

برفاب



از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو

فصلنامه برفاب | تابستان ۱۴۰۰



شرکت برفاب در بورس پذیرفته شد

برفاب، واحد "صنعتی سبز استان" چهارمحال و بختیاری در سال ۱۳۹۹

آیا استفاده از دو ماسک روی هم خطر انتقال ویروس کرونا را کمتر می کند؟

چگونه می توان بهره وری بیشتری داشت؟



BF5-O⁺



BF3-Z



WM-500



SF2021



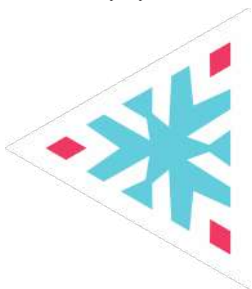


شرکت برفاب در بورس پذیرفته شد

منبع: امیدنامه شرکت برفاب در فرابورس

شرکت برفاب موفق شد پس از طی مراحل قانونی و بررسی‌های سازمان بورس و اوراق بهادار به‌عنوان شرکت سهامی عام پذیرش شود و در صف ورود به فرابورس قرار گیرد. این مهم را به تمام خانواده برفاب که در این موفقیت سهیم هستند تبریک گفته و امید داریم که با تلاش بیشتر در کنار هم بتوانیم حضور موفق را در بازار سرمایه داشته باشیم.

این اقدام که در راستای استراتژی‌های بلندمدت شرکت انجام شده است، مزایایی برای شرکت دارد که در شماره‌های قبلی فصلنامه برفاب به تفصیل به آن‌ها اشاره شده است. در این مطلب سعی می‌کنیم به خلاصه به برخی از اهداف و استراتژی‌های شرکت در این ارتباط اشاره کنیم.



هدف شرکت برفاب از حضور در بازار سرمایه

برخی از مهم‌ترین دلایل ورود به بازار سرمایه کشور به شرح ذیل می‌باشد:

- ♦ افزایش سهامداران و تقسیم منافع شرکت بین آحاد مردم در راستای سیاست گذاری‌های مدیران شرکت
- ♦ افزایش اعتبار شرکت به منظور تسهیل مشارکت در طرح‌های ملی، انعقاد قرارداد با بانک‌ها و نهادهای دولتی
- ♦ افزایش اعتبار و شفافیت هر چه بیشتر شرکت به منظور انعقاد قراردادها و تفاهم‌نامه‌ها با شرکت‌های بین‌المللی
- ♦ ورود به بازار سرمایه به منظور ارتقاء برند و تبلیغ
- ♦ استفاده از مشوق‌های مالیاتی و ...
- ♦ استفاده از امکان جذب منابع مالی از طریق بازار سرمایه در سال‌های آتی

توصیف راهبردها و اهداف کلی و برنامه‌ریزی استراتژیک شرکت

برنامه‌های راهبردی

برنامه‌های راهبردی شرکت برفاب در زمینه تولید محصولات لوازم خانگی به شرح ذیل است:

نگهداری بازار

شرکت برفاب تمامی قوای خود را به کار گرفته است تا به حفظ بازارهایی که در طول سالیان متمادی کسب نموده پردازد. این امر در صورتی محقق می‌گردد که خواسته‌ها و نظرات مشتریان با سابقه شرکت در مورد محصولات تولیدی و پیشنهادات آن‌ها در زمینه اصلاح و بهبود طراحی محصولات اهمیت داده شود و همچنین قیمت محصول فروش رفته به آن‌ها همچنان قیمتی رقابت‌پذیر در بازار در بین رقبا باشد.

توسعه بازار

شرکت برفاب به دنبال کسب بازارهای جدید در بین کشورهای دور و نزدیک می‌باشد که این امر موجب تعریف پروژه‌های مختلفی در زمینه طراحی محصولات جدید و بهبود محصولات فعلی متناسب با بازار هدف می‌گردد. برای مثال تولید یخچال با قیمت تمام‌شده پایین و کیفیت بالا تحت عنوان BH150 با هدف گیری بازار همسایگان شمالی از این دست محصولات می‌باشد.

کاهش بهای تمام‌شده

در دنیای رقابتی فروش محصولات لوازم خانگی و همچنین با حضور رقبای بسیار توانمند داخلی و خارجی در بازار

داخلی و بازارهای هدف خارجی برای حفظ موقعیت و تداوم سودآوری می‌بایست حتی‌الامکان از هزینه‌های مرتبط با بهای تمام‌شده کاست. برای مثال افزایش کارایی و اثربخشی نیروی انسانی در شرکت برفاب به شدت پیگیری می‌گردد و اثرات خود را در طی سال گذشته نمایان کرده است.

برنامه‌های توسعه‌ای و استراتژی‌های تولیدی

شرکت برفاب یکی از شرکت‌های با سابقه در امر تولید لوازم خانگی در ایران می‌باشد که بیشترین شهرت آن از موفقیتش در امر صادرات و کسب بازارهای خارجی نشأت گرفته است. در سال‌های اخیر شرکت برفاب در زمینه بازارهای داخل کشور نیز فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام داده و از سیستم حمایتی خدمات پس از فروش قدرتمندی نیز برخوردار است.

بدون شک در برخورد با مشتری خارجی و یا مشتری داخلی استراتژی‌های متفاوتی را می‌بایست در سطوح مدیریتی اتخاذ کرد که اثرات آن بر استراتژی‌های میانی سازمان یعنی در بخش تولید نیز نمایان می‌گردند.

استراتژی‌های تولید

MTS: Make to Stock

در این استراتژی تولید انبوه به منظور شارژ انبار محصول انجام می‌پذیرد و بر اساس سفارش قطعی مشتری نمی‌باشد. مقدار تولید در این استراتژی بر اساس پیش‌بینی فروش، میزان فروش سال گذشته و توان خرید مواد اولیه برای حجم فروش پیش‌بینی شده می‌باشد.

MTO: Make to Order

در این استراتژی هر فرآیند تولید تنها با دریافت سفارش قطعی شده مشتری آغاز می‌شود و تقریباً در هر بازدید از انبار محصول، هیچ محصولی در آن به چشم نمی‌خورد. این نوع استراتژی بسیار مطلوب است ولی نیازمند زیر ساخت‌های تولید چابک بوده که در شرکت برفاب نیز مقدمات آن در حال انجام است.

ETO: Engineering to Order

در این استراتژی که بیشتر جهت تولید کنندگان تجهیزات پیشرفته متناسب است می‌بایست برای هر سفارش مشتری، مقدمات طراحی مجدد محصول و مهندسی محصول را پیاده‌سازی نمود. این استراتژی در شرکت برفاب با توجه به ماهیت محصولات، بسیار کم‌رنگ تر است.



**NEW
PRODUCT**

سازمان
از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو



خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:

ماشین لباسشویی جدید بر فاب مدل: WM-500



این ماشین لباسشویی که با اندازه کوچک خود در کلاس ماشینهای لباسشویی پرتابل و به اصطلاح مینی‌واش طراحی و ساخته شده است. مخزن این ماشین لباسشویی ظرفیت شستشویی ۳ کیلوگرم و ظرفیت خشک کن ۱ کیلوگرم را در اختیار مصرف کننده می‌گذارد و با توجه به ابعاد و وزن و قیمت آن را به گزینه‌ای مناسب برای استفاده‌های خاص مانند خانه‌های دانشجویی با حجم لباس کم و یا یک وسیله شست‌وشویی مکمل در کنار ماشین لباسشویی اصلی خانه به منظور شستن لباس‌های زیر و کم حجم تبدیل نموده است.



همچنین در خانواده‌هایی که نوزاد دارند یکی از نگرانی‌های بهداشتی شست‌وشویی لباس‌های نوزادان در کنار بزرگسالان که با استفاده از ماشین لباسشویی WM-500 در کنار ماشین لباسشویی اصلی خانه برطرف می‌شود.

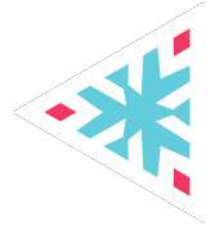


همچنین به علت اینکه لباس‌های نوزادان و یا لباس‌های زیر در دفعات بیشتری در هفته نیاز به شست‌وشو دارند نیاز به روشن کردن ماشین لباسشویی‌های بزرگ‌تر برای شست‌وشویی حجم کم لباس رفع و این مساله منجر به صرفه‌جویی در مصرف برق خانه و همچنین کاهش استهلاک و احتمال خرابی ماشین لباسشویی اصلی خانه می‌شود که با توجه به قیمت‌های لوازم خانگی خود دارای صرفه اقتصادی زیادی است.

از مشخصات این مدل ماشین لباسشویی می‌توان به استفاده از دو تایمر برای کنترل زمان شست‌وشو و خشک کردن، بدنه پلاستیکی با کیفیت، سبد خشک‌کن، وزن سبک و جابجایی آسان اشاره کرد.

رویدادها و منابع انسانی

مراسم معرفی آقای شهریار حیدری "مدیر داخلی کارخانه" به عنوان "فرمانده پایگاه بسیج شهید چمران برفاب" با حضور فرمانده سپاه ناحیه استان و جمعی از همکاران شرکت در کارخانه برفاب برگزار گردید.



جناب آقایان بهمن بیگی، نادر ببری، فضل الله هاشمی، عبدالرحیم مولوی، سعادت عزیزی و رسول پور امیر مصیبت وارده به شما ما را نیز متأثر کرد، برای گذشتگان شما آرامش ابدی را آرزومندیم.



بدینوسیله ازدواج همکاران عزیزمان جناب آقایان رحیم خدادوستان، حمیدرضا کاوه و حامد امینی را تبریک می‌گوییم و سالیان سال عشق، آرامش و سلامتی را برایشان آرزومندیم.



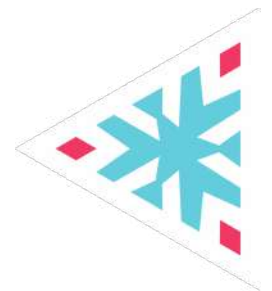
جناب آقایان بهروز بابائی، احمد خدابنده، امین مبینی، داود عبده و رسول ریاحی تولد فرزند عزیزتان را تبریک می‌گوییم.



برفاب، واحد "صنعتی سبز استان" چهارمحال و بختیاری در سال ۱۳۹۹

شرکت برفاب موفق به کسب عنوان واحد "صنعتی سبز استان" در سال ۱۳۹۹ از سازمان حفاظت محیط زیست چهارمحال و بختیاری گردید.

این لوح به منظور ارج نهادن به تلاش‌های شرکت در جهت حفاظت از محیط زیست و رعایت استانداردهای زیست محیطی توسط آقای شهرام احمدی مدیر کل حفاظت محیط زیست استان به شرکت برفاب ارائه شده است.



پنکه ایستاده جدید برفاب

مدل: SF2021



پنکه یکی از تجهیزات سرمایشی کاربردی و مناسب با شروع فصل گرما به شمار می‌رود. پنکه‌های ایستاده به‌عنوان مدل‌های رایج و متداول انواع پنکه‌ها، برای کاربردهای گوناگون و در طیف وسیعی مورد استفاده واقع می‌شوند. گردش هوا در محیط، خشک کردن و خنک کردن یک فضا، بخشی از مهمترین کاربردهای پنکه‌های ایستاده محسوب می‌گردد.

این وسیله سرمایشی به‌عنوان یک وسیله مکمل در کنار کولرها هم مورد استفاده قرار می‌گیرد و هنگامی که قسمتهایی از منزل یا محل کار به دلایلی با سیستم سرمایش به خوبی خنک نمی‌شود می‌توان از پنکه برای خنک کردن فضا استفاده کرد.

شرکت برفاب پنکه ایستاده مدل SF2021 را با توجه به تمامی موارد بالا و نیازمندی‌های مشتریان طراحی و عرضه نموده است.

برای بسیاری از خریداران، قدرت، توان و جنس پنکه ایستاده از درجه اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌باشد. در ساختار پنکه ایستاده مدل SF2021 پلاستیک و فلز استفاده شده است. بر همین اساس، این محصول از دوام و مقاومت بالایی بهره می‌برد. همچنین برای کنترل عملکرد بر روی بدنه از صفحه نمایشگر و کلید مکانیکی استفاده شده است.

پنکه ایستاده مدل SF2021 قابلیت کارکرد در سه حالت قابل انتخاب خواب، طبیعی و نرمال را دارد. از سوی دیگر، اعمال تنظیمات سرعت این دستگاه در سه نوع سرعت کند، متوسط و تند امکان‌پذیر می‌باشد. طراحی پایه‌های تلسکوپی برای این محصول، ایستایی و ثبات پنکه را در سطوح مختلف به راحتی میسر ساخته است. با برخورداری از پنج پره پلاستیکی، این مدل پنکه ایستاده از قدرت پرتاب باد مناسبی بهره می‌برد.

خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:



Coming
Soon ...

بارفاب [®]
از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو

www.barfab.ir



آیا استفاده از دو ماسک روی هم خطر انتقال ویروس کرونا را کمتر می‌کند؟

منبع: www.chetor.com

ویروس در دوره‌های کوتاه‌مدت منتقل می‌شود و فرد را بیمار می‌کند. به همین دلیل، نیاز داریم تا اقدامات پیشگیرانه‌تری برای کاهش انتقال ویروس انجام دهیم. استفاده از ماسک به‌عنوان سدی فیزیکی در مقابل ذرات تنفسی یکی از این اقدامات است. استفاده از ماسک یکی از راهبردهای پیشنهادی مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری یا به‌اختصار سی. دی. سی (CDC) برای کاهش سرعت انتشار سارس کووید ۲ است؛ همان ویروسی که در سال ۲۰۱۹ بیماری کرونا را ایجاد کرد. استفاده از ماسک به‌طور چشمگیری خروج قطرات و ذرات تنفسی بازدم افراد مبتلا را کاهش می‌دهد. به‌علاوه، افراد غیربیماری که از ماسک استفاده می‌کنند کمتر در معرض این ذرات تنفسی قرار می‌گیرند.

اما مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری، طی آزمایشی، روش‌های بهبود قرارگیری ماسک‌های سه‌لایه پزشکی روی صورت را بررسی کرد که نتایج آن قابل‌توجه است و به نظر می‌رسد استفاده از دو ماسک می‌تواند اثرگذاری بیشتری در برابر

همه ما از لزوم استفاده از ماسک در شرایط همه‌گیری ویروس کرونا آگاهیم. موضوعی که این روزها درباره ارتباط ماسک و پیشگیری از کرونا رایج شده استفاده از دو ماسک روی هم است. این کار حتی در تصاویری که از مراسم تحلیف بایدن، رئیس‌جمهور جدید آمریکا مخابره شد هم دیده می‌شد. سؤال این است که «آیا استفاده از دو ماسک ضروری است و خطر انتقال ویروس کرونا را کمتر می‌کند؟» در این مقاله، با نگاهی به آزمایش‌های انجام‌شده سازمان کنترل و پیشگیری از بیماری‌ها، به این پرسش پاسخ می‌دهیم. تا انتهای مقاله با ما همراه باشید.

تأثیر استفاده از دو ماسک بر کاهش خطر ابتلا به ویروس کرونا

شواهد جدید نشان می‌دهد گونه‌های جهش‌یافته ویروس کرونا قدرت انتقال بیشتری دارند. هرچند نحوه اثر و رفتار ویروس هنوز مشخص نیست، انتقال سریع‌تر گونه‌های جهش‌یافته یعنی



ویروس داشته باشد.

آزمایش سازمان کنترل و پیشگیری از بیماری به چه صورت انجام شد؟

ماسک‌های پارچه‌ای و ماسک‌های سه‌لایه پزشکی نسبت به ماسک‌های این ۹۵ (N95) نامطمئن‌تر روی صورت قرار می‌گیرند و ممکن است منافذهای بیشتری داشته باشند. چند راه ساده برای قرارگیری بهتر ماسک روی صورت وجود دارد که سرعت انتشار کووید ۱۹ را به‌طور مؤثرتری کاهش می‌دهد.

ماسک بیشتر از اینکه از فرد در مقابل ابتلا به ویروس محافظت کند، از انتشار عفونت جلوگیری می‌کند.

در ژانویه سال ۲۰۲۱ (دی ماه ۱۳۹۹) سازمان کنترل و پیشگیری از بیماری آزمایشی را طراحی کرد که اهمیت استفاده مناسب برای افزایش کارایی ماسک را نشان می‌دهد. طی این آزمایش ۲ روش برای بهبود استفاده از ماسک ارزیابی شد: آزمایش اول: پوشیدن ماسک‌های پارچه‌ای روی ماسک‌های سه‌لایه پزشکی (استفاده از دو ماسک)؛ آزمایش دوم: گره زدن ماسک‌های سه‌لایه پزشکی در نزدیکی ماسک و بستن درزهای اضافی آن در نزدیکی صورت برای جلوگیری از ورود ویروس از اطراف ماسک.

آزمایش استفاده از دو ماسک و نتایج آن

در آزمایش اول، بررسی شد که ترکیب ماسک‌های مختلف تا چه اندازه میزان آزادشدن ذرات طی سرفه را کاهش می‌دهد (کنترل بیماری). از ماکت به‌عنوان فرد در حال سرفه استفاده شد و میزان کارایی این روش در مهار ذرات ارزیابی شد. گروه‌های مورد آزمایش به‌صورت زیر بودند:

استفاده از یک ماسک سه‌لایه پزشکی؛

استفاده از یک ماسک سه‌لایه پارچه‌ای؛

استفاده از ماسک سه‌لایه پارچه‌ای روی ماسک سه‌لایه پزشکی (استفاده از دو ماسک).

سپس، درصد محافظت روش‌های مختلف استفاده از ماسک در برابر ذرات آزادشده از تنفس محاسبه شد. نتایج به شرح زیر است:

استفاده از یک ماسک سه‌لایه پزشکی (بدون مسدود کردن منافذ

اطراف آن) تا ۵۶/۱ درصد؛

استفاده از یک ماسک سه‌لایه پارچه‌ای تا ۵۱/۴ درصد؛

استفاده از دو ماسک (یعنی قراردادن ماسک پارچه‌ای روی ماسک سه‌لایه پزشکی) تا ۸۵/۴ درصد.

در نتیجه این آزمایش، استفاده از دو ماسک به میزان زیادی احتمال ابتلا به ویروس کرونا را کاهش می‌دهد.

آمار کاهش انتقال ویروس در زیر آورده شده است:

اگر این روش را فقط فرد مبتلا به ویروس کرونا استفاده کند، ۸۲/۲ درصد؛

اگر فقط فرد سالم استفاده کند، ۸۳ درصد؛

اگر هم فرد مبتلا و هم فرد سالم استفاده کنند، ۹۶/۴ درصد.

آزمایش گره‌زدن ماسک سه‌لایه پزشکی و نتایج حاصل از آن

در آزمایش دوم، این موضوع بررسی شد که ایجاد تغییر در ماسک‌های سه‌لایه پزشکی چقدر در کاهش ذرات آزاد شده طی تنفس مؤثر است. نتایج نشان می‌دهد گره‌زدن ماسک‌های سه‌لایه پزشکی و بستن منافذ اطراف آن تا ۷۷ درصد جلوی انتشار ویروس کرونا را می‌گیرد. این نتایج در ۳ حالت و به‌صورت درصد منتشر شد که در زیر به آن اشاره شده است: اگر این روش را فقط فرد مبتلا به ویروس کرونا استفاده کند، ۶۲/۹ درصد؛

اگر فقط فرد سالم استفاده کند، ۶۴/۵ درصد؛

اگر هم فرد مبتلا و هم فرد سالم استفاده کنند، ۹۵/۹ درصد.

این بررسی‌ها نشان می‌دهد برای افزایش کارایی ماسک‌ها، استفاده درست و اصولی از ماسک بسیار مهم است. تا زمانی که ایمنی عمومی وابسته به واکسن حاصل شود، استفاده همگانی از ماسک همراه با انجام سایر روش‌های محافظتی (مثل فاصله‌گذاری اجتماعی، شست‌وشوی خوب دست‌ها و پرهیز از ازدحام جمعیت در فضاهایی با تهویه نامناسب) مؤثرترین روش برای کاهش انتشار ویروس کرونا است.

محدودیت‌های آزمایش‌های انجام‌شده

محدودیت‌های این آزمایش‌ها شامل موارد زیر است:

این بررسی‌ها برای کودکان قابل استناد نیست (ساختار صورت کودک با فرد بزرگسال متفاوت است)؛

این بررسی‌ها با یک نوع ماسک پزشکی و پارچه‌ای انجام شده و با مدل‌های مختلف ماسک آزمایش نشده است؛

روش‌های مختلف استفاده از دو ماسک مثل استفاده از دو ماسک





استفاده از دو ماسک برای مدت طولانی تری ماسک را به صورت درست و محکم روی صورتتان نگه می‌دارد و از بخار روی عینک و لیز خوردن ماسک جلوگیری می‌کند.

یک روش ساده برای اطمینان از اینکه درزها به خوبی بسته شده‌اند یا نه این است که هوای تنفسی شما از اطراف بیرون نزنند یا شیشه عینک شما بخار نگیرد.

چکیده مطالب

کنترل ویروس کرونا نه تنها برای کاهش همه‌گیری ویروس کرونا و موضوعات اقتصادی اهمیت دارد، بلکه این کنترل برای کاهش سرعت تکامل ویروس و ایجاد انواع جدید آن نیز مهم است؛ زیرا روی قدرت انتقال ویروس و روند تشخیص و درمان و تولید واکسن اثر دارد.

از طرف دیگر، تا زمان تزریق واکسن و ایجاد ایمنی، لازم است با استفاده از ماسک، رعایت فاصله اجتماعی، پرهیز از ازدحام جمعیت، نبودن در مکان‌های کوچک با تهویه نامناسب و شست‌وشوی مناسب دست‌ها از انتشار ویروس کرونا جلوگیری کنیم. بر اساس گزارش سازمان کنترل و پیشگیری از بیماری، استفاده درست از ماسک کارایی آن را بسیار افزایش می‌دهد. ممکن است استفاده از یک یا دو ماسک به فرد غیرمبتلا احساس امنیت بدهد؛ اما به یاد داشته باشید که دلیل استفاده از ماسک محافظت از دیگران است. از طرفی، چشم‌ها هنوز در معرض ویروس‌اند و افرادی که از عینک استفاده می‌کنند کمتر از دیگران در معرض ابتلا به عفونت‌اند.

پارچه‌ای یا دو ماسک پزشکی یا استفاده از ماسک پزشکی روی ماسک پارچه‌ای بررسی نشده است؛

هرچند استفاده از دو ماسک خطر انتقال ویروس کرونا را کاهش می‌دهد، می‌تواند روی تنفس یا روی میدان دید افراد اثر داشته باشد. همچنین، روش گره زدن ماسک نمی‌تواند به خوبی دهان و بینی افرادی با صورت کشیده را بپوشاند.

سؤالات رایج در مورد استفاده ماسک

آیا باید از دو ماسک استفاده کرد؟

بر اساس دستورالعمل جدید مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری لازم است از ماسک سه‌لایه پزشکی و ماسک پارچه‌ای قابل شست‌وشو به طور هم‌زمان استفاده کنید. استفاده از دو ماسک راه بسیار سریع برای محافظت بیشتر در برابر ویروس کرونا و انواع جهش‌یافته آن است. این موضوع را به خصوص در مکان‌هایی با ازدحام جمعیت یا مکان‌هایی که کمتر از ماسک استفاده می‌کنند رعایت کنید. اگر به ماسک‌های پزشکی دسترسی ندارید، می‌توانید از دو لایه ماسک پارچه‌ای قابل شست‌وشو استفاده کنید. از پارچه‌هایی با دو یا چند لایه پنبه استفاده کنید که هم قابل شست‌وشو هستند و هم می‌توانید نفس بکشید. هر قدر از لایه‌های بیشتری استفاده کنید، بیشتر از خودتان در مقابل ذرات حاوی ویروس محافظت می‌کنید.

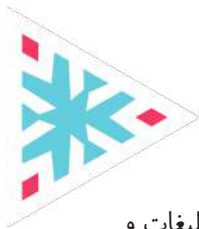
اصول اولیه استفاده از ماسک چیست؟

با توجه به شیوع گونه‌های جهش‌یافته ویروس کرونا، دیگر فقط ماسک زدن ملاک نیست، بلکه کیفیت مواد استفاده شده در ماسک و روش استفاده از آن نیز اهمیت دارد. مطمئن شوید بین صورت و ماسک‌تان کم‌ترین فاصله وجود داشته باشد و هیچ منفذی برای ورود ویروس باقی نماند. ماسک باید کاملاً دهان و بینی‌تان را بپوشاند تا عملکرد اصلی خود را انجام دهد (یعنی جلوی پخش قطرات تنفسی را بگیرد).

چطور از ماسک استفاده کنیم؟

بعضی افراد از ماسک N95، KN95 و KF94 استفاده می‌کنند و روی آن ماسک پارچه‌ای می‌پوشند. اگر از ماسک یک‌بار مصرف استفاده می‌کنید، حتماً کش‌های آن را گره بزنید تا ماسک کامل روی صورت شما را بپوشاند. به گزارش مرکز کنترل و پیشگیری از بیماری، گره‌زدن کش‌ها و خواباندن درزهایی که راه ورود باکتری‌ها و سایر آلاینده‌ها هستند تا نزدیک ۷۷ درصد از ابتلا ویروس کرونا جلوگیری می‌کند.





نمایش تخصص و حرفه‌ای بودن برند

زمانی که یک برند تجاری در آغاز کار تصمیم می‌گیرد تبلیغات و اقداماتی را برای معرفی خود انجام دهد، یکی از موثرترین روش‌ها، تولید و انتشار پادکست است. به این ترتیب برند شما با تولید پادکست و محتوای صوتی این فرصت را خواهد داشت که در مورد موضوعات جذاب و چالش برانگیز بحث کند و پیام‌های مهم برند را به طور مستقیم و موثر به گوش مخاطبان برساند. به این ترتیب از طریق به نمایش گذاشتن متخصصین و رهبران برند، اعتباری بی‌نظیر برای برند خود کسب کنید.

ارزش آفرینی و ایجاد فرصت‌های جدید

به عنوان یک برند تجاری می‌توانید نهایت بهره را از به کارگیری پادکست‌ها ببرید و فرصت‌هایی را برای برندتان ایجاد کنید. به عنوان مثال با استفاده از متن پادکست یا محتوای صوتی و انتشار در سایت یا بلاگ، برند شما می‌تواند از مزایای سئو نیز بهره‌مند شود یا چنانچه بخش‌هایی از پادکست را قبل از بارگذاری در پلتفرم‌های ویدیویی مانند YouTube ویرایش یا ادیت کنید، مخاطباتان می‌توانند در قالب کلیپ‌های کوتاه و جذاب به آن‌ها گوش دهند.

علاوه بر این، پادکست‌ها می‌توانند به رسانه‌های اجتماعی شما ارزش ببخشند. برای پادکست‌ها و محتوای صوتی قدرتمند و تاثیرگذار می‌توان تصاویری نیز در نظر گرفت. می‌توانید بخش‌های خاص‌تر را به شکل ویژه‌تری به تصویر بکشید. پس از انتشار پادکست‌ها در رسانه‌های اجتماعی، می‌توانید با مخاطباتان جلسات پرسش و پاسخ برگزار کنید و میزان رضایتمندی آن‌ها را بسنجید.

در واقع شما می‌توانید یک محتوای صوتی یا پادکست را به چندین فرم محتوایی تبدیل و متناسب با هر یک از رسانه‌های خود از آن‌ها استفاده کنید.

افزایش زمان تماس با مخاطبان

این یک حقیقت ناخوشایند است که افراد، علاقه و تمرکز کافی برای خواندن متون مکتوب را ندارند. مطابق آمار بافر، ۵۵٪ از مخاطبان وبلاگ شما، تنها ۱۵ ثانیه یا کمتر برای مرور یک پست وبلاگ زمان صرف می‌کنند! با افزایش میزان محتوای ویدیویی و صوتی، این آمار احتمالاً در سال‌های اخیر کمتر هم شده است. بنابراین شما باید به فکر چاره‌ای باشید که بتوانید مخاطبان را در مدت زمان بیشتری با خود درگیر کنید.

تولید پادکست و محتوای صوتی این فرصت را در اختیار شما می‌گذارد. انتشار پادکست‌های جالب و مفید می‌تواند افراد را ترغیب کند که زمان بیشتری را به شما اختصاص دهند. پس شانس برند شما برای حک شدن در ذهن مخاطب بیشتر می‌شود. چون می‌توانید برای دقایق متوالی، در خانه، محل کار و در هدفون‌های مخاطبان پخش شوید.



تولید و انتشار پادکست‌های برفاب

شرکت برفاب در راستای افزایش حضور خود در فضای مجازی و برای بالا بردن میزان ارتباط خود با مشتریان و مصرف‌کنندگان اقدام به تولید و انتشار منظم پادکست در وبسایت برفاب و پلتفرم‌های مربوط به انتشار پادکست‌ها نموده است.

شما می‌توانید این پادکست‌ها را که خلاصه صوتی مقالات منتشر شده در قسمت مقالات آموزشی وبسایت هستند را در مقالات مربوطه گوش دهید و یا با مراجعه به کانال آپارات و یا اینستاگرام برفاب به برخی از پادکست‌های منتخب دسترسی پیدا کنید.

در ادامه برای آشنایی بیشتر مطلبی را درباره تاریخچه و اهمیت پادکست در برندینگ کسب‌وکار آورده‌ایم.

تولید پادکست چطور می‌تواند به رشد و توسعه‌ی برند شما کمک کند؟

منبع: www.chetor.com

اصطلاح پادکست برای اولین بار در سال ۲۰۰۴ توسط بن همسلی، ستون‌نویس روزنامه گاردین و روزنامه‌نگار BBC پیشنهاد شد و از همان زمان تا امروز، از جانب شنوندگان با استقبال فوق‌العاده‌ای روبه‌رو شده است. در واقع با توجه به روی آوردن مخاطبان به استفاده از محتوای صوتی، اکنون مردم سراسر جهان می‌توانند از طریق اپلیکیشن‌های موبایلی، به فایل‌های صوتی دیجیتال دسترسی داشته باشند و به محتوای مختلف گوش دهند. این روزها پادکست از محبوبیت بسیاری برخوردار است. به طوری که مطابق آمار، مخاطبان حرفه‌ای پادکست در هفته به طور میانگین ۶ ساعت و ۳۷ دقیقه را به شنیدن پادکست می‌گذرانند! به این ترتیب می‌توانیم محتوای صوتی و به ویژه پادکست را به عنوان یکی از ابزارهای موثر در استراتژی بازاریابی محتوایی به حساب بیاوریم.

مزایای تولید پادکست در برندسازی

فرقی ندارد که می‌خواهید برای کسب‌وکارتان برندسازی کنید یا به فکر پایه‌ریزی یک برند شخصی برای خودتان هستید. مهم این است که بتوانید در بازار پرمیاهو و مملو از نام‌های پرآوازه، صدای خود را به گوش مخاطباتان برسانید. محتوای صوتی و پادکست می‌تواند در این مسیر برای شما تبدیل به یک برگ برنده‌ی حیاتی شوند که بسیاری از رقبای شما تا به حال از آن استفاده نکرده‌اند.



کولر آبی جدید برفاب مدل: BF3-Z

یکی از محصولات پر فروش شرکت برفاب کولرهای آبی پرتابل هستند. کولرهای پرتابل به عنوان یک راهکار مناسب برای استفاده در منازل و محل‌هایی که به دلایل مختلف امکان استفاده از روش‌های خنک کردن ثابت مانند کولرهای فلزی و... نیست و یا این روش‌ها پاسخگو نیست توصیه می‌شود.

نکته مهم در استفاده از این کولرها توجه به وجود امکان جریان هوای تازه در محیط برای جلوگیری از شرجی شدن محیط مورد استفاده می‌باشد.

کولر پرتابل مدل BF3-Z عضو دیگر خانواده کولرهای پرتابل می‌باشد که عرضه شده است و بر اساس نیاز بازار با تغییراتی نسبت به مدل‌های قبلی طراحی شده است.

در محصول BF3-Z از کلیدهای سلکتوری (مکانیکی) برای کنترل دستگاه استفاده شده است و ابعاد آن برای فضاهای کوچکتر مناسب‌سازی شده است. بدنه این کولر از جنس پلاستیک بوده و پره‌های آن با استفاده از موتور swing حرکت و باد را در جهات مختلف پخش می‌کنند.



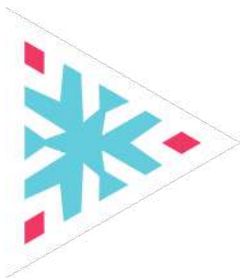
خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:

بارفاب
از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی



**NEW
PRODUCT**

www.barfab.ir



چگونه می توان بهره‌وری بیشتری داشت؟

منبع: fa.warbletoncouncil.org

نکاتی برای بهره‌وری بیشتر

بهره‌وری و کارایی ما، چه در محل کار و چه در جنبه‌های دیگر زندگی ما، به عوامل زیادی بستگی دارد. انگیزه‌ای که داریم یکی از آنهاست اما تنها انگیزه نیست: توانایی ما در سازماندهی و تمرکز، نحوه انجام کارها و توانایی پذیرش و واکنش در برابر تغییرات از دیگر عناصر یا عواملی است که بر آن تأثیر می‌گذارد. به همین دلیل است که برای داشتن کارآیی و کارایی بیشتر، رعایت ملاحظات زیر مفید است.

۱. امروز می‌خواهید چه کار کنید؟ روز را برنامه ریزی و

سازماندهی کنید

اگر آنچه می‌خواهیم افزایش بهره‌وری ما باشد، اولین کار سازماندهی است.

ما در دنیای کاملاً رقابتی زندگی می‌کنیم و این در همه زمینه‌ها از جمله پرسنل، به‌ویژه در بازار کار منعکس می‌شود. در میان بسیاری از ویژگی‌هایی که معمولاً مورد تقاضا و قدردانی قرار می‌گیرد، یکی از خصوصیات که شرکت‌ها بیشتر از همه مورد توجه قرار می‌دهند، بهره‌وری و کارایی موضوع است (چقدر می‌توانند در کوتاه‌ترین زمان ممکن انجام دهند). عاملی است که نه تنها در استخدام بلکه در حین انجام یک شغل مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین، با گذشت زمان، با افزایش تجربه فرد، باید این بهره‌وری افزایش یابد.

اما اغلب می‌توانیم تعجب کنیم که آیا به اندازه کافی بهره‌وری داریم و همچنین قصد داریم کارایی و بهره‌وری خود را بهبود ببخشیم. چگونه می‌توان بهره‌وری بیشتری داشت؟ بیایید آن را در طول این مقاله ببینیم.



بلکه منظور ما این است که سعی کنید محرک‌هایی را که ممکن است توجه شما را به خود جلب کند، مسدود یا حذف کنید. به عنوان مثال، اگر با رایانه کار میکنید، هدفون خود را لغو کنید تا صدای محیط را لغو کنید، وسایلی را که نیازی به آن ندارید از روی میز بردارید یا در مکان‌هایی کار کنید که دما، نور و سر و صدا تا آنجا که ممکن است پایدار است و بدون ایجاد مزاحمت. جلوی تلویزیون کار نکنید (مگر اینکه بخشی از کار شما باشد)، تلفن خود را کنار بگذارید و هر پنج دقیقه نامه خود را چک نکنید.

۵. یک بار یک چیز

طبیعی و بسیار متداول است که در حین انجام وظیفه‌ای به این فکر می‌کنیم که کار بعدی را چگونه انجام خواهیم داد و حتی سعی کنیم چندین کار را هم‌زمان انجام دهیم. به استثنای ساده‌ترین موارد، معمولاً کارساز نیست: انجام هم‌زمان چندین کار بهترین راه برای اشتباه انجام دادن آن‌ها و تکرار آن‌ها است، علاوه بر اینکه می‌توانید منابع کمتری را در هر یک از کارها سرمایه‌گذاری کنید و کاهش سرعت.

بنابراین بهترین کار توصیه شده (به جز در کارهای اتوماتیک) این است که هر بار بر روی یک چیز تمرکز کنید تا بتوانیم توجه و منابع کامل خود را به سمت انجام آن معطوف کنیم، چیزی که بدون شک امکان انجام آن را به روشی چابک و مولدتر فراهم می‌کند.

۶. اشتباهات خود را بپذیرید و از آن‌ها یاد بگیرید

همه ما در بعضی مواقع مرتکب اشتباه می‌شویم، به همان اندازه که ممکن است اعتراف به آن اذیت شود. اما افرادی که در آن‌ها گیر کرده و قادر به پذیرش آن‌ها نیستند، می‌بینند که بهره‌وری آن‌ها بسیار کاهش یافته است. اشتباه کردن، انسانی است و فرصتی برای یادگیری است.

از این نظر، ما همچنین باید اظهار نظر کنیم که خطاهای مشاهده خوب است، اما اگر می‌خواهیم بهره‌وری خود را بهبود ببخشیم، باید سعی کنیم روش‌هایی را برای جایگزینی آن‌ها پیدا کنیم، در غیر این صورت می‌توانیم بارها و بارها به آن‌ها بازگردیم.

بنابراین، یکی از راه‌های بهبود بهره‌وری ما قبل از هر چیز ارزیابی و تجزیه و تحلیل کنید که کجا اشتباه رفته‌ایم یا کدام قسمت از کار ما بیشتر ضعیف است تا بتوانیم روی آن‌ها کار کنیم. این در مورد یادگیری از تجربه است و می‌تواند بر اساس آن عمل کند، بدون اینکه خود را عذاب دهیم اما مسئولیت خود را به عهده بگیریم.

اگرچه تقریباً در همه مشاغل باید بتوانیم خود را با تغییرات تطبیق دهیم و در بعضی زمینه‌ها برنامه‌ها می‌توانند از یک لحظه به لحظه دیگر کاملاً تغییر کنند، اما حقیقت این است که داشتن ایده‌ای واضح درباره آنچه که می‌خواهیم صرف کنیم ضروری است. زمان کار ما و به چه روشی قصد داریم این کار را انجام دهیم. در صورت نیاز به تهیه لیست یا چک‌لیست می‌تواند مفید باشد. از این نظر، ضروری نیست که بیش از حد تحت فشار قرار گیرید: این امکان وجود دارد که همه کارهایی را که برنامه‌ریزی کرده بودیم به پایان نرسانیم.

ما باید این را نیز در نظر داشته باشیم همیشه پیش‌بینی نشده وجود خواهد داشت، بنابراین هنگام برنامه‌ریزی خوب است که این احتمال را داشته باشید که مشکلی پیش بیاید، بیش از زمان برنامه‌ریزی شده یا سایر کارهای میانی دوام بیاورد. توصیه می‌شود نیمی یا حداقل ۲۰٪ اضافی از زمان محاسبه شده را به محاسبه تقریبی خود از مدت زمان انجام کاری اضافه کنیم.

۲. اولویت‌بندی را یاد بگیرید

فراتر از اینکه در مورد کارهایی که قرار است در طول روز انجام دهیم مشخص است، برای بهبود بهره‌وری خود لازم است که اولویت کارهایی را که باید انجام شود اولویت‌بندی کنیم: چه چیزی سریع‌ترین و چه مهم‌ترین (به همین دلیل) بسیار مهم است که قبل از آن سازماندهی شود و بیشترین موارد مربوط به آخر را نگذارید).

بدیهی است که کارهای فوری و بی‌اهمیت را باید برای بعداً رها کرد. یک استثنا می‌تواند موردی باشد که پرتاب شود اگر ما با یک کار گیر می‌کنیم یا این بستگی به این دارد که دیگران وظیفه خود را تمام کنند، در این صورت ما می‌توانیم برای استفاده از وقت دیگر به انجام کارهای دیگر پردازیم، تا بتوانیم ساده‌تر باشیم، به طوری که اعتماد به نفس پیدا کنیم و کار را برای بعد برداریم.

۳. تقسیم وظایف: مجموعه را ساده کنید

به خصوص هنگامی که وظیفه انجام‌شده شامل تعداد زیادی عنصر است و بسیار پیچیده است، سعی در تفکیک آن در مراحل مختلف یا کارهای فرعی ساده و کوتاه‌تر راحت است. به این ترتیب ما می‌توانیم خودمان را سازماندهی کنیم تا وظیفه انجام شده بسیار قابل کنترل‌تر باشد سطح دشواری کاهش می‌یابد.

۴. عوامل حواس‌پرتی را از بین ببرید

منظور ما از این کار این نیست که کاملاً خود را از دنیا جدا کنید،

بهترین‌های خود را ارائه داده‌ایم، به خود اجازه می‌دهیم از خود احساس رضایت داشته باشیم.

همچنین توصیه می‌شود بتوانید خود را تقویت کنید و با نظرات مثبت به خود پاداش دهید، در پایان روز فعالیت‌های دلپذیری را برای ما انجام دهید یا حتی هر از چند گاهی خود را سرگرم کنیم.

۱۰. خوب بخورید و بخوابید

نکته بسیار مهم برای بهبود بهره‌وری، غذا خوردن و خواب صحیح است. تغذیه مناسب و خواب کافی می‌تواند به ما در بهترین عملکرد ارائه دهد، در حالی که کمبود خواب، گرسنگی یا عدم تغذیه کافی توانایی ما را بسیار کاهش می‌دهد.

۱۱. قطع ارتباط خارج از کار

بیشتر ما زندگی پرتنشی داریم که با مهلت مشخص شده است. اهداف یا محدودیت‌های زمانی، چیزی که اگرچه در طولانی مدت تحریک‌کننده است اما می‌تواند انرژی ما را کاهش دهد و بر بهره‌وری ما تأثیر بگذارد.

علاوه بر این، باید به یاد داشته باشیم که ما نه تنها کار خودمان هستیم، بلکه این کار تنها یکی از جنبه‌های زندگی ماست.

مهم این است که در محل کار خود قرار بگیریم، اما همچنین مهم است که وقتی در دفتر و محل کار نیستیم، از آن جدا شویم. استراحت کنیم و از زندگی شخصی و اوقات فراغت خود مراقبت کنیم. (داشتن سرگرمی صدمه‌ای نمی‌بیند) امری ضروری است که به ما امکان می‌دهد انرژی خود را به گونه‌ای متعادل کنیم که وقتی در محیط کار هستیم می‌توانیم آن را داشته باشیم و توانایی تولید را افزایش دهیم.

۱۲. حدود خود را بشناسید

این ممکن است ضد ضروری‌ترین عنصر از مواردی باشد که در این مقاله نشان داده شده است، اما حقیقت این است که توانایی دانستن محدودیت‌های ما به ما در بهبود بهره‌وری کمک می‌کند. از این لحاظ، اول از همه تشخیص اینکه چه منابعی داریم و تا چه حد می‌توانیم پیش برویم، این به ما کمک می‌کند تا برنامه‌ریزی کنیم، همچنین بیش از حد وظایف و خواسته‌هایی را نپذیریم که نمی‌توانیم آن‌ها را پوشش دهیم و در طولانی مدت منجر به اشباع بیش از حد، ناامیدی و از دست دادن بهره‌وری می‌شوند. به همین ترتیب، واقع شدن در محل قرارگیری آن‌ها به ما این امکان را می‌دهد که سعی کنیم منابع خود را با سرعت کافی آموزش و ارتقا دهیم تا با گذشت زمان به تدریج ظرفیت خود را تا حد ممکن افزایش دهیم و در نتیجه مسئولیت‌های بیشتری را بدون کاهش بهره‌وری به عهده بگیریم.



۷. مکث‌های کوچک انجام دهید

از آنجا که منابع ذهنی ما محدود است، انسان نمی‌تواند دائماً روی یک کار متمرکز شود. گرچه به نظر می‌رسد برخلاف تصور افزایش بهره‌وری مغایرت داشته باشد، توصیه می‌شود هر از چند گاهی چند دقیقه استراحت کنید، تا سطح انرژی ما حفظ شود طولانی‌تر با بازیابی از زمان به زمان. با این حال، این توقف‌ها باید کوتاه‌مدت و بیش از حد مکرر نباشد، و هنگامی که کاملاً روی یک کار متمرکز شده‌اید نباید این کار را انجام دهید. تقریباً پنج تا ده دقیقه وقفه در هر ساعت بهترین خواهد بود.

۸. مهارت‌ها و فرم خود را آموزش دهید

یک نکته مهم در مورد افزایش بهره‌وری، ایده آموزش توانایی‌های شخصی خود از طریق روش‌های مختلف است. عناصری مانند نظم، ظرفیت واکنش، انعطاف‌پذیری و اراده را می‌توان از طریق تکنیک‌هایی مانند ذهن آگاهی، ورزش بدنی یا تمرینات تحریک‌شناختی ایجاد کرد. همچنین مورد توجه است آموزش مداوم، یادگیری در مورد زمینه‌ای که ما در آن کار می‌کنیم حتی اگر نیازی به آن نباشد. با این کار می‌توانیم تکنیک‌ها یا روش‌های جدیدی را یاد بگیریم که علاوه بر ارزش افزوده برای شرکت ما، می‌توانند کارایی و عملکرد ما را نیز بهبود بخشند.

۹. خود را بشناسید و پاداش دهید

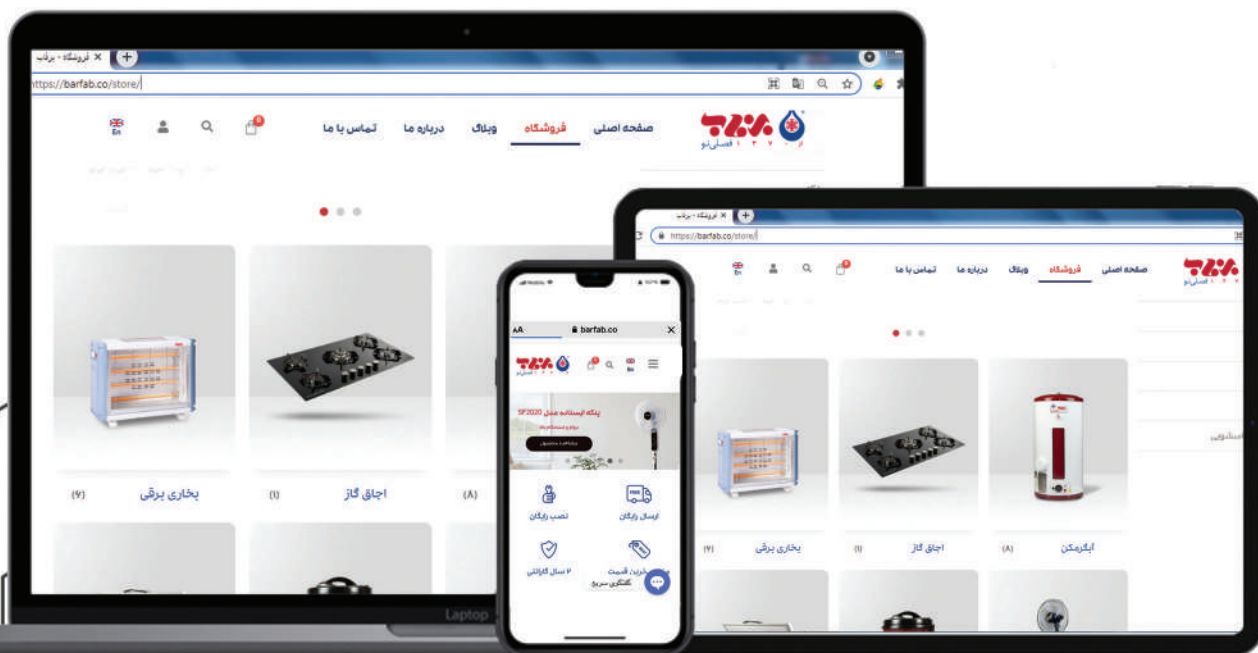
ارزش و شناخت تلاش و کار خود مهم است، حتی اگر تصور کنیم کاری که انجام داده‌ایم ساده است. ما نمی‌گوییم که تمرین خودشیفتگی را انجام می‌دهیم، اما می‌گوییم اگر باور کنیم که

www.barfab.ir
وبسایت و فروشگاه اینترنتی برfab

خرید اینترنتی
آسان و بدون واسطه



ارسال سریع و رایگان



بارفاب
از ۰۳۷۱ فصلی نو





کولر آبی جدید برفاب مدل: BF5-O⁺

در میان کولرهای پرتابل، کولر برفاب مدل BF5-O با توجه به قابلیت و کیفیت سهم خوبی از بازار را دارد و با توجه به این مساله و بازخوردهایی که از مشتریان درباره این محصول گرفته شده است شرکت برفاب اقدام به توسعه این محصول و طراحی مدلی جدید در این خانواده نموده است.



این کولر از نظر مشخصات مشابه کولرهای BF5-O می باشد، و قابلیتی که به آن افزوده شده است محلی قرارگیری یخ در بالای محصول است که با استفاده از آن مشتریان قادر خواهند بود از جریان هوای خنک تری بهره ببرند. با قرار گرفتن ۳ ظرف یخ در محل تعبیه شده و با گردش آب موجود در کولر در این قسمت دمای آن کاهش یافته و هوا را بیشتر خنک می کند.



سایر مشخصات کولر پرتابل برفاب مدل BF5-O⁺ عبارت است از بدنه پلاستیکی مقاوم، استفاده از پد سلولزی، وجود صفحه کنترل دیجیتال بر روی محصول و کنترل از راه دور، قابلیت Swing و حرکت پره ها، امکان آب گیری به صورت دستی و اتصال به آب شهری.

نکته مهم در استفاده از این کولرها توجه به وجود امکان جریان هوای تازه در محیط برای جلوگیری از شرجی شدن محیط مورد استفاده می باشد.

**NEW
PRODUCT**

خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:

بارفاب®
از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو



www.barfab.ir

software is a straightforward, effective way to pair learning with work. The more intelligent the chatbot — i.e. the more relevant it is to what's actually happening there and then in the workflow — the less intrusive it will feel, and the more useful it will be.

Place learning in the inbox. Email is still a major component of the knowledge worker's day, and one of the only common currencies for external communications. So, although it's an unglamorous solution, the sparing use of personalized emails may be the most efficient, effective way to sprinkle learning into your staff's working days. 94% of business executives get news via email — more than any other format. Why should learning be any different? As regulations around privacy tightens, such as the EU's General Data Protection Regulation (GDPR)—inboxes will become less cluttered, and individual e-mails will become proportionately more valuable.

What Corporate Learning Leaders Think?

The concept of learning in the flow of work has resonated with chief learning officers around the world. The \$360 billion corporate learning industry has typically walked in the shadows of other more “glamorous” aspects of doing business, largely because proving the impact of specific learning programs is difficult (although the benefits of training in general for individuals and society are beyond doubt). But that may be about to change as companies start to take employee engagement and well-being more seriously. Here are three views from learning leaders who are breaking the mold:

Ann Schulte, Chief Learning Officer at Procter & Gamble (P&G), explains why learning is more important in 2019 than ever, and how the firm's strategy reflects this: “At P&G, we believe that the ‘fastest learner wins’ because we see in uncertain and changing markets that experimentation, rapid-cycle feedback, and the ability to adapt are competitive imperatives

— and all require learning. To help our people learn faster, we are disrupting how we manage learning and development to focus more on the immediate business context and personalized needs by providing easy access to information, performance support aids, and carefully curated training that is relevant and can be directly applied to work.”

Helen Smyth, Group Digital Learning and Design Manager at Sainsbury's, underlines the importance of design thinking in formulating the right corporate learning solution: “Too often, learning opportunities and technology deployments are developed based on what centralized groups think would be useful, or on what is possible, rather than on what would actually enable someone to do something better or differently at work. To overcome this, it's important that we spend more of our time as learning professionals understanding the practical realities of daily work for people, and ensuring that our products and services are in tune with those realities.”

Elisabetta Galli, Global Head of Knowledge, Development & Talent Management at Banco Santander, suggests that corporations should look at consumer software for inspiration: “Employees use social media and search in their spare time to satisfy their curiosity, right when they need it. It should be exactly the same at work. We must create corporate learning experiences to match consumer-grade experiences. This is our vision: to create a learning-in-the-flow-of-work ecosystem and become a learning organization, whose workforce is upskilled in real time.”

Learning in the flow of work is one of the most powerful levers available to business leaders today. We believe every organization can benefit from this new paradigm. It's an exciting next wave of innovation, which has been a long time coming. Make sure that you and your company are on the crest of it.



Subscribe to a small number of high-quality, hyper-relevant newsletters. Choose them with care, to suit your role, industry, and personality. There won't be many, in the end, that are both excellent and relevant. Unsubscribe from the rest.

Contribute actively, expertly, and kindly to a learning channel where work actually happens. Work happens in different places for different companies, but the examples we hear most are from people using SharePoint, Slack, and Teams. If your company doesn't have a learning channel, create one. When you share something new and interesting with colleagues on these platforms, don't just paste a URL. Help people understand why you're sharing it, unpacking the what-it's-about and why-it-matters aspects of a content piece. The who-it's-for is even more important: tag those and only those who will really derive benefit from your share. This not only helps others, and benefits your company, it will also accelerate your own learning.

Top-Down Learning

When you ask HR leaders how they plan to build new skills for the future, almost two-thirds say they will go out and recruit for the new skills they need. This is costly: one of our clients found it is six times less expensive to build technical skills internally than it is to go hire them from the job market.

So how can corporations better make use of the flow of work to develop the skills of their workforce? Of course, many of the characteristics of big companies inhibit learning, but others can be used to catalyze it. This section is especially for business leaders who are willing to change systems, processes, and culture in order to lift the capability of their workforce.

Make sure corporate knowledge systems are accurate and easy to use. Your employees are constantly looking for information, and they'll most likely go to Google and YouTube looking

for answers. Accept that this is reality, but also spend some time curating and fixing the internal systems you have to make them faster and more useful. If you have an old, cluttered website of poorly arranged information, it's simply costing your company money, and building a corporate portal is easier than ever. Search results must be useful — this is easily said but rarely done — which requires that your content be well tagged and maintained. Initiate a project with IT to clean it up and you'll be surprised how quickly it becomes useful again.

Share content internally. It's now possible to use technology to harness organic learning that's happening in one part of the company, and scale the benefits within the wider organization. For example, an article about negotiating complex commercial contracts that was shared between two account managers on one platform could be algorithmically spotted, tagged, and redistributed to a broader sales population.

Leverage APIs to bring content to the workplace. Integrating into the flow of work has never been easier, thanks to the advent of the API economy. Most software is now built with interoperability in mind, which is often delivered through APIs. Slack, Teams, and Atlassian, to name just a few platforms, have open APIs. This means that relevant learning content can be seeded into employees' days by using integrative technologies such as Zapier, IFTTT or learning-oriented APIs.

Devote a channel in your corporate communications software to learning. Create a dedicated online space for learning and promote it with meaningful contributions from business leaders. Encourage naturally active sharers and influencers to post and promote new content. If those contributions come right from the top of your organization, the message that learning is indispensable will ring louder and clearer.

Consider a conversational or chat interface. Adding a chat layer on top of primary workflow



hours every day. In particular, they spend 28% of their time on email, 19% of their time gathering information (searching for data), and 14% of their time communicating internally (in formal and informal meetings). Those three activities combined constitute 61% of the total time at work for this vast population.

It makes sense that knowledge workers should spend so much time absorbing and disseminating information. Finding data, facts, information, and insights, and then sharing it with others, is a daily activity for most of us. In fact, 38% of content that's shared online is either educational or informational.

Learning in the flow of work is a new idea: it recognizes that for learning to really happen, it must fit around and align itself to working days and working lives. Rather than think of corporate learning as a destination, it's now becoming something that comes to us. Through good design thinking and cutting-edge technology, we can build solutions and experiences that make learning almost invisible in our jobs. One could argue that Google and YouTube are two of the earliest "learning in the flow" platforms, which we now take for granted.

So, how can we use the flow of work to drive learning? We'll first look at this from the perspective of the individual (bottom-up) and then from the perspective of the corporate (top-down).

Bottom-Up Learning

What might you as an individual with an appetite for learning do to learn in the flow of work? Here are some practical measures you could implement today:

Practice metacognition and mindfulness. Be aware and be present as you go about your daily job. There are many benefits to this, one of which is an increased ability to learn and develop. For example, don't just sit in on that negotiation with a procurement expert; notice and learn her

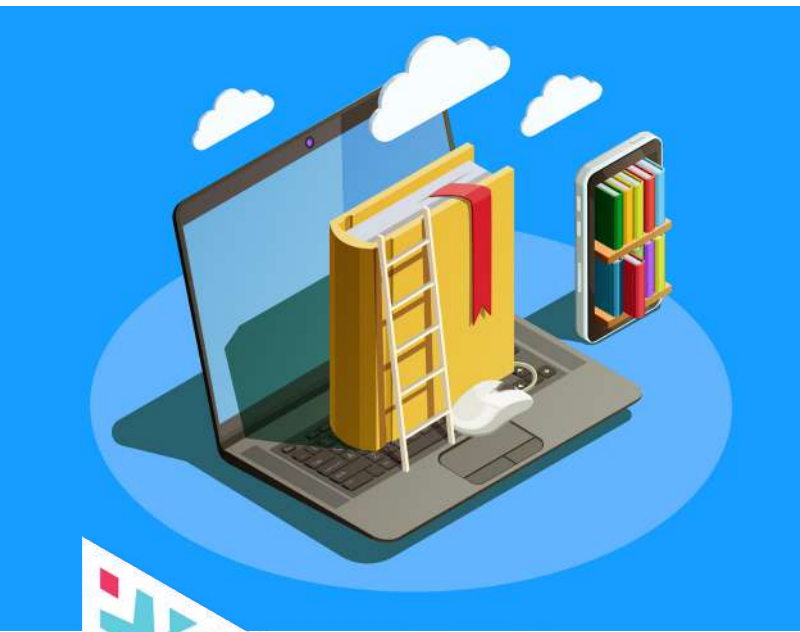
tactics and techniques as you engage with her. Ask product managers about product features; ask sales people about industry trends; ask peers for feedback on your presentation skills. These kinds of inquiries are learning experiences and most peers love to tell you what they know.

Maintain a to-learn list. You experience many learning opportunities every day, and with a degree of metacognition, you'll notice more of them. You often have to let them pass at the moment because you're busy doing something else. But that doesn't mean you should waste the opportunity. Write down a list of concepts, thoughts, practices, and vocabulary you want to explore, book mark them in your browser, and add them to your list. You can later explore them when you have a few moments to reflect. In my case (Josh), I'm constantly bookmarking things I want to learn, and as soon as I find a spare moment (often late in the day when I'm tired), I read the article, explore the demo, or just poke around and play with something I've always wanted to do better. It's a personal and rewarding experience, and we all have times (including commutes) when it just feels like the right thing to do.

Use tech-enabled tips as you work. Technical tips from the likes of Google's Explore within Google Docs can help with context-relevant research or suggestions for formatting or analysis. This type of inline advice has improved significantly since the first days of the infamous Microsoft Office assistant, the animated paper clip, "Clippy". But you need to be open to such recommendations to learn anything from them. There are many more coming, as tools like Microsoft Teams and Slack become more common at work.

Calendarize dedicated learning time into your work schedule. Let colleagues know how important learning is to you. Agree on a sensible proportion of your work week that can be devoted to learning (an hour, say) with your manager. Then timebox it and stick to it.





As automation, AI, and new job models reconfigure the business world, lifelong learning has become accepted as an economic imperative. Eighty percent of CEOs now believe the need for new skills is their biggest business challenge. For employees, research now shows that opportunities for development have become the second most important factor in workplace happiness (after the nature of the work itself). At the most fundamental level, we are a neotenic species, born with an instinct to learn throughout our lives. So it makes sense that at work we are constantly looking for ways to do things better; indeed, the growth-mindset movement is based on this human need. And whereas recruitment is an expensive, zero-sum game (if company A gets the star, company B does not), learning is a rising tide that lifts all boats.

Making Learning a Part of Everyday Work

By Josh Bersin and
Marc Zao-Sanders

Source:
Harvard Business Review
www.hbr.org

Yet the urgency of work invariably trumps the luxury of learning. A study we recently ran with LinkedIn found that employees waste one third of their day on emails that have little or nothing to do with their jobs. The traditional corporate learning portal (the learning management system) is rarely used (other than for mandatory compliance training) and it often takes many clicks to find what you need. Learning therefore ends up being relegated — consciously and subconsciously — to the important-but-not-urgent quadrant of Eisenhower’s 2×2 matrix. On average, knowledge workers carve out just five minutes for formal learning each day. We’re all just too caught up in the inexorable flow of work.

So, the question becomes: How can we make learning part of the powerful current of the daily workflow? We believe there is a way, a new paradigm, which Josh coined “learning in the flow of work”.

What exactly is the flow of work?

Everyone’s experience at work differs of course, but there are some broad commonalities among knowledge workers: There are 780 million of them, and they sit in front of a computer for 6.5



ModMaan[®]
The Spice of Life

JUG & GLASS



Roza
Multi-Color Jug

Rozalin
Multi-Color Glass

in different colors:



www.modmaan.com

ICE BOX & FLASK



Aysan IB-C01
Size: Large



Aysan IB-B01
Size: Medium



Aysan IB-A01
Size: Small



Koolak IB-BS01
With Speakers



Fargol Flask
IB-F01



Barfab

H O M E A P P L I A N C E S
S I N C E 1 9 9 0
S U M M E R 2 0 2 1



Barfab Has Launched New Products for 2021

Making Learning a Part of Everyday Work

www.barfab.ir