

# بانام یکتای بجهت

۱۴۰۴ مهر ۲۴

خدمت دوست و سرور گرامی، حاج اکبر آقا ترکمان  
با سلام و احترام

بدینوسیله ۶ پرامپت ارائه شده در پنل آموزشی جلسه اول، جهت بارگزاری و استفاده بعنوان فرمان در سیستم  
هوش مصنوعی خدمتتان ارسال می‌گردد:

# پرامپت اول:

## اولویت بقا (کاهش ضایعات ارزی با بینایی ماشین)

این پرامپت، بر حیاتی‌ترین مشکل یعنی ضایعات چرم (که مستقیماً به خروج ارز گران‌بها منجر می‌شود) تمرکز دارد و راه حل Ruizhou و Zünd را بومی‌سازی می‌کند.

### عنوان تمرکز: استراتژی بقا "چرم امین": طراحی سیستم بومی کاهش ضایعات ارزی با هوش مصنوعی

"چرم امین" در قلب بحران اقتصادی ایران، تنها می‌تواند ۱٪ ضایعات چرم طبیعی را بپذیرد. با الگوبرداری از سیستم‌های بینایی ماشین (ComputerVision) شرکت‌های MindCUT و GBOS و Zünd، یک برنامه عملیاتی ۵ مرحله‌ای و قابل بومی‌سازی برای «چرم امین» طراحی کنید.

**تمرکز اصلی شما باید بر روی:** ۱. حداقل‌سازی بازدهی برش (Nesting) برای پوستهای گران‌بها و معیوب. ۲. تعیین مشخصات فنی (مشخصات سنسور، رزولوشن دوربین) برای تشخیص دقیق عیوب محلی (مانند اثر نیش پشه یا خراش) که باعث افت درجه می‌شوند. ۳. طراحی یک داشبورد "صرفه‌جویی ارزی لحظه‌ای" که به مدیران نشان دهد پیاده‌سازی این سیستم روزانه چقدر از خروج سرمایه نقدی (به دلیل ضایعات) جلوگیری کرده است. هدف نهایی، دستیابی به کاهش ضایعات ۲,۵% - تا ۵% در سه ماه آینده است.

# پرامپت دوم:

## استراتژی مقاومتی (مدیریت ریسک تأمین مواد شیمیایی)

این پرامپت، به مشکل واردات مواد شیمیایی تخصصی دباغی (شبیه به چالش پایداری در سانتا کروچه) می‌پردازد و یک راه حل مبتنی بر داده برای جایگزینی یا نگهداری پیش‌بینانه ارائه می‌دهد.

### عنوان تمرکز: مدل‌سازی ریسک وابستگی به خارج: برنامه جایگزینی هوشمند مواد دباغی "چرم امین"

شرکت "چرم امین" برای تداوم تولید چرم گاوی لوکس، به ۵ ماده شیمیایی وارداتی (به ارز آزاد) وابسته است که ریسک قطع یا گرانی ناگهانی آن‌ها در شرایط تحریمی بالاست. بر اساس رویکرد مدیریت ریسک (SCM) برندهایی نظری Hermès و اصول پایداری دباغی‌های سانتا کروچه، یک استراتژی داده محور (Data-Driven) دوگانه تدوین کنید: ← **بخش اول (پیش‌بینانه):** یک مدل رگرسیون چندگانه AI طراحی کنید که با استفاده از نرخ ارز، موجودی انبار و داده‌های تاریخی تأخیر گمرکی، احتمال اتمام موجودی هر ۵ ماده را برای ۹۰ روز آینده پیش‌بینی کند و سیگنال خرید اضطراری صادر کند.

← **بخش دوم (بومی‌سازی):** با تحلیل داده‌های شیمیایی چرم (که توسط دستگاه‌های Corium Brevetti در جهان نمونه برداری می‌شوند)، سه جایگزین بومی احتمالی برای یکی از این ۵ ماده (مثلًاً کروم یا ریتانول) پیشنهاد دهید و یک طرح آزمایشگاهی (AI Pilot Plan) برای شروع تست‌های کنترل کیفیت (توسط AI تدوین کنید. رویکرد باید بر "استفاده حداقلی از پتانسیل موجودی" متمرکز باشد).

# پرامپت سوم:

## جهش صادراتی (بازسازی برنده در رکود داخلی)

این پرامپت، از رکود داخلی به عنوان یک فرصت برای جهش صادراتی استفاده می‌کند و بر قابلیت‌های نوین AI در تضمین کیفیت (مشابه BADER) و بازاریابی دیجیتال تمکز دارد.

**عنوان تمکز: تحول "چرم امین" از تولیدکننده داخلی به صادرکننده تراز اول با AI مدل بازاریابی در دوران رکود**

با توجه به تبدیل چرم طبیعی به "کالایی لوکس" در بازار داخلی ایران (به دلیل رکود و گرانی) و کاهش صادرات، شرکت "چرم امین" باید با تکیه بر مزیت رقابتی 'صادرات' (ارز آوری) خود را نجات دهد. یک مدل تحول استراتژیک و بازاریابی برای صادرات به بازارهای هدف روسیه و حاشیه خلیج فارس تدوین کنید:

۱. **تضمين کييفيت با AI:** طراحی یک گزارش دیجیتال کیفیت (Digital Quality Passport) برای هر پالت صادراتی که توسط AI، عیوب، درجه و اصالت چرم را تأیید کرده (مانند Mindhive) و اعتماد خریداران بین‌المللی را افزایش دهد. این گزارش باید جایگزین بازرگانی حضوری مشتری شود.

۲. **هوش بازاریابی (MI):** سه پرسش کلیدی را طراحی کنید که یک مدل AI باید پاسخ دهد تا بهترین قیمت صادراتی رقابتی و مناسب‌ترین نوع چرم (بر اساس تقاضای لحظه‌ای) برای بازار مسکو را تعیین کند و ریسک بازگشت کالا را به صفر برساند. استدلال کنید چرا این روش از بازاریابی سنتی کارآمدتر است.

# پرامپت چهارم:

## پرامپت شماره ۱: پرامپت استراتژیست تحول (The Turnaround Strategist Prompt)

عنوان پرامپت: نقشه راه بقا و رشد برای "چرم امین" و "اورز" در طوفان اقتصادی

"شما یک مشاور ارشد استراتژی کسب و کار هستید که توسط هیئت مدیره "چرم امین" استخدام شده‌اید. "چرم امین" یک برنده معتبر با سابقه در تولید محصولات چرم طبیعی باکیفیت است، اما اکنون با چالش‌های جدی رو بروست: تورم افسارگسخته که هزینه تولید را بالا برد، کاهش شدید قدرت خرید مردم که چرم را به یک کالای لوکس غیرضروری تبدیل کرده، و رقابت با محصولات ارزان‌قیمت مصنوعی.

ماموریت شما: تدوین یک "نقشه راه استراتژیک بقا و رشد" برای ۱۸ ماه آینده است. این نقشه باید جسورانه، واقع‌بینانه و قابل اجرا باشد.

خروجی شما باید در قالب یک گزارش مدیریتی ساختاریافته و شامل بخش‌های زیر باشد:

تحلیل سریع SWOT: نقاط قوت (کیفیت، اصالت)، ضعفها (قیمت بالا، بازاریابی سنتی)، فرصت‌ها (پتانسیل صادرات به دلیل نرخ ارز، بازارهای نیچ)، و تهدیدها (بحران اقتصادی، رقبا) را لیست کنید.

# پرامپت چهارم:

## استراتژی دوگانه (Dual Strategy)

بازار داخلی (استراتژی حفظ): چگونه می‌توان با وجود کاهش قدرت خرید، بخش وفادار بازار را حفظ کرد و مشتریان جدیدی جذب نمود؟ (ایده‌هایی مثل معرفی محصولات کوچکتر و مقرون به صرفه‌تر، تاکید بر "سرمایه‌گذاری و دوام" به جای "کالای لوکس").

بازار صادراتی (استراتژی رشد): چگونه می‌توان از مزیت نرخ ارز برای ورود به بازارهای بین‌المللی استفاده کرد؟ کدام کشورها و کدام بخش از بازار (B2B یا B2C) اولویت دارند؟

نوآوری در مدل کسب‌وکار: ارائه حداقل سه ایده عملی برای کاهش هزینه‌ها یا ایجاد جریان‌های درآمدی جدید (مثلًا همکاری با طراحان مد، ارائه خدمات تعمیر و نگهداری محصولات چرمی، فروش مستقیم آنلاین).

پیام کلیدی برای هیئت مدیره: یک پاراگراف قدرتمند که چشم‌انداز جدید "چرم امین" را به یک نماد کیفیت هوشمندانه و پایدار تبدیل می‌کند، طراحی و ارائه بد.

# پرآمپت پنجم:

## نوآوری محصول و توسعه بازار

راهنمای سیستم:

شما یک سیستم هوش مصنوعی ترکیبی هستید که موارد زیر را ترکیب می‌کند:  
[کارشناس نوآوری محصول] + [تحلیلگر تحقیقات بازار] + [بهینه‌ساز زنجیره تأمین]

چارچوب زمینه‌ای:

صنعت: تولید چرم طبیعی ایران

شرکت: "چرم امین"

شرایط بازار:

تحریم‌ها، دسترسی به مواد اولیه را محدود می‌کند  
وابستگی ۷۰ درصدی به مواد شیمیایی وارداتی  
تغییر ترجیح مصرف‌کننده به جایگزین‌های مصنوعی  
پتانسیل صادرات به کشورهای همسایه

# پرآمپت پنجم:

دستورالعمل‌های چند مرحله‌ای:

## مرحله ۱: ممیزی نوآوری

شناسایی ۳ نوآوری محصول پیشرفت‌هه با استفاده از:

فقط مواد اولیه محلی

تلفیق صنایع دستی سنتی ایرانی

پایداری به عنوان ارزش پیشنهادی اصلی

## مرحله ۲: اعتبارسنجی بازار

برای هر نوآوری:

تعریف شخصیت هدف (جمعیت‌شناسخی + روان‌شناسخی)

محاسبه SOM، SAM، TAM به ریال ایران

ماتریس ارزیابی ریسک (احتمال × تأثیر)

## مرحله ۳: ورود به بازار طرح اولیه

نقشه راه پیاده‌سازی طراحی شامل:

مشخصات MVP

نقشه اکوسیستم مشارکت

استراتژی قیمت‌گذاری (تaktیک‌های قیمت‌گذاری روان‌شناسخی)

بهینه‌سازی کanal توزیع

### الزامات خروجی:

- ❖ استفاده از اصل هرم مک‌کینزی برای ساختار
- ❖ شامل توضیحات نمودارهای بصری
- ❖ ارائه سطح اطمینان (%) برای هر توصیه
- ❖ اضافه کردن بخش "مفروضات حیاتی"
- ❖ پایان دادن به "اقدامات ۷۲ ساعته بعدی"

### فرآیند تفکر:

استدلال خود را با استفاده از:

[تحلیل شما اینجا]

<thinking>

</thinking>

سپس توصیه‌های نهایی را در قالب خلاصه اجرایی ارائه دهید.

# پرامپت ششم:

## تحلیل استراتژیک و طراحی راهکار

### Context Setting:

شما مشاور ارشد استراتژیک با ۲۰ سال تجربه در صنایع تولیدی و تخصص در بازارهای بحرانی هستید.

### Specific Task:

برای شرکت "چرم امین" که در صنعت چرم طبیعی ایران فعالیت دارد و با چالش‌های زیر مواجه است:

- تورم ۴۰ درصدی سالانه ←
- نوسانات شدید نرخ ارز ←
- محدودیت واردات مواد شیمیایی ←
- رقابت با محصولات چینی ارزان قیمت ←

# پرامپت ششم:

## تحلیل استراتژیک و طراحی راهکار

### Required Output:

۱. تحلیل SWOT دقیق (حداقل ۴ مورد برای هر بخش)
۲. سه استراتژی نوآورانه برای حفظ سهم بازار داخلی
۳. مدل کسب‌وکار پیشنهادی با رویکرد B2B2C
۴. اندازه‌گیری KPIs (۵ شاخص کلیدی)

### Constraints:

- راهکارها باید با سرمایه محدود (زیر ۱۰ میلیارد تومان) قابل اجرا باشند ←
- زمان اجرا: حداقل ۶ ماه ←
- بدون نیاز به تکنولوژی وارداتی پیشرفته ←

### Output Format:

- پاسخ را به صورت جدول‌های ساختاریافته و با bullet points ارائه دهید.