

یادداشت

چالش‌های اقتصادی رئیس‌جمهور هشتم

دکتر امیرحسام اسحاقی
استاد دانشگاه

مردم و به‌ویژه فعالان اقتصادی از حدود یک سال گذشته به سیزدهمین انتخابات ریاست جمهوری چشم دوخته و چشم‌انداز اقتصادی و سیاسی و روابط خارجی کشور را به این انتخابات گره زده‌اند. اکنون پس از اعلام نتیجه انتخابات و در چنین شرایط سخت و دشوار بی‌تردید مشکلات و موانع اقتصادی و اجتماعی مانند تورم ساختاری، رشد منفی اقتصادی، افت سرمایه‌های مالی، خصوصی‌سازی ناکارآمد، مشکلات نظام بانکی و سقوط بازار سرمایه، طولانی‌شدن تحریم‌ها، کندی واکسیناسیون، تشدید بیکاری و رشد فاجعه‌بار نقدینگی و پیش‌بینی عبور از ۴ هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان تا پایان امسال، از جمله اَبَرچالش‌هایی است که حل آن بدون تدوین برنامه‌های کوتاه و میان‌مدت، اجماع نخبگان و جلب اعتماد و مشارکت مردم ناممکن است.

مهار تورم ساختاری باید نقطه آغاز و نخستین گام دولت جدید باشد. اقتصاد کشور هم‌زمان از تورم بالا و رکود (رکود تورمی) رنج می‌برد...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شاخص بورس به میانه کانال ۱،۲ میلیونی نزدیک شد

هشتمین صعود متوالی شاخص سهام



وقتی آمریکا، پدر و چین، مادر است

قدرت پاندا

پانداها به دنیا آمده بود، یکی از سخنگوهای چینی که مدام در توپیتر، توپیت‌های سستیزه‌جویانه می‌نویسد، با لحنی احساساتی نوشت: «امیدواریم با این پاندا شاهد دوستی میان چین و ژاپن باشیم.» توپیت او شاید کمی بلندپروازانه بود. البته کسی این حرف را می‌زد که جزو مقامات مهم چین محسوب می‌شود. نیکایی توشیهیرو یکی از مهمترین مقامات ژاپنی است که سال‌هاست در ژاپن فعالیت سیاسی دارد. او همیشه به دنبال دوستی با چینی‌ها بوده است. به تازگی او قدرت بیشتری گرفته و به این ترتیب توانسته بیشتر صدای خود را به جهان برساند و بگوید به دنبال روابط دوستانه با چین است، اما این دو کشور سال‌هاست که با یکدیگر مشکلاتی دارند و دیر یا زود باید این مشکلات را حل کنند. البته اکثر ژاپنی‌ها به ویژه آن دسته که در میان قدرتمندان قرار دارند و فعالیت‌های اقتصادی انجام می‌دهند، معتقدند ژاپن باید بهتر باشد. چین خریدار ۲۲ درصد از صادرات ژاپن است، این رقم از ۱۸ درصد آمریکا هم بیشتر است. به‌علاوه، هنگ‌کنگ هم ۵ درصد از صادرات ژاپن را جذب می‌کند. پس واضح است که ژاپن باید به فکر تعدیل رابطه با چین باشد. تحلیلگرانی مانند ناگانی هیروکی هم معتقدند ژاپن باید وضعیتش را در مقابل چین تغییر دهد. او می‌گوید: «آمریکا پدر و چین مادر است. ما نمی‌توانیم یکی از آنها را انتخاب کنیم.» اما وضعیت در واقع شاید این‌طور هم نباشد. هیروکی تا حدود زیادی

یک تحلیلگر بازار سرمایه مطرح کرد

آگاهی بخشی در خصوص رمزارزها

ببینند و فعلا قابلیت حذف و دزدی در آن شکل نگرفته است و مهمترین ویژگی آن همان ناشناخته بودن این رمزارزها است؛ یعنی اینکه اگر من در کیف پول دیجیتال خود رمزارز داشته باشم وقتی بخواهم آن را به شما انتقال بدهم در هیچ تجار دی از آن باقی نمی‌ماند. این فعال بازار سرمایه در پاسخ به این سوال که دولت‌ها چه نگاهی به رمزارزها دارند، گفت: در این مورد دو نگاه وجود دارد؛ یکی برای دولت‌ها مخصوصا کشورهایی مثل ما که در شرایط تحریمی هستند قطعاً این رمزارزها برای دولت به کار می‌آید زیرا قابلیت دور زدن تحریم‌ها را دارد. دیگری اینکه دولت‌ها با این رمزارزها مشکل دارند زیرا قابل ردیابی نیستند و همین عامله با رمزارزها را ممنوع کنند و تمام کمپانی‌ها آن را به رسمیت نشناسند، قیمت‌های این رمزارزها به شدت افت می‌کند. کما اینکه دیدیم که در چند ماه اخیر شرکت تسلا و مالک آن ایلان ماسک با رسمیت بخشیدن به رمزارز بیتکوین

قضیه را احساسی کرده است. سیاستمداران جوان عمده تمرکز خود را روی روابط سیاسی می‌گذارند، اما برخی دیگر به فکر روابط انسانی هستند. آنها ترجیح می‌دهند میان انسان‌ها رابطه‌ای خوب برقرار شود. به همین خاطر است که احساساتی برخورد می‌کنند و درست به همین دلیل است که تحلیل و نظر هیروکی هم کاملاً احساسی به نظر می‌رسد. ژاپن ضربه‌های بسیاری خورده است. اکنون روابط سیاسی برایش اهمیت زیادی دارد و به همین خاطر باید تمرکز خود را روی روابط سیاسی بگذارد. بحث این کشور فراتر از رابطه با چین است. پس از جنگ‌های بسیاری که اتفاق افتاد و جهان در آن درگیر شد و ژاپن هم در آن نقش داشت، این کشور تلاش کرد فضایی برای توسعه سایر کشورها فراهم کند، اما اکنون چین به یک قدرت بزرگ اقتصادی تبدیل شده است. ژاپن هم مسجور این قدرت شده و تحلیلگرش هم این کشور را مادر خود می‌داند.

ژاپن، آمریکا، چین و دیگران

نیکایی توشیهیرو به دنبال قدرت فرهنگی چین است. او می‌گوید دو کشور از طریق مسائلی به جز مسائل سیاسی به یکدیگر نزدیک شده‌اند. او معتقد است در نهایت می‌توان به چینی‌ها اعتماد کرد و در نتیجه از سایر مقامات و دولتمردان درخواست کرده که با چینی‌ها روابط دوستانه‌ای برقرار کنند. در میانه سال ۲۰۱۰ بود که روابط میان چین و ژاپن دچار مشکلاتی شد، در آن زمان، همین نصیحت‌ها



نرخ تورم تا پایان سال چقدر می‌شود؟

سناریوهای تورمی ۱۴۰۰

فرصت امروز: هفته گذشته بود که مرکز آمار ایران از نرخ تورم ۴۳ درصدی در خردادماه امسال گزارش داد و حالا به فاصله چند روز پس از انتشار این گزارش، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در گزارشی به تحلیل آماری روند تورم در آخرین ماه فصل بهار پرداخته است. براساس برآوردها، نرخ تورم ماهانه برخلاف دو ماه ابتدایی سال، روند رو به رشدی در خردادماه داشته و با جهشی ۱.۸ درصدی به ۲.۵ درصد رسیده است. جزییات تورم ماهانه نشان می‌دهد گروه‌های پوشاک و کفش (۴،۲ درصد) و خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها (۳،۲ درصد) بیشترین و گروه‌های ارتباطات (منفی ۰،۷ درصد) و آموزش (۰،۶ درصد)، کمترین میزان تورم ماهانه را تجربه کرده‌اند. همچنین تورم نقطه‌ای با ۰،۷ واحد درصد افزایش ۴۷،۶ درصد برآورد شده و دو گروه میلمان و لوازم‌خانگی (۶۶ درصد) و خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها (۶۲،۷ درصد) بالاترین میزان تورم نقطه‌ای و دو گروه ارتباطات (۱۱،۸ درصد) و آموزش (۲۳،۷ درصد) پایین‌ترین میزان این شاخص را ثبت کرده‌اند. تورم میانگین نیز با دو واحد درصد افزایش به ۴۳درصد رسیده و خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها تورم ۵۱،۶ درصدی و غیرخوراکی‌ها..

۴

ایرانی‌ها در سال گذشته ۱۰۹۷ میلیارد تومان در فضای مجازی معامله کردند

تجارت آنلاین ایران در بزنگاه کرونا

۲

مدیریت و کسب‌وکار

طراحی داستان جذاب به کمک داده‌های معتبر

جلب نظر مشتریان با داستان‌سرایی داده‌محور

تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ترغیب وی برای تعامل بیشتر با برند ایده‌ای جذاب برای تمام برندها محسوب می‌شود. اگر در عرصه کسب و کار خبری از مشتریان علاقه‌مند نباشد، هیچ برندی توانایی فعالیت و کسب موفقیت را نخواهد داشت. درست به همین خاطر برندهای بزرگ روز به روز به تلاش برای استفاده از محتوای دقیق و تاثیرگذار در تعامل با مشتریان هستند. در این میان کاربرد داده‌ها دارای اهمیت بالایی است. هر برند با استفاده از داده‌های دقیق و ارائه آن در قالب محتوای بازاریابی امکان تاثیرگذاری فزاینده بر روی مخاطب هدف را دارد. مسئله اساسی در این میان نحوه بیان داده‌ها به مخاطب هدف است. بدون تردید اگر مهمترین داده‌های دنیا نیز در قالب‌های کلیشه‌ای یا به طور خام در دسترس مخاطب هدف قرار گیرد...

۸

موثر بود. دو کشور با یکدیگر وارد تنش شده بودند. چین حتی صادرات از ژاپن را ممنوع اعلام کرده بود. ژاپنی‌ها نمی‌توانند خودروهایی تولیدی خود را به چینی‌ها بفروشند، اما در آن زمان هم نیکایی توشیهیرو به میدان آمد و قضیه را بهبود بخشید. او به چین رفت و مذاکره کرد. در واقع او نقش پلی میان شی جین پینگ، رئیس‌جمهوری چین و شینزو ابه، نخست‌وزیر آن زمان ژاپن را ایفا می‌کرد. بالاخره دیدار میان قدرت‌ها میسر شد و قضیه فیصله پیدا کرد. اکنون تنش میان دو کشور چین و ژاپن دوباره در حال اوج گرفتن است. نیکایی توشیهیرو دوباره به میدان آمده و تلاش دارد روابط را حسنه کند، اما چین اخیراً اقداماتی داشته که شرایط را پیچیده کرده است. جداسازی اقتصاد از سیاست هم در شرایط فعلی کار ساده‌ای به نظر نمی‌آید. در واقع، چشم‌انداز رابطه میان این دو کشور کاملاً تیره و تار شده است. به علاوه، آمریکا بیش از گذشته حضور دارد و تلاش می‌کند شرایط را سخت کند. در چنین شرایطی که بحث تحریم هم به میان آمده، شاید سخن گفتن از قدرت پانداها برای ایجاد صلح میان این دو کشور، قدری دور از منطق باشد. قطعاً نیکایی توشیهیرو تمام تلاش خود را می‌کند تا دوباره مانند گذشته، روابط را به شکلی صلح‌آمیز درآورد، اما بعید به نظر می‌رسد شرایط به این شکل ادامه پیدا کند. شاید باید در انتظار این باشیم که ژاپن بالاخره میان چین و آمریکا یکی را انتخاب کند و این انتخاب می‌تواند اثرات زیادی بر معادلات جهانی بگذارد.

فرصت امروز: تقریباً اغلب پیش‌بینی‌های جهانی در این نکته مشترکند که چین به زودی بزرگترین اقتصاد جهان خواهد شد و جای آمریکا را خواهد گرفت. در تازه‌ترین گزارش، بنیاد صلح کارنگی به تازگی پیش‌بینی کرده که اقتصاد چین تا سال ۲۰۲۵ جای آمریکا را به عنوان بزرگترین اقتصاد جهان می‌گیرد و اندازه اقتصاد این کشور در این سال به دو برابر اندازه کنونی می‌رسد. چین به لطف توسعه سریع اقتصادی خود موفق شده تا خود را در سال‌های اخیر به عنوان یک ابرقدرت نوظهور در جهان معرفی کند و در استراتژی چین برای تبدیل شدن به برترین کشور جهان، اقتصاد جایگاه بسیار مهمی خواهد داشت. بسیاری از نهادها و موسسات و شرکت‌های خارجی در سال‌های گذشته حضور خود را در چین گسترش داده‌اند و حتی این احتمال وجود دارد که شهرهای پکن و شانگهای به قطب‌های مالی و اقتصادی جدید تبدیل شوند.

آلبرت کایدل، اقتصاددان بنیاد صلح کارنگی با بیان اینکه رشد اقتصادی چین در سال‌های پیش رو پایدار خواهد بود، بازار بسیار بزرگ داخلی و افزایش تقاضای خارجی برای واردات محصولات چینی را موتور محرک رشد اقتصادی این کشور دانست. به گفته کایدل، حجم تولید ناخالص داخلی چین تا سال ۲۰۵۰ به حدود ۸۲ تریلیون دلار خواهد رسید که تقریباً دو برابر تولید ناخالص داخلی آمریکا در آن سال خواهد بود که رقمی

در دوپست و سی و یکمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت که هجدهم خردادماه برگزار شد، وضعیت عرضه و تقاضای رمزارزها در اقتصاد ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفت و بانک مرکزی گزارشی از وضعیت تولید و تبادل رمزارزها در اقتصاد ایران را ارائه کرد. رئیس‌جمهور نیز در این جلسه با اشاره به پدیده جدید رمزارزها و اقتضالات و الزامات آن گفت: «دستگاه‌های مسئول در حوزه بازار سرمایه با همکاری رسانه‌ها و فضای مجازی در زمینه اطلاع‌رسانی، آموزش و آگاهی بخشی مردم نسبت به این پدیده و دستورالعمل‌ها و قوانین آن فعالیت موثر داشته باشند.»

با توجه به سرمایه‌گذاری برخی از شهروندان در رمزارزها، آگاهی بخشی در این حوزه به یکی از الزامات تبدیل شده است زیرا آگاهی آنجانی در کشور درخصوص این مسئله وجود ندارد. در همین زمینه، روزبه شریعتی تحلیلگر بازار سرمایه، رمزارزها را یک نوع دارایی می‌داند که شاکله اصلی آن مبتنی بر علم ریاضیات و منطق کامپیوتری است و می‌گوید: آموزش و آگاهی بخشی به مردم در حوزه اقتصاد مسئله‌ای است که باید به صورت پایه‌ای انجام گیرد. در زمینه رمزارزها هم باید مردم آموزش ببینند تا با پول فروش خانه و ... در این بازار سرمایه‌گذاری نکنند.

او در مورد نحوه سرمایه‌گذاری مردم به ایرنا، گفت: من به

یادداشت

چالش‌های اقتصادی رئیس‌جمهور هشتم

دکتر امیرحسام اسحاقی / استاد دانشگاه

مردم و به‌ویژه فعالان اقتصادی از حدود یک سال گذشته به‌سزدهمین انتخابات ریاست جمهوری چشم‌دوخته و چشم‌انداز اقتصادی و سیاسی و روابط خارجی کشور را به این انتخابات گره زده‌اند. اکنون پس از اعلام نتیجه انتخابات و در چنین شرایط سخت و دشوار بی‌تردید مشکلات و موانع اقتصادی و اجتماعی مانند تورم ساختاری، رشد منفی اقتصادی، آفت سرمایه‌های مالی، خصوصی‌سازی ناکارآمد، مشکلات نظام بانکی و سقوط بازار سرمایه، طولانی‌شدن تحریم‌ها، کندی واکسیناسیون، تشدید بیکاری و رشد فاجعه‌بار نقدینگی و پیش‌بینی عبور از ۴ هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان تا پایان امسال، از جمله اِترچالش‌هایی است که حل آن بدون تدوین برنامه‌های کوتاه و میان‌مدت، اجماع نخبگان و جلب اعتماد و مشارکت مردم ناممکن است.

مهار تورم ساختاری باید نقطه آغاز و نخستین گام دولت جدید باشد. اقتصاد کشور هم‌زمان از تورم بالا و رکود (رکود تورمی) رنج می‌برد. استمرار این وضعیت علاوه بر تشدید بحران‌های اجتماعی، موجب افزایش بیکاری و قیمت‌ها شده که بیماری تورم آن را بازتاب می‌دهد. تجربه کشورهای موفق برای علاج این بیماری، نه قیمت‌گذاری دستوری و استفاده از لنگر نرخ ارز، نه پول‌پاشی به بهانه حمایت از تولید و اقشار ضعیف جامعه که نتیجه‌ای جز افزایش نقدینگی و پایه پولی ندارد و نه فروش نفت و آوردن منابع حاصله به بودجه عمومی که سبب سرکوب نرخ ارز یا افزایش نقدینگی در کشور می‌شود، بلکه بهره‌برداری از سیاست هدف‌گذاری تورم و استقلال بانک مرکزی است. طبق گزارش مرکز آمار، نرخ تورم سالانه خردادماه ۱۴۰۰ برای خانوارهای کشور به ۴۳ درصد رسیده که نسبت به ماه پیش، ۲ واحد درصد افزایش داشته است. این رقم حتی بیشتر از پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول است.

پس از مهار تورم، هموار ساختن زمینه رشد اقتصادی پایدار، اساسی‌ترین اولویت امروز اقتصاد نحیف ایران است که نه یک‌شبه با بخشنامه و به‌خط‌کردن تیم اقتصادی حل می‌شود و نه می‌توان به بهانه حمایت از تولید، بانک‌ها را مجبور به ارائه اعتبار به بنگاه‌های تولیدی کرد؛ بلکه دولت باید قوانین دست‌وپاگیر و مجوزهای زائد را لغو و تا حد امکان با تسهیل فضای کسب‌وکار، راه برای ورود به بازار رقابتی برای آحاد اقتصادی جامعه باز کند. چند سالی است که رشد اقتصادی کشور ناپایدار و در محدوده منفی در جا می‌زند، گرچه این نرخ به گواه بانک مرکزی در ۹ ماهه سال ۹۹ مثبت شده، اما با نگاهی به آمار بیکاری کشور در دهه ۹۰ به‌آسانی می‌توان روند رشد اقتصادی ایران را ارزیابی کرد.

براساس آخرین آمار بانک جهانی، ایران در طول یک دهه گذشته جزو کشورهای با رتبه بالای بیکاری بود. در همه سال‌های ۹۰، میانگین بیکاری جهانی حدود ۵٫۵ درصد اما در ایران حدود دو برابر این میانگین بوده است. آماري که خود محل تشکیک است زیرا به طور مثال در سال گذشته در حالی نرخ بیکاری ایران تک‌رقمی اعلام شد که کرونا حدود یک و نیم میلیون شغل را از بین برده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد در دوره کاهش نرخ بیکاری، ۱۰درصد جمعیت فعال از بازار کار خارج و بی‌فعال شدند که اگر این تعداد در بازار کار باقی می‌ماندند و به جمعیت بیکار اضافه می‌شدند، نرخ بیکاری به بیش از ۱۸درصد می‌رسید.

تقویت سرمایه‌های مالی از طریق افزایش امنیت سرمایه‌گذاری و حفظ سرمایه در داخل کشور بسیار حیاتی است. آمارها نشان می‌دهد در ۱۰ سال گذشته بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه یعنی معادل صندوق ثروت یک کشور از ایران خارج شده و در سال گذشته حجم سرمایه‌های روند کاهشی گرفت و به‌نوعی استهلاک از سرمایه‌گذاری بیشتر شد. اصلاح نظام بانکی و بازار سرمایه و نظارت بر شیوه فعالیت شرکت‌های کارگزاری بورس و ساماندهی آنها نیز از اهم اولویت‌هاست. طبق پیشنهاد اتاق بازرگانی ایران، سازمان بورس و اوراق بهادار باید در مدت یک سال زمینه را برای رتبه‌بندی، کاهش فرآیند انتشار اوراق تأمین مالی و هزینه‌های انتشار شرکت‌ها فراهم کند. همچنین با رفع انحصار برای اعطای مجوز فعالیت در بخش‌های مختلف اعم از کارگزاری، سیدگردانی و شرکت‌های مشاوره سرمایه‌گذاری می‌توان به تعمیق بورس کمک کرد. امکان افزایش عرضه اولیه سهام برای شرکت‌های جدید باید توسط سازمان بورس از طریق تسهیل شرایط پذیرش شرکت‌ها در بازار سرمایه فراهم شود؛ سازوکارهای نظارتی شفاف بر بازار بورس فعال و تقویت بودن تا با جریمه‌های مالی سنگین، هم سفته‌بازی و سوداگری در این بازار کنترل شود و هم بانک مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار بتوانند با آیین‌نامه و دستورالعمل از مسیر بازار سرمایه و شبکه بانکی، منابع داخلی و خارجی موردنیاز برای تأمین مالی مشترک پروژه‌های بزرگ را فراهم کنند.

در راستای تحقق واقعی سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی برای خصوصی‌سازی، علاوه بر بازنگری الگوهای موجود، در شیوه واگذاری شرکت‌ها و موسسه‌های دولتی نیز باید تجدیدنظر شود. آزادسازی اقتصاد، پیش‌نیاز شفافیت در فرآیند خصوصی‌سازی است؛ نمی‌توان بنگاه‌های تولیدی را خصوصی کرد، اما تا تعدد قوانین و موانع دست‌وپاگیر و قیمت‌گذاری دستوری مانع فعالیت آزادانه بنگاه‌ها شد.

تحریم اقتصادی که از دهها سال پیش تاکنون در ساختار اقتصادی و سیاسی ایران رسوب کرده و محدودیت‌های زیادی برای فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاری مشترک ایجاد کرده، باید از طریق مذاکره و احیای برجام و نیز پیمان‌ها و توافق‌نامه‌های اقتصادی دو یا چندجانبه منطقه‌ای برطرف شود. برخی کارشناسان اقتصادی هزینه دوزدن تحریم در ۱۶ سال اخیر را ۴۰۰ میلیارد دلار برآورد کرده‌اند.

تسریع در روند واکسیناسیون علاوه بر کاهش تعداد موارد ابتلا و هزینه‌های بهداشتی و اجتماعی، موجب احیای کسب و کارها، افزایش اشتغال و تسریع بازگشت فعالیت‌های اقتصادی به روال عادی می‌شود. واکسیناسیون، بهترین مسیر برای توقف کامل همه‌گیری ویروس مرگ‌بار کروناست. طبق برآورد صندوق بین‌المللی پول، برای واکسیناسیون حدود ۷۰درصد از جمعیت کره زمین تا اویل (فروردین-اردیبهشت) فقط ۵۰ میلیارد دلار پول لازم بود. حال آنکه سود اقتصادی جمعی تا سال ۲۰۲۵ از نظر افزایش تولید جهانی ۹ تریلیون دلار خواهد بود. بنابراین هزینه‌ای که برای واکسیناسیون مردم جهان موردنیاز است، در مقایس ز زندگی‌های زیادی که می‌تواند نجات یابد، ارزش زیادی ندارد. به عبارتی دیگر، هزینه موردنیاز برای واکسیناسیون بیشتر جمعیت جهان فقط ۰،۱۳ درصد از تولید ناخالص داخلی گروه جی هفت (G۷) است. ایران از نظر تعداد مبتلایان بدون توجه به میزان جمعیت، در رده ۱۴ جدول جهانی ابتلا به کرونا قرار دارد و در میان کشورهای منطقه پس از ترکیه، درگیرترین کشور با شیوع کرونا به شمار می‌رود.

ایرانی‌ها در سال گذشته ۱۰۹۷ میلیارد تومان در فضای مجازی معامله کردند

تجارت آنلاین ایران در بزنگاه کرونا



۳۴ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی در مدت زمان کمتر از یک سال شروع به فعالیت کرده‌اند و ۲۴ درصد بیش از چهار سال سابقه فعالیت دارند.

از ترکیب گروه سنی تا تعداد نیروی انسانی

براساس گزارش سال گذشته مرکز توسعه تجارت الکترونیک، گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال نزدیک به ۴۶ درصد از صاحبان واحدهای تجارت الکترونیکی را تشکیل داده‌اند. سهم صاحبان واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد در گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال و گروه سنی ۴۰ تا ۵۰ سال نیز ۲۱ درصد بوده است. همچنین ۱۲ درصد از صاحبان واحدهای تجارت الکترونیکی که در سال ۱۳۹۹ دارای اینماد بوده‌اند به گروه سنی بالای ۵۰ سال تعلق داشته‌اند. در میان واحدهای تجارت الکترونیکی در سال ۱۳۹۹، حدود ۷۵ درصد از این واحدها تعداد نیروی انسانی کمتر از ۱۰ نفر داشتند. حدود ۱۱ درصد از آنها بین ۱۰ تا ۲۰ نفر نیروی انسانی و حدود ۵ درصد از این واحدها بیش از ۱۰۰ نفر نیروی انسانی داشته‌اند. بر این اساس می‌توان گفت که تعداد واحدهای تجارت الکترونیکی خرد بیشتر از واحدهای تجارت الکترونیکی بزرگ بوده است. واحدهای بزرگ تجارت الکترونیکی را عمدتاً واسطه‌های الکترونیکی تشکیل می‌دهند. در ضمن میانگین تعداد شاغلان واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد نزدیک به ۱،۳ میلیون نفر برآورد شده است. با توجه به آخرین آمار تعداد کل شاغلان بالای ۱۵ سال کشور در سال گذشته که توسط مرکز آمار ایران ارائه شده است، می‌توان گفت به صورت میانگین حدود ۶درصد از نیروی کار در کل کشور را شاغلان واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد تشکیل می‌دهند. مطالعات مرکز توسعه تجارت الکترونیک بیانگر آن است که جوانان بیش از نیمی از خریداران واحدهای تجارت الکترونیکی را تشکیل داده‌اند. حدود ۴۱ درصد از خریداران هم به میانسالان تعلق داشته و کودکان و نوجوانان و سالمندان نیز کمترین سهم را در میان خریداران داشته‌اند. همچنین مطالعات جمعیت‌شناسی این نهاد پژوهشی نشان می‌دهد، به رغم روند رو به رشد واحدهای تجارت الکترونیکی در سال ۱۳۹۹ سهم زنان از مالکیت واحدهای تجارت الکترونیکی ۱۴درصد بوده و بسیار کمتر از مردان است. علاوه بر این، بیش از ۹۲ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی از سرمایه شخصی خود جهت راه‌اندازی و توسعه استفاده می‌کنند.

ارزش سید سفارش آنلاین ۳ برابر سبد خرید فیزیکی است

پول‌سازی کرونا برای خرده‌فروشی آنلاین

براساس آمار اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی، تعداد کل فروشگاه‌های آنلاین فعال در عرضه محصولات پرگردش که از ابتدا (۱۳۹۵) تا پایان شهریورماه ۹۹ از اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی پروانه دریافت کرده‌اند، به ۴۸۲ مورد رسید. موضوع فعالیت این فروشگاه‌ها مشتمل بر دو گروه «خرده‌فروشی مواد غذایی» و «فروشگاه بزرگ» است. فروشگاه‌های آنلاین گروه اول تنها اقلام سوپرمارکتی عرضه می‌کنند که در کل ۱۳۳ فروشگاه (۷،۲درصد از پروانه‌های صادره) در این موضوع ثبت شده است. ۳۴۹ مورد ثبت شده دیگر (۱۸،۹درصد از پروانه‌های صادره که بیشترین سهم به لحاظ موضوع فعالیت فروشگاه‌هاست) متعلق به فروشگاه‌های آنلاین گروه دوم است که علاوه بر اقلام سوپرمارکتی، اقلام متنوع دیگری را نیز عرضه می‌کنند.

از جمله مهم‌ترین فعالان حوزه سوپرمارکت‌های اینترنتی و فروشگاه‌های بزرگ آنلاین عرضه‌کننده این محصولات، می‌توان به دی‌جی کالا، اسنپ‌مارکت (همکاری اسنپ و هایپراستار)، اسنپ فود و اوکالا (مرتبط با فروشگاه‌های افق کوروش) اشاره کرد. سایر فعالان این حوزه عبارتند از: بیار، تزول مارکت، رادیکالا، فینال، هایپر بازار، فن‌آسان و باسلام.

شیوع ویروس کرونا از اسفندماه ۹۸ و محدودیت‌های اعمال شده در پی آن، تأثیر قابل‌توجهی بر فروش آنلاین کالاها در کشور داشته است؛ به‌گونه‌ای که طبق اعلام اتحادیه کشوری کسب‌وکارهای مجازی، میزان فروش آنلاین در حوزه عرضه کالا و مواد غذایی (با اقلام سوپرمارکتی) تا خردادماه ۹۹ رشد ۱۲۱ درصدی را تجربه کرده است. درخصوص تغییرات سهم فروش آنلاین این اقسام طی ماه‌های اخیر البته آماری وجود ندارد.

گفته می‌شود متوسط ارزش سبد سفارش آنلاین در بخش اینترنتی تقریباً سه برابر بخش خرید فیزیکی است (فقط در بخش محصولات مصرفی پرگردش). سبدهای خرید بازیگران اصلی فروش آنلاین اقلام سوپرمارکتی بین ۱۵۰ هزار تا ۲۰۰ هزار تومان برآورد می‌شود. شیوع کرونا موجب شد استارت‌آپ‌های خرید آنلاین کالا با رشد خوبی مواجه شوند. به طور نمونه استارت‌آپ باسلام و اسنپ‌مارکت در این دوره به ترتیب ۱۵ و ۵۰ درصد رشد فروش داشته‌اند. علاوه بر این،

بانک نامه

توقف سپرده‌گذاری ارزی در ۳ سال گذشته

بانک‌ها عقب‌نشینی کردند

سپرده‌گذاری ۷،۲ میلیارد دلاری صندوق توسعه ملی در بانک‌ها جهت اعطای تسهیلات در حالی صورت گرفته که به دلیل عدم درخواست بانک‌ها سه سالی می‌شود که این سپرده‌گذاری متوقف شده است. به گزارش ایسنا، سپرده‌گذاری ارزی بخشی از تکالیف صندوق توسعه ملی است که در راستای اجرای تکالیف بودجه‌های سنوایی و همچنین قانون الحاق برخی مواد به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲)، انجام می‌شود.

قرارداد سپرده‌گذاری ارزی که بین صندوق و بانک‌های سپرده‌پذیر منعقد می‌شود، در واقع قراردادی است که بنا به درخواست بانک و تا سقف مبلغ سپرده‌گذاری شده در آن، اجازه تأمین مالی ارزی طرح‌های دارای اهلیت متقاضی و توجیه فنی، مالی و اقتصادی را پس از طی مراحل تصویب طرح در ارکان اعتباری بانک عامل با در نظر گرفتن ضوابط و قوانین قرارداد می‌دهد. بر این اساس سالانه بخشی از منابع صندوق توسعه ملی به سپرده‌گذاری ارزی در بانک‌های سپرده‌پذیر اختصاص پیدا می‌کند تا از طریق اعطای تسهیلات در چارچوب قراردادها، این منابع را به طرح‌ها و فعالیت‌های مرتبط از جمله بخش نفت، گاز، پتروشیمی و صنعت و معدن تخصیص دهند. این در حالی است که بررسی عملکرد صندوق توسعه ملی در حوزه سپرده‌گذاری ارزی از ابتدای تاسیس (۱۳۹۰) تا پایان آذرماه ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ این قراردادها منعقد شده ولی در سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ و ۹ ماهه سال ۱۳۹۹ هیچ‌گونه قرارداد سپرده‌گذاری ارزی از محل منابع صندوق با بانک‌ها منعقد نشده است، صندوق توسعه ملی درباره چرایی این موضوع توضیح داده که عدم درخواست بانک‌ها موجب توقف انعقاد قرارداد سپرده‌گذاری ارزی شده است. اما جزئیات سپرده‌گذاری ارزی صندوق توسعه ملی از این حکایت دارد که از سال ۱۳۹۱ تا پایان سال ۱۳۹۶ بالغ بر ۷،۲ میلیارد دلار در بانک‌های عامل سپرده‌گذاری صورت گرفته است که از این میزان بیش از ۵،۵ میلیارد دلار در قالب ۴۶ طرح به مرحله تخصیص ارز رسیده است. از مجموع منابع ارزی تخصیص داده شده حدود ۹۸ درصد به طرح‌های بخش نفت و گاز و حدود ۲ درصد به طرح‌های بخش صنعت و معدن اختصاص یافته است. همچنین از منابع تخصیص داده شده، حدود ۷۷ درصد از مبلغ تخصیص یافته در مناطق کمتر توسعه یافته و کمتر از ۲۳ درصد در مناطق برخوردار هزینه شده است. گفتنی است که واحد ارز قراردادهای سپرده‌گذاری ارزی به دلار و یورو بوده و ملاک یکسان‌سازی ارز یورو به دلار، نرخ ارز مرجع اعلامی بانک مرکزی به تاریخ آغاز قرارداد یعنی واریز وجه به حساب بانک است.

دلار در صرافی‌های بانکی ۲۴ هزار و ۴۰۰ تومان شد
پیشروی سکه در میانه کانال ۱۰ میلیونی

قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با افزایش ۲۲۰ هزار تومانی در روز دوشنبه همراه بود و به رقم ۱۰ میلیون و ۷۲۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۵ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی نیز ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۶۶ هزار تومان رسید. قیمت هر مثقال طلا یک میلیون و ۶۲۰ هزار تومان شد. همچنین نرخ هر اونس جهانی طلا یک هزار و ۷۷۸ دلار و ۴۸ سنت قیمت خورد. نرخ دلار در صرافی‌های بانکی نیز در سومین روز هفته با رشد ۳۹۰ تومانی به رقم ۲۴ هزار و ۴۲۸ تومان رسید. قیمت فروش یورو نیز با ۲۶۹ تومان افزایش به ۲۸ هزار و ۸۷۵ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۳ هزار و ۹۴۵ تومان و نرخ خرید هر یورو هم ۲۸ هزار و ۳۰۵ تومان گزارش شد.

رمزارها با لآخره به مدار صعودی رسیدند

بازگشت ارزهای دیجیتال به روزهای سبز

ارزش بیشتر ارزهای دیجیتالی مهم افزایش پیدا کرد و قیمت بیت‌کوین با رشد بیش از ۳ درصدی به کانال ۳۳ هزار دلار رسید. به گزارش سی‌ان‌بی‌سی، با وجود ریزش‌های سنگین ارزهای دیجیتالی در روزهای اخیر، برخی از فعالان این حوزه معتقدند که روزهای خوب در انتظار بازار هستند. الکس ماشینسکی، بنیانگذار پلتفرم ارزهای دیجیتالی سلسیوس با بیان اینکه پیش‌بینی می‌کند قیمت بیت‌کوین بار دیگر از قله قبلی ۶۳ هزار دلاری خود عبور کند، افزود: ریزش بازار با توجه به صعود سریع قیمت طبیعی بود. ما هنوز به قله قیمتی ۲۰۲۱ نرسیده‌ایم و رسیدن به قیمت ۱۶۰ هزار دلاری برای بیت‌کوین کاملاً محتمل است. روند نزولی ارزهای دیجیتالی همچنان کم‌انگیز شده و در این بین انتشار اخبار منفی از سمت دولت‌ها بر شدت افزوده شدن ترس معامله‌گران در بازار دامن زده است. چنانکه صرافی بانانس، بزرگترین صرافی ارزهای دیجیتالی در جهان به کاربران خود در استان اوتاریو کانادا اعلام کرده است تمامی سفارشات خود را ببندند. به دنبال سختگیری بیشتر این ایالت بر روی فعالیت صرافی‌های دیجیتالی، بانانس تصمیم گرفته است تا به فعالیت‌های خود در این منطقه پایان دهد.

در همین حال، با افزایش مقبولیت ارزهای دیجیتالی، قرار است برای نخستین بار امکان پذیرش این ارزها در ایستگاه‌های شارژ خودروهای برقی در سطح کشورهای اروپایی فراهم شود. قرار است امکان پرداخت رمزارها از ماه نوامبر فعال شود و به تدریج و طی سه سال تعداد این ایستگاه‌های پذیرنده به بالای ۵۰ هزار برسد. هنوز اینکه کدام یک از ارزهای دیجیتالی مورد قبول این جایگاه‌ها خواهند بود، مشخص نشده است. مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتالی در حال حاضر ۱۲۲۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۲،۹۶ درصد بیشتر شده است. در حال حاضر ۵۲ درصد کل بازار ارزهای دیجیتالی در اختیار بیت‌کوین و ۱۷ درصد در اختیار اتریوم است. بیت‌کوین ۱۲ ستار پیش توسط گروه گمنامی از معامله‌گران بر بستر بلاک‌چین ایجاد شد و از سال ۲۰۰۹ معاملات اولیه آن شکل گرفت.



کرده، تورم نقطه به نقطه است که در این شاخص میزان تورم ماه مورد مطالعه به نسبت مدت مشابه سال قبل مقایسه می‌شود. تورم نقطه به نقطه در ماه خرداد ۴۷٫۶ درصد ثبت شده که نسبت به ماه گذشته رشد ۰،۷ درصدی داشته است. تورم نقطه‌ای در اردیبهشت ۴۶٫۹ درصد ثبت شده بود. در شاخص مذکور خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورم ۶۲،۳ درصدی و کالاهای غیرخوراکی و خدمات تورمی ۴۰،۸ درصدی را تجربه کرده‌اند. بررسی آمارهای رسمی نشان می‌دهد که سه گروه مبللمان و لوازم خانگی (۴۶درصد)، خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۶۲،۷درصد) و هتل و رستوران (۶۱،۵درصد) بالاترین میزان تورم نقطه‌ای و سه گروه ارتباطات (۱۱،۸درصد)، آموزش (۲۳،۷درصد) و بهداشت و درمان (۴۲،۹درصد) پایین‌ترین میزان این شاخص را ثبت کرده‌اند. نکته قابل توجه دیگر در این شاخص اینکه نوسان‌های غیرالکلی (۲۹٫۶درصد)، لبنیات (۷۸،۲درصد) و سبزیجات (۷۱،۲درصد) بیشترین تورم را در گروه خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها ثبت کرده‌اند. همچنین در خردادماه گروه‌های «چاره»، «حمل‌ونقل» و «گوشت قرمز و گوشت ماکیان» بیشترین ضربه تأثیر را در افزایش تورم نقطه‌ای داشته‌اند که تنها تفاوت با ماه گذشته گروه «گوشت قرمز و گوشت ماکیان» است.

در نهایت شاخص دیگر مورد بررسی در این گزارش، تورم ۱۲ ماهه است. براساس آمارهای رسمی تورم ۱۲ماهه در آخرین ماه فصل بهار معادل ۴۳درصد ثبت شده به‌نحوی که خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورم ۵۱٫۶ درصدی و غیرخوراک‌ها نیز تورم ۳۸٫۹ درصدی را تجربه کرده‌اند. ثبت این میزان بالا از تورم میانگین در سومین‌ماه فصل بهار در حالی است که نسبت به ماه گذشته ۲ واحد درصد رشد داشته است. تورم میانگین در اردیبهشت به میزان ۴۱درصد برآورد شده بود. در این خصوص سه گروه حمل‌ونقل (۶۴،۸درصد)، مبللمان و لوازم خانگی (۵۶،۸درصد) و خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۵۱،۸درصد) بالاترین و سه گروه ارتباطات (۱۸،۷درصد)، آموزش (۲۲،۳درصد) و بهداشت و درمان (۳۵،۱درصد) کمترین تورم ۱۲ ماهه را از آن خود کرده‌اند. مورد دیگر اینکه روغن‌ها و چربی‌ها (۶۹،۹درصد) و لبنیات (۶۱درصد) در گروه خوراک‌ها تورم بالایی را ثبت کرده‌اند. در نهایت اینکه در خردادماه ۱،۴۰۰ گروه‌های «چاره»، «حمل‌ونقل» و «نان و غلات» بیشترین ضربه تأثیر را در افزایش نرخ تورم ۱۲ ماهه داشته‌اند که این امر نسبت به اردیبهشت‌ماه تفاوتی نکرده است.

در پایان این گزارش، میزان تورم ۱۲ ماهه تا پایان سال ۱۴۰۰ برآورد شده و تورم ۱۲ ماهه منتهی به تیرماه ۴۴،۵ درصد، مرداد ۴۵ درصد، شهریور ۴۴،۷ درصد، مهر ۴۳،۱ درصد، آبان ۴۰،۶ درصد، آذر ۳۸،۲ درصد، دی ۳۵،۶ درصد، بهمن ۳۲،۷ درصد و اسفند ۲۹،۸ درصد پیش‌بینی شده است.

و سایر سوخت‌ها»، «مبللمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آنها»، «بهداشت و درمان»، «حمل‌ونقل»، «ارتباطات»، «تفریح و فرهنگ»، «آموزش»، «هتل و رستوران» و «کالاها و خدمات متفرقه» است. براساس آمارهای رسمی از بین ۱۲ گروه عمده هزینه‌های خانوار، چهار گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها»، «خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها»، «بهداشت و درمان» و «حمل‌ونقل» به ترتیب دارای بیشترین وزن در سبد خانوار است، به‌طوری که بیش از ۷۶درصد از ضربه اهمیت سبد کالاها و خدمات موردنیاز خانوارهای کشور و نیز مناطق شهری و روستایی را به خود اختصاص داده‌اند. البته از این میان، سهم دو گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها» و «خوراک‌ها، آشامیدنی‌ها»، بیش از ۵۹درصد است.

بررسی آمارهای رسمی نشان می‌دهد که تورم ماهانه خردادماه ۲،۵ درصد برآورد شده است، به طوری که خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورمی ۳،۲ درصدی و کالاهای غیرخوراکی و خدمات تورم ۲،۲ درصدی را تجربه کرده‌اند. تحلیل آمارهای رسمی نشان می‌دهد تورم ماهانه از سطح ۲،۷ درصد در فروردین‌ماه به ۲،۵ درصد در ماه گذشته رسیده است. ماهانه خرداد نسبت به اردیبهشت که برابر با ۰،۷ درصد بود؛ معادل ۱،۸ درصد رشد داشته است. نکته بعدی اینکه تنها گروهی که تورم منفی در ماه گذشته داشته، گروه ارتباطات است که تورم منفی ۰،۷ داشته است. در این ماه برخی از گروه‌ها تورمی بالاتر و برخی دیگر تورمی پایین‌تر از تورم ماهانه را تجربه کرده‌اند. چنانکه گروه‌های پوشاک و کفش (۴،۲درصد)، خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۳،۲درصد)، هتل و رستوران و کالاها و خدمات متفرقه (۳درصد)، حمل‌ونقل (۲،۹درصد) و بهداشت و درمان (۲،۷درصد) تورمی بالاتر از تورم خردادماه و گروه‌های ارتباطات (منفی ۰،۷درصد)، آموزش (۰،۶درصد)، مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها (۱،۴درصد)، دخانیات (۱،۸درصد)، تفریح و فرهنگ (۲،۲درصد) و مبللمان و لوازم خانگی (۲،۴درصد) تورمی پایین‌تر از تورم مذکور را تجربه کرده‌اند. در گروه خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها نیز سبزیجات (گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی و بادامجان) (۶،۹درصد) و میوه و خشکبار (۵،۹درصد) و قند و شکر (۳،۴درصد) تورم بالا و گروه نان و غلات (۲درصد) و گوشت قرمز و سفید (۱،۴درصد) تورم پایینی به نسبت سایر اقلام گروه مذکور ثبت کردند. مسکن و اجاره نیز تورم ۱،۳ درصد را در سومین ماه بهار امسال ثبت کرده‌اند. در نهایت اینکه آنالیز تأثیر گروه‌ها و طبقات کالایی بر نرخ تورم ماهانه حاکی از آن است که دو گروه «چاره» و «سبزیجات» بیشترین ضربه تأثیر را در افزایش تورم ماهانه داشته‌اند که نسبت به ماه گذشته، گروه سبزیجات جایگزین گروه بهداشت و درمان شده است. پیش‌بینی نرخ تورم خانوارها در پایان ۱۴۰۰ شاخص دیگری که بازوی پژوهشی وزارت کار در گزارش خود بررسی

فرصت امروز: هفته گذشته بود که مرکز آمار ایران از نرخ تورم ۴۳ درصدی در خردادماه امسال گزارش داد و حالا به فاصله چند روز پس از انتشار این گزارش، مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت کار در گزارشی به تحلیل آماری روند تورم در آخرین ماه فصل بهار پرداخته است. براساس برآوردها، نرخ تورم ماهانه برخلاف دو ماه ابتدایی سال، روند رو به رشدی در خردادماه داشته و با جهشی ۱،۸ درصدی به ۲،۵ درصد رسیده است. جزئیات تورم ماهانه نشان می‌دهد گروه‌های پوشاک و کفش (۴،۲درصد) و خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۳،۲درصد) بیشترین و گروه‌های ارتباطات (منفی ۰،۷درصد) و آموزش (۰،۶درصد)، کمترین میزان تورم ماهانه را تجربه کرده‌اند. همچنین تورم نقطه‌ای با ۰،۷ واحد درصد افزایش ۴۷،۶ درصد برآورد شده و دو گروه مبللمان و لوازم‌خانگی (۶۶درصد) و خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۶۲،۷درصد) بالاترین میزان تورم نقطه‌ای و دو گروه ارتباطات (۱۱،۸درصد) و آموزش (۲۳،۷درصد) پایین‌ترین میزان این شاخص را ثبت کرده‌اند. تورم میانگین نیز با دو واحد درصد افزایش به ۴۳درصد رسیده و خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورم ۵۱،۶ درصدی و غیرخوراک‌ها نیز تورم ۳۸،۹ درصدی را تجربه کرده‌اند.

محور روند تورمی خردادماه، افزایش تورم در گروه کالاهای خوراک‌ها و آشامیدنی بوده، چنانکه خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورمی ۳،۲ درصدی و کالاهای غیرخوراکی و خدمات تورم ۲،۲ درصدی را تجربه کرده‌اند. کارشناسان می‌گویند نوسانات پایین نرخ ارز در فصل بهار باعث شده تا تورم کالاهای غیرخوراکی کمتر از تورم خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها شود.

گزارش تحلیلی تورم در آخرین ماه بهار

مرکز آمار و اطلاعات راهبردی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در جدیدترین گزارش خود به تحلیل روند تورم در خردادماه امسال پرداخت و سمت و سوی نرخ تورم تا پایان سال ۱۴۰۰ را پیش‌بینی کرد. براساس این گزارش، شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی خانوارها (CPI)، معیار سنجش تغییرات قیمت کالاها و خدماتی است که به مصرف خانوارها می‌رسد. این شاخص مهمترین ابزار اندازه‌گیری میزان تورم قیمت‌ها در اقتصاد کشور است و کاربردهای گوناگونی از جمله در برآورد قدرت خرید پول کشور و معیار سنجش قدرت خرید دارد. اهمیت دیگر این شاخص، آن است که علاوه بر برنامه‌ریزان و محققان حوزه‌های اقتصادی، متخصصان حوزه‌های اجتماعی نیز جزو کاربران اصلی آمارهای تورم هستند. به این دلیل که افزایش تورم، اصلی‌ترین مسائل اجتماعی نظیر فقر و بیکاری را مستقیماً تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

در ادامه این گزارش، ضرایب اهمیت گروه‌های اصلی سبد کالاها و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در ۱۲ گروه عمده در سه بخش شهری، روستایی و کل آورده شده است. این گروه‌ها شامل «خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها»، «دخانیات»، «پوشاک و کفش»، «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها»، «مبللمان و لوازم خانگی و نگهداری معمول آنها»، «بهداشت و درمان»، «حمل‌ونقل»، «ارتباطات»، «تفریح و فرهنگ»، «آموزش»، «هتل و رستوران» و «کالاها و خدمات متفرقه» است. براساس آمارهای رسمی از بین ۱۲ گروه عمده هزینه‌های خانوار، چهار گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها»، «خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها»، «بهداشت و درمان» و «حمل‌ونقل» به ترتیب دارای بیشترین وزن در سبد خانوار است، به‌طوری که بیش از ۷۶درصد از ضربه اهمیت سبد کالاها و خدمات موردنیاز خانوارهای کشور و نیز مناطق شهری و روستایی را به خود اختصاص داده‌اند. البته از این میان، سهم دو گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها» و «خوراک‌ها، آشامیدنی‌ها»، بیش از ۵۹درصد است.

بررسی آمارهای رسمی نشان می‌دهد که تورم ماهانه خردادماه ۲،۵ درصد برآورد شده است، به طوری که خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها تورمی ۳،۲ درصدی و کالاهای غیرخوراکی و خدمات تورم ۲،۲ درصدی را تجربه کرده‌اند. تحلیل آمارهای رسمی نشان می‌دهد تورم ماهانه از سطح ۲،۷ درصد در فروردین‌ماه به ۲،۵ درصد در ماه گذشته رسیده است. ماهانه خرداد نسبت به اردیبهشت که برابر با ۰،۷ درصد بود؛ معادل ۱،۸ درصد رشد داشته است. نکته بعدی اینکه تنها گروهی که تورم منفی در ماه گذشته داشته، گروه ارتباطات است که تورم منفی ۰،۷ داشته است. در این ماه برخی از گروه‌ها تورمی بالاتر و برخی دیگر تورمی پایین‌تر از تورم ماهانه را تجربه کرده‌اند. چنانکه گروه‌های پوشاک و کفش (۴،۲درصد)، خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها (۳،۲درصد)، هتل و رستوران و کالاها و خدمات متفرقه (۳درصد)، حمل‌ونقل (۲،۹درصد) و بهداشت و درمان (۲،۷درصد) تورمی بالاتر از تورم خردادماه و گروه‌های ارتباطات (منفی ۰،۷درصد)، آموزش (۰،۶درصد)، مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها (۱،۴درصد)، دخانیات (۱،۸درصد)، تفریح و فرهنگ (۲،۲درصد) و مبللمان و لوازم خانگی (۲،۴درصد) تورمی پایین‌تر از تورم مذکور را تجربه کرده‌اند. در گروه خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها نیز سبزیجات (گوجه‌فرنگی، سیب‌زمینی و بادامجان) (۶،۹درصد) و میوه و خشکبار (۵،۹درصد) و قند و شکر (۳،۴درصد) تورم بالا و گروه نان و غلات (۲درصد) و گوشت قرمز و سفید (۱،۴درصد) تورم پایینی به نسبت سایر اقلام گروه مذکور ثبت کردند. مسکن و اجاره نیز تورم ۱،۳ درصد را در سومین ماه بهار امسال ثبت کرده‌اند. در نهایت اینکه آنالیز تأثیر گروه‌ها و طبقات کالایی بر نرخ تورم ماهانه حاکی از آن است که دو گروه «چاره» و «سبزیجات» بیشترین ضربه تأثیر را در افزایش تورم ماهانه داشته‌اند که نسبت به ماه گذشته، گروه سبزیجات جایگزین گروه بهداشت و درمان شده است.

پیش‌بینی نرخ تورم خانوارها در پایان ۱۴۰۰ شاخص دیگری که بازوی پژوهشی وزارت کار در گزارش خود بررسی کرده است. براساس آمارهای رسمی از بین ۱۲ گروه عمده هزینه‌های خانوار، چهار گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها»، «خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها»، «بهداشت و درمان»، «حمل‌ونقل»، «ارتباطات»، «تفریح و فرهنگ»، «آموزش»، «هتل و رستوران» و «کالاها و خدمات متفرقه» است. براساس آمارهای رسمی از بین ۱۲ گروه عمده هزینه‌های خانوار، چهار گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها»، «خوراک‌ها و آشامیدنی‌ها»، «بهداشت و درمان» و «حمل‌ونقل» به ترتیب دارای بیشترین وزن در سبد خانوار است، به‌طوری که بیش از ۷۶درصد از ضربه اهمیت سبد کالاها و خدمات موردنیاز خانوارهای کشور و نیز مناطق شهری و روستایی را به خود اختصاص داده‌اند. البته از این میان، سهم دو گروه «مسکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها» و «خوراک‌ها، آشامیدنی‌ها»، بیش از ۵۹درصد است.

آیا رشد قیمت مسکن در خردادماه نگران‌کننده است؟

ریزنوسان مسکن در پایان بهار

در بهار امسال بازار پول با بازدهی ۴،۵ درصد نسبت به بازارهای مسکن، ارز، طلا و سهام بازدهی بیشتری داشته است. نقدینگی سرگردان در حساب‌های بانکی قرار گرفته و منتظر است تا پس از تغییر دولت با شناسایی بازارهای پربازده از آن سمت حرکت کند. هم‌اکنون با نوعی کم‌تحرکی در اقتصاد مواجه هستیم و دست‌کم در کوتاه مدت جهش قیمت مسکن بعید به نظر می‌رسد. علت دیگر، بر شدن ظرفیت بازار است و طرف تقاضا دیگر توانی برای خرید ندارد. با این حال، اغلب کارشناسان معتقدند ثبات درآمدت بازار مسکن منوط به رشد اقتصادی، رونق تولید، کنترل تورم، مهار نقدینگی، تغییر وضعیت بازار مسکن از حالت سوداگری به مصرفی و افزایش ساخت و ساز است. دولت رئیس‌اگر قصد دارد در بازار مسکن آرامش ایجاد کند باید این اصلاحات را انجام دهد.

در این باره عباس زینعلی، کارشناس اقتصاد مسکن با اشاره به جهش قیمت مسکن در ۳،۵ سال گذشته می‌گوید: وقتی آرامش بازارها به هم خورد همه انتظار داشتند از ملک نهایت استفاده را ببرند و طبیعتاً رشد قیمت‌ها اتفاق افتاد، اما با نزدیک شدن به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و آمدن بایدن و مطرح شدن مجدد احیای برجام انتظارات تورمی کاهش پیدا کرد. البته امتناع بانک مرکزی از چاپ پول برای جبران کسری بودجه هم اقدام خوبی بود که در ثبات نرخ‌ها تأثیر گذاشت. همین که کسری بودجه با پول بدون پشتوانه جبران نشد، سرعت رشد تورم را گرفت و جای تقدیر دارد.

به اعتقاد وی، اگر نرخ ارز در یک مدت طولانی ثابت بماند حتماً ثبات در دیگر بازارها پیش می‌آید و شاهد افزایش حباب‌گونه نخواهیم بود. چیزی که در چهار ساله دوم دولت روحانی نداشتیم همین بی‌ثباتی بود. تنش‌های سیاسی و بین‌المللی هم در تلاطم اقتصادی نقش داشت. بیت‌الله ستاربان، تحلیلگر بازار مسکن نیز تنها راه ایجاد ثبات در این



در ۳ ماهه نخست سال ۱۴۰۰ رقم خورد

درآمدهای مالیاتی در مرز ۶۰ هزار میلیارد

در سه ماهه اول سال ۱۴۰۰ نزدیک به ۵۹ هزار میلیارد تومان مالیات وصول شد که نسبت به سال گذشته از رشد ۷۰ درصدی برخوردار شده است. با توجه به اینکه در بودجه سال جاری بیش از ۲۴۷ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی پیش‌بینی شده است، معاون درآمد‌های مالیاتی سازمان امور مالیاتی می‌گوید که در سه ماهه اول سال جاری نزدیک به ۵۹ هزار میلیارد تومان مالیات وصول شد که نسبت به سال گذشته از رشد ۷۰ درصدی برخوردار شده است.

در سال گذشته صحبت‌های زیادی مبنی بر عبور بودجه کشور از اتکا به درآمدهای نفتی و در این راستا افزایش پایه‌های مالیاتی مطرح شد تا در نهایت در بودجه سال جاری سهم مالیات‌ها در درآمدهای دولت افزایش یافت و پایه‌های مالیاتی چون مالیات بر خانه‌های خالی، خانه و خودروهای لوکس و ... به خانواده مالیاتی کشور افزوده شد. با وجود افزایش درآمدهای مالیاتی امسال به ۲۴۷ هزار میلیارد تومان تاکنون اقدامات مناسبی برای اجزای پایه‌های مالیاتی جدید، جلوگیری از فرار مالیاتی و هوشمندسازی مالیات انجام نشده که صدای انتقاد کارشناسان را درآورده است. از سوی دیگر، هر یک از مالیات‌های مشخص حقوقی، درآمد‌ها، ثروت، واردات و کالا و خدمات به ترتیب ۱۴ هزار میلیارد تومان، ۱۶ هزار میلیارد تومان، ۱۵ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان، ۲۰۰۰ میلیارد تومان و ۱۰۰۰ میلیارد تومان افزایش یافته که در این بین مالیات بر درآمدها بیشترین افزایش را در سال جاری داشته است.

در این زمینه، محمد مسیحی معاون سازمان امور مالیاتی درباره تحقق درآمد‌های مالیاتی در فصل بهار ۱۴۰۰ به ایسنا، گفت: در سه ماهه اول سال جاری نزدیک به ۵۹ هزار میلیارد تومان مالیات وصول شد که نسبت به مدت زمان مشابه در سال گذشته از رشد ۷۰ درصدی برخوردار شده است. همچنین در سه ماهه ابتدایی سال جاری سهم مالیات‌های مستقیم و مالیات بر ارزش افزوده از مجموع درآمد‌های مالیاتی وصول شده به ترتیب معادل ۲۳ هزار میلیارد و ۲۶ هزار میلیارد تومان است.

معاون وزیر نیرو در امور آب و آبفا خبر داد

۳۰۰ شهر در وضعیت تنش آبی

آمارهای رسمی از کاهش ۵۲ درصدی بارش‌های جوی در سال آبی جاری حکایت دارد؛ مسئله‌ای که علاوه بر محدود کردن حوزه کشاورزی، بسیاری از شهرها را تا تنش آب شرب مواجه کرده است. در این باره معاون وزیر نیرو در امور آب و آبفا از تنش آبی در ۳۰۰ شهر کشور خبر می‌دهد و می‌گوید، مصرف آب ۲۰ درصد از شهروندان تهرانی بالاتر به همین خاطر شهر تهران در زمره شهرهای پر مصرف آب قرار گرفته است. قاسم تقی‌زاده خامسی در خصوص وضعیت تنش آبی و کم‌آبی ادامه می‌دهد: منظور از تنش آبی، قطعی آب نیست، ما وقتی از تنش آبی حرف می‌زنیم یعنی چنانچه مصرف در مقابل تامین آب افزایش پیدا کند، آب دچار افت فشار می‌شود. در حال حاضر ۳۰۰ شهر از ۱۴۰۰ شهر کشور در وضعیت تنش آبی (نقطه سر به سر) قرار گرفته‌اند.

او ظرفیت مخازن آب سدهای کشور را حدود ۵۰ میلیارد متر مکعب اعلام می‌کند و می‌افزاید: ظرفیت مخازن پشت سدهای کشور در مقایسه با سال گذشته ۲۸ درصد کاهش یافته است. از مصرف‌کنندگان آب در بخش خانگی، رستوران‌ها و ... می‌خواهم تا برای گذر از تنش آبی در تابستان امسال در مصرف آب صرفه‌جویی کنند.

چند نفر در پایتخت ثبت نام کردند؟

قیمت مسکن ملی در تهران

معاون مسکن اداره کل راه و شهرسازی استان تهران با بیان اینکه در مرحله پنجم ۲۳ هزار نفر برای واحدهای اقدام ملی در شهرهای تحت مسئولیت اداره کل استان ثبت نام کرده‌اند، گفت تا حدود دو هفته دیگر افراد واجد شرایط مشخص می‌شوند؛ درباره قیمت نیز با توجه به اینکه نرخ مصالح ساختمانی در یک ماه اخیر نوسان چندانی نداشته، قیمت مسکن ملی فعلا همان متری ۳۰۷ میلیون تومان است. به گفته یاسر لک، در استان تهران به جز شهرهای جدید ۸ هزار واحد مسکن ملی در دست ساخت است که سایت ۲ هزار واحدی تهرانسر توسط پیمانکار بخش خصوصی احداث می‌شود و فعلا شرایط واگذاری به متقاضیان را ندارد. ۳۵۵۰ واحد نیز رأسا توسط اداره کل راه و شهرسازی استان تهران ساخته می‌شود. احداث ۲۵۰۰ واحد نیز در شهرهای کوچک برعهده پیمانکار مسکن است. اداره کل راه و شهرسازی استان تهران در شهرهای پاکدشت، رباط کریم، شهریار، قرچک، نصیرشهر و اسلامشهر در حال ساخت مسکن ملی است و پروژه‌ها با سرعت مناسبی پیش می‌رود و تا پایان تیرماه به مراحل پایانی فونداسیون می‌رسیم. مشکل چندانی هم در خصوص تامین منابع مالی نداریم.

او با بیان اینکه ۱۵۰۰ نفر ظرفیت خالی برای مسکن ملی استان وجود دارد، افزود: در مرحله پنجم فراخوان از متقاضیان واحدهای اقدام ملی در محدوده تحت مسئولیت اداره کل، به جز شهرهای جدید ۲۳ هزار نفر در استان تهران تقاضا داده‌اند. تاکنون ۴۰۰ نفر از این افراد احراز شرایط شده‌اند. ۱۵۰۰ نفر برای پروژه‌های در حال احداث، ظرفیت خالی داریم که افراد واجد شرایط را به آنها معرفی می‌کنیم. لک درباره جدیدترین برآورد از قیمت مسکن ملی استان تهران نیز گفت: قراردادهای همان مدل مدنظر ما پیش می‌رود. برآوردی که از قیمت در اردیبهشت داشتیم متری ۳۰۷ میلیون تومان بود که با توجه به ثبات قیمت مصالح ساختمانی این نرخ تغییر نکرده است. اگر متقاضیان، آورده را به موقع پرداخت کنند روند مناسب پیشرفت طرح‌ها ادامه می‌یابد و تا پایان سال ۱۴۰۱ تمامی پروژه‌های فعلی تکمیل خواهد شد. در شهرهایی که مسئولیت اجرای مسکن ملی به عهده اداره کل است براساس استقبال و تقاضای موثر جلو می‌رویم.

معاون اداره کل راه و شهرسازی استان تهران، حداکثر زمان اعلام اسامی افراد واجد شرایط مرحله پنجم ثبت اقدام ملی را دو هفته آینده دانست و گفت: برای افراد جدید که در سامانه تایید نهایی می‌شوند پیامک ارسال می‌شود و سپس به طور اتوماتیک در بانک مسکن برای آنها افتتاح حساب خواهد شد. متقاضیان ظرف دو هفته زمان دارند تا ۴۰ میلیون تومان اولیه را واریز کنند.

شاخص بورس به میانه کانال ۱.۲ میلیونی نزدیک شد

هشتمین صعود متوالی شاخص سهام

فرصت امروز: در ۱۰ روزی که از برگزاری انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم می‌گذرد، سرمایه‌گذاران به بورس روی خوش نشان داده‌اند و این بازار با بیشترین رشد نسبت به سایر بازارها در روزهای گذشته مواجه شده است. در این مدت شاخص بورس بیش از ۷ درصد رشد داشته و طبق آمارهای بورس بیش از هزار میلیارد تومان نقدینگی تازه از سوی سهامداران وارد بازار سرمایه شده است؛ اتفاقی که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاران به آینده بورس دوباره امیدوار شده‌اند. حالا پس از گذشت اصلاح ۱۰ ماهه که در تاریخ بازار سرمایه ایران بی‌سابقه بود، حجم ورود پول از سوی سهامداران حقیقی شتاب گرفته و گویا سهامداران به این استدلال رسیده‌اند که فصل جدیدی از رشد بازار سهام آغاز شده است.

این روند صعودی روز گذشته در هفتمین روز تیرماه ادامه یافت و شاخص کل بورس در روزی که شاخص هم وزن عملکردی نزولی داشت، بیش از ۵ هزار واحد رشد کرد و به نیمه کانال یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد نزدیک‌تر شد. در معاملات روز دوشنبه شاخص کل بورس با افزایش ۵ هزار و ۲۶۱ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۴۳ هزار واحد رسید، در حالی که شاخص کل با معیار هم‌وزن مسیری معکوس در پیش گرفت و با ۱۱۶ واحد کاهش به عدد ۳۸۲ هزار و ۲۵۰ واحد رسید. در این روز بیش از ۸ میلیارد و ۵۴۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۲ هزار و ۴۰۸ میلیارد ریال دادوستد شد.

رشد بازار سهام تا کجا ادامه دارد؟

هرچند بورس در پایان فصل بهار در صدر زاینده‌ترین بازارها ایستاد، اما از ابتدای تیرماه و مشخصاً برگزاری انتخابات ریاست جمهوری، ورق بورس برگشت و روز گذشته (دوشنبه ۷ تیرماه) هشتمین صعود متوالی شاخص سهام رقم خورد. آمارها همچنین نشان می‌دهد که روز شنبه پنجم تیرماه بیش از ۳۳۳ میلیارد تومان نقدینگی تازه از سوی سهامداران خرد وارد بازار سرمایه شده است. همچنین ارزش روزانه معاملات خرد در این روز ۶۳۵۸ میلیارد تومان رسید که بیشترین میزان معاملات از ابتدای سال تاکنون بوده است. هرچند شاخص‌های بورسی در این روزها در حال جبران عقب‌ماندگی‌های خود هستند، اما سرمایه اصلاح ۱۰ ماهه و تجربه تلخ سهامداران باعث شده تا اغلب آنها اعتماد خود را به سیاست‌های دولت در قبال بورس از دست دهند و با هر موج افزایشی، فروشندگان بیش از پیش در بازار نمایان شوند.

با انتخاب سیدابراهیم رئیسی در انتخابات ریاست جمهوری اما ورق بورس برگشت، به خصوص که او در نخستین نشست خبری‌اش موضع مخالفی با دولت دوازدهم در پیش گرفت و با بیان اینکه بورس فلک دولت نیست تأکید کرد که اعتماد را به بورس برمی‌گرداند. به اعتقاد کارشناسان، سهامداران گمان می‌کنند که تغییر سیاست‌ها توسط دولت جدید بتواند تأثیر مثبتی را در این بازار داشته باشد و روند کلی بازار را با کاهش نوسان همراه کند. پیش از این محسن زنگنه، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس هم گفته بود که پیش‌بینی‌ها این است که با قافله‌سازی پس از انتخابات ۱۴۰۰ شاهد بازگشت اعتماد مردم به بورس و سبز شدن شاخص بورس خواهیم بود.

ارزش سهام عدالت هنوز به قیمت سال گذشته نرسیده است

سهام عدالت حدودا ۷ میلیون

بخش هجرت (هجرت) تأثیر مثبت بر شاخص فرابورس داشتند. همچنین پلیسر آریا سانسول (آریا)، آ.س. پ (آ.س. پ)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، ویناتا (ویناتا)، بیمه دی (ودی)، توسعه و عمران استان کرمان (کرمان)، توسعه مسیر برق گیلان (بگیلان)، توسعه خدمات دریایی و بندری سینا (حسینا)، شرکت سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، بیمه اتکایی ایرانیا (اتکای) و فرابورس ایران (فرابورس) با تأثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

اما با وجود آنکه بازار سرمایه در روزهای گذشته روند صعودی به خود گرفته، ارزش واقعی سهام عدالت هنوز به روزهای قبل از سال ۱۴۰۰ نرسیده است؛ به طوری که ارزش واقعی سهام عدالت با ارزش اولیه ۴۹۲ هزار تومانی در روزهای آخر اسفندماه گذشته در محدوده ۹ میلیون تومان بود درحالی که در این روزها حدودا ۷ میلیون تومان قیمت دارد. در حالی

برنامه باشد و موضوعاتی از جمله حذف قیمت‌گذاری دستوری، تعادل در نرخ بهره و تورم را مدنظر قرار دهد و در عین حال سیاست‌های خود را در زمینه صادرات و واردات و رشد درآمدزایی صنایع به طور شفاف اعلام کند.

به سوی استراتژی نگهداری میان‌مدت سهام

در همین زمینه یک کارشناس بازار سرمایه به سهامداران توصیه می‌کند: سهامداران برای کسب بازدهی معقول در بورس باید استراتژی خرید و نگهداری را جایگزین استراتژی نوسان‌گیری در معاملات بورس کنند و سهامی را انتخاب کنند که جزو سهام اصلی بازار هستند و از میزان نقدشوندگی بالایی برخوردارند.

پیمان حدادی با اشاره به علت بازگشت رشد به معاملات بورس تهران می‌گوید: بازار از دو ماه گذشته و بعد از اصلاح شدیدی که تجربه کرد در موقعیت مناسبی برای سرمایه‌گذاری قرار گرفت، اما تحت تأثیر ابهام انتخابات ریاست جمهوری، شاخص بورس همچنان به روند نزولی خود ادامه داد. اما پس از برگزاری انتخابات و با ثبات در قیمت ارز، گزارش مثبت شرکت‌ها و رکود در معاملات بازارهای موازی به خصوص رمزارزها به عنوان رقیب اصلی بورس در هفته‌های گذشته در مجموع باعث شد تا معاملات بورس رنگ دیگری به خود بگیرد و روزهای امیدوارکننده‌ای را در این بازار ایجاد کند.

او همچنین به دیگر عامل تأثیرگذار در بهبود روند معاملات بورس اشاره می‌کند و می‌افزاید: همچنین به مرور نمادهای کوچک بازار که در صف فروش قرار داشتند به تعادل رسیدند و با توجه به قرار گرفتن در فصل مجامع برخی از سرمایه‌گذاران سرمایه‌های در اختیار خود را برای اخذ سود وارد بازار کردند تا بتوانند سود نقدی از مجمع کسب کنند. در نتیجه این موضوع به دلیل افزایش ورود نقدینگی به بازار باعث تغییر سمت و سوی معاملات بورس شد. از سوی دیگر، در بودجه دولت افزایش تورم پیش‌بینی شده است؛ بنابراین انتظار افزایش تورم دیگر عامل مؤثر در رشد بازار بود که باعث شد تا شاخص بورس از روزهای گذشته در مسیر صعودی قرار بگیرد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به نتیجه انتخابات ریاست جمهوری و تأثیر آن بر روند معاملات بورس ادامه می‌دهد: انتخابات ریاست جمهوری با دو تأثیر کوتاه مدت و بلندمدت همراه بود. نخستین تأثیر آن پایان برگزاری انتخابات و رفع ابهامی بود که گریبان بازار را گرفت و باعث ایجاد روند منفی در معاملات بورس شد. تأثیر بلندمدت آن نیز مرتبط به کابینه دولت به خصوص کابینه اقتصادی است که این موضوع می‌تواند به شدت بر روند بازار تأثیرگذار باشد. هرچند باید منتظر ماند و دید برنامه و دیدگاه کابینه جدید چگونه خواهد بود و کدام یک از سیاست‌های انبساطی و انقباضی را در دستور کار خود قرار می‌دهند.

به گفته حدادی، یکی از مسائل مهم این است که کابینه اقتصادی آینده کدام یک از مسائل نظیر تورم یا رشد اقتصادی را به عنوان اولویت فعالیت خود در دستور کار قرار می‌دهد. از طرف دیگر، موضوع بسیار مهم بازار، دیدگاه دولت جدید نسبت به برجام است و این موضوع جزو مسائلی تلقی می‌شود که می‌تواند به شدت بر روند بازار اثرگذار باشد.

که ارزش واقعی سهام عدالت با ارزش اولیه ۴۹۲ هزار تومانی در روز ۲۰ اسفندماه سال گذشته ۹ میلیون و ۲۱۰ هزار تومان قیمت داشت، قیمت این سهام در پنجم تیرماه امسال به ۷ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان رسید. گفتنی است پس از آزادسازی سهام عدالت، مشمولان این سهام به روش مستقیم برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده بودند، می‌توانند با مراجعه به سامانه www.samanesir.ir ارزش واقعی سهام و جزئیات دارایی خود را مشاهده کنند. البته این ارزش یکسان نیست و تحت تأثیر نوسانات بازار افزایشی یا کاهش می‌شود. هرچند که مشمولان سهام عدالت سال گذشته می‌توانستند ۶۰ درصد سهام خود را بفروشند حدود هشت ماه است که به دلیل شرایط بازار و فشار عرضه، این امکان را ندارند اما ذکر این نکته ضروری است که ارزش واقعی سهام عدالت همسو با نوسانات بازار صعودی و نزولی می‌شود. به طوری که ارزش واقعی سهام یک میلیون تومانی در روزهای ابتدایی آزادسازی سهام عدالت (اردیبهشت و خردادماه سال گذشته) تا ۲۰ میلیون تومان نیز افزایش یافته بود.

آگهی مناقصه عمومی شماره ۸/۱۴۰۰

شرکت مدیریت تولید برق نکا در نظر دارد نسبت به خرید ۱۱۰ تن ورق های فولادی (لایه گرم ابر هیترو) مورد نیاز واحد بخار نیروگاه شهید سلیمی نکا طبق شرایط ذیل و همچنین شرایط فنی و خصوصی کار پوست اسناد مناقصه اقدام نماید. علاقمندان می‌توانند اسناد مناقصه را از روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۴/۰۸ لغایت روز چهارشنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۴/۱۶ یا مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR در ساعات ۰۹:۰۰ تا ۱۷:۰۰ در دریافت نموده و پس از تکمیل اسناد پلکت پیشنهادی را حداکثر تا ساعت ۱۶ روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۴/۲۸ ضمن بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) صرفا پاکت الف را به صورت فیزیکی به اداره تدارکات این شرکت ارسال نمایند. پیشنهادات واصله راس ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۴/۲۹ باتوجه به شرایط مناقصه باز و قرائت خواهد شد. بدیهی است به پیشنهادهای فاقد بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد فاقد امضا، مشروط ، مخدوش و به پیشنهاد هایی که بعد از موعد مقرر واصله شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۱- مدت زمان تحویل کالا : ۴ ماه از تاریخ پیش پرداخت مطابق ماده ۳ قرارداد
۲- حضور پیشنهاد دهندگان یا نمایندگان آنان در جلسه گشایش پیشنهادهای مالی کمیسیون مناقصه آزاد می‌باشد.
۳- سیرده شرکت در مناقصه : مبلغ سیرده شرکت در مناقصه معادل ۱.۰۹۴.۰۰۰.۰۰۰ ریال است که باستانی به یکی از صورت‌های مشروحه ذیل همراه با اسناد مناقصه در پاکت الف به‌دستگاه مناقصه‌گذار تسلیم گردد:
۳-۱- رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب این شرکت
۳-۲- چک تضمین شده بانکی به نفع کارفرما.
۳-۳- ضمانتنامه بانکی به نفع کارفرما
۴- به پیشنهادهای فاقد سیرده ، سیرده های مخدوش ، سیرده های کمتر از میزان مقرر ، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۵- توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی ضمن انجام تعهدات به میزان ۱۰٪ مبلغ قرارداد پس از عقد قرارداد .
۶- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط ، در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت مشاهده آگهی و خلاصه اسناد به سایت های www.npgm.ir ، www.tender.tpphir ، پایگاه ملی مناقصات کشور و سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) مراجعه و برای کسب موارد بازرگانی با شماره تلفن های ۰۲۱-۲۴۶۳۲۷۱۷-۱۱ خانم حیدری و کسب اطلاعات فنی بیشتر با شماره تلفن ۰۲۱-۹۱۱۳۵۳۳۶۹ آقای مهندس سعفی تماس حاصل فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۰۴/۰۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۰۴/۰۷

نماگر بازار سهام

چگونه استرس کارمندان تان را کاهش دهید؟

به قلم: مارسل اسچوانتز / کارشناس مدیریت کسب و کار
ترجمه: علی آلی

شرایط دشوار دنیای کسب و کار بر هیچ کس پوشیده نیست. این شرایط برای هر کسی سخت و نفسگیر خواهد بود. نکته مهم در این میان حفظ روحیه و اعتماد به نفس مان برای ادامه مسیر است در غیر این صورت شاید به سرعت توانایی مان برای مدیریت کسب و کار را از دست بدهیم. بسیاری از مدیران توانایی بالایی برای حفظ روحیه شان دارند، اما وقتی نوبت به کارمندان می رسد، در عمل هیچ توانایی برای تقویت روحیه شان ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کارمندان شما به همراه خواهد داشت. اغلب کارمندان در شرایط پراسترس و ناگوار کسب و کار مایل به همکاری با یک مدیر حرفه ای هستند. یکی از ویژگی های مدیران حرفه ای توانایی تاثیر گذاری بر روی کارمندان و کاهش استرس شان است. اگر شما مهارتی در این زمینه نداشته باشید، کارمندان تان به طور مداوم سطح بالایی از استرس را تجربه خواهند کرد. تجربه سطح بالایی از استرس برای هر تیم کاری در درازمدت است. اگر این سطح از استرس به طور مداوم ادامه پیدا کند، توانایی و انگیزه تمام کارمندان از بین می رود. بنابراین شما باید دست به کار شوید تا سطح بالای استرس در میان کارمندان را از بین ببرید. بهترین راهکار برای کاهش سطح استرس در میان کارمندان استفاده از تکنیک های روانشناختی است. همانطور که افراد در زندگی شخصی شان برای مشاوره به سراغ روانشناس ها می روند، در دنیای کسب و کار نیز توصیه های روانشناختی تاثیر بسیار زیادی بر روی سرنوشت برندها خواهد داشت. هدف اصلی در این مقاله مرور سه تکنیک روانشناسی برای کاهش استرس کارمندان است. این روش ها باید از سوی مدیران و صاحبان کسب و کارها به بهترین شکل ممکن دنبال شود. در ادامه هر کدام از آنها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

تشکر کردن از کارمندان

نگرانی نسبت به نتیجه کار برای هر کسی پیش می آید. کارمندان وقتی بر روی یک پروژه کار می کنند به طور مداوم نگران نتیجه آن هستند. اگر شما در این میان از آنها به طور مداوم قدرانی نمایش دهید، سطح استرس شان به طور قابل ملاحظه ای کاهش می یابد. اینکه کارمندان حمایت شما را در کنار خودشان احساس کنند، نقش مهمی برای کسب و کار شما دارد. این امر وضعیت کارمندان و انگیزه شان را به طور قابل ملاحظه ای بهبود می بخشد. تشکر از دیگران همیشه تاثیر مثبتی بر روی آنها دارد. دلیل این امر نیز کاملا واضح است. شما در تشکر از کارمندان تان به عبارت ساده رضایت تان از کیفیت کاری شان را نشان می دهید. این امر شما را به بهترین شکل ممکن بدل به مدبری محبوب در میان کارمندان خواهد کرد. پس همیشه یک تشکر ساده از کارمندان را مدنظر داشته باشید.

هم اندیشی با کارمندان

کاهش استرس کارمندان فقط با شعار دادن ممکن نمی شود. شما باید در عمل هم ایده های برای تعامل با آنها داشته باشید. یکی از راهکارهای مناسب در این میان هم اندیشی مداوم با کارمندان است. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت و حتی غیرممکن به نظر برسد، اما شما باید در طول هفته دست کم یک بار با کارمندان تان هم اندیشی داشته باشید. هم اندیشی با کارمندان توجه تان به وضعیت آنها را نشان می دهد. این امر در صورت همراه شدن با اقدامات جانبی موجب کاهش قابل ملاحظه استرس کارمندان می شود. دلیل این امر امکان استفاده از نظرات کارمندان برای ایجاد تغییرات در فعالیت برنند و کمک به کار بهینه کارمندان است. اگر شما فرصت کافی برای برگزاری جلسه با کارمندان تان را ندارید، دست کم باید نامه یا ایمیل های آنها را دریافت و در فرصت مناسب مطالعه نمایید، در غیر این صورت هیچ تغییری در سطح استرس کارمندان ایجاد نخواهد شد.

تقویت انعطاف پذیری سازمانی

انعطاف پذیری سازمانی به معنای توانایی مجموعه اعضای یک شرکت برای انطباق با شرایط مختلف است. این امر شما را نسبت به اتفاقات ناگوار در عرصه کسب و کار مقاوم خواهد ساخت. اغلب اوقات مشکل اصلی برندها در زمینه تعامل با مشتریان مربوط به استرس و نگرانی بی دلیل در پی بروز هر مشکلی است. اگر شما به کارمندان تان اطمینان دهید که شرایط پراسترس موقتی است، امکان ایجاد اطمینان خاطر در آنها را خواهید داشت. این امر وضعیت کسب و کار تان را در مدت زمانی کوتاه دوباره به حالت عادی درمی آورد.

منبع: inc.com

در دسرهای انتخاب شرکت طراحی سایت برای کسب و کار



وضعیت خدمات پشتیبانی

طراحی سایت مرحله پایانی همکاری شما با تیم های طراحی سایت نیست. بسیاری از برندها در این میان نیاز به راهنمایی و کمک های گسترده حتی پس از طراحی سایت دارند. اگر شما چنین نکته ای را به هنگام انتخاب موسسه طراحی سایت مدنظر قرار ندهید، احتمالا با مشکلات عمده ای مواجه خواهید شد.

اطمینان از خدمات پشتیبانی وسیع موسسه های طراحی سایت امر بسیار مهمی محسوب می شود. اگر شما این امر را مدنظر قرار ندهید، بسیاری از فرصت های به روز رسانی و توسعه سایت تان را از دست خواهید داد. امروزه شمار بسیار زیادی از سایت ها به دلیل به روز رسانی دیر هنگام در عمل تجربه کاربری بسیار بدی به مشتریان ارائه می کنند.

اگر موسسه موردنظر شما خدمات مربوط به آموزش کار با سایت را نیز عرضه کند، شما بهترین گزینه ممکن را پیدا کرده اید. این امر به معنای امکان شرکت در دوره های آموزشی و تکمیل مهارت تان در زمینه مدیریت سایت است. چنین امری شاید شما را به طور کامل نسبت به خدمات حوزه مدیریت سایت نیز بی نیاز سازد.

هزینه نهایی خدمات

هر سرویسی که شما در دنیای کسب و کار تهیه می کنید، هزینه ای به همراه دارد. مهمترین مسئله برای بسیاری از برندها هزینه طراحی سایت است. اگر هزینه موردنظر بسیار زیاد باشد، به احتمال زیاد باید به دنبال یک برند دیگر برای حل مشکلات تان باشید. در غیر این صورت شاید شانس بسیار کمی برای تحویل گرفتن یک سایت خوب و تجربه ای مناسب از سایت برنندگان داشته باشید.

جستجو در میان موسسه های طراحی سایت باید بر اساس قیمت خدمات نیز صورت گیرد. کسب و کارها همیشه به دنبال خدمات ارزان تر هستند. این امر نوعی رقابت در میان موسسه های طراحی سایت ایجاد می کند. بنابراین شما با پیدا کردن ارزان ترین خدمات امکان صرفه جویی در هزینه های برنندگان را خواهید داشت. این امر شما را یک شبه بدل به بهترین برند بازار نمی کند، اما امکان سرمایه گذاری بر روی سایر بخش های برنندگان را به همراه دارد.

نکته مهم پایانی در این میان تردید کردن نسبت به خدمات بسیار ارزان است. شاید شما گران ترین خدمات را چندان منطقی ارزیابی نکنید، اما معنای این امر بهترین بودن گزینه های ارزان نیست. گاهی اوقات خدمات بسیار ارزان نشانهای از کلاهبرداری در میان دارد. بنابراین شما باید همیشه خدماتی در رده قیمتی میانه را مدنظر قرار دهید.

منبع: noobpreneur.com

امروزه به دلیل تنوع ابزارهای در دسترس برای طراحی سایت امکان ایجاد یک سایت به روش های مختلف وجود دارد. نکته جالب دیگر اینکه کسب و کارها در عمل سایت های بسیار متفاوتی را مدنظر قرار می دهند. بدون تردید الگوی طراحی سایت برای یک خیرگزاری یا فروشگاه آنلاین متفاوت است. بنابراین کسب و کار شما باید این نکته مهم را مدنظر قرار دهد، در غیر این صورت هیچ شانسی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف تان نخواهید داشت.

اگر شما از همان گام نخست درباره ماهیت سایت و الگوهای مدنظر تان با طراح اصلی و تیمش گفتگو داشته باشید، مشکلات تان به طور قابل ملاحظه ای کاهش خواهد یافت. این امر نوعی هماهنگی میان شما و تیم طراحی سایت را به همراه دارد.

ایراد برخی از برندها عدم بیان جزئیات کسب و کارشان به تیم های طراحی سایت است. اگر شما از همان روز اول ماهیت کسب و کار تان را مشخص سازید، طراح های سایت بهترین الگوی طراحی را به شما پیشنهاد خواهند داد. در غیر این صورت به طور مداوم باید نگران وضعیت سایت تان باشید.

قالب اصلی سایت

قالب سایت یکی از مهمترین بخش ها در تجربه هر کاربری است. اگر سایت شما قالب زیبایی نداشته باشد، شانسی برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان نخواهید داشت. امروزه بسیاری از برندها در عمل برای جذاب تر ساختن قالب سایت شان از طرح های گرافیکی استفاده می کنند. نکته مهم در اینجا توجه به حجم نهایی قالب سایت است. اگر حجم قالب شما بسیار زیاد باشد، هیچ شانسی برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان تان نخواهید داشت.

گفتگو با تیم طراحی سایت پیرامون حجم نهایی قالب بیانگر مهارت شما در این حوزه خواهد بود. اغلب تیم های طراحی سایت وقتی با مشتریان حرفه ای مواجه می شوند، کیفیت خدمات شان نیز به طور ناخود آگاه افزایش پیدا می کند. بنابراین شما باید به تیم های موردنظر نشان دهید که حرفه ای ترین برند موجود در بازار هستید، در غیر این صورت شاید هیچ شانسی برای داشتن یک قالب جذاب برای سایت تان ندارید.

بیان اهمیت سرعت بارگذاری صفحات سایت برای هر برندی ضروری است. برخی از کسب و کارها در این میان هیچ توجهی به سرعت بارگذاری ندارند. همین امر گاهی اوقات حسابی حوصله کاربران را سر می برد. اگر شما محتوای جذابی در سایت تان باگذاری می کنید، اما به طور مداوم با بازدید اندک کاربران مواجه هستید به احتمال زیاد باید فکری به حال سرعت بارگذاری صفحات تان نمایید، در غیر این صورت داستان موردنظر برای همیشه ادامه خواهد داشت.

به قلم: ایوان ویدجایا

کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آلی

هر طراح سایتی به شما درباره اهمیت کیفیت بالای ساختار سایت تان توضیحات مفصلی می دهد، اما در عمل پیدا کردن یک شرکت مطمئن و معتبر برای طراحی سایت امر بسیار دشواری است. انگار بیان توصیه های صرف از عملی کردن آنها، حتی در میان طراح های به ظاهر حرفه ای سایت نیز دشوار به نظر می رسد.

اگر یک کسب و کار دارای سایت مناسب نباشد، مشتریان آن را چندان جدی نخواهند گرفت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. همچنین تمام هزینه های طراحی سایت را نیز بر باد خواهد داد. بهترین راهکار در این میان تلاش برای طراحی سایت با استفاده از یک شرکت مطمئن است. مشکل اساسی در این میان نحوه پیدا کردن یک شرکت مطمئن را مورد بررسی قرار خواهد داد.

طراحی سایت برای بسیاری از کارآفرینان امر سختی است. درست به همین خاطر همکاری با موسسه های حرفه ای به عنوان گزینه ای جذاب مطرح می شود. ما در ادامه برخی از نکات مهم برای شفاف سازی با شرکت های طراحی سایت را مورد بررسی قرار می دهیم. اگر شرکت موردنظر شما توانایی انجام دادن تمام نکات موردنظر با بهترین کیفیت را نداشته باشد، همکاری با آن گزینه مطلوبی خواهد بود در غیر این صورت باید به دنبال یک شرکت دیگر برای طراحی سایت برنندگان باشید.

محتوا

نخستین چیزی که در هر سایت به چشم کاربران می آید، محتوای آن است. شما در نخستین برخورد با یک تیم طراحی سایت باید درباره تولید محتوا بحث کنید. برخی از سایت ها در همکاری با موسسه های طراحی سایت به دنبال تولید محتوا نیز هستند. این امر باید از همان اول مشخص شود در غیر این صورت شاید در پایان راه متوجه ناتوانی شرکت موردنظر برای تولید محتوا در زمینه کسب و کار تان شوید. اغلب اوقات برندها گفتگو درباره توانایی شرکت طراح سایت برای تولید محتوا را فراموش می کنند. اگر شما از همان روز اول این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، دیگر مشکلی برای تولید محتوا در سایت تان نخواهید داشت.

شیوه طراحی سایت

هر طراح سایتی در کارش یک شیوه و الگوی طراحی خاص دارد.

شماره آگهی: ۱۱۵۲۲۴

آگهی مناقصه عمومی (نوبت اول)

شماره ۹۸۰۰۰۰۹۸۰۳۰۰۰۰۱۴۰۳ مورخ ۱۴۰۰/۴/۳

مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

شماره ۷۰ سال ۱۴۰۰

شرکت سهامی آب و فاضلاب
استان آذربایجان شرقی



تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۶

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

(فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران) شماره ۱۱/۱۴۰۰/۲۲۰۱

شماره آگهی: ۱۱۵۲۲۰۷

شرکت گاز استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه با مشخصات زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه (دریافت استعلام ارزیابی کیفی، ارائه اسناد ارزیابی کیفی، دریافت مابقی اسناد مناقصه، ارائه پیشنهاد قیمت، مهر و امضای اسناد مناقصه، بازگشایی پاکتها) بصورت الکترونیکی و از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد گرفت.

- مناقصه گزار: شرکت گاز استان آذربایجان غربی
- موضوع مناقصه: پروژه تهیه تجهیزات و احداث ۸ مورد ایستگاه تقلیل فشار TBS در سطح شمال استان آذربایجان غربی (شامل ایستگاههای باریم قیه، ارس، دار دره سی، هندور، خرمن پری، خضرو، شویوک و وز آباد) به شرح ذیل:
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۱۰۰۰ TBS
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۵۰۰۰ TBS
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۲۵۰۰ TBS
- محل اجرای پروژه: در سطح شمال استان آذربایجان غربی
- استاندارد اجرای کار: مطابق مشخصات فنی و استانداردهای پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران
- شرایط متقاضیان:
 - داشتن شخصیت حقوقی
 - داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه پایه چهار یا بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
 - داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار
 - توانایی تهیه و تسلیم انواع ضمانتنامه های مورد نیاز
- نحوه دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۱۷
- مهلت زمانی دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۲۱
- مهلت زمانی ارائه و پارگذاری کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۲۱
- شماره مناقصه ثبت شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۲۰۰۰۹۱۹۳۱۰۰۰۰۴۲
- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران و اصلاحیه های بعدی آن خواهد بود.
- اطلاعات تماس مناقصه گزار: مناقصه گران می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر یا در صورت داشتن هرگونه ابهام در خصوص اسناد مناقصه، با تلفن شماره ۲۳۴۴۷۱۷۰-۴۴ تماس یا از طریق نمابر شماره ۲۳۴۴۴۷۵-۴۴ مکاتبه نمایند. آدرس: دفتر امور قراردادهای واقع در ارومیه، خیابان مولوی، شرکت گاز استان آذربایجان غربی، طبقه اول، اتاق ۱۰۲ متعاقبا شرکت های مکتسبه حد نصاب امتیاز ارزیابی کیفی، در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی مجاز به دریافت مابقی اسناد مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت خواهند بود. لذا مسئولیت اطلاع از روند برگزاری الکترونیکی مناقصه و کنترل های لازم بر عهده مناقصه گران می باشد. برای آگاهی از اخبار، آگهی های مناقصه، مزایده و عملکرد شرکت گاز استان آذربایجان غربی می توانید به کاتال پیام رسان سروش به آدرس @WAZARGAS مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۸

شماره آگهی: ۱۱۵۲۲۴

آگهی مناقصه عمومی (نوبت اول)

شماره ۹۸۰۰۰۰۹۸۰۳۰۰۰۰۱۴۰۳ مورخ ۱۴۰۰/۴/۳

مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

شماره ۷۰ سال ۱۴۰۰

شرکت سهامی آب و فاضلاب
استان آذربایجان شرقی



تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۴/۸

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

(فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران) شماره ۱۱/۱۴۰۰/۲۲۰۱

شماره آگهی: ۱۱۵۲۲۰۷

شرکت گاز استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه با مشخصات زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه (دریافت استعلام ارزیابی کیفی، ارائه اسناد ارزیابی کیفی، دریافت مابقی اسناد مناقصه، مهر و امضای اسناد مناقصه، بازگشایی پاکتها) بصورت الکترونیکی و از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد گرفت.

- مناقصه گزار: شرکت گاز استان آذربایجان غربی
- موضوع مناقصه: پروژه تهیه تجهیزات و احداث ۸ مورد ایستگاه تقلیل فشار TBS در سطح شمال استان آذربایجان غربی (شامل ایستگاههای باریم قیه، ارس، دار دره سی، هندور، خرمن پری، خضرو، شویوک و وز آباد) به شرح ذیل:
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۱۰۰۰ TBS
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۵۰۰۰ TBS
 - احداث ایستگاه تقلیل فشار ۲۵۰۶۰.۲۵۰۰ TBS
- محل اجرای پروژه: در سطح شمال استان آذربایجان غربی
- استاندارد اجرای کار: مطابق مشخصات فنی و استانداردهای پذیرفته شده شرکت ملی گاز ایران
- شرایط متقاضیان:
 - داشتن شخصیت حقوقی
 - داشتن گواهی صلاحیت معتبر پایه پایه چهار یا بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
 - داشتن ظرفیت خالی ارجاع کار
 - توانایی تهیه و تسلیم انواع ضمانتنامه های مورد نیاز
- نحوه دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۱۷
- مهلت زمانی دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۲۱
- مهلت زمانی ارائه و پارگذاری کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۴/۲۱
- شماره مناقصه ثبت شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۲۰۰۰۹۱۹۳۱۰۰۰۰۰۴۲
- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران و اصلاحیه های بعدی آن خواهد بود.
- اطلاعات تماس مناقصه گزار: مناقصه گران می توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر یا در صورت داشتن هرگونه ابهام در خصوص اسناد مناقصه، با تلفن شماره ۲۳۴۴۷۱۷۰-۴۴ تماس یا از طریق نمابر شماره ۲۳۴۴۴۷۵-۴۴ مکاتبه نمایند. آدرس: دفتر امور قراردادهای واقع در ارومیه، خیابان مولوی، شرکت گاز استان آذربایجان غربی، طبقه اول، اتاق ۱۰۲ متعاقبا شرکت های مکتسبه حد نصاب امتیاز ارزیابی کیفی، در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی مجاز به دریافت مابقی اسناد مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت خواهند بود. لذا مسئولیت اطلاع از روند برگزاری الکترونیکی مناقصه و کنترل های لازم بر عهده مناقصه گران می باشد. برای آگاهی از اخبار، آگهی های مناقصه، مزایده و عملکرد شرکت گاز استان آذربایجان غربی می توانید به کاتال پیام رسان سروش به آدرس @WAZARGAS مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۴/۸

بررسی ۱۶ استراتژی داده‌محور

بازاریابی B۲B با استراتژی‌های جدید

جلب کرده است. بسیاری از برندها از این مستنجر برای پاسخگویی سریع به مخاطب هدف استفاده کرده‌اند. گاهی اوقات شما تمایل به ارائه برخی از اطلاعات به مخاطب هدف‌تان دارید، اما مایل به ارتباط مستقیم نیستید. این امر به کمک مستنجر فیس‌بوک به بهترین شکل ممکن دنبال می‌شود. شاید تنها ایراد این گزینه ناتوانی برای تعامل با کاربران دیگر شبکه‌های اجتماعی باشد. البته در دیگر پلتفرم‌ها نیز برنامه‌هایی برای تعامل کاربران براساس ربات‌های چت و مستنجر وجود دارد. با این حساب در آینده‌ای نزدیک امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فراهم می‌شود.

۱۵. حضور فعال در لینکدین

حضور در لینکدین به عنوان پلتفرم مخصوص آکافرینان اهمیت بالایی برای هر برند دارد. اگر شما در زمینه بازاریابی B۲B به دنبال مشتریان تازه هستید، باید به طور مداوم در این شبکه اجتماعی تولید محتوا کنید. بسیاری از برندها براساس تولید محتوای شرکت‌های دیگر اقدام به همکاری یا خرید از آنها می‌کنند.

بی‌شک تولید محتوا در لینکدین ماهیت تخصصی بسیار بالایی دارد بنابراین شما با تولید محتوای عادی به هیچ جایی نخواهید رسید. اگر برند شما در این زمینه مشکلات زیادی دارد، باید هرچه زودتر اقدام به همکاری با افرادی حرفه‌ای نمایید در غیر این صورت شناسی پرای تعامل با مشتریان نخواهید داشت.

۱۶. تعامل با برندها در توئیتر

توییت فضای مناسب برای همکاری و پیدا کردن برندهای علاقه‌مند به کسب و کارتان است. بسیاری از برندهای فعال در عرصه بازاریابی B۲B توئیتر حضور فعالی دارند. با این حساب شما هم باید به فکر حضور موفق در چنین فضایی باشید در غیر این صورت هیچ شناسی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید داشت.

بدون تردید ایده‌های مناسب برای بازاریابی در توئیتر باید بسیار ساده‌تر از بازاریابی در لینکدین باشد بنابراین اگر شما به فکر استفاده از یک محتوای واحد در هر دو پلتفرم هستید، سخت در اشتباهید. تفاوت‌های هر پلتفرم باید به خوبی از سوی شما مدنظر قرار گیرد در غیر این صورت هیچ شناسی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید داشت.

پیدا کردن ایده‌هایی برای تولید محتوای بازاریابی B۲B در توئیتر به سادگی هرچه تمام‌تر ممکن است. شما حتی امکان ارزیابی عملکرد رقبای بزرگ‌تان و الگوبرداری از آنها را نیز خواهید داشت.

امروزه بازاریابی B۲B بدل به گزینه‌ای پرپیچ و خم برای بسیاری از برندها شده است. اگر شما در این میان از ایده‌های مورد بحث در این مقاله به خوبی استفاده نمایید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

منبع: wordstream.com

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آیین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۹۸۰۲۳۱۶۰۳۰۱۲۷۸۱ و ۱۳۹۸۰۲۳۱۶۰۳۰۱۲۷۸۰ مورخ: ۱۳۹۸/۱۱/۰۱ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستنجر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلاعراض آقای سید مهدی موسوی قاسمی فرزند سیدحبيب اله به شماره شناسنامه ۷۵۲۹ صادره از تهران در قریه ملانرا در سه دانگ منبغ از شش‌دانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۱۶. ۲۲۴۴ متر مربع پلاک فرعی ۲۴۹ از اصلی ۶۷ مفروض جزئی از پلاک ۲۲ از اصلی ۹۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای علی رمضان پور محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۰۴/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۰۴/۲۳ سعید بدوی - سرپرست واحد ثبتی حوزه ۹۲۴ م الف

۴۶۹ ثبت ملک ناحیه دو رشت

آگهی ابلاغ اجراییه به استناد ماده ۱۸ آیین نامه اجرایی مفاد اسناد رسمی

به موجب رای ۲/۱۷/۵۲۹۹۷۲ مورخه ۱۳۹۸/۱۰/۱۷ کمیسیون شهرداری غلامحسین ابراهیمی به نشانی بیرجیبان یادگان مجتمع اداره پلاک ۷۳ ایی (۳۱۱) به شهرداری به اضافه حقوق اجرایی موضوع لازم الاجراء به مدنوق دولت بندگل می باشد که بر اثر عدم پرداخت بدهی منجر به صدور اجراییه به کلاسه ۲۸۴ - ۹۹۰ گردیده که به اجراییه صادر به طرفین پرونده ابلاغ گردیده لیکن آدرس مدیون فوق الذکر شناسایی نگردیده، لذا باستنکار وارده به شماره ۸۴۷۶ مورخ ۱۳۹۹/۷/۱۰ درخواست ابلاغ اجرائیه به مدیون را از طریق ترح در جرایم نموده که با رعایت ماده ۱۸ آیین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجرا مراتب در یک نوبت به عنوان ابلاغ اجراییه چاپ و منتشر خواهد شد و ظرف مدت ۲۰ روز پس از انتشار عملیات اجرایی جریان خواهد یافت و جزء آگهی مزایده آگهی دیگری منتشر نخواهد شدو مخاطب موقوف است جهت ثبت نام و دریافت حساب کاربری متن اقدام نماید.

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی فروین

آگهی مفقودی

بدینوسیله آگهی می شود که برگه سبز سواری بیگان تیب ۱۶۰۰ مدل ۱۳۷۹ شماره پلاک ۷۹ - ۷۴۵ ط ۵۱ به شماره موتور ۱۱۱۱۷۹۲۹۵۳۹ و شماره شاسی ۷۹۴۴۲۳۸۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان فروین

آگهی اختصاصی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی چالوس

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ملک متقاضی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چالوس مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلاعراض وی محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

۱-۰۲ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه هرطه کلا بخش کلارستانق حوزه ثبت ملک چالوس مربوط به ارش سام دلبری نست به شش‌دانگ یک قطعه زمین با اجاری به مساحت ۳۵۵. ۵۰ متر مربع خریداری مع الواسطه از محمد ولی رحیمی مالک رسمی

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۲ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی کثیرالانتشار در شهرها مستنجر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراضی خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. بدیهی باشد طرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه مستنجر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پی از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نویسی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۰۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۰۴/۰۸

شناسنامه آگهی ۱۱۴۶۷۵۵

۴۰۳

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروضی خلم حیدمه مدنی، نسبت به شش‌دانگ یکپار ساختمان مسکونی و محومه پلاک نشی ۲۹- ۱۹۰۹۳۰ واقع در اراضی قریه اندیل از بخش ۷ چندبیل خلخال و قسمتی از شماره ۶۱۴-۰۳۰۲-۰۶-۱۴ مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۲ عبدالله نیکخواه که بامستاد رای شماره ۱۳۹۸/۰۶/۲۰ مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستنجر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۱۹۲۲۷ متر مربع تایید و اعلام گردیده است. لذا بر اجرائی ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراضی از تاریخ اولین نوبت انتشار بمدت ۲ ماه باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالح اقدام و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت محل ارائه نماید و در غیر اینصورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود. تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۰۲/۲۲ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۰۳/۰۸

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال - بهرز شکاری

۲۷۵

مفقودی

سندبرگ سبز سواری تیب داخلی مدل تیب ۲ هاج بک مدل ۱۴۰۰ رنگ سفید روغنی به شماره موتور ۹۱۴-۸۸۵/M1۵ به شماره شاسی ۱۱۰۰M۱۳۰۰۲۴۴-NAS۸۷۱۱۰۰ به شماره انتظامی ایران ۸۲۶-۲۷ ط ۷۷ بنام خاتم رابعه پروتی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان فروین

روی مخاطب هدف است، باید قیف کلیدواژه‌ها را مدنظر قرار دهد. چنین قیفی یا توجه به میزان استقبال کاربران از هر نوع محتوا و موضوعات متفاوت اقدام به تصفیه کلیدواژه‌ها می‌کند بنابراین شما در نهایت برخی از بهترین کلیدواژه‌های ممکن برای سنسو مناسب را خواهید داشت. اگر کسب و کار شما به طور مداوم نسبت به این موضوع بی‌توجهی نشان دهد، شاید دست آخر دیگر مخاطبی برای محتوای بازاریابی‌تان نداشته باشید.

۷. طراحی جدول ارتقای محتوا

ارتقای کیفیت محتوا باید در دستور کار هر برندی قرار داشته باشد. مخاطب هدف از هر برندی انتظار افزایش کیفیت محتوای بازاریابی در طولانی‌مدت را دارد. اگر شما پس از گذشت یک سال هنوز هم محتوایی با ایرادات مشخص تحویل مخاطب هدف دهید، بدون تردید شناسی برای جلب نظر آنها نخواهید داشت.

جدول ارتقای محتوا به شما برای تعیین دقیق نقاط ضعف و مزایای هر محتوای‌تان کمک می‌کند. بنابراین در ادامه مسیر بازاریابی امکان هدف‌گذاری درست بر روی ایده‌ها و همچنین ترندهای مناسب را خواهید داشت. اگر کسب و کار شما در این زمینه مهارت خاصی از خودش به خرج ندهد، شناس بسیار اندکی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت.

۸. توجه به آپدیت الگوریتم

الگوریتم شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جست‌وجو به طور مداوم در حال تغییر است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. اگر شما یک هفته از تحولات این عرصه دور باشید، برندان به طور کامل در این حوزه شکست خواهد خورد بنابراین هر برندی باید با دقت فراوان در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از آخرین تحولات الگوریتم‌ها باشد.

امروزه برخی از سایت‌ها به طور مداوم تغییرات تازه الگوریتم گوگل و شبکه‌های اجتماعی را نشان می‌دهند. این امر باید مدنظر شما قرار داشته باشد. شما با این کار به سادگی هر چه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. مزیت اصلی این امر امکان صرفه‌جویی در زمان و بر روز بودن قبل از رقابت است.

استراتژی‌های بازاریابی B۲B براساس شیوه PPC

۹. استفاده از احساسات در تبلیغات

اسفاده از احساسات در تبلیغات کلیدی مهمترین نکته برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. اگر شما توانایی جلب نظر مخاطب هدف با استفاده از احساسات موردنظر را داشته باشید، نخستین تعامل‌تان با آنها به طور قابل ملاحظه‌ای تاثیرگذار خواهد بود. ایراد برخی از برندها در این میان تلاش برای استفاده از کلیشه‌های رایج است. چنین کلیشه‌هایی کمترین تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارد.

وقتی پای برندها به عنوان مخاطب هدف شما در بازاریابی به میان می‌آید، باید به فکر استفاده از احساساتی متفاوت از الگوهای عادی بازاریابی باشید. تلاش برای القای احساس اقتدار کسب و کار یکی از مهمترین نکات برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. شاید این امر در ابتدا بسیار سخت باشد، اما به مرور زمان بدل به عادت خوشایند برای شما خواهد شد.

۱۰. ترکیب کلیدواژه‌های برتر برند و داده‌های گوگل

داده‌های گوگل در زمینه بازاریابی و به طور کلی دنیای آنلاین دارای اعتبار بسیار زیادی است. برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از چنین داده‌هایی استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان نیاز به استفاده هوشمندانه از داده‌های موردنظر است در غیر این صورت هیچ تاثیری بر روی مخاطب هدف پدید نمی‌آید.

یکی از راهکارهای هوشمندانه برای استفاده از داده‌های گوگل ترکیب آنها با کلیدواژه‌های برتر برند است. بی‌شک هر برندی در طول کمپین‌های بازاریابی مختلفش برخی از کلیدواژه‌ها را کاربردی‌تر از دیگران ارزیابی می‌کند. با این حساب شما امکان تاثیرگذاری به بهترین شکل ممکن بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. استفاده ترکیبی از محتوای موردنظر همیشه کاربرد بالایی دارد. شما با چنین کاری امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون نیاز به دردهای اضافه را خواهید داشت.

۱۱. استفاده از اینفوگرافی‌های لینکدین

بسیاری از کاربران در لینکدین و تیب این ای پلتفرم به طور مداوم اینفوگرافی‌های ارزنده‌ای منتشر می‌کنند. اطلاعات مندرج در چنین اینفوگرافی‌هایی به درد بازاریاب‌های B۲B می‌خورد. شما با استفاده از داده‌های موردنظر به بهترین شکل ممکن شناس تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در تبلیغات PPC را خواهید داشت.

برخی از بازاریاب‌ها به دلیل ارزیابی سختگیرانه از دشواری‌های مسیر استفاده از اینفوگرافی‌های لینکدین به طور کامل بی‌خیال آن می‌شوند. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از هر نوع اطلاعات دست اولی به منظور تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف است در غیر این صورت شما توانی برای رقابت با برندهای بزرگ نخواهید داشت.

استراتژی‌های بازاریابی B۲B برای سایت رسمی برند شخصی‌سازی محتوای بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر برند شما توانایی شخصی‌سازی به بهترین شکل ممکن را نداشته باشد، کسب و کارهای دیگر به عنوان مخاطب هدف‌تان توجهی به شما نخواهند

به قلم: کریستین مک کورمیک
کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی B۲B برای بسیاری از کسب و کارها اهمیت ویژه‌ای دارد. شاید شما فقط تجربه بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نهایی یا به عبارت بهتر الگوی B۲C را داشته باشید، اما بخشی از برندها در عمل مشتریان‌شان را از میان دیگر برندها پیدا می‌کنند. این امر به الگوی بازاریابی B۲B اشاره دارد. چالش اصلی در این میان موفقیت در جلب نظر مشتریان در این حوزه است. اگر برند فعال در عرصه B۲B توانایی جلب نظر مشتریان در کمترین زمان ممکن را نداشته باشد، شاید خیلی زود اوضاع برای آن ناگوار شود. چنین تجربه‌ای برای بسیاری از برندها در دوران کرونا پیش آمد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از بهترین استراتژی‌های بازاریابی B۲B است. این امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف و بهبود وضعیت مالی برندان کمک خواهد کرد. همچنین در کنار این موضوع شما فرصت عالی برای استفاده از استراتژی‌های داده‌محور خواهید داشت. در ادامه چنین استراتژی‌هایی را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

استراتژی‌های عمومی بازاریابی B۲B

۱. هدف‌گذاری بر روی میانسال‌ها

برخی از برندها دیگر توجهی به افراد میانسال ندارند. این امر با توجه به افزایش جمعیت شاغل نسل جوان و قدرت خرید فوق‌العاده آنها روی داده است. اگر چه امروزه قدرت خرید نسل جوان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است، اما این امر به معنای بی‌توجهی به مشتریان میانسال نیست. این گروه هنوز هم قدرت خرید مناسبی دارند. از همه مهم‌تر اینکه در اغلب شرکت‌ها چنین افرادی دارای موقعیت‌های مدیریتی عالی هستند بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی چنین افرادی کاملا منطقی خواهد بود.

اگر شما بر روی افرادی که دارای هیچ موقعیت مناسبی در شرکت‌ها نیستند، هدف‌گذاری بازاریابی داشته باشید، در نهایت در الگوی B۲B هیچ موفقیتی عایدتان نخواهد شد بنابراین علاوه بر قدرت خرید افراد باید به موقعیت‌شان در سازمان‌ها و شرکت‌های مختلف نیز نگاه کرد. درست به همین خاطر بازاریابی B۲B به طور کامل با الگوی B۲C تفاوت دارد.

۲. استفاده از یک روش B۲B

استفاده از دست‌کم یک روش بازاریابی B۲B امری ضروری برای بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها در حوزه B۲B درست مانند دیگر حوزه‌ها عمل می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. اگر شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس ویژگی‌های خاص حوزه B۲B را نداشته باشید، خیلی زود از نظر آنها یک برند کلیشه‌ای خواهید شد.

برخی از مهمترین نکات برای بازاریابی مناسب در حوزه B۲B تلاش برای شخصی‌سازی محتوا براساس ویژگی‌های هر برند و همچنین استفاده از بازاریابی احساسی است. شاید در نگاه نخست بازاریابی احساسی برای عرصه B۲B چندان کارایی نداشته باشد، اما کسب و کارها نیز گاهی اوقات براساس احساسات مدیران‌شان تصمیم‌گیری می‌کنند.

۳. توجه به دایره خرید طولانی‌مدت

اگر تمرکز شما در حوزه بازاریابی B۲B بر روی ارتباط کوتاه‌مدت با شرکت‌ها باشد، خیلی زود از عرصه رقابت کنار خواهید رفت. برندهای موفق در این حوزه همیشه برنامه‌ای بلندمدت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند بنابراین اگر شما در این راستا برنامه مشخصی برای خودتان نداشته باشید، شانس رقابت با دیگر برندها را از دست خواهید داد.

تولید محتوای بازاریابی در حوزه B۲B باید براساس شناخت درست از مشتریان صورت گیرد. این شناخت درست به شما برای ایجاد رابطه‌ای بلندمدت با آنها کمک خواهد کرد. بنابراین اگر پیش از کسب اطلاعات درست در مورد مشتریان دست به کار شوید، نتیجه مناسبی پیش روی‌تان خواهد بود.

۴. توجه به داده‌های دست اول

داده‌های معتبر در زمینه بازاریابی B۲B و به طور کلی هر الگوی بازاریابی دارای اهمیت است. اگر شما به این نکته مهم توجه داشته باشید، بسیاری از مشکلات حوزه بازاریابی‌تان حل خواهد شد. متأسفانه برخی از بازاریاب‌ها از هر اطلاعاتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. این امر نتیجه‌ای به جز شکست کمپین‌های بازاریابی به همراه ندارد.

اطلاعات دست‌چندم در عمل به کار کسب و کارتان نمی‌آید. این امر بسیاری از برندها را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکل مواجه می‌سازد. اگر شما توانایی مطالعه درباره مشتریان و دسترسی به داده‌های مهم بدون هیچ واسطه‌ای را دارید، باید همین استراتژی را مدنظر قرار دهید در غیر این صورت استفاده از داده‌های دست اول برندهایی مثل گوگل در اولویت خواهد بود.

۵. راه‌اندازی اتوماسیون با هوش مصنوعی

اتوماسیون برای هر کسب و کاری مهم است. این ابزار به شما امکان ساده‌سازی کارها و صرفه‌جویی در زمان را می‌دهد بنابراین باید هرچه زودتر نسبت به راه‌اندازی فرآیند اتوماسیون در بازاریابی اقدام کنید. شاید یکی از پرسش‌های اصلی در این میان مربوط به نحوه مدیریت اتوماسیون‌ها باشد. نکته اساسی در اینجا استفاده از هوش مصنوعی برای پیشبرد هرچه بهتر کارهاست.

ترکیب اتوماسیون و هوش مصنوعی تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد. بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف در طولانی‌مدت اقدام به استفاده از چنین استراتژی می‌کنند. با توجه به اینکه امروزه عنصر زمان برای مشتریان دارای اهمیت زیادی است، شما با این کار در حوزه B۲B امکان جلب نظر شرکت‌ها برای خرید بیشتر را خواهید داشت.

استراتژی‌های بازاریابی B۲B در حوزه سنو

۶. طراحی قیف کلیدواژه‌ها

استفاده از کلیدواژه‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تاثیرگذاری بالایی به همراه دارد، البته به این شرط که از کلیدواژه‌های درست و دقیق استفاده کنید. بسیاری از برندها هیچ برنامه‌ای برای استفاده از کلیدواژه‌های‌شان ندارند. چنین امری دردهای زیادی نظیر بی‌توجهی مداوم مشتریان به برند را به همراه دارد. اگر کسب و کار شما در حوزه بازاریابی B۲B در تلاش برای تاثیرگذاری بر

اخبار

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه:

۴ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودرو در گیلان رایگان گاز سوز شد



رشت - خبرنگار فرصت امروز: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان، کورش بالادست، اعلام کرد: « با اجرای طرح دوگانه سوز کردن خودروهای عمومی ۴ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودرو در استان به صورت رایگان گازسوز شد. » به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان ؛ مدیر منطقه ضمن اشاره به اجرای طرح دوگانه سوز کردن رایگان خودروهای عمومی از ۲۴ خرداد ماه سال جاری افزود: « از زمان شروع اجرای طرح دوگانه سوز کردن رایگان خودروهای عمومی تعداد ۴ هزار و ۸۰۰ دستگاه خودرو در گیلان گازسوز شد و این رقم حاکی از رشد ۱۱ درصدی اجرای این طرح نسبت به ماه گذشته و ۳۱٫۱ درصدی نسبت به هفته گذشته است. » بالادست با اعلام اینکه بیشتر خودروهای عمومی استان گاز سوز شده اند و مابقی نیز در حال انجام می باشند افزود: « تعداد ۵۴۶ دستگاه خودرو نیز تایید شده و در صف انتظار برای اعمال این طرح هستند» وی از مالکان خودروهایی که تاکنون برای ثبت نام اقدام ننموده اند و متقاضی استفاده ازطرح دوگانه سوز کردن رایگان خودروهای عمومی هستند خواست که هر چه سریعتر نسبت به ثبت مشخصات و تکمیل فرآیند ثبت نام خود در سامانه [HTTPS://GCRNIOPDC.IR](https://GCRNIOPDC.IR) اقدام نمایند.مدیر منطقه گیلان ضمن تشکر از همراهی کلیه ارگان ها و سازمان هایی که در خصوص اطلاع رسانی به موقع اجرای طرح رایگان دوگانه سوز کردن خودروهای عمومی با این شرکت همکاری داشتند افزود: «اطلاع رسانی در سطح استان بخصوص در میداین اصلی، مکان های پر تردد خودروها همچنن در جایگاههای عرضه سوخت انجام شده و همچنان نیز ادامه دارد.»

مشارکت ۹۸ درصدی کارکنان شرکت گاز استان ایلام در معاینات طب صنعتی

ایلام - منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام از مشارکت ۹۸ درصدی کارکنان این شرکت در معاینات طب صنعتی با در نظر گرفتن تمهیدات ویژه و هماهنگی های انجام شده با سازمان بهداشت و درمان نفت به منظور کنترل شیوع کرونا خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام؛ عباس شمس اللهی افزود: از سال گذشته تاکنون این شرکت به منظور کنترل کرونا، برنامه های قابل قبولی انجام داده است که خروجی آن باعث کاهش ابتلای کارکنان شرکت به این ویروس منحوس شده است. وی با اشاره به اینکه در سال گذشته ۲۰ جلسه کمیته سلامت در این مجموعه برگزار شده است، اظهار داشت: یکپنج های پیشگیرانه و مراقبتی از جمله ماسک، الکل، دستکش، ژل ضدعفونی کننده و غیره تهیه و به صورت روزانه در بین کارکنان توزیع شده است. شمس اللهی با اشاره به اینکه نیروهای خدماتی برای گندزدایی و ضدعفونی آموزش های لازم فرا گرفته اند، ادامه داد: آموزش پیشگیری و کنترل کرونا برای کلیه پرسنل، خرید مپم سمبش برای ادارات ستاد و کلیه نواحی، تعویض سیستم انگشت زنی با سیستم تردد تشخیص چهره، تهیه تب سنج و پالس اکسیمتر و دستگاه هوشمند ضدعفونی کننده و تهیه کیسول آکسیژن برای استفاده احتمالی همکاران و خانواده های آنان، تنها بخشی از اقدامات پیشگیرانه بوده است. وی به دیگر اقدامات پیشگیرانه در این شرکت اشاره و تصریح کرد: تبدیل سیستم تسلیم قبض گاز به ارسال الکترونیکی و پیامکی، اطلاع رسانی و فرهنگ سازی، نصب علامت هشدار کرونا و فاصله گذاری اجتماعی، استقرار میز خدمت در درب ورودی شرکت، نظارت و کنترل ویژه مراجعه کنندگان از نظر علامت ظاهری و غربالگری با استفاده از نرم افزار ماسک، انجام رپید تست کرونا برای کارکنان با همکاری مرکز بهداشت استان و غیره بوده است. مدیرعامل شرکت گاز استان از برگزاری ۲ دوره آموزش پیشگیری از کرونا در این شرکت خبر داد و خاطر نشان کرد: ۵ مانور بهداشتی در این شرکت تحت عنوان مانورهای اثرات گردوغبار بر عملکرد پرسنل، ایجاد پروتکل های بهداشتی مقابله با کرونا، اجرای مانور افزایش گرما و گرمزدگی پرسنل، پیشگیری و مقابله با کرونا اجرا گردیده است.

شهردار همدان در مراسم افتتاحیه پل اصلی تقاطع سردار شهید همدانی:

در ۳۵ ماه فعالیت مدیریت شهری و با وجود مشکلات زیاد تلاش کردیم

چهره ی جدید به شهر بدھیم

همدان - فاطمه اعظمی: عباس صوفی شهردار همدان در مراسم افتتاح پروژه پل اصلی تقاطع چند سطحی سردار شهید همدانی که همزمان با میلاد امام رضاع (بر گزار شد، گفت: در ۳۵ ماه عمر مدیریت شهری که بنده شهردار بوم سعی کردیم با تلاش گسترده و وجود مشکلات زیاد به شهر چهاری جدید بدھیم و مردم را راضی کنیم. توسعه فضاهای سبز، احداث ۲۵۰ هکتاری آکباتان و یکصد هکتاری ولایت، انتقال آبهای سطحی، معمر گشایی، توسعه متوازن شهر، توجه به مناطق کم برخوردار شهر، ساماندهی ورودی های شهر وغیره از جمله اقدامات شهرداری همدان در سال های اخیر است. تقاطع چند سطحی سردار شهید همدانی یکی از پروژه های بزرگ شهر همدان است که مشکلات عدیده ای در اجرای این پروژه بود که مشکل فنی باعث تاخیر در افتتاح پل اصلی پروژه گردید. در کنار تمام اقداماتی که انجام دادیم، توجه ویژه ای به سرمایه گذاری در شهر همدان هم داریم و در همین راستا با مشارکت ترکیه ای شرکت توریستی تفریحی با اعتباری بالغ بر ۲ هزارمیلیارد تومان در شهر همدان احداث می شود. از تلاش همه مسولان استانی که در اجرای پروژه های شهری همراه و یاری رسان بودن و تلاش کردند تا خدمات رسانی به مردم شتاب بگیرد تشکر میکنم.

در سومین ماه سال ۱۴۰۰ صورت گرفت:

تولید بیش از یک میلیارد کیلووات ساعت انرژی در نیروگاه شهید رجایی

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: بیش از یک میلیارد کیلووات ساعت انرژی خالص در خرداد ماه امسال از سوی واحدهای نیروگاه شهید رجایی تولید و به شبکه سراسری تحویل شد. به گزارش روابط عمومی شرکت مدیریت تولید و به شهید رجایی، جواد دوستی معاون مهندسی و برنامه ریزی در تشریح این خبر گفت: در خرداد ماه امسال، به میزان یک میلیارد و دویست و پانزده میلیون و شصت و چهل و سه هزار کیلووات ساعت انرژی خالص در واحدهای ۱۳ گانه بخاری و سیکل ترکیبی نیروگاه، تولید و به شبکه سراسری تحویل شده است. دوستی در ادامه بیان داشت: از این میزان انرژی تولیدی، ۵۷۲ میلیون و ۷۲۰ هزار کیلووات ساعت انرژی در واحدهای نیروگاه سیکل ترکیبی ۶۴۲ میلیون و ۹۲۳ هزار کیلووات ساعت انرژی در واحدهای نیروگاه بخار تولید شده است. نیروگاه شهید رجایی با دارا بودن واحد های ۱۳ گانه بخاری و سیکل ترکیبی، تولید سالانه حدود ۱۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی، برق نزدیک به ۴ درصد از نیاز مصرف کنندگان این انرژی را در کشور تامین می کند.

جمع آوری ۲۴۵ دستگاه ماینرغیر مجاز در گلستان از ابتدای سال

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان از کشف و جمع آوری ۲۴۵ دستگاه استخراج بیت کوین(ماینر) غیرمجاز از ابتدای سال تا کنون در سطح استان خبر داد.علی اکبر نصیری افزود: طی بازرسی های صورت گرفته و برگزاری مانورهای اقدام فراگیر سال ۱۴۰۰ با محوریت شناسایی برق های غیر مجاز و بیت کوین، در سطح استان ۲۴۵ دستگاه استخراج ارز دیجیتال کشف و ضبط شد.وی دستگاههای استخراج ارز دیجیتال را از جمله عوامل افزایش مصرف برق اعلام کرد و گفت: که روز به روز به تعداد ماینرهای ضبط شده در سطح استان افزوده می شوند.نصیری افزود: با توجه به اهمیت تامین انرژی برق مورد نیاز مردم عزیز و کمبود آن با توجه به شرایط موجود(گرمی هوا، خالی بودن سد و ...) که در حال حاضر مصرف به مرز هشدار رسیده است و طی دستورالعمل های دریافتی از وزارت نیرو فعالیت کلیه مراکز استخراج رمز ارزها ممنوع بوده و با خاطیان این امر برخورد خواهد شد.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان گذری هم بر جلسه مقابله با مراکز استخراج رمز ارزها زد و گفت: پلیس امنیت اقتصادی همچون گذشته کمک رسان مجموعه صنعت برق در کشف و برخورد با مراکز استخراج رمز ارز بوده که با افرادی که بصورت غیرقانونی این فعالیت را در استان انجام می دهند برخورد و اموال مشکوفاه ضبط و مراحل قانونی را طی خواهد نمود.نصیری افزود: اطلاعات مشترکینی که از طریق داده کاوی شرکت توزیع نیروی برق استان مشکوک به استخراج رمز ارز با برق غیر مجاز هستند توسط پلیس امنیت اقتصادی رصد می شود.

۳۳۵ مددجوی قمی از بیمه بازنشستگی ۱۰ ساله بهره مند شدند

قم - خبرنگار فرصت امروز: در سماهه نخست امسال، بالغ بر ۸ میلیارد و ۲۱۳ میلیون ریال حق بیمه ۱۲۵۹ زن سرپرست خوار توسط کمیته امداد قم به حساب بیمه تأمین اجتماعی استان واریز شد. به گزارش پایگاه خبری کمیته امداد، محمدابراهیم نعیمی، معاون حمایت و سلامت خانواده کمیته امداد استان قم، با اشاره به اینکه هزینه بیمه تأمین اجتماعی مددجویان تحت حمایت این نهاد در قم بالغ بر ۸۲۱ میلیون تومان بوده است گفت: این رقم به عنوان سرانه بیمه تأمین اجتماعی ۱۲۵۹ زن سرپرست خوار برای سماهه نخست امسال به حساب تأمین اجتماعی استان واریز شده است. وی همچنین اظهار داشت: حدود ۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزار ریال حق بیمه ۱۷ مجری طرح خودکفایی و اشتغال نیز در این مدت پرداخت شد. معاون حمایت و سلامت خانواده کمیته امداد استان قم با اشاره به اینکه تعدادی از مددجویان، طی سال های گذشته حق بیمه تأمین اجتماعی خود را با کمک این نهاد پرداخت می کردند گفت: اگر این افراد بخواهند ۱۰ سال سابقه بیمه خود را تکمیل کنند و از مزایای یکسوم حق بازنشستگی خود استفاده کنند، ۵۰ میلیون ریال وام و ۲۵ میلیون ریال بلاعوض به آن ها اعطا می شود.

وی بابیان اینکه اکنون ۳۳۵ مددجوی تحت حمایت کمیته امداد استان قم با دریافت یکسوم حداقل حقوق تأمین اجتماعی بازنشسته شده اند گفت: این افراد در صورت علاقه مندی می توانند به جز کمک معیشت دریافتی به صورت مودی نیز از خدمات این نهاد بهره مند شوند.

رایزنی شهردار و نمایندگان مجلس با معاون وزیر کشور:

برای اجرای پروژه های مدیریت پسماند باید از شهرداری رشت حمایت شود



رشت - خبرنگار فرصت امروز: حمایت از شهرداری رشت برای اجرای پروژه های مدیریت پسماند و لزوم اختصاص اعتبارات ملی برای این امر از جمله مهم ترین مطالبی است که سه نماینده مردم شهرستان رشت در جلسه با معاون عمران و توسعه امور شهری و روستایی وزیر امور کشور بر آن تاکید کردند. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت، امروز(شنبه پنجم تیر) مهدی جمالی نژاد معاون عمران و توسعه امور شهری و روستایی وزیر کشور به همراه سه نماینده مردم شهرستان رشت در مجلس، فرماندار، شهردار رشت سه تن از اعضای شورای اسلامی شهر رشت و دیگر مسئولان ذیربط از کارخانه کود ای لاکان بازدید کرده و در مورد موانع اجرای پروژه های مدیریت پسماند شهرداری رشت گفت و گو کردند.

نفوذ شیرابه های سمی خطری بزرگ برای محیط زیست و سلامت مردم

نماینده مردم شهرستان های رشت و خمام در مجلس با تاکید بر اینکه پسماند و نفوذ شیرابه های سمی خطری بسیار بزرگ برای محیط زیست و سلامت مردم است تصریح کرد: در سال های اخیر شاهد بودیم که هزاران هزار میلیارد تومان پول و اعتبار در سراوان هزینه شد اما نتیجه حاصل به دست نیامد و مردم منطقه همچنان نگران وضعیت موجود هستند.

«محمدرضا احمدی سنگری» که حاشیه این بازدید با بیان اینکه دیوی زباله و نفوذ شیرابه های سمی در سراوان زمینه بروز انواع بیماری ها را در مردم منطقه فراهم کرده است ابراز داشت: ارتفاع زباله در سراوان به بیش از ۹۲ متر رسیده است و طبق برآوردها در هر ثانیه ۲۰ لیتر شیرابه سمی وارد رودخانه ها می شود.

سرپرست شرکت توزیع برق مازندران خبر داد:

بهره گیری از ۵۰۰۰ خانواده بازنشستگان صنعت آب و برق مازندران در فرهنگسازی مدیریت مصرف

ساری -دقیقان: مهندس حسینی کارنامی سرپرست شرکت توزیع برق مازندران در آئینش کلون های بازنشستگی صنعت آب و برق مازندران با تبریک دهه کرامت و میلاد امام هشتم شیعیان از اقدامات حمایتی و برنامه محور از این قشر در توزیع برق مازندران خبر داد. به گزارش نگار نشریه تبرنگ، وی با اشاره به ظرفیت عظیم ۵۰۰۰ خانواده بازنشسته در صنعت آب و برق خواستار همکاری کلون های بازنشستگی با این شرکت در زمینه آگاهسازی و فرهنگ سازی مدیریت مصرف شد.

سرپرست شرکت توزیع برق مازندران در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به اینکه استفاده و بکارگیری غیرمجاز از دستگاه های ماینر برای استخراج رمز ارز ظرف یک سال اخیر خسارتی را به شبکه توزیع استان

معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان:

مشترکین صرفه جویی نکنند ناچار به اعمال خاموشی خواهیم بود



چشمگیری داشته است. وی اظهار داشت: در این شرایط انتظار می رود مشترکین با مصرف

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق هرمزگان گفت: بار شبکه توزیع برق هرمزگان در هفته آخر خرداد به دو هزار و ۳۶۶ مگاوات رسید که نسبت به سال گذشته ۱۲ درصد رشد بار داشته است.

مصطفی طیبی افزود: با ادامه روند افزایش مصرف برق در روزهای آینده ناچار به اعمال مدیریت اضطراری بار و خاموشی خواهیم بود. البته تمام تلاش ما حفظ پایدار شبکه و جلوگیری از اعمال خاموشی است ولی در شرایط کنونی و با ادامه این روند، اعمال خاموشی دور از انتظار نخواهد بود. طیبی اضافه کرد: تابستان سالجاری وضعیت صنعت برق بسیار ویژه و حساس تر از گذشته است زیرا با توجه افزایش زودرس دمای هوا و افزایش مصرف برق، کاهش تولید در نیروگاه های برقی و استخراج غیرمجاز رمز ارزها مصرف برق نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش

مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی گفت:

ساخت ۷۰ فضای آموزشی نیمه تمام خیر ساز در استان مرکزی فعال است

اراک- فرناز امیدی: حسین محمدی افزود: یک هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال اعتبار برای تکمیل این طرح های آموزشی نیاز است که تا همین این منابع مالی نیازمند حمایت و مساعدت مسئولان با اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی دارد. وی، از افزایش ۷۰ درصدی فضاهای آموزشی تحویلی اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی در مدت ۲ سال گذشته خبر داد و اظهار داشت: اجرای طرح مدیریت مشارکتی، افزایش اعتبارات استانی و ملی، برگزاری منظم کمیته اعتبارات در این مدت و توزیع کامل اعتبارات از جمله مهمترین عوامل افزایش تعداد طرح های تحویلی این اداره کل بوده است. مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی گفت: ۳۲۵ میلیارد و ۲۲۷ هزار دانش آموز در ۲ هزار و ۲۶۹ مرکز آموزشی در استان



اهواز - شبنم فجوانند: به مناسبت گرمیادداشت دهه کرامت، کارگاه آموزشی « امور تغذیه و سلامت » ویژه بانوان در شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. این کارگاه آموزشی به مناسبت دهه کرامت

کارگاه آموزشی امور تغذیه و سلامت برگزار شد

ولادت حضرت معصومه (س) و دختر و ولادت امام رضاع) با حضور بانوان این شرکت با محوریت نقش تغذیه در سلامت برگزار شده است. به گفته شهناز احمدی روزبهانی مشاور مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان در امور زنان و خانواده، هدف از برگزاری کارگاه آموزشی « امور تغذیه و سلامت » اطلاع رسانی و آگاهی دادن به بانوان در راستای ارتقاء سلامت جسمی و فکری و ارائه توصیه های لازم در خصوص تغذیه سالم، راه های پیشگیری از مشکلات پوکی استخوان، آرتروز، سرطان، بیماری های قلبی و عروقی و کمبود ویتامین های موثر در سلامت زنان و مشکلات دیگری که در این رابطه وجود دارد، بوده است. سخنران این کارگاه آموزشی خانم سارا الهی کارشناس ارشد علوم تغذیه و مشاور

اجرای طرح های آبرسانی با جانشین فرمانده قرارگاه سازندگی آبادانی سپاه استان بوشهر بررسی شد



آب و فاضلاب استان بوشهر در این عرصه ستودنی است. حمزه پور از مشارکت بنیاد برکت برای اجرا طرح های آبرسانی خبر

داد و تصریح کرد: سال گذشته بنیاد برکت در اجرای شبکه روستای بیدو استان بوشهر نقش مهم و تاثیرگذاری را در تسریع اجرای این پروژه داشته است. وی با بیان اینکه امسال نیز بنیاد برکت برای ادامه مشارکت در اجرا آبرسانی به روستاها قرارداد منعقد کرده است خاطر نشان کرد: با مشارکت بنیاد برکت و قرارگاه پیشرفت و آبادانی سپاه طرح های مهم آبرسانی در نقاط محروم و کمبرخوردار اجرا می شود که خدمات آنان درخور تحسین و قدردانی است. جانشین فرمانده قرارگاه سازندگی آبادانی سپاه استان بوشهر همیا بیان اینکه محرومیت زایی و رسیدگی به مطالبات ضروری مردم در اولویت برنامه های سپاه قرار دارد اظهار داشت: توسعه زیرساخت ها در بخش های گوناگون برای محرومیت زدایی مورد توجه قرار دارد و در این راستا طرح هایی تدوین و اعتبارات لازم مصوب شده است.

بهبته برق و عدم استفاده از لوازم برقی غیر ضرور در ساعات اوج بار، در پایداری شبکه به ما کمک کنند. در حال حاضر یکپارو ۴۰۰ مگاوات از بار شبکه مربوط به کارها و لوازم سرمایشی است. مشترکین می توانند با خاموش کردن کولر های اضافه و تنظیم درجه ترموستات کولر بر روی ۲۵ درجه حدود ۳۰ درصد از مصرف کولر را کاهش دهند که این میزان معادل ۴۰۰ مگاوات خواهد بود. در صورت تحقق این موضوع بار شبکه به میزان زیادی کاهش می یابد و تعادل تولید و مصرف حفظ می شود.



مرکزی به تحصیل اشتغال دارند. گروه نوسازی مدارس استان مرکزی در سال ۱۳۵۵ شکل گرفته و در سال ۱۳۷۱ از گروه به مدیریت و در سال ۱۳۷۷ از مدیریت به اداره کل تبدیل شده است.

مدیر کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی گفت: ساخت ۷۰ فضای آموزشی نیمه تمام خیر ساز در استان مرکزی فعال است. ۹۹۶ میلیون ریال اعتبار استانی سال گذشته به این اداره کل اختصاص یافت که این منابع مالی نسبت به مدت مشابه سال ۹۷ حدود ۶۰ درصد افزایش یافته است. محمدی یادآور شد: ۲۰۲ میلیارد و ۴۲۵ میلیون ریال منابع مالی از محل اعتبارات استانی سال ۹۷ به اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی اختصاص یافت. وی، از افزایش ۲۵ درصدی اعتبارات ملی به اداره کل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی خبر داد و افزود: ۵۹۹ میلیارد ریال اعتبار سال گذشته از محل اعتبارات ملی به این اداره کل اختصاص یافت که این اعتبارات در مدت مشابه سال ۹۷ حدود ۶۰ میلیارد ریال بود.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر خدمات و فعالیت های قرارگاه سازندگی آبادانی سپاه استان بوشهر را بسیار تأثیرگذار دانست و تصریح کرد: کاهش بارش باران و ادامه خشکسالی در شرایط کنونی مشکلات تأمین آب را افزایش داده که تلاش شبانه روزی کارکنان شرکت

بازاریابی بصری و نکاتی که هر بازاریابی باید بداند

<div><div> </div><div>به قلم: کیتی لیندمن</div></div>
<div><div> </div><div>کارشناس بازاریابی</div></div>
<div><div> </div><div>ترجمه: علی آل‌علی</div></div>

بازاریابی بصری در طول دهه‌های اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه داشته است. امروزه اغلب بازاریاب‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف اول از همه به سراغ محتوای بصری می‌روند. شاید شما هم شنیده باشید که یک عکس به اندازه هزاران جمله در خودش حرف دارد. اگرچه این نکته درست است، اما اگر بازاریابی بصری به طور نادرستی از سوی برندها دنبال شود، نه تنها تاثیری نخواهد داشت، بلکه مشکلات عمده‌ای برای برندها نیز ایجاد می‌کند.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم درباره بازاریابی محتوایی براساس نکات آماری است. این امر به شما برای آگاهی دقیق‌تر از این الگوی بازاریابی و بهترین شیوه‌های استفاده از آن کمک خواهد کرد.

تجزیه و تحلیل محتوای بصری ۶۰۰ بار سریع‌تر از متن

کاربران وقتی با محتوای بازاریابی تصویری مواجه می‌شوند، آن را بسیار سریع‌تر از متن مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. این امر به کاربران اجازه داوری سریع در مورد محتوای موردنظر را می‌دهد. همچنین میزان تاثیرگذاری چنین محتوایی نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر است.

فهم یک محتوای متنی شاید بسیار سخت و حتی زمانبر باشد. امروزه اغلب مردم از نظر زمان در عجله هستند بنابراین مشاهده بی‌توجهی مردم به محتوای بازاریابی متنی چندان عجیب نیست. شما با طراحی محتوای بصری امکان کمک به مشتریان برای مشاهده محتوای بازاریابی در سریع‌ترین زمان ممکن را خواهید داشت. این امر یعنی شانس‌تان برای تبدیل شدن به برند مورد علاقه مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند.

تصاویر دارای سوژه انسانی ۲۸ درصد لایک بیشتر دریافت می‌کند

تصاویری که در آنها یک یا چند انسان نیز حضور دارند، بیشتر از نمونه‌های دیگر در شبکه‌های اجتماعی لایک دریافت می‌کند. این امر به دلیل تمایل کاربران برای مشاهده دیگر انسان‌ها در محتوای بصری است بنابراین اگر شما در حال برنامه‌ریزی برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بر این اساس هستید، باید استفاده از تصاویر دارای سوژه انسانی را مدنظر قرار دهید.

اگر سری به عکس‌های مورد استفاده برندهای بزرگ در شبکه‌های اجتماعی بزنید، حضور انسان‌های مختلف در آنها کاملاً محسوس است بنابراین شما هم باید چنین عملکردی از خودتان در زمینه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف نشان دهید.

انسان‌ها همیشه توجه بیشتری به هم دارند. این امر از سوی دانشمندان در حوزه مطالعات مغز و اعصاب مطرح شده است. بر این اساس کمپ چهره یک انسان دیگر توجه بیننده را به طور قابل ملاحظه‌ای در مقایسه با منظره‌های طبیعی جلب خواهد کرد.

افزایش ۱۶ درصدی جذابیت محتوا با ارتباط چشمی

اگر سوژه اصلی شما در تصاویرتان با مخاطب هدف ارتباط چشمی داشته باشد، جذابیت آن ۱۶ درصد افزایش پیدا خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. اگر شما به عنوان بازاریاب در طرح‌های گرافیکی برندان قصد استفاده از یک خرگوش در تصویر اصلی کمپین بازاریابی‌تان را دارید، در صورتی که خرگوش موردنظر مستقیماً به مخاطب هدف نگاه کند، تاثیرگذاری‌اش به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. در غیر این صورت خبری از جذابیت غیرقابل کنترل محتوای شما نخواهد بود.

افزایش ۸۰ درصدی توجه به برند با انتخاب درست رنگ

شما با انتخاب ترکیب‌های مناسب رنگ امکان افزایش ۸۰ درصدی توجه مشتریان به خودتان را دارید. این امر درست مانند انتخاب لباس‌های دارای رنگ مناسب برای دیدار با دیگران است. به عنوان مثال، اگر برند فدکس با رنگ آبی و نارنجی در لوگوی اصلی‌اش اقدام به استفاده از همین رنگ‌ها در طراحی بسته‌بندی مرسولات یا کمپین‌های بازاریابی‌اش نماید، نظر مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای جلب خواهد شد.

متناسفانه امروزه بسیاری از برندها در انتخاب رنگ به رنگ‌های اصلی برندشان توجه نمی‌کنند. همین امر موجب بروز دردرسهای بسیار زیادی برای برندها می‌شود.

۶۹ درصد مردم دهند دربارہ محصولات ویدئو ببینند

مشاهده ویدئو درباره محصولات مختلف جذابیت بالایی دارد. این امر شما را از درسره‌های نگارش متن راحت می‌کند. ویدئوی موردنظر باید شامل نمایش کامل محصول و همچنین اشاره به جزئیات آن در تمام بخش‌های ویدئو باشد در غیر این صورت هیچ جذابیتی برای مخاطب شما به همراه نخواهد داشت. استفاده از تصاویر متعدد در ویدئو و تلاش برای بیان ویژگی‌های محصول در قالب متن نیز ایده جذاب دیگری است که توجه کاربران به محتوای شما را افزایش می‌دهد.

منبع: **canto.com**



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

سه‌شنبه | ۸ تیر ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۱۰ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین‌نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

طراحی داستان جذاب با کمک داده‌های معتبر

جلب نظر مشتریان با داستان‌سرایی داده‌محور

در راستای طراحی یک داستان جذاب و تاثیرگذار را مرور خواهیم کرد.

شروع داستان به هدفی مشخص

سطرهای ابتدایی داستان برند دارای اهمیت بسیار زیادی است. بدون تردید استفاده از داده‌های معتبر در همان ابتدای کار تاثیر زیادی بر روی مخاطب هدف دارد، اما باید به طور کاملاً هوشمندانه‌ای صورت گیرد در غیر این صورت شما امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور اساسی از دست خواهید داد. بسیاری از برندها در استفاده از داده‌های درست برای داستان‌شان از همان ابتدا نمونه‌های خام را جلوی مشتریان قرار می‌دهند. این امر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به بدترین شکل ممکن پیش می‌برد.

وقتی شما داستان‌تان را با یک هدف مشخص شروع کنید، مشتریان انتظار دقیقی از شما خواهند داشت. ایراد اصلی بسیاری از داستان‌ها تعیین نکردن هدف اصلی‌شان است بنابراین مشتریان هر انتظاری از شما خواهند داشت و با هر نوع عملکردی از سوی‌تان در داستان دلیلی برای عدم علاقه به روند داستان در دست دارند. وقتی شما در ابتدای داستان‌تان یک هدف مشخص را تعیین می‌کنید، اگر با از جاع به یک داده مثل نظرسنجی یا مطالعه موردی به مشتریان در مورد صحت هدف‌تان اطمینان دهید، مسیر بسیار ساده‌تری را پیش روی خواهید داشت.



اهمیت نثر روان داستان

داستان‌های سنگین و بدون متنی روان از نظر هیچ‌کس جذاب نیست. شما در اینجا متنی برای کلاس درس تهیه نمی‌کنید، بلکه در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در حوزه کسب و کار هستید. بنابراین باید داستان‌تان به ساده‌ترین شکل ممکن روایت شود در غیر این صورت شاید هر لحظه امکان پشیمانی مشتریان از اتلاف وقت‌شان با داستان‌تان وجود داشته باشد.

بسیاری از برندها هر نوع داستانی در کنار داده‌های معتبر را نوعی ایده بازاریابی موفق ارزیابی می‌کنند. اگر شما تجربه مطالعه داستان‌های کوتاه را داشته باشید، اغلب آنها خیلی ساده و شفاف شروع می‌شوند. نکته مهم اینکه چنین سادگی و روایت عادی تا پایان متن نیز ادامه دارد. بنابراین شما در نگاه نخست جذب نثر روان داستانی می‌شوید.

شما در زمینه داستان‌سرایی داده‌محور باید دقیقاً به همین شکل عمل نمایید در غیر این صورت شاید به سرعت در نگاه مشتریان به عنوان یک برند نامناسب شناخته شوید. این امر مشکلات بسیار زیادی برای شما و کسب و کارتان به همراه خواهد داشت.

تبدیل داده‌های خام به موضوعات جذاب در داستان اوج هنر داستان‌سرایی در عرصه کسب و کار را نشان می‌دهد. شاید شما در زمینه کسب و کار با داده‌های خام بسیار سخت و پیچیده‌ای مواجه باشید، اما وظیفه‌تان ساده‌سازی آنها در متن داستان است در غیر این صورت مخاطب هدف هیچ برداشتی از داستان شما نخواهد داشت. این امر مشکلات عمده‌ای مثل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر هم داستان‌های‌شان همیشه ایراد دارد.

اگر نثر داستان روان نباشد، شاید مخاطب هدف تا میانه راه همراه‌تان باشد، اما در یک جایی به بعد قید مطالعه داستان را بزند. این امر به طور ویژه‌ای در داستان‌های برند که با فرمت ویدئو تهیه می‌شود، دارای اهمیت است. اگر شما رفع چنین مشکلی را در دستور کارتان قرار دهید، بسیاری از مشکلات‌تان حل و فصل خواهد شد.

به داده‌ها وزن مناسبی دهید

داده‌های معتبر قرار نیست فقط ادعاهای مختلف برندان در طول داستان را پوشش دهد. شما باید به داده‌ها اجازه نقش‌آفرینی در داستان‌تان دهید. به عنوان مثال، اگر شما در تلاش برای بحث درباره شیوه‌های فروش برندان هستید، می‌توانید با استفاده از داده‌های معتبر مبنی بر افزایش فروش آنلاین در طول دوران کرونا خودتان را موظف به توسعه فروش آنلاین برندان کنید. این امر مشتریان را نسبت به دسترسی شما به داده‌های دقیق و همچنین اجرای اقدامات مناسب براساس آنها مطمئن خواهد کرد.

امروزه بسیاری از برندها به داده‌های مناسب برای بهبود عملکردشان دسترسی دارند. با این حال کمتر برندی در عمل

آگهی

برای بهبود وضعیت کسب و کارش اقدامی صورت می‌دهد. چنین امری برای کسب و کارها مشکل بسیار مهمی محسوب می‌شود. بنابراین شما باید در کمترین زمان ممکن نسبت به رفع چنین مشکلی اقدام نمایید.

اگر داده‌های معتبر در داستان شما روند اصلی را اندکی تغییر ندهند، مخاطب هدف نسبت به ادعاهای شما احساس خوبی نخواهد داشت. امروزه مشتریان علاقه‌مند به مشاهده تغییر روند فعالیت از سوی برندهای بزرگ هستند. با این حساب شما باید برنامه‌ای دقیق برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشید. وقتی شما از قبل برنامه‌ای برای داده‌ها نداشته باشید، امکان ایجاد فضایی به منظور نقش‌آفرینی داده‌ها در روند داستان فراهم می‌شود. این امر مشتریان را بیش از هر زمان دیگری به داستان برندان جلب خواهد کرد. بنابراین شما با یک اقدام هوشمندانه امکان تاثیرگذاری به بهترین شکل ممکن بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت.

انتخاب جلوه‌های بصری جذاب

استفاده از المان‌های بصری در داستان برند دارای اهمیت بسیار زیادی است. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها نسبت به استفاده از این نکته مهم در داستان‌سرایی‌شان بی‌توجه هستند، امروزه داستان‌ها فقط در قالب متن تولید نمی‌شود. به هر حال کاربران در طول سال‌های اخیر تغییرات زیادی در سلیقه‌شان داشته‌اند. یکی از تغییرات موردنظر افزایش جذابیت محتوای ویدئویی و گرافیکی است. اگر کسب و کار شما در این میان برنامه‌ای برای جلب نظر مخاطب هدف براساس چنین محتوایی نداشته باشد، شاید هرگز داستان‌تان به دست مشتریان نرسد.

بیان داستان برند در قالب اینفوگرافی اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از کسب و کارها در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم از اینفوگرافی‌ها استفاده می‌کنند. دلیل این امر امکان انتقال نکات آماری به صورتی جذاب است. مسئله اساسی در این میان عدم تبدیل داستان برند در این الگو به یک روند خشک و بی‌روح است. اینفوگرافی برند شما نباید قابل پیش‌بینی یا ماهیت غیرداستانی پیدا کند. بهترین توصیه در مورد استفاده از اینفوگرافی تلاش برای مرور چندباره طرح اولیه و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به صورت مناسب است در غیر این صورت شما توانی برای استفاده درست از الگوی موردنظر نخواهید داشت. اگر شما دارای تعدادی مشتری وفادار هستید، تلاش برای همکاری با آنها و دریافت بازخوردشان نسبت به اینفوگرافی‌های داستانی برند ایده جذابی خواهد بود. شاید این امر در ابتدای امر سخت و حتی زمانبر باشد، اما پس از مدتی بدل به یک روند ثابت در کسب و کار‌تان خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها با استفاده از چنین شیوه‌ای در عمل بر روی مخاطب هدف تاثیر گذاشته و جذابیت داستان‌شان را افزایش می‌دهند.

استفاده از فرمت ویدئو یکی دیگر از راهکارهای جذاب برای تعامل با مشتریان است. امروزه اغلب کمپین‌های بازاریابی دارای دست‌کم یک ویدئوی اصلی هستند. دلیل این امر اهمیت فراینده ویدئو و جهت‌گیری کاربران به سوی استفاده از آن است. بنابراین شما باید به خوبی از این امر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایید در غیر این صورت از رقبای‌تان عقب مانده و شانسی برای رقابت موثر با آنها نخواهید داشت.

برخی از برندها هیچ تجربه‌ای در زمینه استفاده از ویدئو در حوزه داستان‌سرایی داده‌محور ندارند. این امر اگرچه مشکل بسیار بزرگی محسوب می‌شود، اما به خوبی قابل حل و فصل است. ساده‌ترین راهکار در این میان تلاش برای استفاده از تجربه برندهای بزرگ در این حوزه است. بدون تردید نمونه‌های بسیار موفقی از داستان‌سرایی برندهای بزرگ با استفاده از ویدئو در دسترس شما قرار دارد. تنها وظیفه شما در این میان تلاش برای استفاده از تجربه‌های موردنظر برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف است.

ارزیابی و ویرایش محصول نهایی

ارزیابی دوباره کیفیت طرح‌های بازاریابی همیشه در اولویت قرار دارد. برندهای بزرگ پیش از انتشار یک مجموعه محتوای بازاریابی بارها و بارها آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. درست به همین خاطر کمپین‌های موردنظر از نظر مشتریان بسیار جذاب به نظر می‌رسد. شما در مورد داستان برندان نیز باید چنین عملکردی را در دستور کار قرار دهید در غیر این صورت شاید ایرادات داستان‌تان هر مخاطبی را ناامید سازد. امروزه شیوه‌های بسیار زیادی برای ارزیابی درستی و صحت ادعاهای مطرح شده در یک داستان وجود دارد. توصیه ما در این بخش برای ارزیابی کیفی داستان بر مدار راستی‌آزمایی ادعاها و پیشخوانی است.

راستی‌آزمایی ادعاها به نکاتی که شما در داستان برندان مطرح می‌کنید، اشاره دارد. امروزه برندها ادعاهای زیادی در رابطه با مشتریان دارند. شما پیش از انتشار رسمی داستان برندان باید ادعاهای موردنظر را به دقت بررسی کرده و واقعیت‌شان را مسورد ازآمون قرار دهید در غیر این صورت هیچ شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

نخستین پرسش مهم در این میان باورپذیری ادعاهای برند علی‌رغم استفاده از تمام داده‌های معتبر است. اگر ادعاهای شما باورپذیر نباشد، حتی بهترین داده‌ها نیز کمکی به روند کار نخواهد کرد.

گام دوم پیشخوانی متن است. اگر داستان برند شما در هر قالب و فرمتی دارای اشتباهات نگارشی باشد، مخاطب هدف حساسی ناامید خواهد شد. بنابراین شما باید روندی متفاوت برای وضعیت برندان مدنظر قرار دهید در غیر این صورت شانسی برای تعامل با مشتریان‌تان نخواهید داشت. وظیفه شما در طراحی یک داستان داده‌محور اطمینان از همه‌فهمی‌اش و همچنین عدم اشتباهات نگارشی ساده در آن است. این امر داستان شما را به طور قابل ملاحظه‌ای جذاب خواهد کرد.