**باسمه تعالی**

چگونه برای عماریار سرمایه جذب کنیم؟

سرمایه گذار شخصی: ثروتمندانی که علاقه مند به سرمایه گذاری هستند.

سرمایه گذاران نهادی: موسسات و سازمان هایی که علاقه مند به سرمایه گذاری هستند.

مراحل انجام این کار:

1. شناسایی سرمایه گذاران احتمالی : پرسش از افراد، اینترنت، روزنامه و ...
2. شناخت سرمایه گذار: واقعیت این است که اگر به درستی ندانیم که طرف حساب ما چطور موجودی است و زیر و بم او را نشناسیم، نمیتوانیم امیدوار باشیم که یک پیشنهاد درست که به شدن نزدیک باشد به او بدهیم.بنابراین به این سوالات باید بپردازیم: مقیاس سرمایه گذاری ( بزرگ ، متوسط ، کوچک) او ؟ به چه زمینه هایی علاقه مند است؟ قبلا آیا این چنین سرمایه گذاری انجام داده؟ چه سرمایه گذاری هایی انجام داده؟ مشکلات و موانع احتمالی که برای سرمایه گذاری دارد چیست؟ چه نوع افکار و دیدگاه هایی در موضوعات مختلف مرتبط (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و ...) دارد؟ مجموعه را می شناسد؟ اگر آری، دیدگاهش چگونه است، چگونه راجع به ما فکر می کند؟ اگر سازمان است باید شناسایی های مربوطه سازمانی هم انجام دهیم
3. معرفی مجموعه: باید عماریار را به سرمایه گذار معرفی کنیم. هدف از معرفی، ابهام زدایی از ذهن سرمایه گذار است، تا بتواند به درستی راجع به سرمایه گذاری در عماریار قضاوت کند.
   1. مقیاس کاری عماریار ( یعنی میزانی بزرگی کسب و کار از لحاظ میزان مخاطب و گردش مالی و ...)
   2. دیدگاه ها و زمینه فعالیت عماریار
   3. مزیت رقابتی نسبت به سایر مجموعه هایی که در این حیطه فعال هستند.
   4. روش های درآمدی عماریار

برای این ها، باید یک پشتوانه داده ای داشته باشیم. بیان باید مستند به واقعیات باشد، به خصوص مواردی که قابل ارزیابی است. مثل مقیاس کاری، روش های درآمدی، دیدگاه ها و زمینه فعالیت و ...

(توضیح مناسب برای رابطه عماریار و حسینیه هنر باید دست و پا کنیم. )

آمارهای عددی که برای ارائه نیاز است ، مهمترین آن ها آمار وضعیت فعلی عماریار و آمار رشد عماریار است:(بازه 6ماهه اخیر و ایضا 12 ماهه اخیر)

1. نرخ رشد اشتراک
2. مقیاس زمینه های فعالیت عماریار. در هر موضوع چقدر کار داریم، در هر قالب چقدر، توزیع تماشا و بازدید مخاطب به چه صورت است.
3. میزان سرانه درآمد: درآمد متوسط به ازا هر کاربر(اشتراک، تبلیغات)
4. مصرف ترافیک : کل، متوسط به ازاء هر کاربر
5. نرخ رشد کاربر: تعداد کاربر جدید که در یک بازه زمانی( مثلا 3 ماهه، به عماریار اضافه می شوند)
6. نرخ حفظ مخاطب: درصد مخاطبانی که در یک بازه معین اشتراک تمدید می کنند.
7. درآمد ماهانه و سالانه عماریار
8. هزینه جذب مشترک: هزینه ای که برای جذب هر مشترک باید بپردازیم.