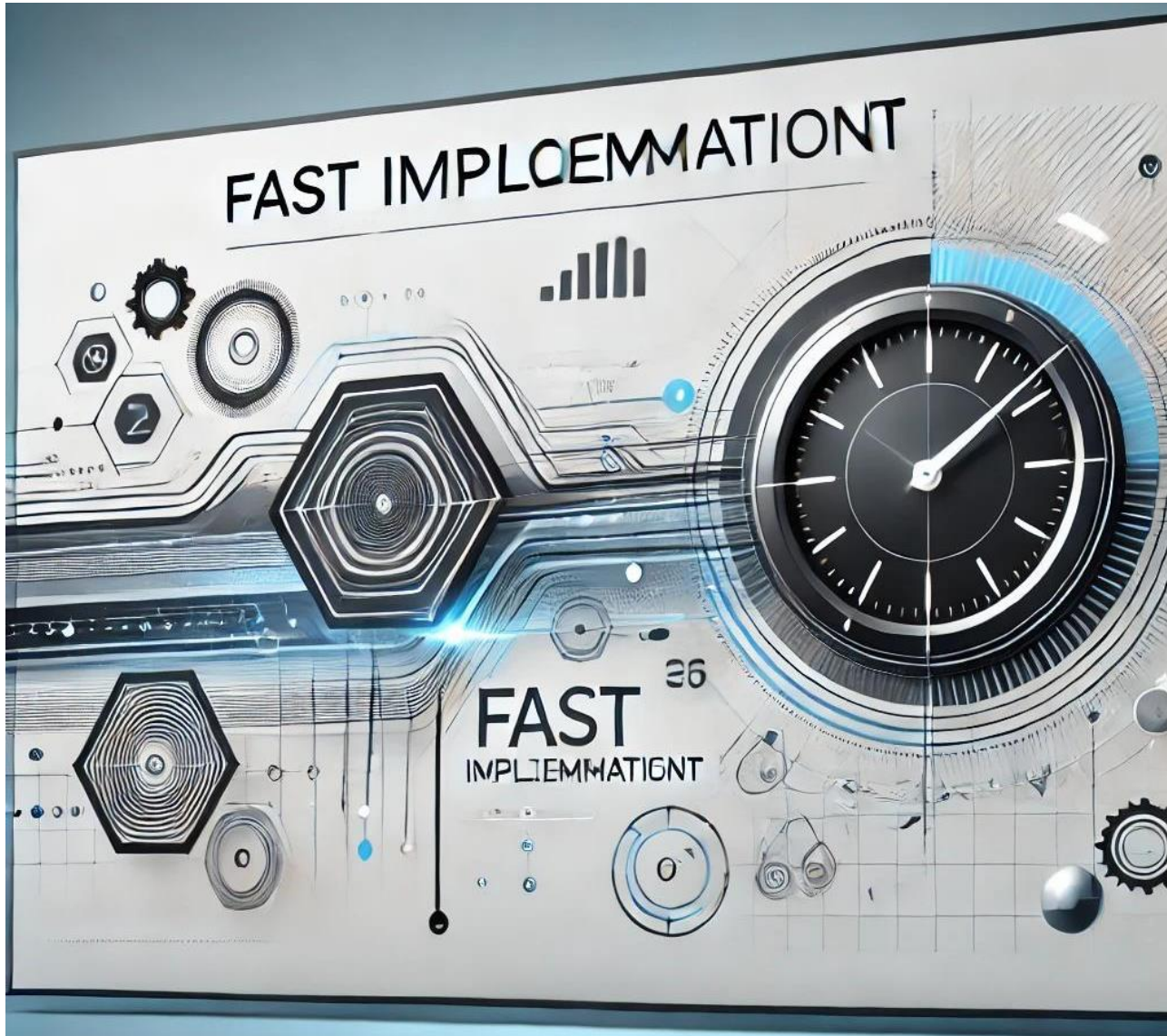
گام‌های اجرایی:

- اهداف مشخص و قابل اندازه‌گیری تعیین کنید (**Define Clear Goals**)
- روی مهم‌ترین وظایف تمرکز کنید (**Prioritize Tasks**)
- از متدولوژی‌های چابک برای مدیریت پروژه استفاده کنید (**Use Agile Methods**)
- ابزارهای پیشرفته را به کار بگیرید (**Leverage Technology**)
- پیشرفت را اندازه‌گیری کنید و تغییرات لازم را اعمال کنید (**Monitor & Adapt**)

چالش‌ها:

- فشار زمانی: **خطر کاهش کیفیت**
- محدودیت منابع: نیاز به **برنامه‌ریزی دقیق**
- هماهنگی تیم: نیاز به **ارتباطات موثر**

## Fast Implementation



### نتیجه گیری:

- اجرای سریع زمانی موفق است  
که **بین سرعت و کیفیت**  
**تعادل برقرار شود**
- **استراتژی‌های مناسب**  
می‌توانند عملکرد تیم را به  
سطحی بالاتر برسانند

## Fast Implementation

### برندهای موفق در دنیای آرایشی و بهداشتی

#### 1. Fenty Beauty

- معرفی سریع طیف گسترده‌ای از محصولات برای تنوع رنگ پوست
- چالش بازار: کمبود محصولات آرایشی برای انواع رنگ پوست
- اقدام سریع: در سال ۲۰۱۷، **ریحانا و Fenty Beauty** به سرعت محصولات با ۴۰ سایه کرم پودر عرضه کردند که توانست نیاز بازار را پوشش دهد
- نتیجه: این استراتژی نه تنها موجب فروش بالا شد بلکه سایر برندها را نیز وادار به افزایش تنوع محصولات کرد

#### 2. Estée Lauder

- استفاده از دیجیتال برای توسعه سریع محصولات
- چالش: افزایش رقابت در بازارهای آنلاین
- اقدام: **استی لادر از AI و داده‌های مصرف‌کنندگان برای تحلیل نیازها و طراحی محصولات جدید استفاده کرد** در نتیجه، زمان توسعه محصولات به شدت کاهش یافت
- نمونه: عرضه سریع محصولات جدید در پاسخ به ترندهای شبکه‌های اجتماعی مانند ماسک‌های مراقبتی پوست

## Fast Implementation

برندهای موفق در دنیای آرایشی و بهداشتی

### 3 . L'Oréal

واقعیت افزوده (AR) و محصولات سفارشی

- چالش: افزایش تقاضا برای شخصی سازی و تجربه مجازی
- اقدام: لورآل از **فناوری ModiFace برای تست مجازی** محصولات استفاده کرد و به سرعت **محصولات شخصی سازی شده** را معرفی کرد
- نتیجه: رشد چشمگیر در تجارت الکترونیک و افزایش تعامل با مصرف کنندگان

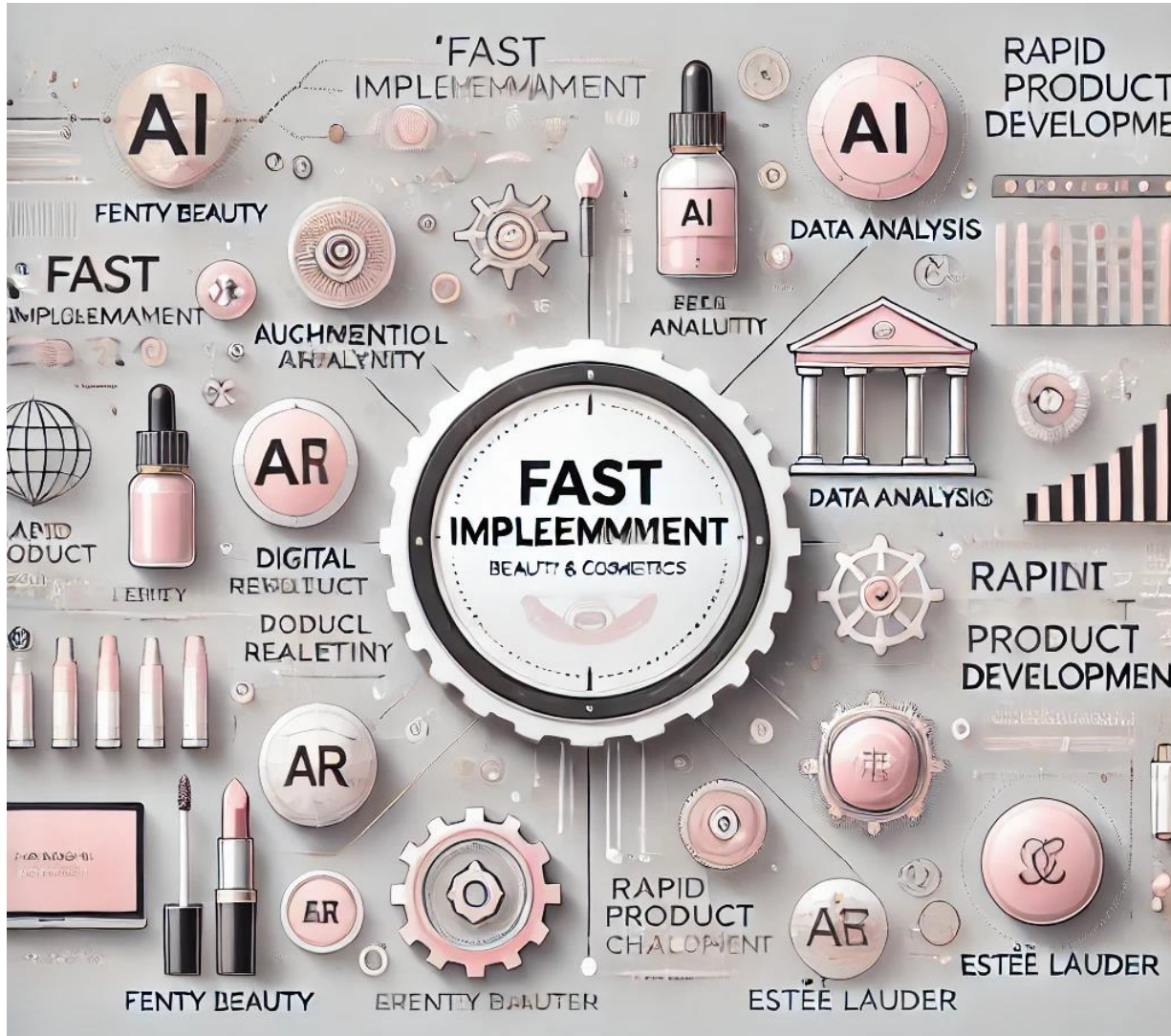
### 4 . The Ordinary

عرضه سریع محصولات علمی با شفافیت بالا

- چالش: **تقاضای مصرف کنندگان برای محصولات مراقبتی با قیمت مناسب و فرمول های ساده**
- اقدام: برند The Ordinary محصولات علمی-محور با **ترکیبات شفاف را در بازه زمانی کوتاه به بازار عرضه کرد**
- نتیجه: استقبال گسترده مصرف کنندگان و موفقیت در بازارهای رقابتی

## Fast Implementation

برندهای موفق در دنیای آرایشی و بهداشتی



نتیجه گیری:

اجرای سریع در این صنعت، نیازمند:

1. تحلیل دقیق داده‌های مصرف‌کنندگان
2. واکنش به ترندهای بازار
3. استفاده از فناوری‌های نوین AI، AR و زنجیره تأمین چابک
4. ارتباط نزدیک با شبکه‌های اجتماعی و بازخورد کاربران



مازنده به آنیم که آرام نگیریم  
موجیم که آسودگی ما عدم ماست...

تغییر پارادایم ها در دنیای آرایشی و بهداشتی  
رامین سمیع زاده