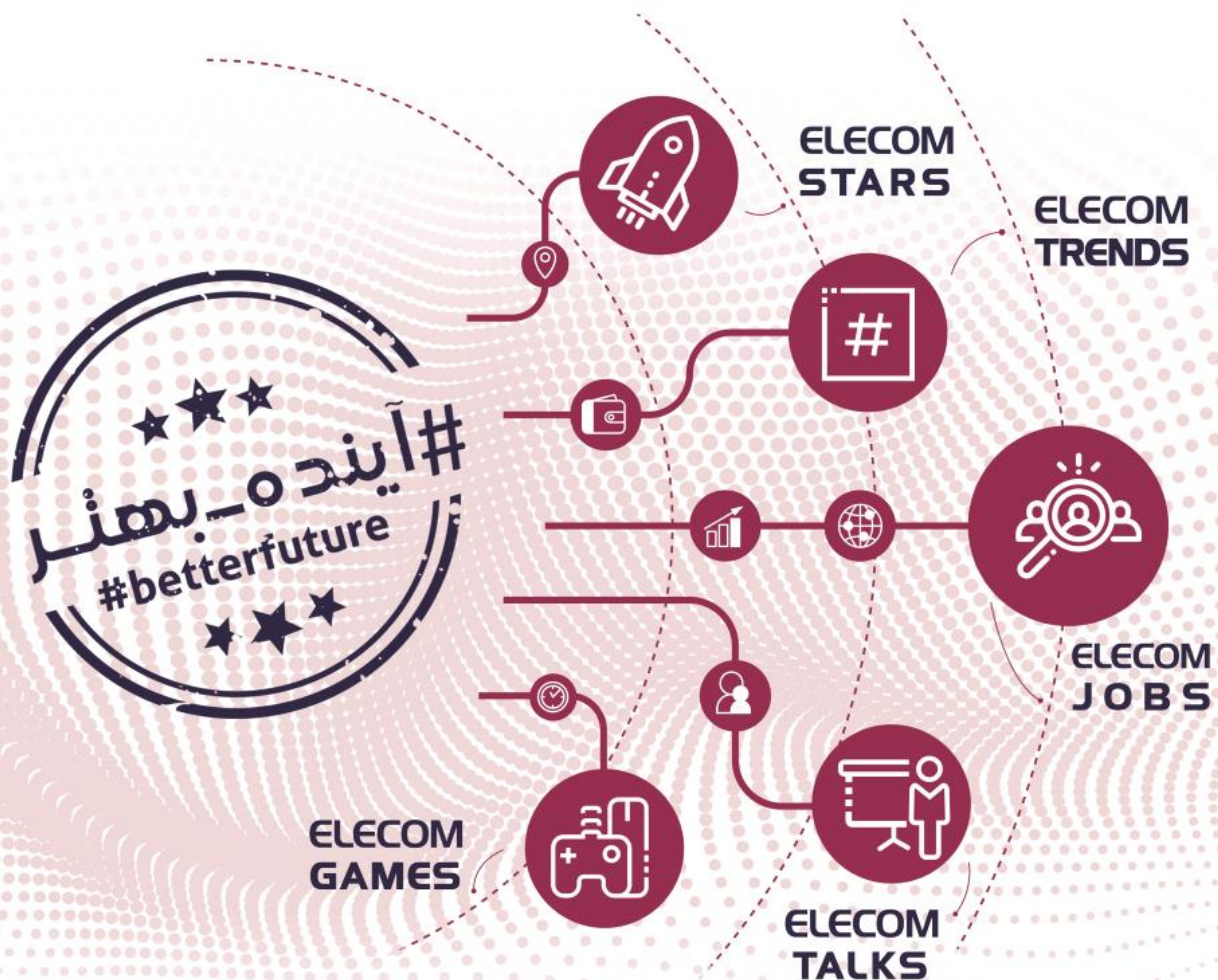


# نمایشگاه الکامپ ۲۵

## گزارش جمع‌بندی



مشخصات سند

<p>در این سند گزارشی اجمالی از برگزاری بیست و پنجمین دوره نمایشگاه «الکامپ» ارائه شده است. هدف این گزارش بررسی ابعاد مختلف برگزاری این نمایشگاه بزرگ، ثبت درس‌آموخته‌ها و نیز تدبیر راهکارهایی برای بهبود فرآیند برگزاری آن در سالهای آتی است.</p>	<p>خلاصه</p>
<p>۴</p>	<p>نسخه</p>
<p>مهر ۹۸</p>	<p>تاریخ</p>
<p>کمیته اجرایی الکامپ</p>	<p>تهیه‌کننده</p>

فهرست مطالب

۱	کلیات	(۱)
۱-۱	مقدمه	(۱-۱)
۱-۲	هدف و محدوده	(۱-۲)
۱-۳	تعاریف و اصطلاحات	(۱-۳)
۱-۴	مخاطبین	(۱-۴)
۱-۵	ساختار و سازمان اجرایی	(۱-۵)
۲	اقدامات اولیه نمایشگاه	(۲)
۲-۱	مشخصات کلی	(۲-۱)
۲-۲	نمایشگاه از منظر آمار	(۲-۲)
۲-۳	آمار مشارکت‌کنندگان	(۲-۳)
۲-۴	اخبار و اطلاع‌رسانی	(۲-۴)
۲-۵	بازدیدکنندگان	(۲-۵)
۳	درس آموخته‌های الکامپ ۲۵	(۳)
۳-۱	جلسات کمیته اجرایی	(۳-۱)
۳-۲	تعیین تاریخ، اعطای مجوز برگزاری و تعیین مجری	(۳-۲)
۳-۳	برنامه‌ریزی پروژه	(۳-۳)
۳-۴	ثبت‌نام	(۳-۴)
۳-۵	برگزاری الکام استارز	(۳-۵)
۳-۶	برگزاری الکام تاکز	(۳-۶)
۳-۷	برگزاری الکام ترندز	(۳-۷)
۳-۸	برگزاری الکام جایز	(۳-۸)
۳-۹	برگزاری الکام پیچ	(۳-۹)
۳-۱۰	برگزاری الکام گیمز	(۳-۱۰)
۳-۱۱	اطلاع‌رسانی و تبلیغات	(۳-۱۱)
۳-۱۲	برگزاری مراسم افتتاحیه	(۳-۱۲)
۳-۱۳	مدیریت عمومی نمایشگاه	(۳-۱۳)
۳-۱۴	غرفه‌های ارزی	(۳-۱۴)
۳-۱۵	برپایی غرفه نصر	(۳-۱۵)
۳-۱۶	سالن دولت الکترونیک	(۳-۱۶)
۳-۱۷	مراسم اختتامیه	(۳-۱۷)
۳-۱۸	دعوت از مدعوین	(۳-۱۸)
۳-۱۹	بخش بین‌الملل	(۳-۱۹)
۳-۲۰	حضور نصرهای استانی	(۳-۲۰)
۲۵	جمع‌بندی	(۴)

## فهرست جداول

- جدول ۱: آمار مشارکت کنندگان در نمایشگاه..... ۶
- جدول ۲: آمار عملکرد ستاد خبری در بخش برگزاری رویدادها..... ۶
- جدول ۳: آمار اخبار منتشر شده در رسانه‌ها..... ۷
- جدول ۴: اخبار منتشر شده در صدا و سیما..... ۷
- جدول ۵: عملکرد تصویری ستاد خبری نمایشگاه..... ۸
- جدول ۶: آمار نشست های بخش الکام تاگز..... ۱۳

## (۱) کلیات

### (۱-۱) مقدمه

بیست و چهارمین دوره نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ) از ۶ تا ۹ مرداد ماه سال ۱۳۹۷ در شرایطی برگزار شد که چند هفته پیش از آن، آمریکا خروج یک جانبه این کشور از پیمان برجام را اعلام و تنش‌ها و نوسانات ارزی فضای جامعه را ملتهب کرده بود. محمدباقر اثنی‌عشری، رئیس سازمان نظام صنفی رایانه‌ای دو هفته پس از پایان الکامپ سال ۹۷ در پیامی درخواست کرد: «برای الکامپی متفاوت در سال ۱۳۹۸ برنامه‌ریزی کنیم.»

الکامپ ۲۵ از ۲۷ تا ۳۰ تیرماه سال ۱۳۹۸ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران (در ۲۰ سالن، ۶۵،۰۰۰ متر مربع فضای نمایشگاهی و ۳۲،۵۰۰ متر مربع فضای مفید) برگزار شد. ویژگی‌های خاص این نمایشگاه و نقش و تاثیر آن در رشد صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور، نیازمند مستند سازی وقایع و بررسی نقاط قوت و ضعف، با هدف برنامه‌ریزی برای ارتقای آن در سالهای آتی است.

تخمین زده می‌شود که حدود ۱۰۰ هزار نفر از الکامپ ۲۵ بازدید کرده باشند که نزدیک به عدد نمایشگاه منطقه‌ای جیتکس است. بخش عمده‌ای از این ترافیک انسانی احتمالاً توسط سالن‌های الکام‌استارز ایجاد شد که با ۳۵۰ غرفه حدود ۵۰۰ تیم را در خود جا داده بودند و خود دارای جمعیت بالایی از دوستان، تیم و طرفداران در شبکه‌ای اجتماعی بودند.

### (۱-۲) هدف و محدوده

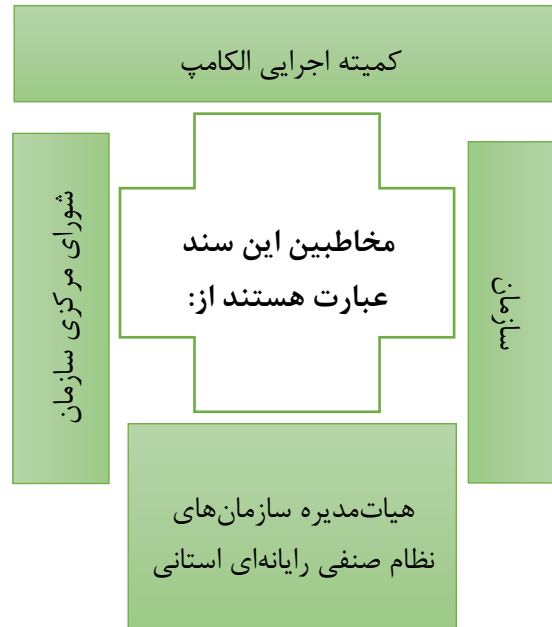
هدف این سند، ارائه گزارشی از ابعاد مختلف برگزاری الکامپ ۲۵ است. در این گزارش علاوه بر نقاط و قوت این نمایشگاه، تلاش شده تا موارد اصلاحی و قابل بهبود هم ذکر شده تا در برگزاری الکامپ ۲۶ مورد توجه قرار گیرد. محدوده این سند، منحصرأ الکامپ ۲۵ و موضوعات مربوط به برگزاری آن است.

### (۱-۳) تعاریف و اصطلاحات

در این سند و به منظور پرهیز از اطاله کلام، از عبارات و اصطلاحات زیر استفاده شده است.

- **نمایشگاه:** منظور «بیست و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی الکترونیک، کامپیوتر و تجارت الکترونیک (الکامپ)» است که از ۲۷ تا ۳۰ تیرماه سال ۱۳۹۸ در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد.
- **سازمان:** منظور «سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور» است که مسئول برگزاری نمایشگاه بوده و است.
- **مجری:** منظور «شرکت راهکار تجارت کوشا» است که مسئولیت انجام کلیه فعالیت‌های اجرایی نمایشگاه را تحت نظارت سازمان بر عهده داشت.

مخاطبین (۱-۴)



ساختار و سازمان اجرایی (۱-۵)

بنا به مصوبه شورای مرکزی سازمان نظام صنفی کشور، شورای سیاست‌گذاری نمایشگاه با ترکیب زیر برگزیده شدند:



• محمدباقر اثنی‌عشری (تهران) - رئیس سازمان نصر کشور



• عباس رمدانی (مازندران) - نایب رئیس سازمان نصر کشور



• نظام‌الدین خوارزمی (فارس) - نایب رئیس سازمان نصر کشور



• محمد اطرچ (اصفهان) - خزانه دار سازمان نصر کشور

- حسن هاشمی (خراسان رضوی) - نماینده شورای مرکزی در کمیته اجرایی



برای برنامه‌ریزی و مدیریت عالی فعالیت‌های برگزاری نمایشگاه، کمیته اجرایی الکامپ با ترکیب زیر تشکیل شد:

- رسول سرائیان (دبیرکل سازمان نظام صنفی رایانه‌ای کشور)



- حسن هاشمی (نماینده شورای مرکزی)



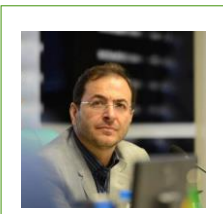
- رضا حیدری رنجبر (مدیر اجرایی)



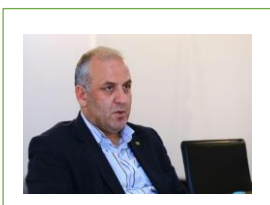
- آرش برهمند (مدیر بخش الکام‌استارز)



- حسن یوسفی (مدیر روابط عمومی سازمان نظام صنفی رایانه‌ای)



- محمد ثروتی (مدیر مشتریان بزرگ)



- سید علی آذرکار (دبیر سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران)



- هاتف خرمشاهی (معاون دبیرکل سازمان نظام صنفی رایانه‌ای)



- آزاد معروفی (مدیر بخش الکامپ‌ترندز)



- منیژه سلطان‌الکتابی (نماینده خزانه‌دار سازمان نظام صنفی رایانه‌ای)



- مرجان پرویزی (دبیر ستاد اجرایی نمایشگاه)

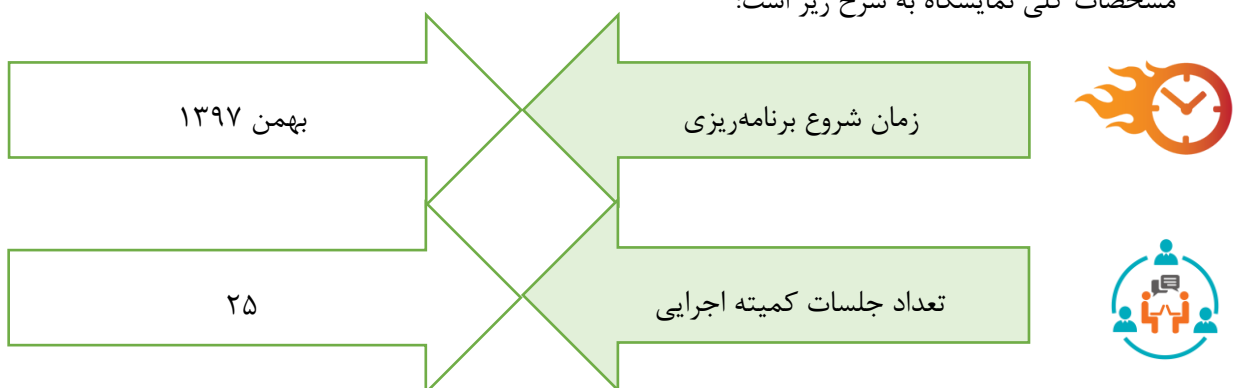


## ۲) اقدامات اولیه نمایشگاه

در این فصل، اطلاعات آماری نمایشگاه که پس از پایان آن توسط کمیته اجرایی جمع‌بندی شده، آمده است.

### ۲-۱) مشخصات کلی

مشخصات کلی نمایشگاه به شرح زیر است:





نمایشگاه از منظر آمار

(۲-۲)



۲-۳ آمار مشارکت‌کنندگان

تفکیک مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه به شرح جدول شماره ۱ است:

جدول ۱: آمار مشارکت‌کنندگان در نمایشگاه

نوع	تعداد	متراژ اختصاص یافته (مترمربع)	درصد از کل فضای مفید نمایشگاه
شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴۲۹	۲۰,۷۸۱	٪۶۶
استارت آپ	۲۲۸	۸,۵۰۲	٪۲۶
کانترهای استارت‌آپی	۱۲۲	۰	۰
دولت الکترونیک	۳۴	۳,۳۲۰	٪۸



۲-۴ اخبار و اطلاع‌رسانی

آمار مربوط به عملکرد ستاد خبری در بخش برگزاری رویدادها شامل نشست خبری، امضای تفاهم نامه و رونمایی، در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: آمار عملکرد ستاد خبری در بخش برگزاری رویدادها

۲۲	}	• تعداد نشست های خبری:
۸		• تعداد یادداشت تفاهم:
۳		• تعداد رونمایی:

آمار مربوط به تولید خبر و اطلاع‌رسانی در خصوص نمایشگاه، در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳: آمار اخبار منتشر شده در رسانه‌ها



آمار اخبار منتشر شده در خصوص نمایشگاه در رسانه ملی (صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)، به شرح جدول شماره ۴ است:

جدول ۴: اخبار منتشر شده در صداوسیما



عملکرد ستاد خبری از حیث آماری به شرح جدول شماره ۵ است:

جدول ۵: عملکرد تصویری ستاد خبری نمایشگاه

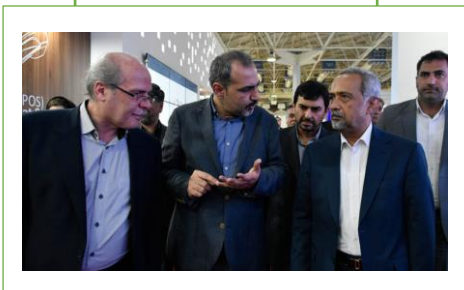
۱۲۸۷ دقیقه	• پخش زنده (آپارات):
۶۵	• مصاحبه با فعالان فاوا و انتشار در آپارات:
۸	• تولید و انتشار کلیپ معرفی اجزا الکامپ و نشر قبل از برگزاری در شبکه های اجتماعی:
۸	• تولید و انتشار کلیپ روزانه از اتفاقات نمایشگاه:

#### بازدیدکنندگان (۲-۵)

در مجموع، حدود ۱۰۰ نفر از مقامات لشکری، کشوری و صنفی از نمایشگاه بازدید کردند:



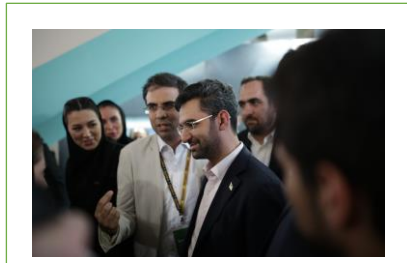
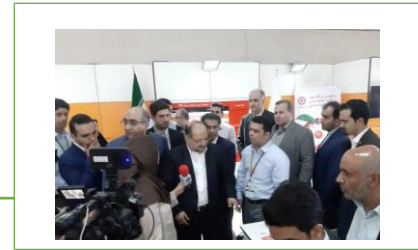
معاونان رئیس جمهور



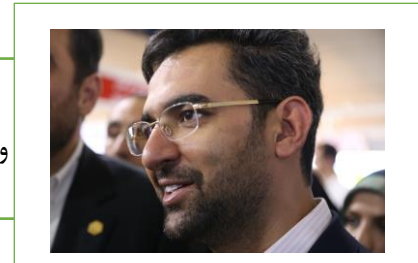
- مشاور مقام معظم رهبری
- ۳ نفر از معاونین رئیس جمهور
- ۷ نفر از وزیران
- رئیس و معاونین مرکز ملی فضای مجازی
- تعدادی از نمایندگان مجلس
- تعدادی از معاونین و روسای سازمان‌ها
- ۵ نفر از مقامات قوه قضائیه
- شهردار تهران و تعدادی از معاونین شهرداری
- استاندار تهران
- تعدادی از مقامات نظامی و انتظامی
- روسای نهادهای صنفی
- معاونین سازمان صداوسیما



جمعی از وزیران



وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات



سرپرست وزارت آموزش و پرورش



استاندار تهران



شهردار تهران



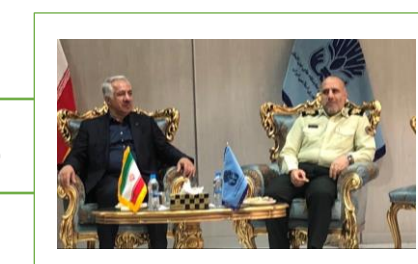
رئیس سازمان  
فناوری اطلاعات



معاون قوه قضاییه



فرمانده انتظامی تهران بزرگ



### ۳) درس آموخته های الکامپ ۲۵

در این فصل، سرفصل‌های مهم برنامه‌ریزی برگزاری نمایشگاه برشمرده و موضوعات مرتبط با هر کدام تحلیل شده است.

#### ۳-۱) جلسات کمیته اجرایی

جلسات کمیته اجرایی از اواسط بهمن ماه سال ۱۳۹۷ برگزار و با فراخوان‌هایی از تمامی فعالان در سراسر کشور درخواست مشارکت و همراهی شد. این جلسات تا هفته بعد از مراسم اختتامیه، یعنی نیمه شهریورماه ۹۸ به طور منظم و با مشارکت فعال و چالشی اعضا برگزار شد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعامل و هم‌افزایی مناسب تیم</li> <li>• مشارکت فعال اعضا در برنامه‌ریزی و اجرای فعالیت‌های</li> <li>• برگزاری منظم جلسات</li> <li>• انجام هماهنگی‌ها به شکل مناسب</li> <li>• حضور مستمر و فعال رئیس سازمان</li> <li>• حضور مدیر روابط عمومی در تمام جلسات</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• برنامه ریزی دیر هنگام بخش الکام‌جایز</li> <li>• نامشخص بودن مدیریت بخش الکام‌گیمز</li> <li>• تعیین دیر هنگام مدیر بخش الکام‌ترندز</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعیین یک مدیر مناسب برای بخش الکام‌جایز در زمان مقرر</li> <li>• تعیین یک مدیر مناسب برای بخش الکام‌گیمز در زمان مقرر</li> <li>• تعیین مدیر بخش الکام‌ترندز در زمان مقرر</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

#### ۳-۲) تعیین تاریخ، اعطای مجوز برگزاری و تعیین مجری

مجوز برگزاری نمایشگاه در اواسط اردیبهشت ۱۳۹۸ رسماً صادر شد؛ اگر چه تاییدات شفاهی پیش‌تر به سازمان داده شده بود.

هم در مورد تقویم و هم در مورد ساعات کار نمایشگاه بحث‌ها و بازخوردهایی وجود داشت. مبنی بر اینکه ساعت کار نمایشگاه با توجه به گرما به عصر تا شب (به جای صبح تا عصر) انتقال پیدا کند.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• حضور شرکت مجری برای پنج سال متوالی</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تاخیر در صدور مجوز (و پیامدهای ناشی از آن)</li> </ul>	نقاط ضعف

<ul style="list-style-type: none"> <li>• مکاتبه و پیگیری یا شرکت سهامی نمایشگاه‌ها برای تسریع در صدور مجوز</li> <li>• حل مشکل هم‌زمانی الکامپ ۲۶ (۲۷ تا ۳۰ تیر ماه ۱۳۹۹) با «دوازدهمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ‌های تزئینی، معدن، ماشین‌آلات و تجهیزات مربوطه»</li> <li>• تعیین سالن‌های اختصاصی برای بازدیدکنندگان متخصص</li> <li>• تعیین روزهایی منحصرأً برای بازدیدکنندگان تخصصی</li> <li>• افزایش ساعت بازدید</li> <li>• افزایش حداقل یک روز به نمایشگاه</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>
--	-----------------------------

برنامه‌ریزی پروژه (۳-۳)

منظور از برنامه‌ریزی، فعالیت‌هایی مانند تعیین ساختار اجرایی، هدف‌گذاری، زمان‌بندی، نقاط عطف، تدوین سیاست‌های اجرایی برگزاری، ... است.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• تشکیل جلسات مستمر و بدون وقفه از بهمن ماه ۹۷ تا بعد از مراسم اختتامیه شهریورماه ۹۸</li> <li>• تیم اجرایی دارای تجربه سالهای قبل</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم امکان برنامه‌ریزی به دلیل تاخیر در واگذاری (شفاهی) نمایشگاه</li> <li>• عدم تهیه/دسترسی به تجارب قبلی به صورت مستند</li> <li>• عدم وجود یک برنامه زمان‌بندی مشخص</li> <li>• عدم رعایت زمان‌بندی‌ها (مانند تمدید یک ماهه ثبت‌نام)</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعیین یک برنامه زمان‌بندی (توسط دفتر مدیریت پروژه سازمان)</li> <li>• تعیین دقیق فعالیت‌های (سطح ۱، سطح ۲، ...)</li> <li>• تعیین مایلستون‌ها</li> <li>• تدوین منشور برگزاری نمایشگاه (اهداف، سیاست‌ها، چارچوب‌ها، ...)</li> <li>• تعیین نقش‌ها و مسئولیت‌ها</li> <li>• مستندسازی فعالیت‌ها</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>

ثبت‌نام (۳-۴)

ثبت‌نام شرکت‌کنندگان در بخش‌های مختلف، از طریق وبگاه رسمی نمایشگاه مانند همیشه انجام شد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• شروع و ختم به موقع ثبت نام</li> <li>• اولویت واگذاری بر مبنای مترای غرفه و زمان ثبت‌نام</li> <li>• پایبندی و رعایت فرهنگ زمان بندی</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم امکان ثبت درخواست‌های متقاضیان متفرقه (مانند اتاق ایران و آلمان)</li> <li>• اطلاع‌رسانی مناسب به ثبت‌نام‌کنندگان</li> <li>• عدم ارائه وضعیت بخش‌های مختلف نمایشگاه</li> <li>• عدم امکان دسترسی برای پرداخت الکترونیک</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• تلاش برای ثبت درخواست همه متقاضیان (غیر شرکت‌ها) در وبگاه نمایشگاه</li> <li>• ارتباط با پورتال عضویت سازمان (به منظور گردآوری وضعیت حضور اعضای سازمان در نمایشگاه؛ عدم اخذ برخی اطلاعات از اعضای سازمان؛ ...)</li> <li>• ارائه اطلاعات وضعیت نمایشگاه در پورتال (به شکل مستمر)</li> <li>• طراحی و ایجاد اب نمایشگاه</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>
---	-----------------------------



برگزاری الکام استارز (۳-۵)

نمایشگاه با حضور پر شور استارت‌آپ‌ها در قالب ۳۵۰ غرفه برگزار شد. این بخش به گفته بسیاری از بازدیدکنندگان، یکی از بخش‌های جذاب و دیدنی نمایشگاه بود. الکام استارز



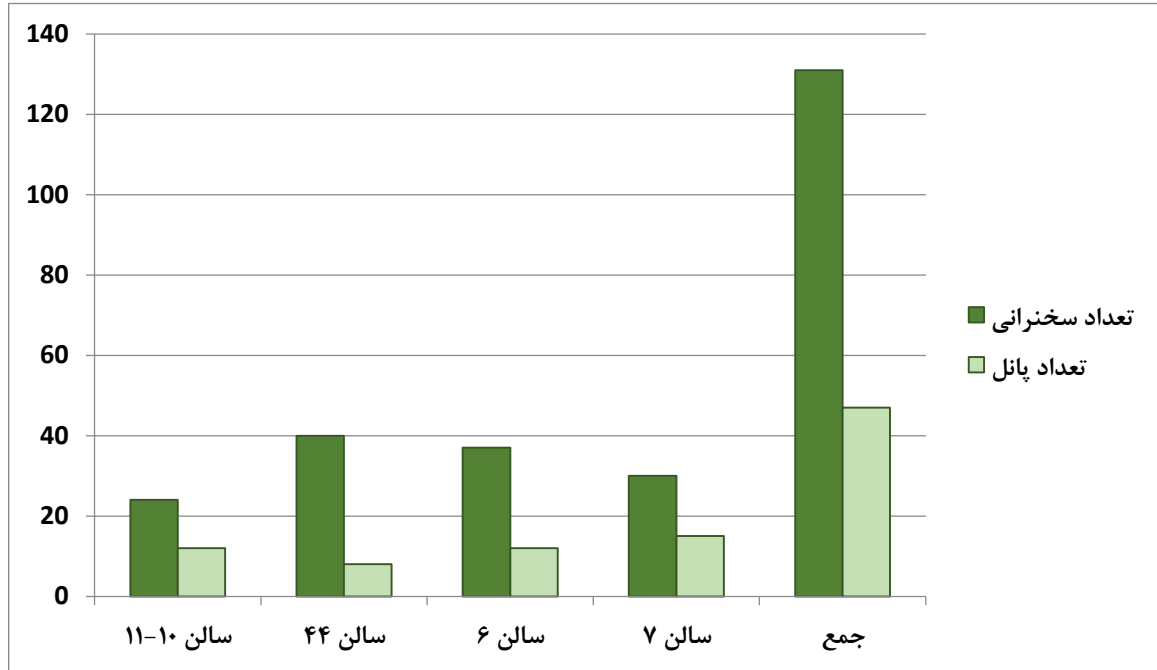
بخش الکام استارز امسال با داشتن ۳۵۰ غرفه در قالب سالن‌های ۷ تا ۱۳، نرخ رشد از نظر مساحت تحت اشغال رشد ۱۰۰ درصدی و از نظر تعداد استارت‌آپ رشد ۱۵ درصدی داشته است و مرکز توجه بسیار به ویژه از سوی مسئولین و رسانه‌ها بود. این را می‌توان به صورت مستقیم ناشی از همگرایی فوق‌العاده این بخش با بدنه الکامپ و به ویژه خود مدیر اجرایی نمایشگاه دانست. این رویداد به شدت در بدنه اکوسیستم استارت‌آپی کشور جا افتاده و تثبیت شده ولی نیازمند برنامه‌ریزی دقیق‌تر پیش از رویداد و تقویت بخش محتوایی خود است.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• وجود تجارب قبلی (چهار دوره) برگزاری این بخش</li> <li>• مدیریت و برنامه‌ریزی مناسب</li> <li>• استقبال و حضور استارت‌آپ‌های جدید</li> <li>• اجرای پایون سرمایه، تحت نام معاونت علمی با حضور موفقیت از ۶۵ تیم</li> <li>• حمایت هرچانه سازمان نظام صنفی</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• اجرای ناقص پایون شتاب</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• توسعه این بخش بر اساس بازخوردهای انجام شده در نمایشگاه</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>



عملکرد بخش الکام تاگز از منظر آماری در جدول شماره ۶ نشان داده شده است.

جدول ۶: آمار نشست‌های بخش الکام تاگز



سالن	تعداد سخنرانی	تعداد پانل
سالن ۱۰-۱۱	۲۴	۱۲
سالن ۴۴	۴۰	۸
سالن ۶	۳۷	۱۲
سالن ۷	۳۰	۱۵
جمع:	۱۳۱	۴۷

بخش الکام تاگز بعد از دو سال اجرا، کاملاً تثبیت شده و یکی از نقاط قوت نمایشگاه به عنوان تریبون آزاد کسب‌وکارها تلقی می‌شود. امسال نزدیک به ۲۵۰ برنامه سخنرانی طی ۴ روز برگزاری نمایشگاه برنامه‌ریزی و اجرا شد و بر اساس تخمین‌های انجام شده، حدود ۱۰،۰۰۰ نفر در این نشست‌ها حضور داشتند.



<ul style="list-style-type: none"> <li>• استقبال بیش از حد از این بخش</li> <li>• حمایت حامیان از این بخش</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم ارائه آخرین وضعیت سخنرانی‌ها در وبگاه نمایشگاه</li> <li>• اطلاع‌رسانی حداقل ۲۰ روز قبل</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• بهبود فرآیندهای زمان‌بندی و اطلاع‌رسانی</li> <li>• عدم وجود یک بانک اطلاعاتی از ارائه‌دهندگان و شرکت‌کنندگان و دسته‌بندی موضوعی نشست‌های مختلف الکام‌تاکز، از منظر شرکت‌کنندگان شامل تعداد، موضوع و محتوا</li> <li>• عدم وجود سامانه‌ای برای ثبت‌نام متقاضیان و برآوردی تخمینی تعداد شرکت‌کنندگان هر نشست (قبل از برگزاری آن)</li> <li>• بازنگری در راهبرد و نحوه مدیریت برگزاری نشست‌ها</li> <li>• توسعه کمی الکام‌تاکز (تعداد سالن‌ها)</li> <li>• توسعه کیفی سخنرانی‌ها (تنوع و گزینش افراد صاحب‌نظر در حوزه‌های مختلف)</li> <li>• امکان ارائه اطلاعات سخنرانی‌ها از طریق اپ تلفن همراه</li> <li>• بسته شدن این بخش از نمایشگاه تا ۱۰ روز قبل از برگزاری نمایشگاه برای داشتن فرصت کافی تبلیغ و اطلاع‌رسانی</li> <li>• نداشتن خلاصه‌ای از رزومه سخنرانان و چکیده مطالب</li> <li>• عدم دریافت وجه برای سخنرانان</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>



برگزاری الکام ترندز (۳-۷)

این بخش پس از یک دوره ناموفق، امسال با تلاش کمیسیون «اینترنت اشیا و داده‌های عظیم» سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران برگزار شد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• استقبال مناسب از این بخش</li> <li>• تشکیل یک تیم داوری برای گزینش شرکت‌کنندگان</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم حضور شرکت‌ها بر اساس ارائه‌های انجام شده</li> <li>• عدم ارائه محتوا که بنام ترندز شود به آن توجه کرد</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تسریع در فراخوان از متقاضیان</li> <li>• تعیین معیارهای ارزیابی متقاضیان</li> <li>• تقویت کمیته داوری</li> <li>• تخصیص فضای بزرگ‌تر در صورت استقبال از این بخش</li> <li>• حذف این بخش از سالن‌های نمایشگاه</li> <li>• ایجاد یک یا چند نشست، سمینار همزمان با نمایشگاه در سالن‌های موجود نمایشگاه</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>



برگزاری الکام جابز (۳-۸)

برای نخستین بار بخش الکام‌جابز، با هدف برقراری ارتباط بین کارفرمایان و کارجویان، در سالن ۶ غرفه‌هایی به رایگان واگذار شد. مأموریت اصلی الکام‌جابز، برنامه‌ریزی فرآیندی برای دریافت و تحلیل سوابق کاری کارجویان و به اشتراک گذاردن آن با کارفرمایان مورد نظر داشت. این بخش با استقبال پیش‌بینی شده مواجه نشد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>تشکیل این بخش برای اولین بار</li> <li>مشخص شدن وضعیت اجرای آن</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>عدم تحقق اهداف سازمان در این بخش (به طور کامل)</li> <li>مدیریت نامناسب</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>تعیین چارچوب برگزاری این بخش</li> <li>بازنگری در نحوه انتخاب مدیر</li> <li>حذف این بخش بطور مستقیم از سالن‌ها</li> <li>ایجاد یک بستر برای تمام شرکتها در تمام غرفه‌ها در جهت جذب نیروی کار</li> <li>ایجاد زیرساخت عمومی در جهت جذاب اطلاعات متقاضیان کار</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

برگزاری الکام پیچ (۳-۹)

بخش مسابقه الکام‌پیچ امسال با استقبال مناسبی برگزار شد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>حضور ۹۳ شرکت‌کننده</li> <li>برنامه‌ریزی برای اجرای با کیفیت و نظم و شفافیت بیشتر</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>نامناسب بودن محل (انتهای سالن ۱۳) و عدم بروز عمومی آن</li> <li>دیر هنگام بودن برای ثبت نام</li> <li>عدم وجود معیارهای مناسب از قبل تعیین شده و اطلاع‌رسانی آنها</li> <li>تعیین دوران در شکل حرفه‌ای</li> <li>عدم اطلاع‌رسانی برای ارائه</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>تمهید فضای و سالن مناسب برای برگزاری مراسم</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود



۳-۱۰ برگزاری الکامپ گیمز

برای دومین سال متوالی همزمان با نمایشگاه الکامپ الکامپ گیمز برگزار گردید موضوعی که مورد توجه سازمان نظام صنفی بوده است توجه به صنعت تولید گیم و شرکت های تولید کننده بوده و نه بازیگران یا گیمر های این حوزه با شرایط و وضعیت اقتصادی و عدم ورود کافه بازار در سال ۹۸ این بخش کمی افت داشته ولی با حضور دو چند شرکت مطرح با شرایط کامل می توان امید وار بود که در سال آینده با تعیین مدیر مرتبط و برنامه ریزی کامل بخش الکامپ گیمز به مسیر رشد و بالندگی خود ادامه دهد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• حضور پر توان چند شرکت کننده</li> <li>• توجه به صنعت تولید گیم</li> <li>• استمرار برگزاری</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• نداشتن مدیر مستقیم</li> <li>• کوچکتر شدن به لحاظ متراژ</li> <li>• موضوع ارزی ریال و عدم مشارکت شرکتهای سخت افزاری حوزه گیم</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعیین مدیر مرتبط</li> <li>• مذاکرات زود هنگام</li> <li>• داشتن برنامه های محتوایی</li> <li>• دریافت مصوبه خاص برای شرکت هایی که تجهیزات سخت افزاری دارند ولی موضوع اصلی تولید گیم هست</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

۳-۱۱ اطلاع‌رسانی و تبلیغات

این فعالیت دربرگیرنده کلیه فعالیت‌های مربوط به اطلاع‌رسانی و برندسازی نمایشگاه (قبل، در زمان برگزاری، و بعد آن) است. تولید و انتشار اخبار مرتبط با نمایشگاه، به نحو مناسبی برنامه‌ریزی، مدیریت و اجرا شد.

از کانال‌های اطلاع‌رسانی سازمان (به خصوص سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران)، روزنامه‌های تخصصی (مانند فناوران اطلاعات)، روزنامه‌های برخط، شبکه‌های اجتماعی (به خصوص کانال تلگرام سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران) به منظور انتشار اخبار و اطلاعیه‌های مربوط به نمایشگاه استفاده شد. برگزاری دو نشست خبری هم توانست یک موج خبری در خصوص برگزاری نمایشگاه ایجاد کند.

برای تولید خبر در زمان برگزاری نمایشگاه، «ستاد خبری» نمایشگاه در سالن ۴۳ و در مرکزی‌ترین قسمت محوطه نمایشگاهی، با دو سالن جداگانه برای کنفرانس‌های خبری، دو اتاق ملاقات، استودیوی خبری و سالن کار و پذیرایی از خبرنگاران و رسانه‌ها ایجاد و سازمان‌دهی شد. «ستاد خبری» از فعال‌ترین و شلوغ‌ترین سالن‌های نمایشگاه بود. لازم به ذکر است، دو سالن کنفرانس خبری که یک سالن آن به دیوار نمایش ویدئووال مجهز بود به طور رایگان در اختیار سازمان‌های دولتی و خصوصی (برای برگزاری نشست‌های خبری و امضای تفاهم‌نامه‌ها) قرار داده شده بود.

امسال الکامپ در حضور در رسانه‌های رسمی و به ویژه رسانه‌های تصویری (از جمله صدا و سیما) بسیار موفق‌تر عمل کرد که بازدید گسترده هیات دولت و سایر مقامات هم در ایجاد این شتاب بی‌تأثیر نبود. در شبکه‌های اجتماعی در مجموع بیش از ۱۷۰ هزار بار در مورد هشتگ‌های مختلف نمایشگاه صحبت شد.

در طول برگزاری چهار روز نمایشگاه، ۳۳ رویداد خبری شامل نشست خبری، امضای تفاهم‌نامه و رونمایی اتفاق افتاد که در مقایسه با سال قبل ۵۵۰ درصد رشد داشت. در همین زمان، برای اولین بار در تاریخ الکامپ تمام رویدادهای ستاد خبری در ۱۲۷۸ دقیقه به صورت زنده از شبکه اجتماعی آپارات پخش شد. علاوه بر آن، ۱۱۵ خبر از بخش‌های مختلف خبری صدا و سیما (چه تلویزیون و چه رادیو) پخش شد، که برای یک نمایشگاه بی‌سابقه بوده است. ضمن آنکه شبکه خبر ۵۲ دقیقه از رویدادهای خبری نمایشگاه را به صورت زنده پخش کرد. نکته دیگر اینکه، امسال ۱۹۸۱ بار اخبار مربوط به نمایشگاه در بیش از ۲۵۰ رسانه نشر یا بازنشر داده شده است که در مقایسه با سال گذشته، رشدی ۷۵ درصدی را نشان می‌دهد.

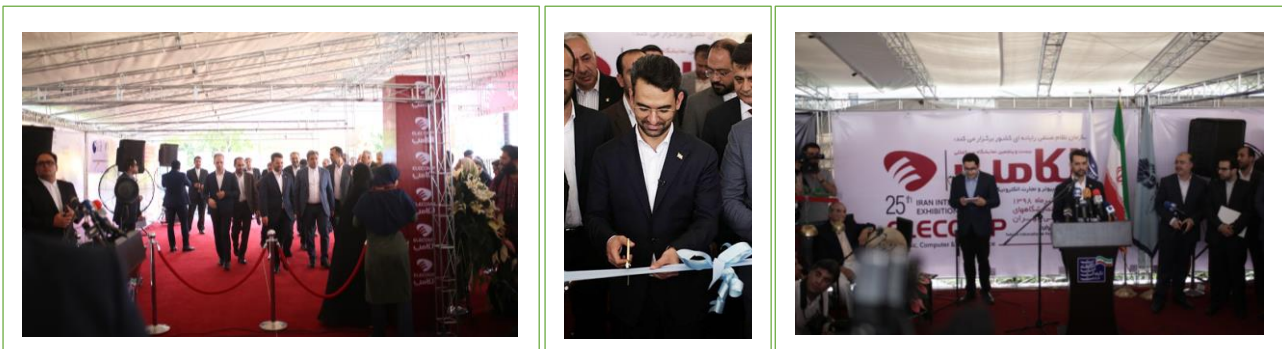


<ul style="list-style-type: none"> <li>• برگزاری نشست خبری</li> <li>• استفاده گسترده‌تر از رسانه‌های سازمان</li> <li>• تولید و انتشار اخبار نمایشگاه توسط سایر رسانه‌ها (نسبت به سال‌های گذشته) از طریق استفاده حداکثری از رسانه‌ها (تخصصی، رسمی و دولتی) از جمله صدا و سیما</li> <li>• اختصاص سالن «ستاد خبری» (همانند الکامپ ۹۷)</li> <li>• رضایت نسبی خبرنگاران از شرایط عمومی «ستاد خبری»</li> <li>• حضور تیم مشاورین الکام استارز برای اطلاع‌رسانی در شبکه‌های اجتماعی</li> <li>• پخش زنده همه رویدادهای ستاد در شبکه اجتماعی آپارات</li> <li>• جمع‌بندی فعالیت‌های خبری بخش خصوصی با بخش دولتی در «ستاد خبری» (که کمک بسیاری به اطلاع‌رسانی بهتر اخبار نمایشگاه و ایجاد بستر مناسب برای خبررسانی کرد).</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم استفاده مناسب سازمان و نمایشگاه از توئیتر و اینستاگرام</li> <li>• طراحی با تاخیر پوستر نمایشگاه</li> <li>• مشکل تهویه و سرمایش سالن «ستاد خبری»</li> <li>• ضعف اطلاع‌رسانی از طریق کانال‌های ارتباطی صنف</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• طراحی پوستر در زمان مناسب</li> <li>• اطلاع‌رسانی بیشتر در خصوص زمان‌بندی‌های برگزاری</li> <li>• ایجاد تمهیدات بیشتر برای سرمایه‌ش «ستاد خبری»</li> <li>• رفع نقصان اطلاع‌رسانی کانال‌های سازمان و صنف</li> <li>• تهیه سازوکاری به منظور تهیه کارت شناسایی خبرنگاران و ارائه خدمات بر اساس آن</li> <li>• استفاده حداکثری از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و تمامی رسانه‌های فضای مجازی</li> <li>• تغییر سالن ستاد خبری</li> <li>• داشتن چند مسئول و کارمندان مرتبط در محل ستاد خبری علاوه بر مدیر روابط عمومی</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>
---	-----------------------------

### ۱۲-۳) برگزاری مراسم افتتاحیه

به درخواست وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (و با توجه به حضور وزرای ارتباطات ۴ کشور)، افتتاحیه ال‌کامپ ۲۵ به شکل متفاوتی ساعت ۱۰ صبح روز ۲۷ تیر ماه در فضای باز نمایشگاه و زیر سایبان با حضور وزرای خارجی مهمان برگزار شد. از آنجا که همایش «ایران هوشمند» شب پیش از افتتاح نمایشگاه (۲۶ تیر ماه ۱۳۹۸) و با حضور مقامات کشوری (من‌الجمله رییس‌جمهور، معاون اول، برخی وزرا) و مهمانان خارجی برگزار شد، عملاً نوعی مراسم افتتاحیه رسمی تلقی شد.



<ul style="list-style-type: none"> <li>• نوآوری در برگزاری مراسم افتتاحیه</li> <li>• بازدید از سالن ۳۸ به عنوان سالن نمونه</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعدد و اختلاف نظر در خصوص برنامه‌ریزی و برگزاری مراسم افتتاحیه (زمان، تاریخ، شیوه، مدعوین، ...)</li> <li>• تاخیر و بی‌نظمی اجرای برنامه</li> <li>• طولانی شدن برنامه</li> <li>• گرمای هوا و نامناسب بودن محل برگزاری مراسم افتتاحیه</li> <li>• تداخل کارها و تلاش همه مقامات ذیربط برای حضور در این مراسم</li> <li>• هزینه بالا و نامناسب بودن وضعیت اجرا</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• مدیریت مستقیم برنامه‌ریزی مراسم افتتاحیه توسط سازمان</li> <li>• برگزاری مراسم در سالن نمایشگاه</li> <li>• حذف مراسم افتتاحیه و فقط قطع روبان باشد</li> <li>• توجه ویژه به مراسم اختتامیه به جای مراسم افتتاحیه</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>

مدیریت عمومی نمایشگاه (۳-۱۳)

منظور، مدیریت موضوعاتی است که کلیات برگزاری نمایشگاه را متاثر می‌کند؛ مانند ترافیک، اینترنت، گرمایش و سرمایش سالن‌ها، تاریخ برگزاری، ثبت‌نام بازدیدکنندگان.

بازدیدکنندگان می‌توانستند در وبگاه نمایشگاه ثبت‌نام و با گرفتن بارکد به صورت رایگان از نمایشگاه بازدید کنند. اطلاع‌رسانی در این مورد کافی نبود و بسیاری از بازدیدکنندگان ناچار به ثبت‌نام در درب‌های ورودی نمایشگاه بودند؛ که این موضوع انتقاداتی را هم در پی داشت.

علی‌رغم حضور بیش از ۱۰۰ هزار نفر بازدیدکننده از نمایشگاه، ترافیک ناشی از آن شدید ولی قابل کنترل بود که به لطف همکاری پلیس راهور و استفاده گسترده از وسایل نقلیه عمومی رایگان و تاکسی‌های اینترنتی تا حدود زیادی انجام شد. وجود دو روز پنجشنبه و جمعه و پوشش بالای خبری از عواملی بودند که در ایجاد این ترافیک بسیار موثر بودند.

هر چهار روز نمایشگاه در یکی از قله‌های حرارتی تايستانی قرار داشت که از گرم‌ترین ماه‌های تاریخ معاصر بود. ولی در مجموع شکایت از گرمای سالن‌ها نسبت به سال گذشته به طرز محسوسی کم شده بود که نشان از تعامل بهتر (با شرکت سهامی نمایشگاه‌ها) برای کنترل دمای داخلی سالن‌ها و توجه به سایر ویژگی‌های نمایشگاه از سوی بازدیدکنندگان بود.



<ul style="list-style-type: none"> <li>• هماهنگی با اسنپ برای ارائه خدمات</li> <li>• سرمایه‌های نسبی سالن‌ها</li> <li>• ثبت‌نام بازدیدکنندگان از وبگاه همایش</li> <li>• رایگان بودن پارکینگ نمایشگاه</li> <li>• استفاده از اینترنت همراه (آنتن تقویتی و بالن)</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم اطلاع‌رسانی در خصوص امکان ثبت‌نام بازدیدکنندگان از وبگاه همایش</li> <li>• عدم هماهنگی درب‌های ورودی برای عدم اخذ بلیط ورودی از ثبت‌نام شدگان</li> <li>• عدم تامین اینترنت ثابت از طریق پیمانکار انحصاری آن (شرکت ایرانیان‌نت)</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعامل با شرکت سهامی نمایشگاه‌ها و تدبیر فرآیند بهتری برای ثبت‌نام بازدیدکنندگان</li> <li>• تدابیر لازم برای سرمایه‌های بهتر سالن‌ها (با هماهنگی شرکت سهامی نمایشگاه‌ها)</li> <li>• استمرار تعامل با پلیس راهور</li> <li>• استقرار تجهیزات ريجستري در ورودی نمایشگاه</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

غرفه‌های ارزی (۳-۱۴)

با توجه به شرایط خاص اقتصادی کشور بواسطه تحریم‌های ظالمانه و به منظور ایجاد مشارکت حداکثری کلیه بازیگران از جمله شرکت‌های واردکننده و دارای نمایندگی خارجی و پیرو درخواست سازمان از وزیر محترم ارتباطات و فناوری اطلاعات و مکاتبه ایشان با وزیر محترم صمت و موافقت ایشان برای اولین بار غرفه‌ی این دسته



از شرکت‌ها با تعرفه ریالی محاسبه گردید که این امر موجب حضور حداکثری آنان در نمایشگاه شد. همچنین برای اولین بار یک سالن ویژه برای صندوق‌های فروشگاهی در سالن ۳۸۸ در نظر گرفته شد که توانستند محصولات و خدمات خود را در این سالن عرضه کنند.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• استقبال شرکت‌ها به دلیل وجود تسهیلات ارزی</li> <li>• برپایی سالن «صندوق‌های فروشگاهی»</li> <li>• افزایش مشارکت شرکتهای دیگر و افزایش مترای نمایشگاه</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• بروز اختلاف در نحوه محاسبه مبلغ ارزی غرفه‌ها (بین سازمان و شرکت سهامی نمایشگاه‌ها)</li> <li>• عدم شفافیت در وعده‌های داده شده از طرف شرکت نمایشگاهی</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تعیین تکلیف روشن موضوع ارزی با شرکت سهامی نمایشگاه‌ها</li> <li>• پیگیری برای تعمیم همین تصمیم ارزی برای نمایشگاه سال بعد</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

۱۵-۳) برپایی غرفه نصر

سازمان مانند سال‌های گذشته دارای غرفه خاص خود در طبقه دوم سالن خلیج فارس بود. این غرفه محلی برای دیدار با مقامات و ذینفعان سازمان و برگزاری جلسات و نشست‌های سازمانی است. طراحی غرفه تقریباً مشابه سال گذشته بود. مدیریت غرفه بر عهده سازمان نظام صنفی رایانه‌ای استان تهران بود.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• طراحی مناسب غرفه (فضای جلسات عمومی و اختصاصی)</li> <li>• نصب بنرها و پوسترها</li> <li>• پخش کلیپ‌های مرتبط با سازمان (از طریق ویدئووال)</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم حضور اعضای شورای مرکزی</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تامین محتوای بیشتر از فعالیتهای سازمان برای ارائه در غرفه</li> <li>• تبیین برنامه‌های سازمان به ویژه طرح بیستون</li> <li>• پیش‌بینی برای حضور در ستاد خبری</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

۱۶-۳) سالن دولت الکترونیک

برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی در خصوص برپایی سالن دولت الکترونیک نمایشگاه (همانند سال‌های قبل) با هماهنگی سازمان فناوری اطلاعات انجام شد. این سالن با حضور ۳۴ دستگاه دولتی برگزار شد.

حضور غیرقابل پیش‌بینی دولت‌مردان در نمایشگاه، از شگفتی‌های این دوره بود. هفت وزیر دولت از نمایشگاه بازدید کردند:

- وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات
- وزیر امور اقتصاد و دارایی
- وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- وزیر آموزش و پرورش



- وزیر صنعت، معدن و تجارت
- وزیر نفت
- وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی

علاوه بر آن، حضور سه معاون رئیس‌جمهور (معاونت علمی و فناوری، رییس سازمان اداری و استخدامی کشور، و رییس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری)، رئیس مرکز ملی فضای مجازی، معاونین قوه قضاییه، معاونین صدا و سیما و ده‌ها معاون وزیر و نمایندگان مجلس و فرماندهان نیروهای مسلح نشان از توجه ویژه حاکمیت به جایگاه الکامپ دارد.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• هماهنگی بهتر با سازمان فناوری اطلاعات در ساماندهی و برپایی غرفه</li> <li>• حضور فعال وزارت اقتصاد و دارایی</li> <li>• بازدید وزار از نمایشگاه</li> <li>• غرفه آرایبی و متحدالشکل بودن</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• کیفیت پایین‌تر غرفه‌بندی سازمان‌ها (نسبت به سال پیش) با توجه به افزایش هزینه‌های غرفه‌سازی</li> <li>• جای خالی غرفه وزارت صمت در طبقه بالای سالن دولت الکترونیک</li> <li>• عدم ارائه سرویس‌هایی برای مردم در هنگام نمایشگاه</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• بررسی موضوع جانمایی غرفه‌های سازمان‌های دولتی در سایر سالن‌ها (به دلیل استقبال محدود بازدیدکنندگان از این سالن)</li> <li>• توزیع غرفه‌های دولتی در بین بخش خصوصی</li> <li>• جذب مشارکت سازمانهای دولتی در رویدادهای جانبی به منظور بهتر دیده شدن</li> <li>• اعلام نیازمندی‌های دستگاه دولتی در هنگام نمایشگاه در جهت تامین خدمات و یا کالاهای مورد نیاز حوزه ICT</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>

### ۱۷-۳) مراسم اختتامیه

بر اساس پیشنهاد کمیته اجرایی، مقرر شد مراسم اختتامیه الکامپ ۲۵ یک ماه پس از پایان نمایشگاه برگزار شود. این مراسم در نهایت ۱۳۹۸/۰۶/۰۶ توسط سازمان و با حضور ذینفعان مختلف برگزار شد. در این مراسم علاوه بر ارائه گزارشی از تاریخچه برگزاری الکامپ، وضعیت نمایشگاه نیز از منظر آماری بیان شد. علاوه بر آن، محورهای سازمان برای برگزاری بهتر الکامپ ۲۶ تشریح شد.

در همین مراسم، به برترین‌های الکامپ (در حوزه‌های زیر) جوایزی اهدا شد:



- ابتکار و خلاقیت در نمایشگاه
- حضور همه جانبه در نمایشگاه
- حامی الکامپ
- توان تک
- الکام‌استارز
- الکام‌ترندز



- طراحی و ساخت غرفه
- بانکداری
- سالن دولت الکترونیک
- سخت‌افزار
- نرم‌افزار
- ممیزی داده

### برندگان الکام پیچ

ردیف	نام تیم	عنوان جایزه
۱	تریژر Treejer	۲۵ میلیون تومان
۲	پروفایل سنتر	۲۰ میلیون تومان
۳	کارجو+	۱۵ میلیون تومان
۴	فن آسا	۱۰ میلیون تومان
۵	ارزیابی و کلپ هوشمند	۱۰ میلیون تومان
۶	فریود انگاره	۱۰ میلیون تومان
۷	چارچرخ	۱۰ میلیون تومان
۸	ترجمیار	۱۰ میلیون تومان
۹	ایسمینار	۱۰ میلیون تومان
۱۰	دنگی پال	۱۰ میلیون تومان

### طرح نوآوری و طرح نو معاونت فناوری ریاست جمهوری

ردیف	نام تیم	عنوان جایزه
۱	ویدابیا	۱۰ میلیون تومان
۲	راورو	۱۰ میلیون تومان

### رفتاک

ردیف	نام تیم	عنوان جایزه
۱	اسمارت مدیکو	۱۰ میلیون تومان
۲	توانیتو	۱۰ میلیون تومان

### فناپ پلاس

ردیف	نام تیم	عنوان جایزه
۱	سیتی ترکر	۵ میلیون تومان
۲	توانیتو	۵ میلیون تومان
۳	Japarx	۵ میلیون تومان
۴	کانگورو	۵ میلیون تومان

<ul style="list-style-type: none"> <li>• برنامه‌ریزی مناسب</li> <li>• حضور قابل توجه شرکت کنندگان، اعضای سازمان و مردم</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم حضور مقامات مدعو</li> <li>• عدم اطلاع رسانی کامل از قبل نمایشگاه و تعیین محورهای برترین‌ها</li> </ul>	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تدقیق و شفاف‌سازی فرآیند انتخاب برترین‌ها (از قبل از برگزاری نمایشگاه)</li> <li>• تشکیل کمیته‌های ارزیابی در قبل و حین نمایشگاه</li> </ul>	موارد اصلاحی و بهبود

#### دعوت از مدعوین (۱۸-۳)

دعوت از مدعوین در دو هفته آخر مانده به برگزاری نمایشگاه انجام شد. با توجه به تکرر و تنوع مدعوین، تلاش شد تا با ارسال دعوت‌نامه از تمامی مسئولین ذیربط و ذینفع برای حضور در نمایشگاه دعوت به عمل آید.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• استقبال بی نظیر از نمایشگاه</li> </ul>	نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> <li>• تهیه دیر هنگام کارت دعوت</li> <li>• عدم وجود مرجعی برای دسته‌بندی مدعوین</li> <li>• ارسال با تاخیر بسیاری از دعوت‌نامه‌ها</li> </ul>	نقاط ضعف

<ul style="list-style-type: none"> <li>• تهیه و تکمیل تدریجی یک بانک اطلاعاتی از مدعوین مورد نظر نمایشگاه به تفکیک نهادها و سازمان‌ها (تا سه هفته قبل از برگزاری نمایشگاه)</li> <li>• حذف کارت دعوت</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>
--	-----------------------------

بخش بین‌الملل (۳-۱۹)

بر اساس هماهنگی‌های انجام شده توسط وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وضعیت نمایشگاه در بخش بین‌الملل بهبودی نسبت به سال قبل داشت و افراد زیر در آن حضور داشتند:

- وزرای ارتباطات کشورهای ارمنستان، عراق، جمهوری آذربایجان و قائم‌مقام وزیر قطر
- رییس سازمان APT
- رییس سازمان RCC
- رییس رگولاتوری ترکیه
- معاون دبیر کل ITU
- برخی از تجار و بازرگانان کشورهای افغانستان، چین و مالزی

<ul style="list-style-type: none"> <li>• حضور نمایندگان برخی کشورها و بازدید کنندگان افغانستانی و انجام توافقات با ایشان</li> </ul>	<p>نقاط قوت</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم امکان برنامه‌ریزی برای حضور کشورها (به دلایلی مانند اعلام دیرهنگام واگذاری نمایشگاه و موضوعات مربوط به تحریم)</li> <li>• عدم تسلط ارائه دهندگان غرفه‌ها به مهمانان خارجی</li> </ul>	<p>نقاط ضعف</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ایجاد ساختار مربوط در دبیرخانه دائمی نمایشگاه</li> <li>• تدوین محتوای لازم برای بارگذاری در وبگاه نمایشگاه</li> <li>• دعوت از شرکت‌های خارجی برای حضور در نمایشگاه</li> <li>• ارتقای بخش انگلیسی پورتال سازمان (به طور مشخص بخش مربوط به ال‌کامپ)</li> <li>• رایزنی با وزارت امور خارجه و تسهیل ورود افراد خارجی به ایران (با توجه به موضوعات مرتبط با تحریم)</li> <li>• طراحی پوستر و محتوا و بروشور به زبان انگلیسی نمایشگاه به منظور ارسال به کشورها و شرکت‌های خارجی برای دعوت از آنها</li> <li>• معرفی تسهیلات از قبل (موضوع شرکت هوکاد)</li> </ul>	<p>موارد اصلاحی و بهبود</p>

حضور نصرهای استانی (۳-۲۰)

شرکت‌های حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات که در استان‌ها مستقر هستند، حضور چشمگیری در نمایشگاه نداشتند؛ چرا که اصولاً ال‌کامپ را فضایی برای توسعه بازار خود نمی‌بینند. به همین دلیل سازمان‌های نصر استانی هم تمایلی به حضور جدی در نمایشگاه ندارند.

• -	نقاط قوت
• عدم حضور سازمان‌های نصر استانی	نقاط ضعف
• دعوت از مدیران کل فناوری اطلاعات و ارتباطات استان‌ها • دعوت از مدیران شرکت‌ها و سازمان‌های مختلف (در کسب‌وکارهای غیر فناوری اطلاعات) مستقر در استان‌ها	موارد اصلاحی و بهبود

#### ۴ جمع‌بندی

بر اساس موارد ذکر شده، به نظر می‌رسد رضایت نسبی از نحوه برگزاری نمایشگاه ۲۵ وجود داشته و برای تقویت جایگاه و برند نمایشگاه و سازمان، باید موارد زیر در برنامه‌ریزی الکامپ بیست و ششم مد نظر قرار گیرد:

- تلاش برای نهایی‌سازی زمان قطعی برگزاری نمایشگاه
- فراهم کردن بستری برای حضور فعال‌تر شرکت‌های خارجی
- فراهم کردن بستری برای حضور بیشتر مقامات بین‌المللی
- ایجاد و نهادینه کردن دبیرخانه دائمی الکامپ
- برنامه‌ریزی زودهنگام نمایشگاه و دریافت بازخوردهای همه ذینفعان (از طرقی مانند ایمیل دبیرخانه، پورتال سازمان و وبگاه نمایشگاه)
- بهبود و ارتقا ستاد خبری و نگاه ویژه به آن و اطلاع رسانی
- ایجاد رقابت سالم و انجام ارزیابی برای انتخاب برترین‌ها
- برقراری بستری برای انعقاد تفاهم‌نامه‌های بخش خصوصی و دولتی
- طراحی یک برنامه (اپ) جامع و کامل برای انجام کلیه تعاملات با نمایشگاه
- ایجاد یک بانک اطلاعاتی از شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان با هدف تحلیل محتوا و برنامه‌ریزی‌های آتی
- دعوت بهنگام از مقامات و شرکتهای بین‌المللی
- دعوت از غایبین الکامپ ۲۵ برای الکامپ‌های بعدی
- تقویت محتوایی و برنامه‌ای الکامپ تاکنون
- برگزاری رویدادهای جانبی تا الکامپ بعدی
- دعوت از بازیگران اصلی الکامپ بعد برای اعلام برنامه‌های خود