

دبیرخانه اولین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸
شماره: ۲۰۰۷/۳-۱۴۰۱/۳
پوست:



فارس - شیراز

۲ الی ۵ آذرماه ۱۴۰۱

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس

معرفی نمایشگاه و شرایط حضور

در سال‌های اخیر حوزه «ارتباطات سلامت» از اعتبار علمی و جهانی ویژه‌ای برخوردار شده است. این حوزه، پیوند دو حوزه ارتباطات و سلامت است و عبارتند از: آگاه‌سازی و تأثیرگذاری بر جامعه نسبت به موضوعات سلامت بر اساس یک برنامه‌ریزی مدون. هدف این ارتباطات پیش‌گیری از بیماری‌ها و ارتقای سلامت و کیفیت زندگی افراد جامعه است. علاوه بر این، ارتباطات سلامت به دنبال آن است که مقوله سلامت را به اولویت اول افراد تبدیل سازد. مردم نیاز دارند در مورد بیماری‌های مختلف، دانسته‌های خود را از مقوله‌هایی نظیر عوامل ایجادکننده، روش‌های پیشگیری، کنترل، تعریف بیماری، اقدامات تشخیصی و راهکارهای درمانی ارتقا دهند. سطح سواد سلامت در جامعه ایرانی پایین است. صاحب‌نظران حوزه سلامت در کشور معتقدند که با وجود بالا بودن میزان اطلاعات در حوزه سلامت، سطح آگاهی و بکارگیری دانسته‌های عمومی در این حوزه چندان رضایت‌بخش نیست. نتایج یک تحقیق سراسری نشان می‌دهد سطح سواد سلامت در کشور ۲۹ درصد است؛ آماری نگران‌کننده که می‌تواند زنگ خطری برای وضعیت سلامت کشور باشد.

در این راستا و بر اساس بند یازدهم «سیاست‌های کلی سلامت» ابلاغی ۱۳۹۳/۰۱/۱۸، که بر ضرورت استفاده از ظرفیت نهادها و سازمان‌های مختلف کشور برای تأمین، حفظ و ارتقای سلامت جامعه تأکید شده است، شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس با عاملیت اجرایی شرکت رویدادسازان توسعه در نظر دارد اقدام به برگزاری نخستین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت با هدف ارتقای آگاهی جامعه در حوزه سلامت و با شعار «پیام آور سلامتی» نماید.

بر این اساس نخستین دوره نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت در مرکز استان فارس به عنوان قطب سلامت کشور، از تاریخ ۲ لغایت ۵ آذرماه سال جاری در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس و در فضایی به متراژ ۴۵۰۰ متر مربع با شکوه و رویکردی موثر و کاربردی، با حمایت استانداری فارس، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان فارس، سازمان نظام پزشکی مرکز استان فارس، انجمن‌های پزشکی و سایر ارگان‌ها، نهادها و تشکلهای ذیربط و با عاملیت اجرایی شرکت رویدادسازان توسعه پارس برگزار می‌گردد.

از جمله اهداف شورای سیاست‌گذاری این رویداد در نخستین دوره برگزاری، بازدید ویژه اقشار مختلف مردم به منظور آشنایی با توانمندی‌های بخش سلامت اعم از خدمات، محصولات و فناوری‌های نوین قابل ارایه، مراکز ارایه دهنده خدمات تشخیصی، درمانی، پزشکی و بهداشتی و همچنین بازدید ویژه فعالان حوزه گردشگری سلامت به منظور بهره‌برداری از این نمایشگاه و ارتقای سطح آگاهی نسبت به شیوه‌های همکاری با جامعه تأمین‌کنندگان سلامت در این رویداد منحصربه‌فرد می‌باشد. لذا فرصت مغتنمی است که فعالان بخش سلامت در سطح استان فارس و سایر استان‌های کشور، توانمندی‌ها و دستاوردهای خود را در قالب بزرگترین گردهمایی سلامت محور در جنوب کشور به جوامع هدف مربوطه ارائه نمایند.

از جمله برنامه‌های ویژه دبیرخانه اجرایی نمایشگاه در نخستین دوره برگزاری، رایزنی با متولیان صنعت گردشگری استان فارس و برپایی تور بازدید از نمایشگاه، ویژه مسافرین داخلی و خارجی ساکن در هتل‌های شهر شیراز می‌باشد. از دیگر تدارکات صورت گرفته در برنامه‌ریزی این رویداد، ایجاد زیرساخت‌های بازدید مجازی از این نمایشگاه در بستر وب خواهد بود که برای نخستین بار در سطح کشور در حوزه سلامت اجرا می‌گردد. بدین ترتیب بازدید از این نمایشگاه و برقراری ارتباط با مشارکت‌کنندگان، به صورت غیر حضوری از سراسر دنیا امکان پذیر خواهد بود.

استقبال قابل پیش‌بینی از این رویداد از سراسر استان فارس و همچنین شهرها و مناطق جنوبی کشور از جمله یاسوج و بوشهر علاوه بر کلانشهر شیراز از شاخص‌های قابل توجه این نمایشگاه می‌باشد. از نکات برجسته این دوره، برگزاری عناوین نمایشگاهی پر مخاطب و تخصصی تجهیزات پزشکی، بیمارستانی و صنایع دارویی و همچنین تجهیزات آزمایشگاهی و توانبخشی همزمان با نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت در سایر سالن‌های سایت نمایشگاهی فارس خواهد بود که این مهم سبب افزایش قابل توجه تعداد و تنوع بازدیدکنندگان می‌گردد.



محورهای مهم این نمایشگاه

۱. معرفی خدمات یزشکی، درمانی و بهداشتی

از بنیان‌های جامعه توسعه یافته نیروی انسانی سالم است و این نیز هنگامی به دست می‌آید که علاوه بر کارکردهای خوب بخش‌های مختلف جامعه، مراکز درمانی، پزشکی و بهداشتی نیز به عنوان خط مقدم سلامت، خدمات خوب و با کیفیت ارائه دهند. ارائه مراقبت‌های پزشکی و بیمارستانی از طریق تاسیس شبکه خدمات پزشکی روستایی، پزشک خانواده، درمانگاه‌های چندگانه، بیمارستان‌ها، مراکز پیشگیری و درمان تخصصی، آموزش بهداشت، معاینه‌های پزشکی منظم، واکسیناسیون عمومی و سایر معیارهای سنجش برای پیشگیری از شیوع بیماری‌ها از فعالیت‌ها و برنامه‌های می‌توان نام برد که دسترسی مردم به خدمات و مراقبت‌های بهداشتی را آسان تر می‌نماید. در این نمایشگاه، توانمندی‌ها، فعالیت‌ها و خدمات ویژه کلبه مراکز ارائه دهنده خدمات تشخیصی، پزشکی، درمانی و بهداشتی قابلیت معرفی خواهند داشت.

۲. ترویج تغذیه سالم و معرفی محصولات غذایی سلامت محور

پیروی از الگوی غذایی سالم شرط اصلی سلامتی است و مراقبت از سلامتی در اصل یک مسئولیت فردی به شمار می‌رود. یکی از ارکان اصلی خود مراقبتی توجه به تغذیه و الگوی مصرف غذایی توسط خود فرد است و خود مراقبتی تغذیه‌ای به این معنی است که هر فردی با مفهوم تعادل و تنوع و تناسب در برنامه غذایی روزانه آشنا باشد و با روش‌های جایگزینی مواد غذایی، استفاده از منابع غذایی موجود و در دسترس بتواند نیازهای تغذیه‌ای خود را برطرف سازد و به جای مصرف بی‌رویه آن دسته از مواد غذایی که مصرف زیادشان یک عامل خطر مهم ابتلا به بیماری‌های غیر واگیر، اشکال مختلف سوءتغذیه (چاقی، لاغری، کم‌وزنی، کوتاه قدی) و کمبود ریز مغذی‌ها می‌شود، از غذاهای سلامت محور با توجه به وضعیت اقتصادی خانواده بیشتر استفاده کند. اضافه وزن و چاقی به عنوان یک مشکل اپیدمیک در دنیا مطرح است و در افزایش شیوع بسیاری از بیماری‌های غیر واگیر نقش دارد. در حال حاضر ترکیبی از رژیم‌های غذایی ناسالم و سبک زندگی بی‌تحرک باعث افزایش چاقی و اضافه وزن در جهان شده است. مطالعات اخیر حاکی از افزایش سریع میزان بروز اضافه وزن و چاقی در همه گروه‌های سنی به خصوص کودکان و نوجوانان است. متأسفانه امروزه مشکل چاقی فقط در گروه‌های پر درآمد دیده نمی‌شود، بلکه اقشار کم درآمد نیز با بودجه محدودی که دارند، به درستی مواد غذایی را استفاده نمی‌کنند. پیروی از الگوی غذایی سالم شرط اصلی سلامتی است و رعایت تغذیه صحیح یکی از ارکان خودمراقبتی است.

ترویج محصولات غذایی سلامت محور و همچنین معرفی توانمندی‌ها و خدمات قابل‌ارایه در مراکز مشاوره تغذیه و رژیم درمانی از جمله بخش‌های این نمایشگاه خواهد بود.

۳. آشنایی با جدیدترین دستاوردهای علمی و فناوری های نوین پزشکی

توسعه و ارتقای پژوهش‌های بنیادی و توسعه‌ای مرتبط با سلامت و زیست فناوری در راستای رفع مشکلات حوزه سلامت از مهمترین مأموریت‌های حوزه پژوهش محسوب می‌شود. با توجه به ظرفیت‌ها و زیر ساخت‌های موجود، تربیت و پرورش نیروی انسانی توانمند و خلاق در بخش پژوهش در مسیر رفع مشکلات جامعه در حوزه سلامت ضرورت دارد. تجاری‌سازی و به‌کارگیری دستاوردهای پژوهشی و فناوری با حفظ و رعایت مالکیت فکری یکی از اهداف معاونت تحقیقات و فناوری وزارت بهداشت است. تولید و تامین و انتشار دانش سلامت در تراز جهانی از دیگر برنامه‌هایی است که به طور جدی در حوزه پژوهش دنبال می‌شود. حمایت از توسعه شرکت‌های دانش بنیان در حوزه سلامت از دیگر برنامه‌های وزارت بهداشت است. علم بیوتکنولوژی و کاربرد زیست فناوری در زمینه علوم پزشکی و دارویی از جمله علومی است که در چند سال اخیر با پیشرفت‌های مداوم مواجه بوده است.

فن آوری اطلاعات در حوزه بهداشت و درمان برای پشتیبانی از نیازهای جامع بیمارستان‌ها و مراکز پزشکی شامل بیمار، مدیریت مالی، فرعی و... طراحی شده است و اغلب به تعامل بین مردم، پردازش و حمایت از سیستم‌های موجود در بیمارستان به منظور بهبود کیفیت خدمات ارائه شده و ارتقا سلامت می‌پردازد. استفاده از فن آوری‌ها همچنین کیفیت، امنیت و کارایی مراقبت بهداشتی را بهبود می‌بخشد و دارای پتانسیل بالقوه برای کاهش هزینه‌های بهداشت و درمان می‌باشد. فن آوری‌های نوین موجب بهبود کیفیت و ایمنی می‌گردند و در حوزه سلامت برای جمع‌آوری اطلاعات،

دبیرخانه اولین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸
شماره: ۲۰۰۷/۳-۱۴۰۱/۳
پیوست:



فارس - شیراز

۲ الی ۵ آذرماه ۱۴۰۱

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس

ارتباطات بین ارائه دهندگان سلامت، درمان و... استفاده می‌شوند. ظهور فن‌آوری‌های جدید، علاوه بر حل مشکلات هزینه، ارائه خدمات با کیفیت و رضایت بیمار را موجب شده است.

معرفی شرکت‌های دانش بنیان و ارائه دهنده فناوری‌های نوین در حوزه سلامت با توجه به تاکیدات مقام معظم رهبری در مورد این حوزه و نامگذاری سال ۱۴۰۱ از جمله بخش‌های ویژه این نمایشگاه خواهد بود.

۴. گسترش و فرهنگ سازی طب سنتی ایرانی - اسلامی

تاریخ به روشنی گواهی صادق برای وجود طب سنتی است. طب سنتی از زمانی که پدران ما در معرض بیماری بوده‌اند و برای رفع آن به معالجه پرداخته‌اند وجود داشته است. حتی نگاهی به جغرافیای جهان اثبات می‌کند که هستند ملت‌هایی که هنوز هم علی‌رغم سیطره‌ی پزشکی جدید بر دنیا به حفظ سنت نیاکان خود و طب سنتی سرزمینشان کوشیده‌اند. از سویی دیگر اکنون جامعه‌ی پزشکی جهانی به اهمیت روش‌های طبیعی و مکاتب طب سنتی و مکمل پی برده است و دانشکده‌ها و مراکز تحقیقاتی متعددی در نقاط مختلف دنیا به کار تحقیق و به کار گیری روش‌های مختلف که دارای سابقه علمی و تاریخی هستند مشغول می‌باشند.

طب سنتی ایران که برگرفته از فرهنگ ایران و اسلام است، یک مکتب طبی کامل و پویا می‌باشد که جهان را به عنوان نظام احسن و آفریده خالق علیم و حکیم می‌نگرد و پزشک را از بابت تسلط و احاطه او به علوم مختلف و درک صحیح او از جهان هستی حکیم نامیده است. ریشه‌های مکتب طب سنتی ایران به بیش از ۱۰۰۰ سال قبل می‌رسد، طبق نقل سیریل الگود مورخ پزشکی «قبل از طب یونانی وجود داشته است و ایرانیان اصول آن چیزی را که طب یونانی نامیده شده، به یونانیان تعلیم دادند و در ایران قدیم وضعیت طب پیشرفته‌تر از آشور بود» ستارگان طب سنتی ایران مانند ابن سینا، رازی، علی بن عباس اهوازی، ابن ابی الصادق نیشابوری، سید اسماعیل جرجانی و عماد الدین محمود شیرازی حدود هشت قرن هدایت دانشگاه‌های طب در غرب و شرق را برعهده داشتند.

سازمان جهانی بهداشت، استفاده از طب سنتی را در سیستم خدمات بهداشتی درمانی توصیه می‌کند و اخیراً برنامه استراتژیک توسعه و ترویج طب سنتی را به این نحو در چهار محور منتشر کرده است: محور اول شامل شناخت طب سنتی و سیاستگذاری و ارائه برنامه مناسب، محور دوم شامل توسعه آموزش و تحقیقات بخصوص در سطح دانشگاه‌ها، محور سوم شامل ایجاد وحدت و همکاری بین کارکنان طب سنتی و طب جدید، و محور چهارم شامل توسعه کاشت گیاهان دارویی مورد نیاز برای جلوگیری از تخریب منابع طبیعی.

احیاء طب سنتی با جمع‌آوری، طبقه‌بندی، بررسی و ارزیابی این میراث عظیم، نه تنها واپسگرایی نیست، بلکه گامی اساسی در دستیابی به دانش مستحکم و تأمین حداکثر سلامت برای آحاد مردم و بهره‌گیری‌های رو به تزاید و پرثمر از اعتماد بنفسملی برخاسته از این حرکت است. لذا این نمایشگاه فرصت مغتنمی است برای بازآفرینی روش‌های طب ایرانی اسلامی و معرفی سلامت‌کننده‌های طب سنتی و سایر مراکز مرتبط و وابسته به این حوزه.

۵. توسعه گردشگری سلامت

گردشگری سلامت، گردشگری و سلامت نیست، گردشگری برای سلامت است. این که فردی با هدف بهبود سلامت خود به کشور دیگری سفر کند! واضح است که انجام مراقبت‌های پزشکی در کشوری دیگر در ارتباط مستقیم با فعالیت‌های گردشگری است. چرا که بیمار به محیط فرهنگی جدیدی وارد شده و تمایل به بازدید از شهر و جاذبه‌های توریستی و تفریح و خرید سوغاتی دارد. سازمان جهانی گردشگری، گردشگری سلامت را این‌گونه تعریف می‌کند:

استفاده از خدماتی که به بهبود یا افزایش سلامتی و افزایش روحیه فرد (با استفاده از آب‌های معدنی، آب‌وهوا یا مداخلات پزشکی) منجر می‌شود و در مکانی خارج از محل سکونت فرد- که بیش از ۲۴ ساعت فاصله دارد- به طول می‌انجامد.

به‌طور کلی، زمان کوتاه و سریع معالجه، کیفیت درمان، تکنولوژی پیشرفته درمانی، پزشک مجرب، قیمت مناسب، رفت و آمد آسان و بدون دغدغه و گاهی جاذبه‌های گردشگری کشور مقصد انگیزه‌های اصلی سفرهای پزشکی بیماران مختلف هستند.

به دلیل برخورداری از استانداردهای بالا در تحقیقات پزشکی و خدمات پزشکی، توریست درمانی ایران در جهان رواج یافته است. همچنین

دبیرخانه اولین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸
شماره: ۲۰۰۷/۳-۱۴۰۱/۳
پیوست:



فارس - شیراز

۲ الی ۵ آذرماه ۱۴۰۱

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان فارس

هزینه ی پایین درمان باعث شده است که ایران به عنوان یک مقصد مهم گردشگری در نظر گرفته شود، براساس تحلیل هزینه های مراحل مختلف نتیجه گیری شده است که هزینه های درمانی در ایران نسبت به کشورهای توسعه یافته بسیار کمتر است. ایران همچنین در مقایسه با رقبای منطقه ای خود از جمله ترکیه، امارات، عربستان سعودی، بحرین و همچنین کشورهای جنوب شرقی آسیا از نظر قیمت بسیار رقابتی عمل می کند. شهر شیراز یکی از شهرهایی است که در ایران به مهمترین قطب گردشگری سلامت تبدیل شده است و سالانه هزاران مسافر داخلی و خارجی برای پیگیری درمان خود به این شهر سفر می کنند. شیراز هم یک مکان تاریخی و هم یک شهر جذاب مدرن می باشد که دارای باغ ها، زیارتگاه ها و مساجد دیدنی زیادی است. شیراز زادگاه شاعران فارسی همچون سعدی و حافظ بوده و به شهر شعر و ادب معروف می باشد. علاوه بر این سیستم بهداشتی و پزشکی در شیراز از امکانات بالایی برخوردار است به طوری که شیراز تبدیل به قطب درمانی در جنوب ایران شده است و هر ساله تعداد زیادی از بیماران در داخل کشور و از خارج از ایران به این شهر سفر کرده و مراحل درمان خود را دنبال می کنند. با توجه به مطالعات صورت گرفته و با استناد به نتایج بدست آمده از تحقیقات به عمل آمده، مهمترین عواملی که به عنوان نقاط قوت توریست درمانی در شیراز طبقه بندی می شوند عبارتند از: «خدمات متمایز و متنوع»، «کادر پزشکی معتبر و مجرب»، «کیفیت خدمات»، «خدمات کم قیمت» و «پیشینه پذیرفته شده در زمینه علوم پزشکی» در مورد «خدمات متفاوت و متنوع». معرفی مراکز درمانی دارای کلاس بین المللی، شرکت های تسهیل گر درمان و همچنین آژانس های خدمات مسافرتی فعال و متخصص در حوزه گردشگری سلامت از دیگر بخش های قابل توجه و جذاب این نمایشگاه می باشد.

۲ اهداف مهم برگزاری این نمایشگاه

- ارتقای سطوح دانش و سواد سلامت در جامعه در مقطع زمانی کنونی که دنیا با بیماری های مختلف درگیر است.
- اشاعه فناوری ها و دستاوردهای جدید تحقیقاتی و پژوهشی در بخش سلامت
- اشتغالزایی موثر در بخش سلامت با افزایش تقاضای دریافت خدمات در این حوزه از سوی جامعه
- رشد سرمایه گذاری و بهبود فضای کسب و کار در بخش سلامت با افزایش عرضه و تقاضا در این بخش
- فرهنگ سازی و ترویج تغذیه سالم و مصرف محصولات غذایی سلامت محور به جای محصولات ناسام در جامعه
- توسعه و بهبود صنعت گردشگری سلامت و آشنایی کلیه عوامل فعال در این حوزه با توانمندی های تامین کنندگان سلامت
- گسترش همکاری های علمی و پژوهشی در حوزه سلامت
- تبادل اطلاعات و تحقیقات کاربردی در زمینه های مختلف و بستر سازی ایجاد نوآوری و خلاقیت در بخش سلامت
- بازاریابی و نظرسنجی واقعی از نیازهای جامعه در حوزه سلامت
- کمک به توسعه یافتگی در بخش سلامت همگام با پیشرفت های روز دنیا
- ایجاد فرصت های بیشمار برای بهینه سازی بخش های ارتباط با بیماران مراکز و موسسات درمانی
- رشد و ارتقای برند مراکز فعال در حوزه سلامت
- آشنایی موثر آحاد جامعه و دولت با توانمندی ها، ظرفیت ها و پتانسیل های در بخش سلامت
- رقابت هدفمند و موثر در راستای ارتقای سطح کیفی خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصولات سلامت
- رونق و توسعه بازار قابل توجه در تولید محصولات غذایی سلامت محور
- فراهم نمودن بستر تبلیغات و بازاریابی زنده و مستقیم و کاهش هزینه های بی رویه تبلیغات و بازاریابی تک بعدی
- ایجاد یک رویداد کاملاً تخصصی در بخش سلامت با هدف ملاقات و مذاکره رو در روی جامعه تامین کنندگان سلامت و جامعه مخاطبین و متقاضیان سلامت در قالب یک گردهمایی رسمی
- آشنایی جامعه عمومی و تخصصی با ابعاد مختلف سلامت و گسترش بهره برداری از کلیه ابعاد



۳ مزایای این نمایشگاه برای بازدیدکنندگان تخصصی

- آشنایی با طیف گسترده‌ای از خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصولات سلامت محور
- امکان انواع مقایسه‌های کیفی و کمی بین انواع خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصولات سلامت محور
- دریافت کارآمدترین و موثرترین خدمت پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصول سلامت محور متناسب با نیاز و بودجه
- ارتباط مستقیم با ارایه دهندگان انواع خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصولات سلامت محور و مطرح کردن نیازهای خود
- کسب اطلاعات گسترده و کامل در کوتاه‌ترین زمان ممکن و صرفه جویی در وقت، انرژی و هزینه‌های مختلف
- کشف فرصت‌های سرمایه‌گذاری پربازده در بخش سلامت
- یافتن فرصت‌های شغلی جدید در بخش سلامت
- کشف ایده‌های جدید، آشنایی با فناوری‌های نوین و یادگیری علوم و مهارت‌های ویژه برای توسعه سلامت
- امکان تعامل و مشورت با پزشکان و کارشناسان حوزه سلامت
- شرکت در کارگاه‌های آموزشی جانبی در زمینه‌های پرکاربرد در جامعه
- افزایش آگاهی در خصوص نحوه بهره‌گیری از فناوری‌های نوین آموزشی و نحوه تهیه محصولات غذایی و صنعتی سلامت محور
- امکان مذاکره مستقیم با مدیران شرکت‌های تامین‌کننده محصولات غذایی و صنعتی سلامت محور

۴ مزایای این نمایشگاه برای مشارکت کنندگان (غرفه داران)

- معرفی توانمندی‌های قابل‌ارایه اعم از خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی و محصولات سلامت محور در سطح گسترده و شناسایی بهینه گروه‌های هدف
- برقراری ارتباط مستقیم با جامعه هدف واقعی و مخاطبین و متقاضیان احتمالی و شناخت نیازهای آنان در حوزه سلامت
- معرفی و بازسازی خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی، محصولات سلامت محور و فناوری‌های نوین در حوزه سلامت و دستیابی به فرصت‌های جدید
- فرصت جذب سرمایه‌گذار و توسعه فعالیت در بخش سلامت
- ارتباط با تامین‌کنندگان محصولات غذایی و صنعتی سلامت محور
- شناخت شرایط کلی بازار (بازارسنجی) و امکان برنامه‌ریزی بر اساس آن
- تعامل با همکاران جهت برون‌سپاری و یا فعالیت‌های مشترک
- به‌روز رسانی دانش فنی و آشنایی با دستاوردهای نوین در بخش سلامت و تبادل اطلاعات و تحقیقات کاربردی
- فرصت استعدادیابی و جذب دانش‌آموختگان و دانش‌پذیران
- فرصت‌های تبلیغاتی متعدد (چاپی، اینترنتی، محیطی، تلویزیونی و غیره)
- شرکت در نشست‌های تخصصی کاربردی و یا برپایی نشست‌ها و کارگاه‌های ویژه
- شناسایی و تعیین نماینده فروش محصولات غذایی و صنعتی سلامت محور و یا مشارکت‌کننده در ارایه خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی
- کسب شهرت و اعتبار نزد متقاضیان فعلی و تحکیم موقعیت موسسه در جامعه
- ایجاد جهش در فعالیت‌های برندینگ مرکز و یا ارتقای سطح برند
- افزایش قابل توجه عرضه و تقاضا در بخش سلامت و در نتیجه رونق فعالیت‌های سلامت محور
- انجام مذاکرات سازنده با گروه‌های مختلف کسب و کار و انعقاد قراردادهای ارایه خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی به کارکنان

دبیرخانه اولین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸
شماره: ۲۰۰۷/۳-۱۴۰۱/۳
پیوست:

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان فارس



فارس - شیراز

۲ الی ۵ آذرماه ۱۴۰۱

- درمانگاه های تخصصی دیابت
- آزمایشگاه ها
- مراکز تصویربرداری پزشکی (تراکم سنجی استخوان / سی تی اسکن / ام آر آی / رادیولوژی / سونوگرافی / ماموگرافی)
- مراکز خدمات پزشکی هسته ای
- مراکز خدمات توانبخشی
- مراکز خدمات حمل متوفی
- شرکت های ارائه دهنده فناوری های نوین و دانش بنیان در حوزه پزشکی
- مراکز طبیعت درمانی
- مراکز ورزش درمانی
- مراکز آب درمانی
- تولیدکنندگان محصولات سمعی و بصری در حوزه پزشکی
- شرکت های بیمه ارایه دهنده خدمات بیمه ای ویژه در حوزه درمان
- مراکز و موسسات آموزشی در حوزه سلامت
- تولیدکنندگان محصولات غذایی سلامت محور
- شرکت های تولید و فرآوری گیاهان دارویی
- مراکز رشد و پژوهشی در حوزه پزشکی
- وب سایت ها، نرم افزارها و اپلیکیشن های فعال در حوزه سلامت
- ناشران کتاب های تخصصی در حوزه پزشکی
- شرکت های ارایه دهنده خدمات تسهیل گری در حوزه سلامت (گردشگری سلامت)
- دفاتر خدمات مسافرتی ارایه دهنده خدمات گردشگری در حوزه سلامت
- شرکت های فنی، مهندسی و معماری در حوزه ساخت، طراحی و دکوراسیون تخصصی مراکز درمانی و پزشکی
- تولیدکنندگان محصولات صنعتی سلامت محور

۷ زمان، مکان و کیفیت برگزاری این نمایشگاه

■ زمان برگزاری:

• تاریخ: ۲ لغایت ۵ آذرماه ۱۴۰۱

• ساعت بازدید: ۱۶ تا ۲۱

■ محل برگزاری:

• محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان فارس (واقع در شهرک گلستان - بخش شمالی) به عنوان برترین و بزرگترین سایت نمایشگاهی در منطقه جنوب کشور

■ فضای اختصاص یافته

• متراژ اختصاص یافته: ۴۵۰۰ متر مربع

• تعداد غرفه قابل واگذاری: ۲۰۰ غرفه

• سالن های اختصاص یافته: سالن های سرو، بهار و نرگس

۷

دبیرخانه | شیراز، هدایت غربی، پلاک ۱۸۱، رویدادسازان توسعه | تلفن های تماس: ۰۹۱۷ ۰۴۵ ۷۵۳۹ - ۰۹۱۷ ۵۹۶ ۷۲۹۰ - ۰۹۱۷ ۰۴۵ ۷۵۳۷ | tosee.namayeshgah@gmail.com | info@toseeevent.com | @tosee.event | www.toseeevent.com | www.farsfair.ir



گروه‌های ویژه بازدید تخصصی از این نمایشگاه

- دانش‌آموزان و دانشجویان
- معلمان، دبیران، مدرسان و مربیان مدارس، مراکز و موسسات آموزشی
- روسا، مدیران و اساتید دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی
- صاحبین واحدهای صنفی
- مدیران نهادهای، ارگان‌ها و دستگاه‌های اجرایی استان فارس
- مدیران ارشد، میانی و عملیاتی واحدهای تولیدی و صنعتی
- پزشکان، کارشناسان سلامت و مدیران مراکز و موسسات پزشکی و درمانی
- وکلا و مدیران موسسات حقوقی
- راهنمایان گردشگری و مدیران هتل‌ها، اژانس‌های خدمات مسافرتی، مجتمع‌های گردشگری و رستوران‌ها
- انبوه‌سازان، پیمانکاران فنی، معماران و مدیران شرکت‌های ساختمانی، عمرانی و راهسازی
- بازرگانان (صادرکنندگان و وارد کنندگان) و مدیران شرکت‌های بازرگانی، پخش و توزیع
- فرمانداران، بخشداران و شهرداران
- هیات رئیسه کلیه تشکلهای سازمان‌های مردم نهاد
- ورزشکاران، هیات‌های ورزشی، مدیران و مربیان باشگاه‌های ورزشی
- توزیع کنندگان، عمده فروشان و خرده فروشان کتاب‌ها و محصولات سمعی و بصری آموزشی و کمک آموزشی
- معدنکاران
- جامعه مهندسين (ساختمان- معدن- کشاورزی- صنایع- برق و ...)
- داروخانه داران
- فروشندگان و توزیع کنندگان تجهیزات پزشکی

شیوه‌های حضور موثر و پربازده از سوی مشارکت‌کنندگان در این نمایشگاه

- داشتن کارت ویزیت حرفه‌ای دو زبانه
- داشتن بروشور یا کاتالوگ خدمات و محصولات، با اطلاعات کامل و به صورت دو زبانه
- داشتن وب سایت دو زبانه
- ساخت فیلم مستند از فعالیت های مجموعه، توانمندی‌ها و انواع محصولات تولیدی یا خدمات قابل ارایه، کاربردها، نحوه استفاده و نظرات مصرف کنندگان
- نصب تی وی در غرفه نمایشگاهی و نمایش فیلم مستند
- ساخت تیزر ویژه تبلیغاتی و انتشار آن در شبکه های اجتماعی از ۳ روز قبل از نمایشگاه و دعوت از جامعه هدف برای حضور در نمایشگاه و بازدید از غرفه
- انتخاب افراد مناسب برای حضور در غرفه و ارایه آموزش های لازم جهت جذب بازدیدکنندگان از نمایشگاه (در صورت امکان، یکی از افراد به زبان انگلیسی مسلط یا آشنا باشد)
- طراحی و ساخت غرفه با قدرت جذب بالا و چیدمان حرفه‌ای تجهیزات آن
- عکاسی و فیلم برداری از بازدیدهای ویژه صورت گرفته از غرفه و همچنین گفتگوها و نشست‌های مربوطه و ساخت کلیپ‌های روزانه و انتشار آن

دبیرخانه اولین نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت

تاریخ: ۱۴۰۱/۰۵/۱۸
شماره: ۲۰۰۷/۳-۱۴۰۱/۳
پیوست:



محل دائمی نمایشگاه های بین المللی استان فارس

فارس - شیراز

۲ الی ۵ آذرماه ۱۴۰۱

در شبکه های اجتماعی

- درج تبلیغات اختصاصی در کتاب ویژه نمایشگاه در راستای بیشتر دیده شدن و متمایز شدن
- تهیه لباس فرم برای اعضای تیم غرفه و نصب کارت سینه جذاب بر روی آن
- ارایه هدیه نمایشگاهی کاربردی به بازدیدکنندگان ویژه از غرفه
- ارسال دعوت نامه رسمی از سوی مدیریت مجموعه به مخاطبین هدف ویژه، سه روز قبل از نمایشگاه به منظور حضور در نمایشگاه و بازدید از غرفه
- استقرار نمونه کلیه محصولات و یا شکل استفاده از خدمات در غرفه و چیدمان حرفه ای و جذاب آن ها
- ارایه استندهای حاوی اطلاعات کامل از محصولات و خدمات ویژه مجموعه در حاشیه ای از غرفه که دارای زاویه دید مناسبی است.
- ایجاد ارتباط بهینه با مهمانان، مدعوین و مسوولین بازدیدکننده از نمایشگاه جهت حضور آن ها در غرفه و ایجاد تعامل با آن ها
- کسب اطلاعات از سایر واحدهای شرکت کننده از نمایشگاه و ایجاد ارتباط بهینه با آن ها
- ثبت نام و اطلاعات تماس کلیه بازدیدکنندگان از نمایشگاه و غرفه مربوطه جهت پیگیری های آتی
- شرکت در نشست های تخصصی و کارگاه های آموزشی برگزار شده در طول روزهای نمایشگاه در سالن نمایشگاه و بهره برداری لازم
- اطلاع رسانی پیامکی به جامعه هدف به صورت روزانه برای دعوت از آن ها جهت بازدید و گفتگو در نمایشگاه و غرفه مربوطه
- ارایه شرایط و تخفیف های ویژه نمایشگاهی برای مشتریان احتمالی و اطلاع رسانی آن
- تبلیغات در رادیو نمایشگاه در طول روزهای نمایشگاه
- تبلیغات در تابلوهای تبلیغاتی محوطه نمایشگاه جهت جذب بازدیدکنندگان
- تبلیغات محیطی در مسیر نمایشگاه به صورت دریافت یکی از تابلوها یا بیلборدهای تبلیغاتی مسیر بلوار چمران تا شهرک گلستان از مجری مربوطه، به مدت ۱۰ روزه (۳ روز قبل از نمایشگاه تا ۳ روز بعد از نمایشگاه) و دعوت جامعه تخصصی به حضور در نمایشگاه و بازدید از غرفه مربوطه
- عکس یادگاری با مقامات ویژه بازدیدکننده از نمایشگاه در محل غرفه مربوطه و درج آن در صفحه اینستاگرام و وب سایت رسمی مجموعه

۱۰ در آمدمی بر ایونت مارکتینگ (با محوریت نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت)

برقراری ارتباط و تاثیرگذاری بر مخاطب لازمه موفقیت هر کسب و کاریست. هنگامی که شدت رقابت میان فعالان هر حوزه بیشتر می شود، تاکید بر استراتژی های مشتری محور و کسب رضایت مشتری، بیش از استراتژی های محصول یا خدمات محور خواهد بود. به عقیده بسیاری از صاحب نظران حوزه مارکتینگ، ایونت های تخصصی از جمله نمایشگاه های معرفی محصولات و خدمات، یکی از موثرترین کانال های برقراری ارتباط میان کسب و کارها و مشتریان هستند و برای برند این امکان را فراهم می سازند تا با برقراری ارتباط قوی و فرد به فرد در کنار فراهم نمودن تجربه مثبت، محصولات و خدمات خود را پروموت نمایند. با حضور در نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت، می توانید با استفاده از فنون ایونت مارکتینگ، موثرترین بهره برداری را برای فعالیت های تجاری خود ایجاد نمایید.

■ ایونت مارکتینگ چیست؟

ایونت مارکتینگ (Event Marketing) یک استراتژی تبلیغاتی و بازاریابی است که بر برقراری ارتباط رو در رو و چهره به چهره میان کسب و کارها و مشتریان و مخاطبان هدف آن ها در رویداد هایی مانند نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت تاکید دارد و مراکز مختلف می توانند به عنوان مشارکت کننده، حامی (اسپانسر) و بازدیدکننده (بهره بردار) در آن ها شرکت کنند. برندها از ایونت مارکتینگ برای تعامل مستقیم و حضوری، ارتقای خود و تاثیرگذاری بر مخاطبان در یک زمان معین استفاده می کنند. به طور کلی، طراحی و توسعه تم مشخصی از اقدامات که می بایستی در زمان و مکان مشخص و در قالب یک گردهمایی تخصصی، به منظور معرفی یا نمایش محصولات، خدمات و یا یک برند انجام گیرد، ایونت مارکتینگ نامیده می شود.



محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس

براساس تحقیقات صورت گرفته، ۹۵ درصد از کارشناسان برجسته تبلیغات، برندینگ و مارکتینگ معتقدند که ایونت مارکتینگ مؤثرترین روش بازاریابی در عصر کنونی است و این روش، فرصت های ارزشمند و منحصر به فردی را برای مشارکت کنندگان فراهم می نماید تا در دنیایی که هر روز روابط دیجیتال در آن پر رنگ تر می شود، ارتباطات حضوری برقرار کنند. در واقع این گروه از کارشناسان، بازاریابی رویداد را یک راه حل خروج از بحران دیجیتال و برقراری تعاملات حضوری و واقعی برای برندها می دانند.

صنعت نمایشگاه در دنیا از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ با رشد ۴۴ درصدی روبرو شده که این میزان بیش از اکثر پیش بینی‌های رشد واقعی برای صنایع دیگر است. حال شاید این سوال پیش بیاید که چرا صنعت نمایشگاه به این سرعت رشد می‌کند و چرا این چنین بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی‌های موفق بازاریابی شده است؟ چگونه می‌توان از رویدادهایی مانند نمایشگاه‌های تخصصی در استراتژی‌های بازاریابی یک مرکز پزشکی برای ایجاد آگاهی و افزایش تعاملات استفاده کرد؟ چگونه پزشکان و مدیران مراکز پزشکی از کمپین‌های ایونت مارکتینگ استفاده می‌کنند؟ انواع مختلف رویدادها و نقش‌های مختلفی را که بخش سلامت می‌تواند در یک رویداد تخصصی داشته باشند، چیست؟ چگونه مراکز پزشکی برای حضور موثر در یک نمایشگاه تخصصی آماده می‌شوند و حداکثر بهره‌برداری را از آن به عمل می‌آورند؟

ایونت‌هایی مانند نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت یک فرصت منحصر به فرد جهت تعامل برندها و مخاطبین هدف و هم افزایی با سایر کسب و کارها فراهم می‌نمایند. رویدادها باید به یاد ماندنی باشند تا تاثیر مثبت بگذارند. برای ایجاد حس مثبت لازم است احساسات مخاطبین را تحت تاثیر قرار دهید تا بتوانید ماندگار باشید. ایونت مارکتینگ در نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت که مشتمل بر زمینه‌های مختلفی می‌باشد، برای دستیابی به اهداف تجاری، افزایش درآمد و ایجاد ارتباطات قوی با متقاضیان احتمالی و مشتریان، بسیار موثر است.

■ مزایای ایونت مارکتینگ در نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت:

چرا مراکز ارایه دهنده خدمات پزشکی، درمانی و بهداشتی باید از بازاریابی رویدادی در این نمایشگاه بهره ببرند؟

۱. برندینگ و ایجاد آگاهی از برند:

یک دلیل مهم برای مشارکت مراکز پزشکی در این رویداد، برندسازی و بیشتر شناخته شدن نام تجاری و یا به عبارت دیگر ایجاد و توسعه نام برند و هویت کسب و کار است. ایونت مارکتینگ باعث می‌شود خدمات شما شناخته تر شود و هویت برند رشد پیدا کند. در رویداد امکان به اشتراک گذاری ایده‌ها، افکار و اهداف برندتان را به هر شیوه ای که دوست دارید خواهید داشت. همچنین حضور کسب و کار شما در این رویداد تخصصی رسانه‌ای می‌شود که این موضوع به برندسازی کمک شایانی می‌کند. این نکته حائز اهمیت است که این نمایشگاه به صورت ویژه و گسترده‌ای، پوشش رسانه‌ای داده می‌شود.

۲. مشتری یابی (بازارسازی) :

دلیل مهم دیگری که مراکز پزشکی شرکت کننده در این رویداد به دست می‌آورند، ایجاد مشتریان جدید است. چه چیزی بهتر از اینکه مخاطبین بالقوه شما همگی در یک جا جمع باشند و بتوانید با آنها ارتباط چهره به چهره برقرار کنید؟! ارتباط حضوری و شبکه‌سازی در این رویداد می‌تواند به شبکه‌های اجتماعی آنالایش شما اعتبار بهتری ببخشد. این نکته حائز اهمیت است، که با تبلیغات و اطلاع رسانی‌های هدفمند و هوشمندانه، مخاطبین تخصصی هر زمینه فعالیت به صورت مجزا به این نمایشگاه دعوت می‌شوند.

۳. یادگیری و شبکه سازی :

یادگیری و شبکه‌سازی از مهمترین اهداف مشترک متخصصین، پزشکان، کارشناسان حوزه سلامت و مدیران مراکز پزشکی از شرکت در این رویداد است. مهم نیست به چه شکلی حضور دارید، مهم این است که این نمایشگاه چه شبکه‌ای از روابط و ارزش افزوده هم برای مخاطبین و هم برای مشارکت‌کنندگان (مراکز پزشکی) ایجاد می‌کند.

۴. افزایش تعامل با مشتری :

ایونت مارکتینگ در این رویداد تخصصی به ایجاد و با افزایش تعاملات عاطفی منحصر به فرد برندها و مشتریان کمک نموده و ارتباط معتبرتری



محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی استان فارس

با مصرف کنندگان ایجاد می‌کند. با غرق کردن مشتریان خود در یک تجربه منحصر به فرد و به یاد ماندنی، آن‌ها احتمالاً رابطه عاطفی با برند شما برقرار خواهند کرد و تمایل بیشتری برای به اشتراک گذاشتن تجربه خود با دوستان و شاید همکاران خود نشان می‌دهند. تبلیغات کلامی و دهان به دهان موثرترین وسیله برای جذب مشتری جدید است. مشتریان خوشحال و متعهد، به احتمال زیاد در مورد محصولات یا کیفیت خدمات شما صحبت کرده و آن را به دیگران معرفی می‌کنند. بر اساس تحقیقات انجام شده توسط پژوهشگران حوزه مارکتینگ، مشتریانی که با برند تعامل دارند، نزدیک به ۹۰٪ بیشتر خرید می‌کنند و در آینده احتمال خریدشان از برند شما پنج برابر بیشتر خواهد بود. با ایجاد یک تعامل معنادار میان برند و مشتریان، احتمال نگه داشتن مشتری و ایجاد وفاداری به برند شما در این فرآیند بیشتر است.

۵. ایجاد نقطه توجه مشتری :

بسیاری از متخصصین حوزه مارکتینگ با استفاده از ایونت مارکتینگ میزان فروش شرکت‌ها را افزایش می‌دهند. نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت، یک روش قدرتمند برای تعامل با مخاطبان هدف، درک عمیق‌تر از نیازهای آن‌ها و تسهیل روند تصمیم‌گیری آن‌ها هستند. وقتی افراد در این رویداد ارزشمند شرکت می‌کنند، قبلاً به محصول یا خدمتی که شما به صورت غیرملموس تبلیغ نموده‌اید، علاقه نسبی نشان داده‌اند و در اکثر مواقع پس از شرکت در این رویداد و کسب اطلاعات به صورت مستقیم، آماده تصمیم‌گیری برای تعاملات تجاری قطعی خواهند بود. هنگامی که اطلاعات لازم برای جلب توجه مشتریان را جمع‌آوری می‌کنید، نحوه ارتباط بعدی شما با مشتریان مشخص می‌شود. هر نقطه توجهی سطوح مختلفی از تعامل و قصد خرید را نشان می‌دهد بنابراین باید بر اساس آن، نقاط جلب توجه را تقویت کرد.

۶. آگاه سازی مشتریان احتمالی و مشتریان قطعی :

بسیاری از مصرف کنندگان می گویند که نمایشگاه های تخصصی به آنها کمک می کند تا درک بهتری از یک محصول یا خدمت داشته باشند که این روش از تلاش در حوزه دیجیتال و تبلیغات تلویزیونی به عنوان روش های شناخت و آگاهی درباره یک نام تجاری به مراتب موثرتر است. یکی از مهمترین دلایلی که جامعه تخصصی در نمایشگاه تخصصی خدمات پزشکی، درمانی، بهداشتی و گردشگری سلامت شرکت می کنند، کسب اطلاعات و آگاهی در مورد راهبردها، فناوری ها، محصولات و خدمات جدید است.

۷. بهینه سازی روابط با مخاطبین فعلی و فروش بیشتر به آن ها :

در بسیاری از مواقع افزایش فروش به مشتریان فعلی و بهینه سازی روابط تجاری با آن ها در راستای ارائه خدمات بیشتر و معرفی محصولات جدید و همچنین جلوگیری از جذب آن ها توسط رقبا، هدف اصلی شرکت در رویدادهاست. ارائه ویژگی های جدید محصولات یا خدمات، ایجاد اعتماد بیشتر در میان مشتریان فعلی در قالب حضور در این رویداد معتبر از دیگر انگیزه های پزشکان، کارشناسان حوزه سلامت و مدیران مراکز درمانی است.

۱۱ تعرفه اجاره غرفه در نمایشگاه

- **غرفه‌های ویژه (کلاس A) :** ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال
- **غرفه های عادی (کلاس B) :** ۴/۵۰۰/۰۰۰ ریال

۱۲ **تلفن‌های تماس با دبیرخانه اجرایی**

♦ 917 596 729 ♦

خانم شمیر

• 917 • 45 75 39

خانم و نجیب

• 917 • 45 75 37

خانم یوزو