



شرکت‌های پسا رشدی

هدف: توسعه محصول، جذب سرمایه و ورود به بازارهای جدید

شرط پذیرش

- سابقه سه ساله فعالیت شرکت و ارائه حداقل سه اظهارنامه مالیاتی برای سه سال اخیر (در صورت تغییر عنوان شرکت، سوابق شرکت قبلی که حداقل ۵۰٪ سهام‌داران مشترک باشند)
- ارائه حداقل ۳۰ لیست ماهانه بیمه در طی سه سال اخیر
- علاوه بر دارا بودن مدل کسب و کار، فناوری به مرحله‌ی تولید صنعتی رسیده است ($9 < TRL < 7$). بازار هدف مشخص و فروش آغاز شده ($8 < CRL < 6$). (تمرکز عمده بر مقیاس‌پذیری، افزایش سهم بازار، و صادرات است در نتیجه نیاز به سرمایه توسعه و زیرساخت تولید دارند).
- عدم عضویت و استقرار هم‌زمان در سایر پارک‌های علم و فناوری کشور

خدمات پردیس برای شرکت‌های پسا رشدی در جهت توسعه محصول، جذب سرمایه و ورود به بازارهای جدید

خدمات عمومی

- اجاره فضا، آب و برق، نظافت: ارائه دفاتر استاندارد با خدمات کامل پشتیبانی.
- سرویس رفت‌وآمد (مترو به پردیس): تسهیل حضور کارکنان و کاهش هزینه‌های حمل‌ونقل.
- سالن غذاخوری و آبدارخانه: تأمین فضای مناسب برای تغذیه و رفاه کارکنان.
- اتاق‌های جلسه و کنفرانس: دسترسی به ۸ اتاق تجهیز شده برای مذاکرات و رویدادها.
- تخفیف در اجاره سالن همایش: حمایت از برگزاری رویدادها، سمینارها و کارگاه‌ها.
- تخصیص کد پستی مستقل برای ثبت شرکت و مکاتبات رسمی.
- اینترنت پرسرعت جهت پشتیبانی فعالیت‌های پژوهشی و تجاری.
- امکان ارتقای فضا با افزایش اعضای تیم.

استفاده از خدمات فنی و تخصصی

- استفاده از بانک پروژه تخصصی در جهت پیوند با نیازهای صنعت و ظرفیت‌های علمی کشور.
- استفاده از آزمایشگاه‌های تخصصی برای ارتقای فناوری محصول.
- مشاوره در طراحی خطوط تولید نیمه‌صنعتی.
- خدمات آزمون کیفیت و کالیبراسیون تخصصی.
- همکاری با مراکز تحقیقاتی دانشگاهی جهت بهبود محصول.

خدمات مشاوره‌ای و آموزشی

- آموزش‌های مدیریتی پیشرفته برای مدیران میانی.
- مشاوره توسعه محصول و استراتژی تحقیق و توسعه (R&D)
- کوچینگ سازمانی و مدیریت تغییر.
- مشاوره حقوقی در زمینه قراردادهای صادراتی.

خدمات مالی، حقوقی و منتورینگ

- منتورینگ مالی برای جذب سرمایه خطرپذیر یا سرمایه‌گذار شرکتی (Corporate VC)
- مشاوره حقوقی تخصصی برای قراردادهای کلان.
- کمک به ارزش‌گذاری شرکت و ارزیابی اقتصادی پروژه‌ها.
- دسترسی به صندوق‌های پژوهش و فناوری پارک.

بازاریابی و توسعه بازار

- طراحی استراتژی ورود به بازار منطقه‌ای و بین‌المللی.
- توسعه برند ملی و دیجیتال.
- حمایت در حضور در نمایشگاه‌های خارجی و نشست‌های تجاری.
- طراحی کمپین‌های تبلیغاتی فناورانه



- مشارکت در شبکه شرکت‌های توسعه‌ای و سرمایه‌گذاران خطرپذیر.
- ارتباط با دانشگاه‌ها و مراکز صنعتی برای همکاری‌های فناورانه.
- ایجاد مشارکت با شرکت‌های کارفرمایی در پروژه‌های مشترک.
- تسهیل فرایند جذب سرمایه‌گذار و معرفی طرح‌های فناورانه به شبکه سرمایه‌گذاران.

شبکه‌سازی و تعاملات

- تخصیص اعتبارات تحقیقاتی برای توسعه نسل بعدی محصول.
- کاهش بالاسری طرح‌های پژوهشی در دوران حضور در پارک.
- حمایت در عقد قراردادهای تحقیقاتی با کارفرما.

اعتبارات و حمایت‌های تحقیقاتی

