

Mon.9 Aug 2021
۲۹ ذوالحجه ۱۴۴۲ - سال هفتم
شماره ۱۸۳۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

پالس آرامش بخش به اقتصاد

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی تهران

با قوت گرفتن گمانه‌زنی‌ها درباره گزینه‌های تیم اقتصادی دولت سیزدهم و تاکید و خط‌مشی آنها بر اقتصاد مقاومتی و تولید داخلی، برخی از فعالان اقتصادی ابراز ناراحتی کرده و برخی از آن با امیدواری یاد کرده‌اند.
بسی جای تأسف دارد که با گذشت بیش از ۴۰ سال از انقلاب هنوز نتوانسته‌ایم برای حکمرانی اقتصادی کشور نقشه‌راه ایجاد کنیم که فعالان اقتصادی نیز از سردرگمی دریابند و بتوانند براساس آن برای خود و شرکای تجاری خود برنامه‌ریزی کنند.
بدتر از آن می‌بینیم هنوز همان چهره‌های تکراری و مدیران خسته دولت‌های قبل در گزینه‌های وزارت این دولت جای گرفته‌اند؛ این در حالی است که جوانان ممتاز انقلابی و صاحب ایده اقتصادی کم نداریم، در حال حاضر دنیا به این واقعیت رسیده است که موسم اعتماد به جوانان فرا رسیده و بسیار می‌بینم رئیس‌جمهور جوان و وزرای جوان راه اما در ایران این مسئله در حد حرف باقی مانده است…

فرصت امروز

نبض بازار مسکن در دست اقشار متوسط

محبوب‌ترین‌ها در بازار مسکن پایتخت



با کسب ۱۸ رأی از مجموع ۲۱ رأی شورای شهر

علیرضا زاکانی شهردار تهران شد

شورای شهر، شهردار جدید پایتخت انتخاب شود. خبر انتخاب زاکانی به عنوان شهردار تهران البته بدون حاشیه و جنجال نبود و همه چیز از روشن ماندن میکروفن در صحن شورای شهر آغاز شد. این‌گونه بود که گفت‌وگوی مهدی چمران و نرجس سلیمانی در داخل صحن به راحتی پخش شد و همگان در جریان کم و کیف این انتخاب قرار گرفتند: «من دیشب تا صبح نخوابیدم. خیلی ناراحت شدم از اینکه اسامی رفته و آن هم غلط و غلو. آخه یعنی چی، یک عده فشار می‌آورند، اما به لحاظ قانون رأی مخفی است. چرا یک عده‌ای را می‌ترسانند و تهدیدشان می‌کنند؟! گفته بودند رأی ندهید، همچین می‌کنیم!

در حالی که رأی مخفی بوده که من تذکر دادم.»
چمران که سابقه فراوانی در شورای شهر تهران دارد، گویا مانند نرجس سلیمانی به گزینه سیاسی سفارش شده رأی نداده و این فایل صوتی جنجالی از فشارها بر اعضای شورای شهر تهران حکایت داشته است. رئیس شورای شهر البته پس از پخش این فایل تلاش کرد به نوعی اظهارات بیان‌شده را تفسیر و تطبیق نماید، اما باز هم تغییری در اصل ماجرا ایجاد نشد تا شروع به کار شورای ششم شهر تهران از همان آغاز با حاشیه و جنجال رقم بخورد.

فارغ از حواشی این انتخاب، مسئله اینجاست که زاکانی دارای تحصیلات تخصصی مرتبط با حوزه مدیریت شهری نیست. براساس آیین‌نامه اجرایی شرایط احراز تصدی سمت شهردار، نگاه به گزارش «احساسات جهانی» در سال ۲۰۲۰

کرونا چه تاثیری بر احساسات مردم جهان گذاشت؟

روانی را تجربه کردید؟ آیا در طول دیروز عصبانی یا خشمگین بودید؟

نتایج نظرسنجی گالوپ نشان می‌دهد، مردم جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی بدترین شرایط روحی را تجربه کرده‌اند. شاخص عواطف منفی که شامل تجربه درد جسمانی، نگرانی، غم، استرس و خشم است نشان می‌دهد که به طور میانگین در سال ۲۰۲۰ میلادی، ۳۲ درصد از مردم جهان احساسات و عواطف منفی را تجربه کرده‌اند. به عبارت دیگر، ۳۳ درصد از شهروندان بالای ۱۵ سال در ۱۱۵ کشور جهان به پنج سوال (عواطف منفی) پاسخ مثبت یا «بله» دادند. مطابق با نمودار خطی طی ۱۵ سال یعنی بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۲۰ میلادی، «۳۲ درصد» یک رکورد جدید محسوب می‌شود و مردم جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی بیشترین احساسات و عواطف منفی را تجربه کرده‌اند که بی‌ارتباط با بحران همه‌گیری کرونا و تبعات و پیامدهای گسترده آن نیست. آمارها به تفکیک نشان می‌دهد در سال ۲۰۲۰ میلادی ۴۰ درصد از شهروندان بالای ۱۵ سال در جهان، روز گذشته نگرانی را تجربه کرده‌اند. همین عدد برای فشار روانی (استرس) نیز متصور است و از هر ۱۰ نفر بالای ۱۵ سال در ۱۱۵ کشور جهان، چهار نفر دیروز فشار روانی را تجربه کرده است. ۲۹ درصد گفتند در طول دیروز «درد جسمانی» را تجربه کرده‌اند. همچنین ۲۷ درصد شهروندان گفتند در طول دیروز ناراحت و غمگین بوده‌اند و ۲۴ درصد بیان کردند، در طول دیروز عصبانی و خشمگین شده‌اند.

زاکانی همچنین نمایندگی تهران در دوره‌های هفتم، هشتم و نهم مجلس شورای اسلامی و ریاست کمیسیون ویژه بررسی برجام را برعهده داشته است. او همچنین نامزد سیزدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری نیز بود و علاوه بر دو دوره عضویت در هیأت منصفه دادگاه مطبوعات، صاحب وب‌سایت خبری جهان‌نیوز و هفته‌نامه پنجره است.

زاکانی چگونه به ساختمان بهشت رسید؟

رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس، گزینه حضور در کابینه دولت سیزدهم، نماینده مردم قم در مجلس، کاندیدای سابق انتخابات ریاست‌جمهوری و… اینها بخشی از سابقه سیاسی علیرضا زاکانی است و حالا باید او را به عنوان نوزدهمین شهردار تهران نیز بجا بیاوریم. شامگاه چهارشنبه هفته گذشته بود که خبر انتخاب زاکانی به سکنداری پایتخت در نشست غیررسمی شورای ششم شهر تهران خیلی زود به خبر رسمی رسانه‌ها تبدیل شد، به‌طوری که خبرگزاری فارس رسماً از انتخاب شهردار بعدی تهران خبر داد و این خبر در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بازتاب گسترده‌ای پیدا کرد. «ورود تانک به شهرداری»، «انتخاب شهردار انقلابی» و… ازجمله عناوین و القایی بود که در کامنت‌های مرتبط با انتخاب زاکانی به عنوان شهردار جدید تهران در شبکه‌های اجتماعی به چشم می‌خورد. هرچند که رسماً هنوز انتخابی صورت نگرفته و تنها قرار بود برمبنای رأی‌گیری غیررسمی در اولین جلسه رسمی اعضای

فرصت امروز: علیرضا زاکانی با کسب ۱۸ رأی از مجموع ۲۱ رأی اعضای شورای شهر رسماً به عنوان شهردار تهران انتخاب شد. اعضای ششمین دوره شورای شهر تهران روز یکشنبه علیرضا زاکانی را به عنوان نوزدهمین شهردار پایتخت پس از پیروزی انقلاب برگزیدند. قبل از انتخاب زاکانی به عنوان شهردار تهران نیز علیرضا جاوید به عنوان سرپرست شهرداری پایتخت برگزیده شد تا فرآیند کسب تأییدیه زاکانی از مجلس شورای اسلامی و وزارت کشور انجام شود. البته اعضای شورای اسلامی شهر تهران پیش از این اعلام کرده بودند که در جلسه غیررسمی این شورا از بین سه گزینه علیرضا زاکانی، محسن پیرهادی و مازیار حسینی، زاکانی را به عنوان شهردار تهران انتخاب کرده و رأی استمراجی به وی داده‌اند و قرار است در جلسه یکشنبه او را رسماً به عنوان شهردار تهران برگزینند.

براساس قانون، صلاحیت شهردار منتخب اعضای شورای شهر تهران برای فعالیت در این مسئولیت باید به تایید وزارت کشور نیز برسد تا او بتواند بر سکان شهرداری در خیابان بهشت پایتخت تکیه زند. علیرضا زاکانی، زاده ۱۲ اسفندماه ۱۳۴۴ در شهر ری، سیاستمدار اصولگراست که در حال حاضر رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی است. او که نماینده قم در دوره یازدهم مجلس شورای اسلامی و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران نیز هست، مسئول اسبق سازمان بسیج دانشجویی و عضو شورای عالی جمعیت هلال احمر بوده است.

فرصت امروز: تازه‌ترین گزارش «احساسات جهانی» (Global Emotions Report) که هرساله از سوی موسسه گالوپ منتشر می‌شود، نشان می‌دهد مردم جهان در سال ۲۰۲۰ میلادی بدترین شرایط روحی را تجربه کرده‌اند. به طوری که در سال گذشته میلادی ۴۰ درصد از شهروندان بالای ۱۵ سال در جهان، روز قبل‌شان را با نگرانی و اضطراب سپری کرده‌اند. براساس گزارش موسسه گالوپ، مردمان کشورهای ترکیه با ۴۶ درصد، لبنان ۴۶ درصد، نپال با ۵۶ درصد و پاکستان با ۵۸ درصد کمترین میزان احساسات مثبت در یک روز را تجربه کرده‌اند. موسسه نظرسنجی گالوپ هرساله میزان عواطف مثبت (تجربه احساسات مثبت فرد) و عواطف منفی (تجربه احساسات منفی فرد) را در سطح جهانی می‌سنجد و کشورها را از این حیث (شاخصی عواطف مثبت و عواطف منفی) رتبه‌بندی می‌کند. آخرین گزارش این موسسه در سال ۲۰۲۱ منتشر شده و این گزارش نتایج نظرسنجی گالوپ در سال گذشته میلادی (۲۰۲۰) را موشکافی کرده است. سؤالاتی که گالوپ برای سنجش عواطف مثبت (Positive Affect) استفاده می‌کند، شامل این موارد است: آیا احساس می‌کنید دیروز به خوبی استراحت کردید؟ آیا در طول دیروز با شما به احترام رفتار شد؟ آیا تمام دیروز لبخند زدید یا خندیدید؟ آیا دیروز چیز جالبی یاد گرفتید یا انجام دادید؟ آیا دیروز لذت بردن از زندگی را تجربه کردید؟ نتایج آخرین نظرسنجی گالوپ نشان می‌دهد که به طور

جهش ۱۰ هزار واحدی شاخص بورس تهران در هفدهمین روز مرداد

صعود دسته‌جمعی شاخص‌ها

فرصت امروز: بازار سرمایه در هفدهمین روز مردادماه روزی پرنوسان را سپری کرد و در حالی که شاخص کل بورس تهران در ساعات ابتدایی معاملات یکشنبه روند کاهشی داشت، در ساعات میانی معاملات روندی صعودی به خود گرفت و در پایان با ۱۰ هزار و ۱۰۰ واحد رشد در رقم یک میلیون و ۴۱۷ واحد ایستاد. در معاملات این روز بیش از ۷ میلیارد و ۴۵۸ میلیون سهم…

۴

با قدرت گرفتن طالبان، صادرات ایران به افغانستان ۸۵ درصد افت کرد

ایست صادرات به همسایه شرقی

فرصت امروز: هر روز خبرهای تازه‌ای منتشر می‌شود که طالبان بخش‌های دیگری از خاک افغانستان را در اختیار گرفته است. در آخرین تحولات نیز روز گذشته اعلام شد، چهارمین مرکز ولایت افغانستان در حملات طالبان سقوط کرد.
آنطور که از گزارش‌ها برمی‌آید، طالبان در ۴۸ ساعت گذشته مرکز ولایت جوزجان و نیمروز را نیز تصرف کرده است، اما آنچه برای ما درباره تجارت خارجی مهم است، وضعیتی نامنی و نگرانی‌هایی است که در مرزهای شرقی کشور رخ می‌دهد. چنانکه در پی اوضاع آشفته و جنگ داخلی هفته‌های گذشته در…

۲

صدرنشینی تهران در جغرافیای چک‌های مبادله‌ای

مبادلات با چک رونق گرفت

۳

مدیریت و کسب‌وکار

معامله در دنیای کسب و کار با تکنیک‌های کاربردی

مدیریت معاملات در دنیای کسب و کار امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در زمینه فعالیت کاری همیشه با مشکل ناامی در زمینه مدیریت معاملات‌شان مواجه می‌شوند. شاید این امر در نگاه نخست امری طبیعی به نظر برسد، اما اگر شما راهکاری برای معامله ساده در دنیای کسب و کار نداشته باشید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای به خطر خواهد افتاد. بسیاری از کسب و کارها درست در لحظه پایانی برای جمع‌بندی معامله به مشکل می‌خورند و دست‌شان از سودهای کلان کوتاه می‌ماند. بدون تردید این امر بدترین تجربه هر فروشنده و به طور کلی کارآفرینی را شامل می‌شود. در عوض برخی دیگر از برندها به راحتی امکان فروش محصولات‌شان در بازار را پیدا می‌کنند. نکته جالب اینکه این گروه از برندها حتی نیاز به تبلیغات زیادی هم برای فروش محصولات‌شان ندارند. این امر سوالات بسیار زیادی درباره کیفیت…

۸

که به اعضای این شورا داشته‌اند، در جریان امر قرار می‌دادید. آیا همهج‌های مختلفی را که به این شورا به‌خاطر قمی نبودن‌تان شد، فراموش کرده‌اید؟ همین که برنامه داده‌ید به معنای آن است که آمادگی دارید پست اصلی خود را که به دست آورده و به عنوان نماینده شهر مقدس قم راهی مجلس شده‌اید، ترک کرده و یک‌سوم از حق رأی مردم قم در مجلس شورای اسلامی را (احتمالاً تا پایان مجلس) خالی بگذارید. این در حالی است که حضرت‌عالی را در شعار و در عمل پیرو اوامر ولی‌فقیه می‌دانیم. آیا این رفتار شما مخالفت ۱۰۰ درصد و عینی با این فرمایش صریح حضرت ایشان نیست که فرمودند: «یکی از آسیب‌ها این است که نماینده از اولی که وارد مجلس می‌شود، نقشه رسیدن به فلان پست مثلاً اجرایی را در سر خودش برپرواند -که وزیر بشود، مدیر بشود، فلان [مسئول] بشود- نه، این وظیفه نمایندگی بسیار مهم است.» آیا اکنون در مملکت برای پست شهرداری تهران قطارل‌جال است که حضرت‌عالی برای این کار برنامه داده‌اید؟ آیا به اهمیت جابگاهی که در آن هستید واقف نیستید که به چنین فکری افتاده‌اید؟ مردم فهیم و هوشمند قم آنقدر درایت دارند که دیگر روی شما به عنوان نماینده شهرشان هم حساب نکنند، چراکه به همه ثابت کرده‌اید که پست نمایندگی شهر قم برای شما از اولویتی برخوردار نیست و یقیناً باید در برابر خداوند و شهدا و تک تک آرائی که به نام‌تان در صندوق رأی ریخته شد، در قیامت پاسخگو باشید.»

موسسه گالوپ می‌گوید شاخص‌های ملی مانند نرخ بیکاری یا تولید ناخالص داخلی به کار می‌آیند تا ۲۰ درصد رفتارهای عقلانی را ارزیابی کنند، اما داده‌های کلان بسیار کمی برای ارزیابی ۷۰ درصد باقی‌مانده وجود دارد. تاکید و تمرکز زیاد بر داده‌های سخت مربوط به رفتارهای عقلانی می‌تواند توضیح دهد که چرا رهبران، اقتصاددانان و تحلیلگران سیاسی نتوانسته‌اند تحولات اجتماعی نظیر بهار عربی، انقلاب اوکراین و پدیده برگزیت را پیش‌بینی کنند. داده‌های گالوپ در مورد ۷۰ درصد باقی‌مانده (با همان رفتارهایی که برمبنای احساسات افراد شکل می‌گیرد) در هر مورد از این رویدادها حرف‌های دیگری برای گفتن دارد.

گزارش «احساسات جهانی» گالوپ در نوع خود یکی از بزرگ‌ترین مطالعات رفتاری جهان به شمار می‌رود. این مطالعه در ۱۴۰ کشور جهان انجام می‌شود و اگرچه مشابه بسیاری از پیمایش‌های نیروی کار است، اما به جای آنکه از پاسخگوینان بپرسد: آیا شما شاغل هستید؟ از آنها می‌پرسد: زندگی‌تان چطور پیش می‌رود؟ باز هم مانند آمارهای مربوط به بیکاری، نتایج این پرسش‌ها برای دستیابی به یک نتیجه در سطح ملی با هم تلفیق می‌شود. نتایج به دست آمده درواقع تصویری جامع از جنبه‌های احساسی و رفتاری زندگی در کشورها به دست می‌دهد. گزارش گالوپ همچنین به بهران کشورها کمک می‌کند تا تصویری واقع‌بینانه از شادکامی و رفاه مردمان کشورشان داشته باشند و دریابند از نظر مردم چه نوع زندگی ارزش زیستن دارد.



پالس آرامش‌بخش به اقتصاد

سعید اشتیاقی

عضو اتاق بازرگانی تهران

با قوت گرفتن گمانه‌زنی‌ها درباره گزینه‌های تیم اقتصادی دولت سیزدهم و تأکید و خط‌مشی آنها بر اقتصاد مقاومتی و تولید داخلی، برخی از فعالان اقتصادی ابراز نراحتی کرده و برخی از آن با امیدواری یاد کرده‌اند. بسیی جای تأسف دارد که با گذشت بیش از ۴۰ سال از انقلاب هنوز نتوانسته‌ایم برای حکمرانی اقتصادی کشور نقشه‌راه ایجاد کنیم که فعالان اقتصادی نیز از سردرگمی دربیایند و بتوانند براساس آن برای خود و شرکای تجاری خود برنامه‌ریزی کنند. بدتر از آن می‌بینیم هنوز همان چهره‌های تکراری و مدیران خسته دولت‌های قبل در گزینه‌های وزارت این دولت جای گرفته‌اند؛ این در حالی است که جوانان ممتاز انقلابی و صاحب ایده اقتصادی کم نداریم. در حال حاضر دنیا به این واقعیت رسیده است که موسم اعتماد به جوانان فرا رسیده و بسیاری می‌بینم رئیس‌جمهور جوان و وزرای جوان را، اما در ایران این مسئله در حد حرف باقی مانده است.

اگرچه فعالان اقتصادی و کارآفرینان دیرگاهی است که امیدی به اصلاح رویه‌ها نداشت‌ه و گوش شنوایی در این اواخر ندیده‌اند. تا پیش از این گفتم می‌شد که دولت قبل عزمی برای حل مشکلات ندارد و در چند روز گذشته که رئیس‌جمهور سابق فرمودند اگر تحریم‌ها نبود اکنون دلار ۵ هزار تومان بود، باید گفت که ایشان درکی از اقتصاد ندارند، اما دولت آینده چاره‌ای جز حل معضلات بنیادی اقتصادی به‌خصوص در حوزه تجارت خارجی و حل مسئله ارز دولتی، گمرک، بیمه، بانک، گمرک و مالیات ندارد که اغلب این اصلاحات در ید دولت است و نیازی به مجلس و دیگر ارکان نظام نیست.

در بخش تجارت خارجی، مقایسه اعداد و ارقام در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸، بسیاری از واقعیت‌ها را مشخص می‌کند. سال گذشته در مجموع ۱۴۵ میلیون و ۷۰۰ هزار تن کالا به ارزش ۷۳ میلیارد دلار از مبادی کشور صادر و وارد شده که در سال ۹۸ این عدد ۱۶۹ میلیون تن و به ارزش ۸۵ میلیارد دلار بوده و سهم صادرات نیز ۱۱۲ میلیون تن به ارزش ۳۴،۲۵۶ میلیارد دلار بوده است. این در حالی است که در سال ۹۸ سهم صادرات ۱۳۴ تن به ارزش ۴۱،۳ میلیارد دلار اعلام شده بود و ۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تن کالا با ارزش ۳۸ میلیارد و ۴۰۰ میلیون دلار به بخش واردات اختصاص داشته است.

تراز تجارت سالان گذشته با تفاوت ۴ میلیارد دلار در واردات منفی بوده است و در مجموع ۲۵ تن کاهش وزنی داشته است. صادرات ما به شریک سیاسی و تجاری یعنی کشور چین ۸ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار بوده که نسبت به سال قبل افت ۴۰۰ میلیون دلاری داشته است. اگرچه دلیل این کاهش را به پاندمی کرونا نسبت می‌دهند که آن نیز سوسومدیریت دولت در بخش بهداشت و درمان بوده که به اقتصاد ما سرایت کرده است، حال آنکه برخی کشورها با مدیریت کرونا در همین مدت رشد اقتصادی را تجربه کرده‌اند.

خط مشی تیم اقتصادی دولت سیزدهم اگر هم بر پایه تولید داخل باشد، نباید فراموش کرد که رشد تجارت خارجی یکی از عوامل رشد اقتصادی است. اشتباه دولت قبل در اخذ سیاست‌های انقباضی در قبال واردات نباید دوباره تکرار شود که باعث کمبود و گرانی و تورم می‌گردد. در قبال صادرکنندگان نیز سیاست‌های تشویقی، بیشتر از اقدامات پلیسی جواب می‌دهد. سربازان جبهه اقتصادی خواستار آرامش در بازار هستند و صدور بخشنامه‌های مکرر باعث سردرگمی آنها می‌شود. اقتصاد ایران نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی دارد و این در حالی است که در حال حاضر آمار خروج سرمایه اعداد خوبی را به ما نشان نمی‌دهد. جذب اعتماد ایرانیان مقیم خارج برای سرمایه‌گذاری در داخل ایران و به‌دنبال آن، کسب رضایت‌مندی سرمایه‌گذاران داخلی راهگشاست. در پایان امید است گزینه‌های کلیدی اقتصادی دولت سیزدهم تا زمان معرفی به مجلس به سمت تعالی تغییر کند؛ متشکل با مدیران کارآمد و آشنا با معضلات اقتصاد ایران، سالم و توانمند که باعث رضایت‌مندی دلسوزان، منتقدین و فعالان اقتصادی ایران عزیز شود و پالسی آرامش‌بخش به جامعه دهد.

نظرسنجی اتاق تهران از ۴۵۰ بنگاه تولیدی نشان می‌دهد

ناراضیتی صنعتگران از خاموشی‌ها

جدیدترین نظرسنجی معاونت کسب و کار اتاق بازرگانی تهران نشان از خسارت گسترده ناشی از قطعی برق در ۴۵۰ بنگاه اقتصادی کوچک و متوسط می‌دهد. در این نظرسنجی از مجموع ۵۰۰ بنگاه با نرخ مشارکت ۹۰ درصدی، ۴۵۰ بنگاه اقتصادی خسارات ناشی از قطعی برق در ماه‌های اخیر را اعلام کرده‌اند. نتایج این نظرسنجی، درخصوص اهم خسارات ناشی از قطع برق به بنگاه‌های اقتصادی نشان می‌دهد ۸۲ درصد از بنگاه‌ها فاقد زیرساخت جایگزین تأمین انرژی هستند. میزان کلی خسارات وارده به بنگاه‌های مورد ارزیابی نیز بین ۱۰۰ تا ۵۰۰ میلیون تومان برآورد شده است.

در این بین تأثیرگذارترین عواقب این خاموشی‌ها بر بنگاه‌های اقتصادی «معیوب شدن دستگاه و تجهیزات تولید»، «از بین رفتن مواد اولیه تولید»، «کاهش کیفیت و بهداشت محصولات»، «پیگیری نیروی انسانی در ساعات کاری و کاهش بهره‌وری»، «تأخیر در تحویل سفارش‌ها» و «تأخیر در فعالیت اداری و دولتی» به‌شماره‌است. واکاوی این گزارش نشان می‌دهد، در شهرک و نواحی صنعتی موضوع زیرساخت مورد غفلت قرار گرفته و همین کوتاهی منجر شده به دنبال خاموشی‌های نامتعارف فصل بهار و تابستان، خسارات قابل‌توجهی به بنگاه‌ها تحمیل شود. برآیند گزارش معاونت کسب و کار اتاق تهران نشان می‌دهد، میزان رضایت‌مندی فعالان اقتصادی از جدول زمان‌بندی قطعی برق بسیار پایین است. از مجموع ۴۵۰ بنگاهی که در این طرح مشارکت کردند، تعداد ۳۰۹ از زمان‌بندی اعلامی خاموشی‌ها ناراضی بودند. در این بین ۲۹۱ بنگاه اعلام کردند «بسیار ناراضی» بودند و ۱۸ بنگاه مطرح کردند «راضی» بودند. به این ترتیب تنها ۹۶ بنگاه از این موضوع رضایت داشتند. در ضمن تعداد ۴۵ بنگاه از جدول زمان‌بندی اطلاعی نداشتند.

براساس این مطالعه از مجموع ۴۵۰ بنگاه مورد مطالعه ۴۵ درصد اعلام کرده‌اند که دستگاه‌ها و تجهیزات تولید آنها معیوب شده است؛ به این ترتیب به واسطه قطعی برق آسیب‌های جدی به دستگاه‌ها و تجهیزات تولید ۲۹۱ بنگاه وارد شده است. این مطالعه نشان می‌دهد، از مجموع ۴۵۰ بنگاه اقتصادی که در این طرح مشارکت کردند، ۴۰ درصد آنها اعلام کردند به واسطه خاموشی‌های مستمر در شهرک‌ها و نواحی صنعتی مواد اولیه تولید آنها از بین رفته است.

فرصت امروز: هر روز خبرهای تازه‌ای منتشر می‌شود که طالبان بخش‌های دیگری از خاک افغانستان را در اختیار گرفته است. در آخرین تحولات نیز روز گذشته اعلام شد، چهارمین مرکز ولایت افغانستان در حملات طالبان سقوط کرد. آنطور که از گزارش‌ها برمی‌آید، طالبان در ۴۸ ساعت گذشته مرکز ولایت جوزجان و نیمروز را نیز تصرف کرده است، اما آنچه برای ما درباره تجارت خارجی مهم است، وضعیت ناامنی و نگرانی‌هایی است که در مرزهای شرقی کشور رخ می‌دهد. چنانکه در پی اوضاع آشفته و جنگ داخلی هفته‌های گذشته در افغانستان، صادرات کالا از ایران به این کشور همسایه ۸۵ درصد کاهش پیدا کرده است.

آنطور که از گزارش‌های اتاق بازرگانی تهران برمی‌آید، ارزش صادرات ایران به افغانستان در دو سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ افت داشته است. صادرات ایران به افغانستان در فصل نخست ۱۴۰۰ نیز نسبت به فصل مشابه سال ۱۳۹۹ با افزایش ارزش ۱۵ درصد و کاهش میزان ۴.۹ درصدی همراه بوده است. ایران مهمترین مبدأ واردات کالایی در افغانستان است. با این وجود، از سهم ایران از کل واردات افغانستان در سال ۲۰۲۰ کاسته شده و به ۱۷ درصد رسیده است. صادرات ایران به افغانستان طی سال ۲۰۲۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۹ حدود ۱۱ درصد کاهش داشته در حالی که واردات از کشورهای هند، روسیه و امارات افزایش داشته است. ایران ششمین مقصد صادراتی افغانستان در سال ۲۰۲۰ است و واردات ایران از این کشور در سال ۲۰۲۰ با ۴۷ درصد افت همراه بوده است.

کاهش ۸۵ درصدی صادرات ایران به افغانستان

«اولین فاکتور موثر در بحث صادرات و تجارت فرامرزی، امنیت است که امکان صدور کالا را فراهم می‌کند. لذا در هر جایی که اتفاقی بیفتد و امنیت رفت و آمد و امنیت سرمایه به خطر بیفتد، قطعاً تأثیرش را در تجارت خارجی چه در صادرات و چه در واردات می‌گذارد. ایران به عنوان صادرکننده با اتفاقاتی که در مرزهای افغانستان رخ داده نگران حمل و ارسال کالا به سومین شریک تجاری خود است. اگر قرار باشد کالایی از کشوری وارد شود و مسیر، هموارکی نباشد، در واردات هم ممکن است مشکلاتی رخ دهد و تولید را با مشکل مواجه کند. بنابراین ناامنی‌هایی که در مرزهای کشورها اتفاق می‌افتد، تأثیر مستقیم بر تجارت خارجی دارد و بالطبع در افغانستان با توجه به اینکه سومین شریک تجاری ایران در بخش صادرات است، می‌تواند صادرات را با مشکل مواجه کند.» اینها صحبت‌های محمد لاهوتی، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران از چالش‌های صادرات به افغانستان با حضور طالبان است، کشوری که سومین شریک تجاری ایران است و متأسفانه با حضور طالبان میزان صادرات کشورمان به همسایه

با قدرت گرفتن طالبان، صادرات ایران به افغانستان ۸۵ درصد افت کرد

ایست صادرات به همسایه شرقی



آخرین تحولات سومین شریک تجاری کشور

آخرین گزارش‌ها از روند تجارت خارجی ایران در حوزه محصولات کشاورزی و غذایی حکایت از آن دارد که افغانستان در جایگاه دومین مقصد صادراتی کشور قرار گرفته است؛ به طوری که در فصل نخست امسال، افغانستان سهم ۱۱ درصدی را در میان مقاصد صادراتی ایران به خود اختصاص داده و طی این مدت ۲۹۶ هزارتن کالای کشاورزی و غذایی به ارزش ۱۳۴ میلیون دلار از ایران وارد کرده است که عمده اقلام وارداتی این کشور از ایران شامل محصولاتی چون گوجه فرنگی، سیب، سیب‌زمینی، شیرینی‌ها و کنسرتre آیمپوه بوده است. اما حالا به دلیل پیشروی طالبان در مناطق مرزی این کشور با ایران، صادرات محصولات ایرانی به این کشور تقریباً متوقف شده است. در این رابطه، احمدرضا فرشچیان، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران می‌گوید: در بررسی نوع صادرات به افغانستان باید این مسئله را مورد توجه قرار داد که افغانستان معمولاً کالاهایی با کیفیت پایین را هم می‌پذیرد و نکته دیگر آنکه به دلیل تحریم‌ها و سایر موانع موجود، افغانستان به محلی برای ترانزیت کالاهای ایرانی تبدیل شده و کالاهای ایرانی از این کشور به مقاصد دیگر ارسال می‌شد. حال شاید مسائل پیش آمده در مرزهای افغانستان سبب شود که صادرکنندگان تلاش مضاعفی را برای صادرات مستقیم محصولات خود به مقاصد اصلی به کار ببندند. واقعیت این است که تجار ایرانی از این مسئله که کالاهای‌شان ترانزیت می‌شد، رضایت چندانی نداشتند. البته صادرکنندگان به افغانستان، صادرکنندگان ایرانی نیستند بلکه معمولاً این تاجران افغانستانی بودند که کالای موردنیاز خود را از ایران خریداری می‌کردند که بخشی از آن به مصارف داخلی این کشور رسیده و بخشی هم به آسیای جنوب شرقی و حتی اروپا صادر می‌شد. فرشچیان با اشاره به اینکه صادرکنندگان قدیمی و آنها که نسبت به صادرات محصولات باکیفیت اقدام می‌کنند، از نوع صادرات به افغانستان رضایت نداشت‌اند، ادامه می‌دهد: صادرات به افغانستان اگرچه برای ایران دارای مزیت است اما افتخارآمیز نیست. اینکه بازارهای رده نخست را از دست بدهیم و به بازار افغانستان اکتفا کنیم، افتخار نیست. هرچند به دلیل مجاورت، صادرات به این کشور برای ایران مزیت دارد. او با بیان اینکه به هر حال بخشی از کالاهای صادراتی ایران دارای بازار مصرف در افغانستان بوده است، می‌افزاید: برای این بخش از کالاها باید به دنبال بازار جایگزینی در کشورهایی نظیر عراق و آسیای میانه بود. اگر نه ممکن است بخشی از کالاها که تا پیش از این به افغانستان صادر می‌شده روی دست تولیدکنندگان بماند. شاید یکی از دلایلی که خرمای برخی از مناطق کشور از جمله خوزستان در انبار تولیدکنندگان مانده، کندی تجارت با افغانستان در ماه‌های گذشته بوده باشد.

شرقی افت ۸۵ درصدی داشته است. این آمار را حسین سلیمی، رئیس اتاق مشترک ایران و افغانستان اعلام می‌کند و می‌گوید: در پی اوضاع آشفته و جنگ داخلی هفته‌های گذشته در افغانستان، صادرات کالا از ایران به این کشور همسایه ۸۵ درصد کاهش یافته است.

سلیمی از کاهش تردد کامیون‌های صادراتی کالای ایرانی به افغانستان از ۱۰۰ کامیون به ۲ تا ۳ کامیون در روز خبر می‌دهد و می‌افزاید: وقتی اغتشاش و درگیری با جنگ در یک کشور برپا می‌شود اولین نقطه‌ای که آسیب خواهد دید تجارت آن کشور است. متأسفانه اوضاع آنقدر خراب است که فعلاً نمی‌توان به راحتی پیش‌بینی کرد چه اتفاقاتی در انتظار ماست. هنوز برآورد دقیقی از میزان خسارات واردشده به تاجران ایرانی نداریم. باید ببینیم این وضع چه مدت طول خواهد کشید.

او در پاسخ به این سؤال که اگر طالبان در نهایت کنترل را در دست بگیرد و آرامش برقرار شود، باز هم روابط اقتصادی ایران و افغانستان به همین شکل ادامه خواهد یافت، می‌گوید: در هر شرایطی نیازهای آن کشور منفی نمی‌شود. هر گروهی در افغانستان قدرت را به دست بگیرد باز هم افغانستان نیاز به مواد غذایی و مصالح ساختمانی و... خواهد داشت. بهترین گزینه آنها هم ایران است. چه مواد غذایی و چه اقلامی مثل فرش ایرانی برای آنها هم مطلوب‌تر است و هم در دسترس‌تر. ولی این داد و ستدها در زمان آرامش برقرار خواهد بود. اینکه چه زمانی این ثبات بازگردد معلوم نیست، اما اینکه این آرامش توسط چه گروهی فراهم شود در برقراری روابط اقتصادی چندان تأثیر مهمی ندارد.

سلیمی درباره تغییر حجم صادرات ایران به افغانستان با بالا گرفتن جنگ در این کشور ادامه می‌دهد: اگر این وضع دو هفته اخیر، یک ماه دیگر ادامه پیدا کند امسال به ۵۰ درصد صادرات حجم معمول پیش‌بینی‌شده خردمان به افغانستان هم نخواهیم رسید. با ادامه این وضع ما نمی‌توانیم به ۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلاری که امسال برای صادرات به افغانستان پیش‌بینی کرده بودیم برسیم. حداکثر ممکن است به نصف این پیش‌بینی برسیم.

به گفته رئیس اتاق مشترک ایران و افغانستان، در دو هفته اخیر صادرات ما به افغانستان به ۱۵ درصد میزان صادرات قبلی رسیده است. تقریباً هر ۱۰۰ کامیون که پیش از این روزانه به افغانستان می‌رفتند دو یا سه کامیون موفق می‌شوند به آنجا برسند. بیشتر این کاهش مربوط به کالاهای پریرسک و با کالاهایی مثل مصالح ساختمانی است که الان نیازی برای آنها وجود ندارد. اما از آنجا که مواد غذایی همیشه موردنیاز است فعلاً بیشترین حجم صادراتی ایران به افغانستان را تشکیل می‌دهد.

نبض بازار مسکن در دست اقشار متوسط

محبوب‌ترین‌ها در بازار مسکن پایتخت

زیر میانگین شهر تهران قرار دارد.

چهار مولفه ذکرشده گویای آن است که معاملات در محدوده استطاعت اقشار متوسط به قصد تقاضای مصرفی و سکونت انجام می‌شود. تقاضای سوداگری از ابتدای امسال به دلیل رکود، بازار را ترک کرده و تقاضای مصرفی در جنوب تهران نیز توان خرید ندارد. به طور معمول ۷۷ درصد معاملات مسکن در ایران توسط سفته‌بازان انجام می‌شود و این در حالی است که هم‌اکنون تعداد معاملات در تهران به یک سوم وضعیت نرمال رسیده است.

تیرماه امسال ۵۰۷۱ فقره معامله در تهران انجام شد؛ در حالی که طی سال‌های گذشته به طور متوسط هر ماه حدود ۱۵ هزار فقره سواکن این مناطق اغلب از اقشار متوسط به بالا هستند. از نظر متراژ نیز خانه‌های ۵۰ تا ۶۰ متر با سهم ۱۵.۴ درصد رتبه اول، واحدهای ۶۰ تا ۷۰ متر با ۱۳.۹ درصد جایگاه دوم و آپارتمان‌های ۷۰ تا ۸۰ متر با سهم ۱۱.۶ درصد جایگاه سوم را در معاملات مسکن شهر تهران دارند. همچنین توزیع فراوانی براساس قیمت یک متر مربع حاکی از آن است که خانه‌های ۱۵ تا ۲۰ میلیون تومان در هر متر مربع با ۱۷.۲ درصد رتبه اول، واحدهای دارای ارزش متری ۲۰ تا ۲۵ میلیون تومان با اختصاص ۱۵.۳ درصد از معاملات جایگاه دوم و خانه‌های ۲۵ تا ۳۰ میلیون تومان با سهم ۱۲.۸ درصد از قراردادهای خرید و فروش در جایگاه سوم قرار دارند. میانگین قیمت مسکن در تهران نیز ۳۰ میلیون و ۴۴ هزار تومان در هر متر مربع است. هم‌اکنون قیمت مسکن در شش منطقه تهران شامل مناطق ۱ تا ۶ بالای نرخ متوسط و در ۱۶ منطقه

در این باره، حسن محتمش کارشناس بازار مسکن می‌گوید: وضعیت آینده بازار مسکن تا حد زیادی به تصمیمات تیم اقتصادی دولت ریئسی بستگی دارد، اما آنچه از عملکرد گذشته و دیدگاه افراد اطراف

رئیس‌جمهور سیزدهم برداشت می‌شود این است که احتمالاً دولت آینده بخشی از برنامه‌های خود را بر خلق پول، پرداخت یارانه و به طور کلی سیاست‌های انبساطی مالی می‌گذارد که اثرات تورمی در اقتصاد و به تبع آن بخش مسکن خواهد داشت.

به اعتقاد این کارشناس بازار مسکن، علت ثبات قیمت‌ها که از اواخر سال گذشته در بازار مسکن ایجاد شده، فروکش کردن حجم تقاضای سرمایه‌ای به این بخش است. تقاضای واقعی هم به دلیل کاهش قدرت خرید وارد بازار نشده و اگر دولت آینده مستقر شود، می‌توانیم حدس بزنیم که از شهریورماه به بعد مقداری بازار مسکن به تحرک برسد. شرایط تحریم‌ها، نقدینگی بیش از حدی که همچنان در حال افزایش است، ناکارآمدی بخش تولید و معلق بودن برجام کاملاً بر اقتصاد کشور تأثیر گذاشته و دولت هم منابع آنچنانی ندارد که بخواهد اوضاع اقتصادی را بهتر کند؛ حداقل در کوتاه‌مدت نمی‌توان چندان امیدوار بود و مسئولان نیز به این موضوع اشاره دارند.

این عضو هیأت مدیره انجمن انبوه‌سازان استان تهران درباره تأثیر رشد قیمت سیمان و فولاد بر بازار مسکن نیز گفت: افزایش نرخ نهاده‌های ساختمانی به سرعت در بازار مسکن نمود پیدا نمی‌کند و در میان‌مدت خود را نشان می‌دهد، اما به هر حال وقتی سیمان از ۳۵ هزار تومان به حدود ۱۰۰ هزار تومان می‌رسد نمی‌توان توقع داشت سازندگان با ضرر، واحدهای خود را بفروشند. اثرات رشد بیش از ۱۰۰ درصدی قیمت مصالح ساختمانی در آینده خود را نشان می‌دهد اما در شرایط فعلی چندان محسوس نخواهد بود.

بانک‌نامه

نوسان سکه در کانال ۱۱ میلیون تومانی

قیمت طلا و ارز جهشی شد

قیمت طلا، سکه و ارز در بازار تهران جهشی شد. در حالی که هر دلار آمریکا روز یکشنبه در بازار آزاد تهران ۲۵ هزار و ۶۹۹ تومان قیمت خورد، نرخ دلار در صرافی‌های بانکی با ۱۷۰ تومان افزایش به ۲۵ هزار و ۲۲۳ تومان رسید. قیمت فروش یورو نیز با ۵۷ تومان کاهش به ۲۹ هزار و ۴۱۶ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۷۲۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۸۷۸ تومان بود.

همچنین قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با افزایش ۶۰ هزار تومانی به رقم ۱۱ میلیون و ۲۱۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۵میلیون و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۵۸۰ هزار تومان و سکه یک گرمی نیز ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۸۵ هزار تومان رسید. قیمت هر مثقال طلا نیز ۴ میلیون و ۷۰۴ هزار تومان شد. هر انس جهانی طلا هم یک‌هزار و ۷۶۳ دلار و ۸۲ سنت قیمت خورد.

نسبت تسهیلات به سپرده‌های بانکی

مردم در بانک‌ها چقدر پول دارند؟

میزان سپرده‌ها و تسهیلات بانکی تا پایان فروردین ماه امسال نسبت به پایان سال گذشته معادل ۰.۴ درصد افزایش یافت. براساس گزارش بانک مرکزی از وضعیت کل مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به تفکیک استان در پایان فروردین ماه ۱۴۰۰، مانده کل سپرده‌ها به رقم ۳۸۹۰ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان رسیده است که نسبت به پایان سال قبل و مقطع مشابه پارسال معادل ۰.۴ و ۴۰.۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین بالاترین مبلغ سپرده‌ها مربوط به استان تهران با مانده ۲۰۸۱ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۹۹۰۰ میلیارد تومان است. علاوه بر این، مانده کل تسهیلات در این زمان ۲۸۰۲ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان است که نسبت به فروردین و پایان سال گذشته به ترتیب معادل ۴۳.۳ و ۰.۴ درصد افزایش داشته است.

طبق این گزارش، بیشترین مبلغ تسهیلات نیز مربوط به استان تهران با مانده ۱۷۸۴ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد معادل ۹۵۰۰ میلیارد تومان است. نسبت تسهیلات به سپرده‌ها بعد از کسر سپرده قانونی ۸۰.۲ درصد است که نسبت به مقطع مشابه در سال قبل ۱.۷ واحد درصد افزایش یافته است و در مقایسه با پایان سال گذشته تغییری را نشان نمی‌دهد که نسبت مذکور در استان تهران ۹۴.۳درصد و

استان کهگیلویه و بویراحمد ۱۰۸.۳درصد است.

در این گزارش، یکی از علل مهم بالابودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بیان شده و عمده فعالیت‌های بانکی آنها از طریق شعب بانک‌ها و مؤسسات اعتباری استان تهران انجام می‌شود.

در ۴ ماهه نخست امسال اتفاق افتاد

۶۷ درصد واردات با ارز ۴۲۰۰

از مجموع ۱۲.۵ میلیون تنی واردات صورت گرفته در ابتدای سال جاری بالغ بر ۶۷ درصد آن با ارز ۴۲۰۰ تومان بوده است؛ نرخی که به دلیل رانت و تبعات ناشی از آن در این حجم از واردات بسیار مورد نقد بوده ولی بلاتکلیف است. به گزارش اسنا، وضعیت واردات ایران در چهار ماه ابتدایی سال جاری نشان می‌دهد که از کل ۵۰ میلیون تن تجارت خارجی ایران، ۱۲.۵ میلیون تن کالا به ارزش ۱۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون دلار به واردات اختصاص دارد.

بررسی جزییات بیشتر حاکی از آن است که از مجموع واردات صورت‌گرفته، ۹.۴ میلیون تن یعنی حدود ۷۵ درصد آن کالاهای اساسی در ۲۵ گروه است و از این میزان ۸.۴ میلیون تن آن با ارز ترجیحی (۴۲۰۰ تومان) وارد شده است که ذرت، جو، کنجاله سویا، روغن خام، گندم، دانه‌های روغنی و همچنین دارو، تجهیزات و ملزومات پزشکی را دربر می‌گیرد.

این در حالی است که تامین ارز ۴۲۰۰ برای ترخیص کالاهای اساسی همواره از چالش‌های واردات این‌بخش و افزایش دیو در گمرک و بنادر بوده و با وجود مصوباتی در این رابطه از جمله ترخیص ۹۰ درصدی بدون کد رهگیری ارز بانک، بازهم دیوی حجم بیش از ۵.۵ میلیون تنی اقلام اساسی در گمرک و بنادر قابل تأمل است.

اما جریان پرحاشیه‌ار از ترجیحی به سال ۱۳۹۷ که دولت سیاست ارزی خود را تغییر و ارز ۴۲۰۰ وارد چرخه تجاری و ارزی ایران شد برمی‌گردد که در ابتدا تمامی کالاهای وارداتی با این نرخ تامین ارز می‌شد، اما در فاصله کوتاه با توجه به رانت و فسادى که در نرخ ۴۲۰۰ و حجم واردات وجود داشت، میزان واردات محدود و ارز ۴۲۰۰ تومان به تدریج فقط به کالاهای اساسی اختصاص یافت. به روز زمان همان ۲۵ قلم کالای اساسی که با ارز ترجیحی وارد می‌شد محدودتر شده و اکنون مدت‌هاست فقط شش قلم به همراه دارو، تجهیزات و ملزومات پزشکی با ارز ۴۲۰۰ وارد می‌شود ولی در رابطه با همین میزان از واردات با نرخ ۴۲۰۰ نیز با توجه به فاصله‌ای که با نرخ بازار آزاد و سامانه نیما که در حال حدود ۲۵ هزار تومان است وجود دارد و رانت سنگینی ایجاد می‌کند، همواره انتقاداتی مطرح بوده و این تأکید وجود دارد که کالاهای اساسی مردم در نهایت با این ارز به دست‌شان نمی‌رسد.

بارها حذف ارز ۴۲۰۰ مطرح شده است و حتی در بودجه سال جاری مجلس می‌کند که طرفین باید همواره برای آن برنامه‌ریزی دقیق و هدفمند داشته باشند، اما در مجموع می‌توان گفت، عرضه اوراق بدهی دولتی و غیردولتی که به عنوان یک استراتژی پولی و بانکی در دستور کار بانک مرکزی قرار دارد، در سال اخیر، روند مثبتی را تجربه کرده است و رشد معاملات و بازدهی بازارهای مالی آن نشان می‌دهد، انتشار این اوراق با استقبال خوبی در نظام بانکی مواجه شده است.

صدرنشینی تهران در جغرافیای چک‌های مبادله‌ای

مبادلات با چک رونق گرفت



وصول شده است که در مقایسه با ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۵.۵ و ۱۳.۵ درصد افزایش دارد.

در کنار چک‌های وصولی ۷۷۳ هزار فقره چک برگشت خورده که از نظر تعداد و مبلغ چک‌های برگشتی به ترتیب با ۱۵.۳ و ۲۰.۷ درصد افزایش داشته است. البته آمارها حاکی از آن است در سومین ماه سال ۱۴۰۰ نسبت چک‌های برگشتی به چک‌های مبادله‌ای افزایش یافته است؛ به طوری که در خردادماه سال جاری تعداد چک‌های برگشتی به ۹.۷ درصد رسید تا نسبت به ماه گذشته رشد را تجربه کند. این آمار حاکی از آن است که وضعیت وصول چک‌ها در خردادماه وضعیت نامطلوب‌تری را تجربه کرده است، اما با وجود رشد چک‌های برگشتی در خردادماه نسبت به اردیبهشت، نسبت به مدت مشابه سال گذشته شاهد بهبود چشمگیری در این آمار هستیم. در خردادماه سال گذشته نسبت چک‌های برگشتی به چک‌های مبادله‌ای تقریبا ۱۱.۱درصد بوده که این نسبت در خردادماه سال جاری کاهش یافته است. از سوی دیگر، افزایش تعداد چک‌های مبادله در خردادماه امسال نسبت به ماه قبل نشان می‌دهد که وضعیت سومین ماه بهار نسبت به ماه گذشته روبه بهبود بوده و رشد ۶.۲۵ درصدی در تعداد چک‌های صادرشده نشان از رونق گرفتن اقتصاد دارد. علاوه بر این، ارزش چک‌های مبادله‌شده در خردادماه سال جاری نسبت به اردیبهشت ماه رشد ۱۲.۷ درصدی داشته است و ارزش چک‌های مبادله شده در سومین ماه سال جاری نسبت به خرداد سال گذشته، ۳۰.۶ درصد زیاد شده که نشان می‌دهد حجم معاملات نسبت به مدت مشابه پارسال و ماه گذشته رشد کرده است.

همچنین آمار چک‌ها در استان تهران نشان می‌دهد که حدود ۲.۵ میلیون فقره چک با ارزشی ۱۱۱ هزار میلیارد تومان مبادله شده که بیانگر صدرنشینی استان تهران در مبادله چک در سطوح کشور است. چک‌های وصول‌شده در تهران نیز بیش از ۲.۲ میلیون فقره به ارزش ۹۹ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان و چک‌های برگشتی بیش از ۲۱۳ هزار فقره به ارزش ۱۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان گزارش شده است.

میزان چک‌های برگشتی به تفکیک علل

رشد در تعداد و ارزش چک‌های مبادله‌ای درحالی رقم خورده است که

فرصت امروز: دامنه استفاده از چک در اقتصاد ایران همیشه گسترده و متنوع بوده است، به طوری که تقریبا می‌توان گفت رانندازی و انجام فعالیت‌های اقتصادی بدون داشتن دسته چک بانکی غیرممکن به نظر می‌رسد. چک به مرور زمان جایگاهی بیش از ابزار نقل و انتقال در مبادلات پولی را عهده‌دار شد و وظایف ابزارهای دیگری نظیر سفته را نیز برعهده گرفت، به طوری که چک به ابزاری برای تضمین حسن اجرای قرارداده‌ا و دادوستدها یا خرید مدت‌دار و اقساطی بدل گشت.

حال تازه‌ترین آماری که بانک مرکزی از جریان مبادلات چک منتشر کرده است، نشان می‌دهد مبادلات با چک در خردادماه ۱۴۰۰ رونق گرفته و نرخ برگشت چک همچنان تکررقمی است. بر این اساس، در خردادماه امسال ۸میلیون فقره چک صادر شده که ارزش آنها در مجموع ۲۲۲۶ هزار میلیارد تومان است. در همین حال، ۷۷۳ هزار فقره چک به ارزش ۲۸ هزار میلیارد تومان برگشت خورده و به این ترتیب، نسبت تعداد چک‌های برگشتی به مبادله شده ۹.۷ درصد و نسبت ارزش چک‌های برگشتی به مبادله شده ۱۲.۵ درصد است. در مقایسه با خردادماه پارسال که نسبت تعداد و ارزش چک‌های برگشتی به مبادله شده به ترتیب ۱۱.۱ درصد و ۱۲ درصد بوده، در خرداد امسال نسبت تعداد چک‌های برگشتی با کاهش ۱۲.۷ درصدی و نسبت ارزش چک‌های برگشتی با افزایش ۴.۲ درصدی همراه بوده است. با این حال، همچنان نسبت به قبل از اصلاح قانون چک و در سال ۱۳۹۶، نسبت تعداد و ارزش چک‌های برگشتی با کاهش ۳۹.۴ درصدی و ۴۵.۷ درصدی همراه است.

رونق اقتصاد در سومین ماه ۱۴۰۰

آنطور که بانک مرکزی مطابق روند هر ماه گزارش داده است، تعداد و ارزش چک‌های مبادله شده در خردادماه نسبت به مقطع مشابه سال گذشته و ماه قبل افزایش یافته است که حکایت از رونق مبادلات اقتصادی همراه با افزایش اعتبار چک‌ها دارد. براساس گزارش بانک مرکزی، در خرداد سال جاری حدود ۸ میلیون فقره چک به ارزش ۲۲۲ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان مبادله شده که در مقایسه با ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۶.۴ و ۱۴.۶ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، حدود ۷.۲ میلیون فقره با ارزش ۱۹۴ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان از چک‌های مبادله‌ای

انتشار ۲۷۴.۶ هزار میلیارد ریال اوراق در ۳ ماه

فروش اوراق در بهار بیشتر شد

ریال بوده که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۹۹، با افزایش ۴۱.۹ درصدی مواجه شده است. اوراق بدهی دولتی در سه ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۰ در مجموع ۲۲۷.۵ هزار میلیارد ریال بوده که ۱۲۷.۵ هزار میلیارد ریال آن در خرداد ۱۴۰۰ به ثبت رسیده و درصد تغییرات سه ماهه ۱۴۰۰ نسبت به سه ماهه ۱۳۹۹، ۲۶.۷ درصد بوده است. همچنین در سه ماهه منتهی به خردادماه امسال بالغ بر ۲۰۰ هزار میلیارد ریال اسناد خزانه اسلامی منتشر شده که در مقایسه با مدت مشابه با ۱۸۵.۷درصد رشد، افزایش چشمگیری داشته است. اسناد خزانه اسلامی، اوراق بهادار با نامی است که دولت به منظور تسویه بدهی‌های خود بابت طرح‌های تملک دارایی‌های سرمایه‌ای با قیمت اسمی و سررسید معین به طلبکاران غیردولتی واگذار می‌کند. اسنادی که تاکنون به صورت منظم حراج‌های دوره‌ای آن از سوی بانک مرکزی اعلام و برگزار شده است. اوراق مزایحه (یا اوراق صکوک) نیز در سه ماهه منتهی به خرداد امسال، ۲۷.۵ هزار میلیارد ریال ثبت شده است که نسبت به مدت مشابه ۷۴.۹ درصد کاهش را تجربه کرده است.

البته در کنار اسناد خزانه اسلامی، بخشی از اوراق بهادار نیز به شهرداری‌ها مربوط می‌شود. اوراق قرضه شهرداری یک بدهی است که توسط یک سازمان غیرانتفاعی، یک شرکت خصوصی و یا یک نهاد دولتی مرتبط با مدیریت شهری با استفاده از وام برای پروژه‌های دولتی از جمله ساخت مترو، بیمارستان‌ها و بزرگراه‌ها صادر می‌شود تا شهرداری یا شرکت تابعه آن، با تعهد نسبت به تامین سرمایه موردنیاز اقدام به بهره‌برداری از طرح‌های مدیریت شهری خود کند. در این گزارش، رقم اوراق بدهی

خبر خوان



طبق آمار سجامی‌شده‌ها

تهرانی‌ها همچنان در صدر هستند

بررسی آمار افرادی که در سامانه سجام ثبت نام کرده‌اند، نشان می‌دهد که تهرانی‌ها همچنان و مانند ماه‌های گذشته در صدر این لیست قرار دارند و بیش از ۱۸ هزار تهرانی در این سامانه ثبت نام کرده‌اند. به گزارش ایسنا، تازه‌ترین آمارها نشان می‌دهد که در تیرماه سال جاری، تعداد ۸۹ هزار و ۱۲۰ ثبت نام از سوی سرمایه‌گذاران حاضر در بازار سرمایه در سامانه «سجام» صورت گرفته و تعداد احراز هویت‌شده‌ها نیز با عبور از ۱۱۲ هزار سه‌هزار در این ماه به ۱۱۲ هزار و ۲۶۳ مورد رسیده است. بر این اساس، در خردادماه امسال تعداد ثبت نام در سامانه سجام ۷۶ هزار و ۲۱۴ و تعداد احراز هویت‌شده‌ها نیز ۱۰۱ هزار و ۱۶۵ مورد بوده است. براساس این گزارش، تعداد نفرات ثبت نام شده در سامانه سجام هر استان حاکی از آن است که پنج استان تهران با ۱۸ هزار و ۸۸۰ مورد، اصفهان با ۶۳۸۷ مورد، خوزستان با ۶۲۵۳ مورد، کرمان با ۶۲۲۷ مورد و خراسان رضوی با ۵۷۸۹ مورد در صدر بیشترین ثبت نام شده‌ها در کل کشور قرار دارند. از سوی دیگر براساس آمارهای منتشرشده، پنج استان ایلام با ۵۵۵، کهگیلویه و بویراحمد با ۵۶۴، چهارمحال و بختیاری با ۶۵۲، خراسان جنوبی با ۶۷۰ و سمنان با ۷۰۲ مورد در انتهای لیست کمترین ثبت نام‌شده‌های در بین سایر استان‌ها قرار دارند. این در حالی است که در خردادماه هم تهرانی‌ها با ۱۶ هزار و ۶۶۱ مورد در صدر لیست ثبت نامی‌ها در سجام ایستاده بودند. گفتنی است سامانه سجام «سامانه جامع ثبت اطلاعات مشتریان» به نشانی WWW.SEJAM.IR، برای الکترونیک کردن و خودکار کردن فرآیند جمع‌آوری و مدیریت اطلاعات مشتریان است و عملیاتی شدن این سامانه باعث افزایش دقت، سرعت و بهره‌وری در زمینه جمع‌آوری اطلاعات و ارائه خدمات عمومی و مهمتر از همه، یکپارچگی سامانه‌های اطلاعاتی شده است.

رئیس کل بانک مرکزی مطرح کرد

تامین بدون وقفه ارز برای واردات واکسن

رئیس کل بانک مرکزی گفت تامین ارز برای واردات واکسن بدون هیچ مشکلی در جریان است و با وجود تمام مشکلات و کمبودها، ارز برای واردات واکسن تامین خواهد شد. به گزارش بانک مرکزی، اکبر کمیجانی در بازدید از مراکز واکسیناسیون کارکنان شبکه بانکی درخصوص تامین ارز واردات واکسن اظهار داشت: تامین ارز برای واردات واکسن بدون هیچ مشکلی در جریان است و باوجود تمام مشکلات و کمبودها، ارز برای واردات واکسن تامین خواهد شد. وی افزود: بانک مرکزی طبق وظیفه محوله، صرفا ارز لازم را برای واردات واکسن کرونا فراهم می‌کند و ستاد مقابله با کرونا و وزارت بهداشت مطابق برنامه‌ریزی های کارشناسانه خود، اقدام به واردات و توزیع واکسن‌ها در کشور می‌کنند. رئیس بانک مرکزی درباره واکسیناسیون کارکنان شبکه بانکی هم گفت: طی یک سال و نیم اخیر بیش از ۳۰ هزار نفر از کارکنان بانکی گرفتار بیماری کرونا شده‌اند و ۲۶۰ تن از همکاران جان خود را در اثر ابتلا به کرونا از دست دادند و از این رو وزارت بهداشت و ستاد ملی مقابله با کرونا تشخیص دادند که همکاران بانکی نیز در معرض آسیب جدی قرار دارند. وی با تأکید بر اینکه تمامی کارکنان شبکه بانکی در عملیات واکسیناسیون پوشش داده خواهند شد و هم‌اکنون در بیشتر استان‌ها و شهرستان‌ها عملیات واکسیناسیون شبکه بانکی رو به اتمام است، گفت: با توجه به اینکه ۶۰ درصد کارکنان شبکه بانکی در تهران مشغول هستند، ۱۷ مرکز مجزا برای واکسیناسیون همکاران بانکی تعیین شده است و تا پایان این هفته عملیات واکسیناسیون با موفقیت به پایان خواهد رسید.

با حکم رئیسی

مخبر معاون اول رئیس جمهور شد

سید ابراهیم رئیسی طی حکمی محمد مخبر را به عنوان معاون اول رئیس جمهور منصوب کرد. محمد مخبر از سال ۸۶ سمت ریاست ستاد اجرایی فرمان امام را برعهده داشته و پیش از این سمت‌های همچون معاونت بازرگانی و حمل و نقل بنیاد مستضعفان و ریاست هیأت مدیره بانک سینا و همچنین معاونت استانداری خوزستان را در کارنامه خود به ثبت رسانده است. مخبر که دانش‌آموخته دکترای حقوق بین‌الملل است پیش از فعالیت در بنیاد، در سمت‌هایی چون معاون اجرایی و مدیرعامل شرکت مخابرات خوزستان و مدیرعامل شرکت مخابرات دزفول مشغول به کار بوده است. او متولد دزفول و دارای سوابق و فعالیت‌های انقلابی در دوران طاغوت و سوابق مدیریتی پس از پیروزی انقلاب است. مسئول بهداری سپاه دزفول در زمان جنگ، مدیرعامل مخابرات دزفول، معاون بازرگانی بنیاد مستضعفان بوده و از سال ۱۳۸۶ تاکنون نیز ریاست ستاد اجرایی فرمان امام (ره) را برعهده داشته است. از جمله اقدامات او در ستاد اجرایی فرمان امام (ره) می‌توان به تأسیس بنیاد برکت، بنیاد احسان، موسسه دانش‌بنیان برکت، گروه توسعه اقتصادی تدبیر، راهاندازی قرارگاه محرومیت‌زدایی و پیشرفت در مسیر خدمت به محرومان و مستضعفین و تولید نخستین واکسن ایرانی کرونا (کوو ایران برکت) اشاره کرد.

در کمیسیون اقتصادی مجلس بررسی شد

تخلفات اجرایی قانون چک

سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس از بررسی گزارش تخلفات اجرایی این قانون در جلسه یکشنبه این کمیسیون خبر داد. غلامرضا مرحبا در این خصوص گفت: در این جلسه قرار بود لیست اعضای پیشنهادی کابینه به کمیسیون ارائه شود و بررسی برنامه وزرای پیشنهادی در دستور کار قرار گیرد که این لیست ارائه نشد و ما به دستور کار عادی کمیسیون برگشتیم. او افزود: در جلسه امروز طرح مالیات بر عایدی سرمایه با حضور دستگاه‌های مرتبط مورد بررسی قرار گرفت. نمایندگان دستگاه‌ها نظرات کارشناسی خود را ارائه کرده، در مورد حجم و نوع تراکنش‌هایی که باید به سازمان مالیاتی ارسال شود و همین‌طور رویکرد قانون که تنظیم‌گری برای سرمایه‌های غیرمولد یا درآمدی باشد مباحثی مطرح شد و در نهایت به مرکز پژوهش‌ها ماموریت داده شد تا پایان هفته ویرایش نهایی متن قانون را به کمیسیون ارائه کند تا بررسی نهایی انجام شود.

به گفته مرحبا، همچنین در این جلسه گزارش نظارتی تخلفات مربوط به اجرای قانون چک قرائت شد، نماینده بانک مرکزی توضیحاتی ارائه کرد و قرار شد استعلاماتی از دستگاه‌های دیگر گرفته شود. با توجه به شرایط خاص کرونا و اینکه برخی تاخیرها در اجرای قانون ممکن است به علت تصمیمات ستاد مقابله با کرونا باشد قرار شد این موضوع بررسی شود و در جلسات آتی گزارش تکمیلی ارائه شود.

فرصت امروز: بازار سرمایه در هفدهمین روز مردادماه روزی پرنوسان را سپری کرد و در حالی که شاخص کل بورس تهران در ساعات ابتدایی معاملات یکشنبه روند کاهشی داشت، در ساعات میانی معاملات روندی صعودی به خود گرفت و در پایان با ۱۰ هزار و ۱۰۰ واحد رشد در رقم یک میلیون و ۴۱۷ واحد ایستاد. در معاملات این روز بیش از ۷ میلیارد و ۴۵۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۵ هزار و ۲۲۵ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین شاخص کل هم‌وزن با ۳ هزار و ۵۳۶ واحد افزایش به ۴۰۷ هزار و ۷۹۱ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با ۲ هزار و ۲۳۴ واحد رشد به ۲۵۷ هزار و ۶۴۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۶ هزار و ۷۹۳ واحد و شاخص بازار دوم ۲۲ هزار و ۲۲۳ واحد رشد داشتند. گروه شیمیایی با ۸۰ هزار و ۸۰۵ معامله به ارزش ۶ هزار و ۷۲ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۶۰ هزار و ۷۰۶ معامله به ارزش ۵ هزار و ۹۱۸ میلیارد ریال، گروه خودرو با ۶۹ هزار و ۵۶۶ معامله به ارزش ۳ هزار و ۸۷۶ میلیارد ریال، گروه بانک‌ها با ۲۷ هزار و ۲۴۷ معامله به ارزش ۲ هزار و ۹۸۲ میلیارد ریال و گروه فرآورده‌های نفتی به ۲۸ هزار و ۴۷۴ معامله به ارزش ۲ هزار و ۵۸۶ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز روند صعودی آیفکس با ۶۷ واحد رشد تداوم یافت.

رشد یکپارچه شاخص‌های بورس تهران

روند صعودی بورس تهران در جریان معاملات روز گذشته با رشد ۱۰ هزار واحدی شاخص کل ادامه یافت و سایر شاخص‌ها نیز عملکردی صعودی داشتند. در جریان معاملات این روز نمادهای فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۳ هزار و ۲۴۴ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس (فارس) با ۲هزار و ۷۵۳ واحد، گروه مینا (مینا) با ۶۷۸ واحد، گروه صنعتی و معدنی گل‌گهر (گلگل) با ۶۳۹ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۵۶۰ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۵۱۳ واحد، پالایش نفت تبریز (شبریز) با ۳۶۹ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۳۴۸ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۲۸۳ واحد تأثیر

مثبت بر شاخص بورس داشتند. در سوی مقابل نیز توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۳۳۰ واحد، مدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۳۲۷ واحد، بانک پارسیان (ویپارس) با ۲۲۳ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲۹۵ واحد، بانک ملت (ومملت) با ۲۳۴ واحد، پتروشیمی شیراز (شیراز) با ۲۱۲ واحد، گروه صنعتی پاکشو (پاکشو) با ۱۶۵ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۱۵۹ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۱۴۸ واحد و مخابرات ایران (اخبر) با ۱۴۷ واحد تأثیر منفی بر شاخص بورس داشتند.

همچنین نماد سپید ماکیان (سپید)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، گروه دارویی برکت (برکت)، فولاد مبارک اصفهان (فولاد)، گروه مدیریت ارزش سرمایه صندوق بازنشتستگی کشوری (ومدیر)، پالایش نفت اصفهان (شپنا) و ملی صنایع مس ایران (فملی) از جمله نمادهای پُر تراکنش بودند. گروه شیمیایی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳۳۵ میلیون و ۷۳۸ هزار برگه سهم به ارزش ۶هزار و ۷۲ میلیارد ریال دادوستد شد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص فرابورس بیش از ۶۷ واحد افزایش داشت و بر روی کانال ۲۰ هزار و ۳۰۸ واحد ثابت ماند. در این بازار ۳ میلیارد و ۲۵۰ میلیون برگه سهم به ارزش ۴۹ هزار و ۳۹۴ میلیارد ریال دادوستد شد. نماد پلیمیر آریاساسول (آریا)، فرابورس ایران (فرابورس)، پالایش نفت شیراز (شراز)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، پالایش نفت لاوان (شاوان)، بیمه کوثر (کوثر)، پتروشیمی مارون (مارون)، گروه توسعه مالی مهرآیندگان (ومهان)، بیمه تجارت نو (بنو)، صنعتی مینو (غصینو) و توسعه و عمران استان کرمان (کرمان) تأثیر مثبت بر شاخص فرابورس داشتند. همچنین پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، بانک دی (دی)، بیمه سامان (بساما)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، موسسه اعتباری ملل (وملل) و شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا) با تأثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

بازگشت سرمایه‌ها با متعادل‌شدن معاملات سهام

سرمایه‌گذاران با وجود تنوع ابزارهای مالی به این بازار جلب می‌شود که این امر منجر به ارتقای معاملات بازار سرمایه خواهد شد.

به گفته وی، بازار سرمایه باید ابزار مختلفی را در اختیار طیف وسیعی از سرمایه‌گذاران قرار دهد تا از این طریق شاهد بازگشت سرمایه‌ها و افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در این بازار باشیم. این کارشناس بازار سرمایه روند معاملات بورس را مورد پیش‌بینی قرار داد و افزود: براساس بررسی‌های انجام شده به نظر می‌رسد روند معاملات بازار سرمایه در کوتاه مدت و میان مدت با روندی معقول و منطقی ادامه یابد.

امیرباقری با تأکید بر اینکه رشد فعلی بازار سهام را باید از روند صعودی این بازار در ابتدای سال ۹۹ جدا کرد، گفت: رشد هیجانی سال گذشته بازار بر مبنای چشم‌انداز سنگین تورمی صورت گرفت در حالی که رشد فعلی بازار در بستر ثبات و واقعی شدن قیمت‌ها و با توجه به پارامترهای حال و آتی اقتصادی رخ خواهد داد.

او در پایان به تغییر قیمت‌های جهانی اشاره و بیان کرد: شاخص دلار در بعد جهانی در ارقام فعلی تثبیت شده است و قیمت کامودیتی‌ها با تغییر چندیانی مواجه نشده است؛ بنابراین همچنان عوامل داخلی مانند تورم انتظاری، نرخ بازده مورد انتظار و نرخ ارز از جمله مسائل اثرگذار بر معاملات بازار سرمایه است.

گفتنی است شاخص کل در بازار بورس روز شنبه، ۱۶ مردادماه یک هزار و ۷۱۸ واحد رشد داشت که در نهایت این شاخص به رقم یک میلیون و ۴۰۷ هزار واحد رسید. شاخص کل در معاملات روز یکشنبه نیز با رشد ۱۰ هزار واحد و ۱۰۰ واحدی در رقم یک میلیون و ۴۱۷ واحد ایستاد.

جهش ۱۰ هزار واحدی شاخص بورس تهران در هفدهمین روز مرداد

صعود دسته‌جمعی شاخص‌ها



چگونه نتیجه‌بخشی بازاریابی دیجیتال برندان را افزایش دهید؟

به قلم: برد اندرسون

ویراستار محتوا در موسسه ReadWrite

ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی دیجیتال یکی از محبوب‌ترین الگوهای بازاریابی در سراسر دنیا محسوب می‌شود. براساس گزارش استاتیستا، در سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۱۳ درصد از درآمد برندهای آمریکایی در بازاریابی دیجیتال سرمایه‌گذاری شده است. این امر به خوبی اهمیت بازاریابی دیجیتال در دنیای کنونی را نشان می‌دهد.

بازاریاب‌ها همیشه به دنبال افزایش نتیجه‌بخشی اقدامات بازاریابی‌شان هستند. این امر دارای اهمیت بسیار زیادی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. درست به همین خاطر موضوع اصلی مقاله کنونی در همین رابطه است. اگر شما از برخی تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی برای بازاریابی دیجیتال استفاده کنید، تأثیرگذاری کمپین‌های‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند. اینطوری با سطح یکسانی از سرمایه‌گذاری در بازاریابی دیجیتال سود بسیار بیشتری را دریافت خواهید کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

توجه به نرخ تبدیل

مهمترین نکته در دنیای بازاریابی دیجیتال تبدیل مخاطب هدف به مشتریان واقعی است. در این میان ترافیک سایت، تعداد فالوورها در شبکه‌های اجتماعی و همچنین تعداد تماس‌های دریافتی از سوی خریداران مهم نیست. اگر شما بیشترین تعداد فالور در شبکه‌های اجتماعی را هم داشته باشید، اما خبری از مشتری واقعی نباشد کمپین‌تان با شکست رو به رو شده است.

راهکار اصلی در زمینه فرار از شکست کمپین بازاریابی دیجیتال تلاش برای سازماندهی آن از همان گام اول برای تبدیل مخاطب هدف به مشتریان است. نرخ تبدیل در این میان کمک شایانی به شما خواهد کرد. تنها نرخ‌ی که در دنیای بازاریابی دیجیتال اهمیت دارد، همین نرخ تبدیل است. اگر شما این نرخ را افزایش دهید، یعنی در تبدیل کاربران به مشتریان برندان موفقیت بالایی داشته‌اید، در غیر این صورت تلاش‌های‌تان بدون نتیجه باقی مانده است.

توصیه ما در این بخش برای شما تلاش برای بهینه‌سازی نرخ تبدیل برندان است. بدون تردید این امر سختی‌های بسیار زیادی دارد. درست به همین خاطر شما باید زمان قابل ملاحظه‌ای برای آن اختصاص دهید. اگر کسب و کار شما به طور مداوم کمپین‌های قبلی بازاریابی دیجیتالش را مورد ارزیابی قرار دهد، امکان بهینه‌سازی کمپین‌های بعدی به بهترین شکل ممکن فراهم خواهد شد. اینطوری شما دیگر دردرسهای زیادی در زمینه تعامل با مشتریان‌تان نخواهید داشت.

پیروی از داده‌های معتبر

شما تمام اقدامات‌تان در دنیای بازاریابی دیجیتال را باید براساس کاربرد داده‌ها بنا سازید. داده‌های دقیق و درست راهنمای خوبی برای شما به منظور تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. امروزه ابزارهای زیادی برای دسترسی به داده‌های موردنیاز برندها وجود دارد. با این حساب شما مشکلی در زمینه دسترسی به داده‌های موردنیازتان نخواهید داشت.

نکته مهم در این میان پردازش داده‌های موردنظر است. به عنوان مثال، اگر داده‌های مربوط به رفتار مشتریان استقبال‌شان از تردی تازه را نشان می‌دهد، شما باید به خوبی از ترند موردنظر در تولید محتوای‌تان استفاده نمایید. همچنین مدیریت سئو براساس داده‌های معتبر نیز نکته مهم دیگری است که باید آن را مدنظر قرار داد.

توجه به استراتژی تصویر بزرگ

استراتژی تصویر بزرگ به اهمیت انسجام میان کمپین‌های کوچک و کوتاه‌مدت برندها اشاره دارد. امروزه اغلب برندها حوصله طراحی کمپین‌های بلندمدت را ندارند. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به تصویری است که هر کدام از کمپین‌های برند در کنار هم برای مخاطب هدف ایجاد می‌کند. اگر تصویر مورد نظر جذابیت زیادی برای مشتریان داشته باشد، تمام تلاش‌های بازاریابی شما بی‌نتیجه باقی خواهد ماند.

امروزه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر کمپین‌های‌شان در بازاریابی دیجیتال هیچ پیوندی با هم ندارند. با این حساب شما در کمپین‌های بعدی‌تان باید تصویر بزرگ برندان را مدنظر قرار دهید.

توجه به ماجراجویی مشتریان در کنار برندان

تجربه مشتریان از تعامل با یک برند اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر مشتریان تجربه لذت‌بخشی از تعامل و خرید از برند شما داشته باشند، احتمالا دوباره میزان آنها برای خرید بیشتر خواهد بود، در غیر این صورت شاید حتی یک بار دیگر هم آنها را نبینید. نکته مهم در این میان برنامه‌ریزی تمام جزییات ماجراجویی مشتریان در کنار برندان است. شما اینطوری امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و شخصی‌سازی تعاملش با خودتان را خواهید داشت. استفاده از المان‌های جذاب و ترندهای تازه در ترسیم ماجراجویی مشتریان با برندان بهترین نکته برای جلب نظر آنها محسوب می‌شود.

منبع: readwrite.com



فرصت‌های بازاریابی در ورزش‌های الکترونیک



ترجمه: علی آل‌علی

دنیای بازی‌های کامپیوتری هیچ‌گاه تا این اندازه جذاب نبوده است. امروزه بسیاری از افراد که حتی به طور رسمی گیمر نیستند، برای گذراندن اوقات فراغت‌شان از بازی‌های مختلف استفاده می‌کنند. این امر گردش مالی بسیار بزرگی در صنعت گیم ایجاد کرده است. بنابراین شما به بهترین شکل ممکن امکان استفاده از فرصت‌های موجود در این حوزه را دارید. یکی از فرصت‌های موردنظر مربوط به دنیای بازاریابی است.

وقتی یک عرصه مورد توجه مردم قرار گیرد، سر و کله بازاریاب‌ها به سرعت در آنجا پیدا می‌شود. بنابراین حضور بازاریاب‌ها در دنیای گیم و تلاش برای تأثیرگذاری بر روی گیمرهای مختلف امری طبیعی محسوب می‌شود. بازی‌های رایانه‌ای در طول یک دهه گذشته مجموعه‌ای از مسابقات و رقابت‌های آنلاین تحت عنوان ورزش‌های الکترونیک (eSports) را سازمان داده است. بنابراین اگر شنیدید کسی در حوزه ورزش‌های الکترونیک فعالیت دارد، نیازی به تعجب بسیار زیاد نیست. صنعت ورزش الکترونیک ارزشی معادل ۱٫۷ میلیارد دلار در سراسر دنیا دارد. این ورزش بیش از هر گروه سنی دیگری افراد میانسال را درگیر کرده است. یکی از دلایل موفقیت استودیوهای بازی‌سازی نیز همین هدف‌گذاری بر روی افراد میانسال است. دقیقاً به همین خاطر امکان کسب سودهای کلان از سوی چنین استودیوهایی فراهم شده است.

اگر بخواهیم خیلی شفاف درباره تاریخچه بازی‌های رایانه‌ای یا به عبارت بهتر ورزش‌های الکترونیک صحبت کنیم، باید به ردبول اشاره کنیم. بی‌شک وقتی پای یک مسابقه هیجان‌انگیز در میان باشد، ردبول نیز در آن دور و اطراف به چشم می‌خورد. همین امر به داستان ما جذابیت بسیار زیادی می‌بخشد. امروزه حتی برندهایی مثل مرسدس بنز و کوکاکولا نیز در این صنعت پرسود حضور چشمگیری دارند. با این حساب شما حوزه‌ای با حضور برندهای بسیار حرفه‌ای را انتخاب کرده‌اید.

ردبول نخستین بسار برای جلب نظر گیمرها به محصولاتش اقدام به فعالیت به عنوان اسپانسر مسابقات ورزش‌های الکترونیک‌ی کرد. نکته جالب اینکه امروزه ردبول تقریباً در هر مسابقه رایانه‌ای به عنوان اسپانسر حضور دارد. دقیقاً به همین خاطر گیمرها از مشتریان ثابت محصولات این برند هستند.

انتخاب ورزش‌های الکترونیک به عنوان یکی از حوزه‌های بازاریابی همیشه پرسرپرانگیز است. مهمترین مسئله در این میان استقبال بسیار زیاد گیمرها از بازی‌های مختلف مسابقات ورزشی در این رشته است. با این حساب شما با فعالیت بازاریابی در بازی‌های رایانه‌ای فرصت تکرارنشدنی برای جلب نظر گیمرها خواهید داشت. امروزه جمعیت گیمرها در سراسر دنیا به طور روزافزونی در حال افزایش است. با این حساب شما باید توجه شگرفی به این حوزه نشان دهید.

بسیاری از برندها برای پرموت کردن محصولات‌شان دردرسهای زیادی را پشت سر می‌گذارند. این امر شامل تلاش‌های بی‌پایان برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان و همچنین جلب نظرشان به برند است. اگر شما در این میان به بازاریابی در مسابقات ورزش‌های الکترونیک یا گیم‌های مشهور توجه نشان دهید، به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را خواهید داشت.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات در رابطه با بازاریابی در صنعت گیم یا به عبارت بهتر مسابقات الکترونیک‌ی است. این امر شما را به سوی موفقیت چشمگیر در این حوزه راهنمایی خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

نمایش تبلیغات درون بازی‌ها

سرمایه‌گذاری بر روی طراحی استراتژی بازاریابی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای طراحی یک استراتژی درست و حسابی کلی هزینه اضافی خرج می‌کنند. اگر شما به دنبال راهکاری ساده و کاربردی برای شروع فعالیت‌تان در حوزه بازاریابی در صنعت گیم هستید، بهترین گزینه توجه به تبلیغات درون بازی‌های مختلف است. این امر شما را به طور مستقیم به برخی از بزرگترین مشتریان دنیا وصل خواهد کرد.

همانطور که پیش از این اشاره کردیم، بسیاری از مردم در سراسر دنیا از گیم‌های مختلف به عنوان سرگرمی و تفریح استفاده می‌کنند. اگر آنها در چنین شرایطی با تبلیغات برند شما مواجه شوند، واکنش بسیار بهتری نسبت به آنها خواهند داشت. بنابراین شما باید شانس‌تان در این حوزه را به طور قابل ملاحظه‌ای امتحان نمایید.

یکی از نکات مهم در طراحی تبلیغات درون برنامه‌ای برای گیمرها توجه به هوش بالایی‌شان است. اگر تبلیغات شما ماهیت آزاردهنده یا بی‌کیفیت داشته باشد، گیمرها به سرعت آن را ریپورت خواهند کرد. نتیجه این امر عدم پذیرش تبلیغات شما از سوی بازی موردنظر در بلندمدت خواهد بود. بنابراین همیشه پیش از نهایی کردن وضعیت بازاریابی‌تان دست‌کم از یک کارشناس تبلیغات کمک بگیرید. اینطوری احتمال مواجهه با مشکل در زمینه بازاریابی به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

اشتباه بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی درون عنوان‌های مختلف گیم عدم توجه به رده سنی مخاطب هدف‌شان است. اگر شما هنوز فکر می‌کنید گیم‌های مختلف فقط مخصوص کودکان است، سخت در اشتباهید. امروزه اغلب مردم دنیا از گیم‌ها به عنوان تفریح‌ی جذاب برای اوقات فراغت

استفاده می‌کنند. با این حساب شما امکان تأثیرگذاری بر روی مشتریانی با دامنه‌های سنی مختلف در صنعت گیم را خواهید داشت. این امر باید شما را به سوی طراحی محتوای بازاریابی جذاب هدایت نماید، در غیر این صورت شانس‌ی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهد داشت. یکی از جذابیت‌های بازاریابی درون عنوان‌های مختلف گیم فضاهای مختلف برای نمایش محتواست. این امر آزادی عمل بسیار زیادی برای شما و تیم بازاریابی‌تان به همراه خواهد داشت. بنابراین شما باید در این راستا عملکرد بسیار دقیقی داشته باشید. وقتی فضای بازاریابی زیادی در اختیار شماست، باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باشید، در غیر این صورت شاید عمر بازاریابی‌تان در گیم‌های برتر به یک سال هم نکشد.

تبلیغات پویا

تبلیغات پویا از چند سال گذشته به طور چشمگیری در میان برندها محبوبیت پیدا کرده و تقریباً هر مشتری به آنها روی خوش نشان می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان به دنبال استفاده از چنین تبلیغاتی هستند. بدون تردید این امر در نگاه نخست سختی‌های بسیار زیادی دارد، اما ارزش تحمل سختی‌های مختلف و اختصاص زمان طولانی برای طراحی تبلیغات پویا را دارد.

وقتی از تبلیغات پویا صحبت می‌کنیم، چیزی فراتر از بازاریابی درون گیم‌ها را مدنظر داریم. کاربران در بازاریابی درون گیم پیش از شروع بازی یک صفحه تبلیغاتی را مشاهده می‌کنند، اما وضعیت در تبلیغات پویا به طور کامل متفاوت است. یکی از نمونه‌های موفق تبلیغات پویا در عنوان‌های بازی مربوط به مسابقات League of Legends است. برگزارکنندگان این سری مسابقات در عنوان بازی بتلفیلد از برخی پرچم‌ها به عنوان تبلیغات پویا در داخل بازی استفاده کرده‌اند. به این ترتیب برندهایی مثل مسترکارت امکان نمایش محتوای بازاریابی‌شان برای مخاطب هدف در این فضا را پیدا کردند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما در نظر گیمرها اهمیت بسیار زیادی دارد.

دلیل این امر برداشت گیمرها از توجه برندها به سلیقه‌شان و تلاش برای حضور در کنار آنهاست. این امر در دنیایی که اغلب افراد گیم را مخصوص کودکان می‌دانند، نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. بنابراین شما باید تلاش برای حضور در کنار گیمرها به ویژه در بازی‌های مورد علاقه‌شان باشید. اغلب اوقات تبلیغات پویا فقط در مسابقات ورزش‌های الکترونیک‌ی روی می‌دهد. بنابراین شما نیازمند همکاری نزدیک با چنین مسابقاتی خواهید بود. اینطوری امکان نمایش تبلیغات‌تان به بهترین شکل ممکن را به دست می‌آورید.

مهمترین نکته در تبلیغات پویا تلاش برای صرف نظر از محتوای متنی است. شما باید بیش از هر نکته دیگری به دنبال محتوای بصری باشید. دلیل این امر ماندگاری بیشتر محتوای بصری و همچنین سازگاری‌شان با ساختار بازی‌های رایانه‌ای است. محتوای متنی موجب برهم خوردن کیفیت بازی و همچنین لطمه به وجهه زیبایی گرافیکی بازی می‌شود. بنابراین شما همیشه باید از محتوای بصری برای تبلیغات پویا در مسابقات ورزش‌های الکترونیک‌ی استفاده نمایید، در غیر این صورت شاید موجی از اعتراض‌های گیمرها را دریافت نمایید.

همکاری با اینفلوئنسرهای ورزش‌های الکترونیک‌ی

اینفلوئنسررها در گوشه و کنار دنیا حضور دارند. شما فقط باید اینفلوئنسرهای مناسب برای برندان را پیدا کرده و اقدام به همکاری با آنها نمایید. این امر امکان تعامل با مخاطب هدف و همچنین بازاریابی بهتر را به همراه خواهد داشت. امروزه مردم حرف‌شنوی بسیار بهتری از اینفلوئنسرها در مقایسه با خوشنام‌ترین برندهای بازار دارند. دلیل این امر هرچه باشد، شما باید استفاده بهینه را از فرصت پیش آمده ببرید. شما با توجه به اینفلوئنسرهای دنیای گیم امکان ایجاد هیجان بالا در میان گیمرها را دارید. این امر به معنای فروش بیشتر و امکان تعامل هرچه بهتر با دامنه گسترده‌ای از گیمرها خواهد بود.

برند ردبول نخستین تلاش‌های خود برای بازاریابی در دنیای گیم را با همکاری برخی از اینفلوئنسرها مشهور شروع کرد. درست به همین خاطر دارای شهرت بسیار زیادی در میان گیمرهای سراسر دنیاست. اگر شما به دنبال یک گیمر مناسب برای پرموت کردن محتوای بازاریابی‌تان هستید، باید به دقت ویژگی‌های طرف مقابل‌تان را در نظر بگیرید. امروزه اینفلوئنسرها براساس سبک بازی‌شان دسته‌بندی می‌شوند. با این حساب شما اول از همه باید تعیین کنید به دنبال بازاریابی در چه حوزه‌ای از بازی‌های رایانه‌ای هستید. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان کمک خواهد کرد. همچنین شانس بالایی به شما برای پیدا کردن اینفلوئنسر در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌دهد.

امروزه برخی از برندها برای پیدا کردن اینفلوئنسر موردنظرشان به سایت‌های مختلف اعتماد می‌کنند. پیشنهاد ما در این میان تلاش برای پیشبرد امور بدون اعتماد به دیگر موسسه‌هاست. شما باید خودتان اینفلوئنسر دلخواه‌تان را انتخاب کنید، در غیر این صورت هر لحظه امکان بروز مشکلات عمده فراهم خواهد شد. این امر کسب و کار شما را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه می‌دهد.

آخرین نکته‌ای که در همکاری با اینفلوئنسرها باید مدنظر قرار گیرد، بحث هزینه همکاری است. اگر شما در ابتدای کار برندان دست روی یک اینفلوئنسر بزرگ بگذارید، مجبور به پرداخت هزینه بسیار زیادی خواهید شد. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندان به همراه داشته و شما را در بازار حساس‌ی عقب می‌اندازد. همچنین هزینه مالی زیادی

هم برای برندان به همراه دارد. یکی از نمونه‌های موفق همکاری با اینفلوئنسرها مربوط به نوشیدنی‌های انرژی‌زای بنگ است. این نوشیدنی‌ها با همکاری برخی از اینفلوئنسرهای دنیا گیم و با نام‌های اختصاصی‌شان تولید می‌شود. بنابراین گیمرها به هنگام خرید نوشیدنی‌های انرژی‌زا اول از همه سراغ این برند خواهند آمد.

فعالیت به عنوان اسپانسر یک تیم

مسابقات ورزش‌های الکترونیک‌ی درست مانند سایر مسابقات ورزشی نیازمند استفاده هر تیم از یک لباس یکدست است. این امر فرصت مناسبی برای اسپانسرها به منظور جلب نظر دامنه وسیعی از طرفداران این حوزه فراهم می‌کند. بسیاری از برندها در این میان ارائه خدمات اسپانسرینگ در دنیای گیم را جذاب ارزیابی می‌کنند. دلیل این امر هزینه پایین اسپانسری در این حوزه و از طرف دیگر دامنه وسیع طرفدارهای مسابقات الکترونیک‌ی است. تمام این نکات شما را به سوی تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سوق می‌دهد.

فعالیت به عنوان اسپانسر یک تیم در مسابقات ورزش‌های الکترونیک‌ی نیازمند هماهنگی کامل با تیم موردنظر است. شما باید دامنه حمایت‌تان از تیم موردنظر و انتظارات‌تان از آنها را بیان کنید. فقط در این صورت امکان ساماندهی یک همکاری مناسب فراهم می‌شود. مشکل بسیاری از برندها در این میام عدم هماهنگی اولیه و سپس مواجهه با مشکلات بسیار عمده در میان راه است.

اگر شما پیش از برگزاری مسابقات یک جلسه کامل با حضور تمام اعضای تیم داشته باشید، امکان دستیابی به توافق ساده‌تر از زمان دیگری می‌شود. به هر حال هر تیم ورزشی در زمینه همکاری با اسپانسرها دارای برخی انتظارات اولیه است. اگر شما در همان ابتدای همکاری از انتظارت یکدیگر آگاهی پیدا کنید، روند توسعه همکاری بسیار ساده‌تر خواهد شد. اغلب اوقات چنین همکاری‌هایی برای مدت زمانی طولانی دوام می‌آورد.

بنابراین شما باید به چنین شیوه‌ای توجه ویژه‌ای نشان دهید.

اگر شما دارای کسب و کار کوچک و بودجه محدودی هستید، اقدام برای اخذ اسپانسری یک تیم به تنهایی کار ساده‌ای نیست. این امر بحران مالی عمده‌ای نیز برای شما به همراه خواهد داشت. با این حساب شما باید به دنبال راهکار دیگری باشید. توصیه ما در این بخش تلاش برای اخذ اسپانسری دیگر تیم‌های مسابقات ورزشی الکترونیک‌ی به طور مشترک با یک یا چند برند دیگر است. این امر هزینه کار را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. همچنین به شما فرصت بسیار عالی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در ابتدای مسیر شروع کسب و کار‌تان خواهد داد.

تبلیغات سنتی در دنیای گیم

تبلیغات سنتی یکی از ساده‌ترین شیوه‌های کسب موفقیت در دنیای کسب و کار است. این امر شامل فعالیت به عنوان سرمایه‌گذار یک بازی و همچنین وارد کردن یکی از شخصیت‌های اصلی برند به سیر داستانی بازی است. بهترین نمونه در این میان ورود برند برگر کینگ به سرمایه‌گذاری بر روی مجموعه بازی‌های کینگ بود. این مجموعه بازی‌ها با هدف سرگرم ساختن گیمرها با گرافیکی جذاب ساخته شده بود. نکته مهم اینکه همیشه یکی از شخصیت‌های اصلی این بازی‌ها مربوط به برگر کینگ بود یا دست‌کم ردپایی از محصولات این برند در چنین بازی‌هایی پیدا می‌شد. اگر شما در دنیای تبلیغات سنتی همچنان مهارت بالایی دارید، شاید امتحان آن برای برندان ایده چندان بدی نباشد. شما به بهترین شکل ممکن امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت. تنها کاری که در این میان باید انجام دهید، هماهنگی با یک استودیو بازی‌سازی برای طراحی یک گیم با سرمایه‌گذاری خودتان است. این امر امکان جلب نظر گیمرهای مختلف در سراسر دنیا را به همراه خواهد داشت. بنابراین شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با چنین ایده‌هایی را خواهید داشت.

بدون تردید بسیاری از برندها تا به حال در دنیای ورزش‌های الکترونیک‌ی اقدام به بازاریابی کرده‌اند و شاید برخی از آنها نیز با شکست مواجه شده باشند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای به منظور تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود وضعیت برندان است. اگر شما در این میان توجهی به شیوه‌های مطمئن و تضمین‌شده نشان ندهید، شانس بسیار کمی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. همچنین تمام هزینه‌های بازاریابی‌تان نیز بی‌اثر خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان به دنبال راهکارهای مطمئن هستند تا ریسک‌شان به حداقل ممکن برسد. هدف اصلی در این مقاله نیز کمک به شما برای کسب تجربه‌ای جذاب و هیجان‌انگیز در دنیای بازاریابی در ورزش‌های الکترونیک‌ی است. این امر شما را به سوی سرمایه‌گذاری مطمئن سوق می‌دهد. بنابراین به ساده‌ترین شکل ممکن امکان کسب موفقیت در این حوزه را پیدا می‌کنید.

منبع: neilpatel.com



عبدالحسین ارجمند سرپرست شهرداری بندرعباس شد



بندرعباس - **خبرنگار فرصت امروز:** عبدالحسین ارجمند با رای اعضای ششورای اسلامی شهر، به عنوان سرپرست شهرداری بندرعباس انتخاب شد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، شامگاه پنجشنبه ۱۴ مردادماه، در نخستین جلسه علنی شورای ششم شهر بندرعباس، پس از برگزاری انتخاب هیات رئیسه، سرپرست شهرداری بندرعباس انتخاب شد. بر اساس این گزارش، در جلسه امشب این شورا، قاطعه جراه با ۱۱ رای، اسماعیل بوشه با ۹ رای و اسماعیل رئیسی حسن‌لنگی با ۱۱ رای به ترتیب به عنوان رئیس، نائب رئیس و منشی اول شورا برای مدت یک سال انتخاب شدند. در ادامه این جلسه، اعضای شورای ششم با ۱۱ رای حسن رئیسی را به‌عنوان خزانه دار شورا و اسماعیل بوشه را با ۱۰ رای به عنوان سخنگوی شورا انتخاب کردند. همچنین در این جلسه که بعد از انجام مراسم تحلیف و با حضور فرماندار بندرعباس برگزار شد، عبدالحسین ارجمند از میان سه گزینه مطرح شده، با هفت رای موافق به عنوان سرپرست شهرداری بندرعباس انتخاب شد. اضافه می‌شود، عبدالحسین ارجمند از مدیران با سابقه شهرداری بندرعباس است که سابقه سرپرستی مجموعه را در کارنامه دارد. وی همچنین قبلاً به عنوان معاون شهرداری بندرعباس، مدیر شهرداری‌های مناطق یک و دو و همچنین سایر مسئولیت‌های دیگر مشغول فعالیت بوده و تا پیش از این نیز مسئولیت معاونت حمل و نقل و ترافیک شهرداری بندرعباس را بر عهده داشته است.

مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه خبر داد:

۵۵۵۵ دستگاه خودرو در گیلان رایگان گاز سوز شد

رشت - **خبرنگار فرصت امروز:** مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان ، کورش بالادست ، اعلام کرد : « با اجرای طرح دوگانه سوز کردن خودروهای عمومی ؛ ۵۵۵۵ 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 خودرو های عمومی افزود : « از ۲۴ خرداد ماه سال گذشته ؛ زمان شروع اجرای طرح دوگانه سوز کردن رایگان خودروهای عمومی تاکنون تعداد ۵۵۵۵ دستگاه خودرو در گیلان گازسوز شد و این رقم حاکی از رشد ۱۲.۴ درصدی

اجرای این طرح نسبت به ماه گذشته و ۱.۳ 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 ۵۰۳ دستگاه خودرو نیز تأیید 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 سوزکردن رایگان خودروهای عمومی هستند خواست که هر چه سریعتر نسبت به ثبت مشخصات و تکمیل فرآیند ثبت نام خود درسامانه [HTTPS://GCR.NIOPDC.IR](https://GCR.NIOPDC.IR) اقدام نمایند.

تودیع و معارفه معاون امور مالی و پشتیبانی و معاون فروش و خدمات مشترکین شرکت توزیع نیروی برق جنوب استان کرمان

کرمان - **خبرنگار فرصت امروز:** به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق جنوب استان کرمان، این آئین با حضور مدیر عامل، معاونین، مدیران ستادی و همچنین مدیران ۱۶ شهرستان تحت پوشش شرکت به صورت ویدئو کنفرانس صبح امروز ۱۶ مردادماه سال جاری در سالن کنفرانس برگزار شد. در این مراسم، طی احکام جداگانه ای از سوی عبدالوحد مهدوی نیا، مدیرعامل شرکت "مجید رستمی" به عنوان معاونت امور مالی و پشتیبانی و "محمود محمودآبادی" به عنوان معاونت فروش و خدمات مشترکین معرفی گردیدند. عبدالوحد مهدوی نیا در ابتدای این نشست، ضمن عرض خداحافظ به تمامی

همکاران، برای تلاش های شایسته روزی در شرایط سخت پیک تابستان امسال، اظهار نمود: خوشبختانه، هم اکنون شرکت برق جنوب استان کرمان، شاخص های مورد نیاز برای داشتن یک شرکت موفق را داراست و از آن به عنوان یک شرکت موفق و مطرح در میان شرکت های توزیع کشور یاد می شود. وی داشتن سرمایه اجتماعی را شرط لازم برای موفقیت یک سازمان دانست و افزود: با داشتن سرمایه اجتماعی، یک سازمان می تواند به بالاترین سطح خود برسد که همکاران ما با داشتن پشتکار و صداقت، اعتماد افراد بیرون سازمان را که بخش اعظم سرمایه اجتماعی است را جلب نموده اند.

شهردار گرگان:

۳۰+۱۰ برنامه راهبردی و عملیاتی شهرداری گرگان تا سال ۱۴۰۴

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز:** شهردار گرگان از تلاش های مجموعه مدیریت شهری برای بهبود کیفیت زندگی شهروندان و تبدیل این شهر به مقصد عالی برای گردشگران سخن گفت.

دکتر عبدالرضا دادبود در نشست خبری با اصحاب رسانه به مناسبت هفته خبرنگار با تبریک پیشاپیش روز خبرنگار از همراهی ها و تلاش های جامعه خبری استان نسبت به مجموعه مدیریت شهرداری قدرانی کرد.دکتر دادبود در ادامه به توضیح پروژه های کلان در دست احداث شهرداری پرداخت و گفت: یکی از پروژه های بزرگ در دست اقدام، مجموعه بزرگ تجاری و تفریحی «هفت شهر» است که فرصتی بی نظیر برای توسعه اقتصادی و صنعت گردشگری گرگان خواهد بود.وی ادامه داد: احیای بافت تاریخی از آن قبیل طرح هایی بود که شهرداری برای نخستین بار در سال ۹۷ در دستور کار قرار داد و به واسطه آن بسیاری از محلات و محوطه های قدیمی سطح شهر مورد مرمت و بازسازی قرار گرفت.

شهردار گرگان در خصوص پروژه شهر بازی گفت: ساخت و راه اندازی شهربازی مدرن یکی از خواسته ها و آرزوهای دیرینه مردم گرگان بود که با سرمایه گذاری شهرداری و مشارکت بخش خصوصی در زمینی به مساحت ۱۸ هکتار در حال راه اندازی است.دکتر دادبود افزود: هم اکنون اسکلت های شهربازی سرپوشیده در حال ساخت و آماده سازی است و سورتمه ریلی در کشور چین مراحل نهایی تست فنی را پشت سر می گذارد.وی با اشاره به پروژه تله کابین بیان کرد: تمامی مجوزهای لازم برای ساخت تله کابین دریافت و سرمایه گذار بخش خصوصی انتخاب شده و منتظر عقد قرارداد نهایی سرمایه گذار هستیم تا کار ساخت آن آغاز شود.شهردار گرگان در ادامه به سایر پروژه ها در بخش های سرمایه گذاری، تفریحی، گردشگری، رفاهی، خدماتی، فرهنگی، ورزشی و پژوهشی شهرداری اشاره کرد.عبدالرضا دادبود همچنین به افزایش بودجه شهرداری گرگان اشاره و اظهار کرد: بودجه شهرداری گرگان طی سال های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ تا ۴۰۰ درصد افزایش داشته در حالی که در دوره مشابه قبل تنها ۵ درصد افزایش یافته بود.

دکتر دادبود با بیان اینکه طرح های ویژه ای برای سال ۱۴۰۴ پیش بینی کرده ایم گفت: ۴ سال دیگر سن شهرداری به عدد ۱۰۰ می رسد و بنا داریم برنامه های متنوع و مدونی برای آن سالان اجرا کنیم.وی در ادامه بیان کرد: هم اکنون ۱۱۵ هزار خانواده در شهر گرگان ساکن هستند و ما تصمیم داریم از اسسال تا سال ۱۴۰۴ به ازای هر خانواده در سطح و یا حاشیه شهر یک درخت بکاریم.شهردار گرگان به تفاهنامه های بین المللی اشاره کرد و گفت: شهرداری گرگان هم اکنون با شهر گوانگژو که از نظر اقتصادی سومین (بعد از پکن و شانگهای) شهر بزرگ کشور چین است عقد خواهرخواندگی بسته و دو شهر خدمات متقابل را به یکدیگر ارائه می کنند.دکتر دادبود در خصوص حمایت از تیم بسکتبال شهرداری گرگان نیز تصریح کرد: اسسال هم تیم بسبال خوبی روانه مسابقات خواهد شد و از این بابت نگران نیستیم. و امیدواریم همچون سه فصل گذشته عملکرد خوبی در مسابقات داشته باشیم.وی افزود: توجه به ورزش همگانی جزو اولویت های شهرداری گرگان است و در این راستا بسته ها و تجهیزات ورزشی بسیاری در اختیار محلات قرار گرفته است.شهردار گرگان خاطرنشان کرد: شهرداری گرگان طرح ۳۰ - ۱۰ را که به برنامه های راهبردی و عملیاتی اختصاص دارد و شامل ۱۰۰ مگا پروژه و ۳۰ پروژه کلان است تهیه و تدوین کرده و مقرر شده تا سال ۱۴۰۴ به بهره برداری برساند. دکتر دادبود افزود: با بهره برداری از طرح های در دست اقدام، شهر گرگان هم یک شهر با کیفیت برای زندگی شهروندان و هم یک شهر مقصد عالی برای گردشگران خواهد بود.وی در پایان از اصحاب رسانه خواستار پیگیری مطالبات شهروندان در خصوص بهره برداری از طرح های در دست اقدام شهرداری شد.

گرمای خوزستان هم نتوانست مانع تلاش متخصصین نیروگاه رامین اهواز شود

ساخت و بازسازی ۱۸۶ قطعه تخصصی در نیروگاه رامین اهواز

اهواز - **شینم قجاوند:** مدیرعامل نیروگاه رامین اهواز، از ساخت و بازسازی ۱۸۶ قطعه نیروگاهی توسط متخصصان بومی این مجموعه بزرگ صنعتی در اولین ماه تابستان خبر داد.

«خلیل محمدی» مدیر عامل نیروگاه رامین با اعلام این خبر گفت: تلاشگران عرصه ساخت و بازسازی قطعات همپای تولیدگران برق در نیروگاه رامین در ناملایم ترین شرایط این روزهای تابستان گرم خوزستان سختی ها را به جان خریدند و با ساخت و بازسازی قطعات نیروگاهی گنهای مؤثری در جهت رفع نیاز تأمین قطعات مورد نیاز واحدهای نیروگاه رامین برداشتند.

محمدی مجموع تعداد قطعات مورد ساخت و بازسازی در نیروگاه رامین را ۱۸۶ قطعه با تنوع ۱۳۷ قطعه ذکر نمود و افزود: با تکیه بر تجربه و توانمندی کارکنان این نیروگاه در تیرماه در بخش ساخت تعداد ۸۸ قطعه و در بخش بازسازی تعداد ۹۸ قطعه مورد ساخت و بازسازی قرار گرفته اند.

گفتنی است نیروگاه رامین اهواز با ۶ واحد تولیدی و با مجموع ظرفیت یک هزار و ۸۵۰ مگاوات ساعت بزرگترین نیروگاه بخاری کشور است و ضمن تولید پایدار انرژی حیاتی برق و پشتیبانی از شبکه سراسری، بخشی از قطعات مورد نیاز خود را با تکیه بر دانش، تجربه و تخصص کارکنان خود طراحی و مورد ساخت و بازسازی قرار می دهد.



پیام شهردار قم به مناسبت روز خبرنگار



رشد و توسعه جوامع باشد و به هیچ عنوان نمی توان جای خالی شان را در دنیای رسانه ای امروز تصور شد.

مطالبه گری و تلاش در راه انعکاس حق و حقیقت، بدون جهت گیری و قضاوت شاخصه هایی است که در میان انبوه شایعه ها و شایبه هایی که این روزها و به طرق مختلف منتشر می گردد، تفاوت خبرنگارانی را که

قم - **خبرنگار فرصت امروز:** شهردار قم در آستانه فرا رسیدن ۱۷ مرداد ماه سالروز عروج شهید محمود صارمی و روز خبرنگار، در پیامی این روز به اصحاب خبر و رسانه را تبریک گفت.

به گزارش روابط عمومی شهرداری قم، دکتر سید مرتضی سقائیان نژاد با صدور پیامی ضمن گرامیداشت یاد و خاطره شهید محمود صارمی، روز خبرنگار را به خبرنگاران و اصحاب خبر و رسانه تبریک و شادباش گفت. متن پیام شهردار قم به این شرح است:

در گستره ی جهان هستی و جامعه رسانه ای که انسان امروز در آن زندگی را تجربه می کند، آگاهی بخشی و اطلاع رسانی وظیفه ای است پر اهمیت و دارای ثابتنی مقدس و والا که با راستی و درستی توانان است بر و با تلاش بی وقفه عجبین؛ و اصحاب خبر و رسانه، آنان که این وظیفه خطیر را بر عهده دارند و با ابزار اندیشه و قلم خود به این کارزار وارد شدند و در جهت اعتلای سطح آگاهی جامعه از هیچ کوششی فروگذار نمی کنند. تلاش گرانی بی ادعا که حضور و همراهی شان می تواند ارتقاء سطح افکار و اندیشه های افراد جامعه را به دنبال داشته و تسریع کننده

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اعلام کرد:

استقبال از طرح تبدیل رایگان سوخت سی ان جی در آذربایجان شرقی



جی جهت ارائه خدمات سوخت رسانی به خودروهای سی ان جی سوز آمادگی کامل دارند.

خودروی عمومی باری و مسافری در کارگاههای مجاز و فعال منطقه مراحل تبدیل سی ان جی را به انجام رسانده اند و بقیه خودروهای ثبت نام شده که مجاز به بهره مندی از این طرح هستند در نوبت تبدیل رایگان می باشند.علی روح الهی در ادامه افزود: مالکین خودروهای عمومی باری و مسافری در استان آذربایجان شرقی که تاکنون موفق به شرکت در این طرح نشده اند می توانند جهت بهره مندی از مزایای طرح رایگان تبدیل سی ان جی با مراجعه به سایت GCRniopdc سال گذشته گفت: اجرای این طرح برای خودروهای مذکور در راستای بهره مندی از مزایای استفاده از سوخت پاک، کاهش آلایندہ های زیست محیطی و صرفه جویی در هزینه ها همچنان ادامه دارد. وی تصریح کرد: با تلاش و همت کارکنان و کارشناسان منطقه تا تیر ماه ۱۴۰۰ از خودروهای ثبت نام نموده در این منطقه بیش از ۹۸۰۰ دستگاه

آذربایجان شرقی **ساهان فلاح:**مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از استقبال چشمگیر اجرای طرح تبدیل رایگان سوخت سی ان جی در استان با ثبت نام بیش از ۱۱۵۵۰ خودروی عمومی باری و مسافری از آغاز طرح گازسوز نمودن خودروها در منطقه آذربایجان شرقی خبر داد. علی روح الهی مدیر با اشاره به ثبت نام بیش از ۸۷۵۰ خودروی عمومی باری و مسافری از آغاز این طرح در سال گذشته گفت: اجرای این طرح برای خودروهای مذکور در راستای بهره مندی از مزایای استفاده از سوخت پاک، کاهش آلایندہ های زیست محیطی و صرفه جویی در هزینه ها همچنان ادامه دارد. وی تصریح کرد: با تلاش و همت کارکنان و کارشناسان منطقه تا تیر ماه ۱۴۰۰ از خودروهای ثبت نام نموده در این منطقه بیش از ۹۸۰۰ دستگاه



رشت - **خبرنگار فرصت امروز:** انجمن رادیوترایی انکولوژی ایران به یاد شهید مدافع حریم سلامت زنده یاد دکتر فرشاد خیراندیش در گیلان مدرسه می سازد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل نوسازی مدارس استان گیلان به همت انجمن انکولوژی ایران تفاهم نامه احداث مدرسه ۳ کلاسه ۲۲

سرپرست شرکت گاز مازندران:

اصلاح الگوی مصرف انرژی، نیازمند فرهنگ سازی است

ساری - **دهقان** : سرپرست شرکت گاز مازندران گفت: اصلاح الگوی مصرف انرژی، امری ضروری و نیازمند فرهنگ سازی ملی است. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، " مقدم بیگلریان " در نشست با معاونت مهندسی سپاه کریلا مازندران گفت: با توجه به اینکه تیرهای مسلح، تعداد مراکز زیرمجموعه و نیروها و سربازانی که در آن ها خدمت می کنند یکی از بزرگترین مصرف کننده های گاز طبیعی محسوب می شوند، اصلاح الگوی مصرف گاز در این مجموعه ها می تواند منجر به افزایش بهره وری و استفاده بهینه و مناسب از گاز در دیگر نقاط کشور شود.

سرپرست شرکت گاز مازندران با اشاره به اینکه این نشست به منظور بررسی راهکارهای همکاری مشترک برای اصلاح الگوی مصرف انرژی برگزار شد، تصریح کرد: اصلاح الگوی مصرف نیازمند فرهنگ سازی است و این خود نیازمند نهادن مسئولیت مصرف گاز را به عهده افراد رفتارهای اصلاح مصرف را احساس کنند و به تدریج این اصلاح نهادینه شده و سه یک رفتار پایدار و در نهایت به یک فرهنگ در تمام عرصه های مصرف تبدیل شود. وی بیان کرد: در راستای اصلاح الگوی مصرف گاز در استان و کمک به تعدیل مصرف انرژی در مجموعه تأسیسات سپاه و در نهایت تسری امر به تمامی نیروهای مسلح، باید به یک الگوی مناسب برای مدیریت مصرف انرژی به خصوص گاز که با سختی های فراوانی از کولتروها دورتر به دست ما می رسد دست پیدا کنیم و برای این کار



آذربایجان شرقی - **ماهان فلاح:** معاون حمل و نقل اداره کل راهداری و حمل و نقل جادهای آذربایجان شرقی گفت: ناوگان حمل و نقل بار استان در چهار ماه امسال بیش از هفت میلیون تن بار به نقاط مختلف کشور حمل کرد. کاظم تیمورزاده، افزود: این میزان بار با صدور بیش از ۵۰۸ هزار و ۹۰۰ بلیت بارنامه به نقاط مختلف حمل شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲ درصد افزایش نشان می دهد.

نشست بررسی فعالیت های حوزه HSE و تجزیه و تحلیل ایمنی و بهداشت کار در شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر برگزار شد

بوشهر - **خبرنگار فرصت امروز:** معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر گفت نشست تجزیه و تحلیل ایمنی و بهداشت محیط کار با حضور آقای مهندس مقیمی مدیر کل محترم دفتر ایمنی و بهداشت شرکت توزاین و هیات همراه به مدت ۲ روز ۱۲ و ۱۳ مرداد ماه در این شرکت تشکیل گردید. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، علیرضا صالحی در تشریح این خبر اظهارداشت: برگزاری این نشست‌ها فرصتی است تا با بررسی نقاط قوت و ضعف فعالیتها و آسیب شناسی و اشتراک گذاری تجارب، از تکرار و وقوع مجدد حوادث ناگوار جلوگیری شود. وی بیان کرد: در نشست‌های

پیام تبریک مدیر عامل شرکت پالایش گاز ایلام به مناسبت فرارسیدن روز خبرنگار

ایلام - **منصور:** مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام در پیامی به مناسبت فرا رسیدن روز خبرنگار، ضمن تبریک این روز به تمامی خبرنگاران، از سخت کوشی، آگاهی رسانی و صداقت در رساندن اطلاعات و اخبار صحیح قدرانی کرد. روح اله نوریان افزود: فرهیختگی جامعه متأثر از به خدمت درآوردن اندیشه اندیشمندان و اهتمام اهل قلم

بهمن امزش به یاد شهیدمدافع حریم سلامت زنده یاد دکتر فرشاد خیراندیش، متخصص آنکولوژی متعقد گردید.

مراسم انعقاد تفاهنامه که با حضور مهندس علی دقیق مدیرکل نوسازی مدارس استان و مهندس اشکان منصوری نماینده محترم انجمن آنکولوژی ایران برگزار گردید مهندس دقیق ضمن تجلیل از اقدام ارزشمند این انجمن نیک اندیش خاطر نشان کرد: احداث این بنای فرهنگی توسط انجمن آنکولوژی ایران به یاد همکار فقیدشان زنده یاد مرحوم دکتر فرشاد خیراندیش که به عنوان «شهید خدمت» در مسیر

مقابله با کرونا به فیض شهادت نائل آمدند، اثری ماندگار در به تصویر کشیدن یاد و خاطره جاودانه آن شهید عزیز سلامت است. وی با بیان اینکه نام این شهید عزیز در قاموس آذنان دانش آموزان و مردم عزیز برای همیشه ماندگار خواهد شد، افزود: این عمل ماندگار انجمن نیک اندیش اقدامی در جهت اعتلای فرهنگ تکریم می باشد که باید قدر این نوع حرکت دانسته شود.

مهندس دقیق خاطر نشان نمود: مدرسه فوق با ۳ کلاس درس و زیربنای ۱۷۴ مترمربع با مبلغ تعهد ۷ میلیارد و سصد و پنجاه میلیون ریال توسط انجمن رادیوترایی آنکولوژی ایران بصورت ختری در زادگاه آن شهید والا مقام در شهر امزش، احداث و به بهره برداری خواهد رسید.



نیازمند برنامه ریزی دقیق، استفاده از کارشناسی دو طرف، همدلی، هم فکری و عزم جدی و ملی است. بیگلریان افزود: اصلاح الگو ها و مصرف بهینه همراه با صرفه جویی می تواند کشور را در مسیر رشد بهتری در گازرسانی به بخش های صنعتی، تجاری و خانگی قرار دهد.

معاون اداره کل راهداری و حمل و نقل جادهای استان:

ناوگان باری آذربایجان شرقی هفت میلیون تن بار حمل کرد

وی با بیان اینکه هم اکنون ۶۹۳ دستگاه اتوبوس در ناوگان حمل و نقل مسافری استان فعالیت دارند، یادآوری کرد: در زمان کنونی ۲۳ هزار و ۵۰۰ دستگاه ناوگان باری استان دارای کارت هوشمند بوده و ۲۷ هزار و ۵۰ نفر از رانندگان باری نیز کارت هوشمند دریافت کرده اند. تیمورزاده، تعداد شرکت ها و موسسه های حمل و نقل کالای استان را ۲۸۵ مورد، تعداد شرکت ها و موسسه های حمل و نقل مسافری را ۱۲۰ مورد و تعداد شرکت های حمل و نقل بین المللی فعالی کالا را ۷۲ مورد و تعداد شرکت های حمل و نقل مسافری برون مرزی استان را ۶ مورد اعلام کرد. آذربایجان شرقی دارای ۲۳۵ کیلومتر آزادراه، ۴۵۳ کیلومتر بزرگراه، ۹۲۲ کیلومتر راه اصلی، ۲ هزار و ۷۵ کیلومتر راه فرعی و ۱ هزار و ۴۴۱ کیلومتر راه روستایی است.



ایمنی و موارد مرتبط با آن است که در شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر به عنوان یک اصل دنبال می شود.

پیام تبریک مدیر عامل شرکت پالایش گاز ایلام به مناسبت فرارسیدن روز خبرنگار

بیدارجمعه، با مسئولیت و آگاهی ایفاگر نقشی ماندگار وتاریخ ساز در به تصویر کشیدن حقایق بوده و هستند مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام تصریح کرد: دیرگاهیست شرکت پالایش گاز ایلام با اتکا به توان قلم و صداقت اصحاب رسانه، زحمات شبانه روزی کارکنان خدوم خود را منعکس کرده است، انتظار می رود که همچنان در کنار ما باشیم.

کسب و کارهای کوچک و مسئله پروموت برند در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: لیندسی الفسون
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

حضور در شبکه‌های اجتماعی در قالب یک برند با حضور در این فضا به طور عادی تفاوت دارد. شما برای جلب نظر کاربران در پلتفرم‌های مختلف نیاز به ایده‌های خلاقانه و همچنین یک استراتژی عالی دارید. بی‌شک صحبت کردن از چنین نکاتی برای یک کار عادی امر عجیبی به نظر می‌رسد، چراکه کاربران معمولی به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان را دارند.

اگر شما به دنبال استراتژی مناسب برای پروموت کردن کسب و کار کوچک‌تان در فضای شبکه‌های اجتماعی هستید، توصیه‌های ذیل را به هیچ وجه از دست ندهید.

توجه به شبکه‌های اجتماعی از چشم‌انداز مشتریان

شما برای اینکه خیلی خوب برندتان را پروموت کنید باید اول از همه از چشم‌انداز مشتریان به ماجرا نگاه کنید. بسیاری از برندها این نکته مهم را مدنظر قرار نمی‌دهند. به همین خاطر تبلیغات‌شان در شبکه‌های اجتماعی هرگز موردپسند مشتریان قرار نمی‌گیرد.

مزیت نگاه به بازار از چشم‌انداز مشتریان امکان درک نیازهای اساسی و خواسته‌های آنهاست. با این حساب طراحی محتوای بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر مناسبی خواهد بود. اگر شما در این میان از برخی از مشتریان برندتان هم کمک بگیرید، کیفیت محتوای‌تان به طور چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد.

اصالت و سادگی محتوا همه چیز است

محتوای بازاریابی شما باید بی‌نظیر باشد. اینکه شما از روی دست برندهای بزرگ کپی‌برداری کنید، خیلی زود برندتان را به عنوان یک کسب و کار کلیشه‌ای در بازار معرفی خواهد کرد. بنابراین شما باید به جای چنین کاری در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین شکل ممکن باشید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسِ برای جلب نظر آنها پیدا نکنید.

یکی از اشتباهات بزرگ بازاریاب‌ها در شبکه‌های اجتماعی و پروموت کردن برندهای کوچک تلاش برای طراحی محتوای شلوغ و دارای المان‌های متعدد است. شما با چنین کاری سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهید داد. بنابراین باید به جای چنین کاری در تلاش برای حفظ سادگی محتوای‌تان باشید. امروزه محتوای ساده بیش از چیز دیگری نظر کاربران را جلب می‌کند.

بدون تردید طراحی محتوای ساده برای بازاریابی‌هایی که مدت‌ها به طراحی گونه‌های دیگر محتوا عادت کرده‌اند، کار بسیار سختی خواهد بود. با این حساب شما باید پس از تمام شدن کار محتوای‌تان به بهترین شکل ممکن در تلاش برای ساده‌سازی‌اش باشید. این امر در بلندمدت شما را بدل به بازاریابی حرفه‌ای خواهد کرد.

تعامل با کاربران را فراموش نکنید

شما برای اینکه یک برند محبوب در میان مشتریان داشته باشید، باید به فکر تعامل با کاربران در شبکه‌های اجتماعی باشید، در غیر این صورت اکانت‌تان به هیچ وجه پروموت نخواهد شد. وقتی از تعامل با کاربران صحبت می‌کنیم، نیازی به استفاده از ایده‌های عجیب نیست. همینکه شما به کامنت‌های آنها خیلی سریع جواب دهید و نسبت به خواسته‌های‌شان توجه داشته باشید، کافی خواهد بود. متأسفانه برخی از برندها تعامل با مشتریان را در اولویت‌های آخرشان قرار می‌دهند. این امر انگیزه کاربران برای همکاری با برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. بنابراین شما حتی با بهترین محتوای دنیا هم امکان تاثیرگذاری بر روی آنها و پروموت کردن برندتان را پیدا نخواهید کرد.

توجه به عنصر تداوم

فعالیت شما در زمینه پروموت کردن برندتان باید به طور مداوم دنبال شود، در غیر این صورت شاید فقط برای مدت زمانی کوتاه برندتان در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی محبوب گردد. بسیاری از برندها پس از هزینه‌های گزاف در زمینه پروموت کردن برندشان خیلی زود دست از کار می‌کشند. این امر برند شما را به سرعت از ذهن مشتریان پاک خواهد کرد. بنابراین شما باید عملکرد متفاوتی در زمینه پروموت کردن برندتان داشته باشید.

هر برندی برای بازاریابی و کسب شهرت در فضای آنلاین نیاز به یک برنامه بلندمدت دارد. این برنامه حضور شما در کنار مشتریان برای سال‌های سال را تضمین می‌کند. بنابراین اگر برند شما چنین امری را مدنظر قرار ندهد، شانسِ برای موفقیت در این راستا نخواهد داشت.

منبع: **lifehacker.com**



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| دوشنبه ۱۸ مرداد ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۳۸ | 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: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

ترجمه: علی آل‌علی

مدیریت معاملات در دنیای کسب و کار امر ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در زمینه فعالیت کاری همیشه با مشکل ناکامی در زمینه مدیریت معاملات‌شان مواجه می‌شوند. شاید این امر در نگاه نخست امری طبیعی به نظر برسد، اما اگر شما راهکاری برای معامله ساده در دنیای کسب و کار نداشته باشید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای به خطر خواهد افتاد.

بسیاری از کسب و کارها درست در لحظه پایانی برای جمع‌بندی معامله به مشکل می‌خورند و دست‌شان از سودهای کلان کوتاه می‌ماند. بدون تردید این امر بدترین تجربه هر فروشنده و به طور کلی کارآفرینی را شامل می‌شود. در عوض برخی دیگر از برندها به راحتی امکان فروش محصولات‌شان در بازار را پیدا می‌کنند. نکته جالب اینکه این گروه از برندها حتی نیاز به تبلیغات زیادی هم برای فروش محصولات‌شان ندارند. این امر سوالات بسیار زیادی درباره کیفیت محصولات موردنظر و نحوه مدیریت معاملات از سوی آنها مطرح می‌سازد.

هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از نکات مهم در رابطه با مدیریت معاملات در دنیای کسب و کار است. این‌امر در تمام حوزه‌های کسب و کار دارای اهمیت روزافزونی است. اگر برند شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و فروش مناسب را نداشته باشد، با مشکلات بسیار زیادی رو به رو می‌شوید. یکی از مشکلات اصلی در این میان محدودیت‌های مالی برای برندتان است. بنابراین اگر به دنبال راهکاری برای معامله راحت‌تر در دنیای کسب و کار هستید، مقاله کنونی را از دست ندهید. در ادامه به برخی از تکنیک‌های کاربردی برای بهبود وضعیت فروش و ساماندهی معاملات برندها اشاره خواهیم کرد.

شنونده بهتری باشید

کارآفرینان در زمینه فروش و انجام دادن معاملات همیشه دوست دارند صحبت‌های تفصیلی ارائه دهند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار جذاب و حتی از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مناسب باشد، اما در بلندمدت نتایج‌ای به جز ناتوانی برای فروش به همراه نخواهد داشت. امروزه بسیاری از برندها به دلیل عدم توجه به خواسته‌ها و نیازهای اصلی مشتریان در عمل هیچ معامله‌ای را ساماندهی نمی‌کنند.

وقتی درباره آگاهی از نیازها و خواسته‌های مشتریان صحبت می‌کنیم، هیچ نکته‌ای به اندازه گوش دادن به مشتریان کارساز نیست. بدون تردید برندهای مختلف راهکارهای گوناگونی برای مدیریت معاملات مدنظر دارند، اما اگر در این میان جایگاه مناسبی برای شنیدن صحبت‌های مشتریان وجود نداشته باشد، هیچ تغییری در کسب و کارها ایجاد نخواهد شد.

مشتریان با گفت‌وگو امکان بیان نقطه نظر و خواسته‌های‌شان به برندها را دارند. حالا اگر یک برند در این میان هیچ توجهی به خواسته‌های مشتریان نکند، چه وضعیتی پیش می‌آید؟ واکنش اولیه مشتریان به چنین وضعیتی ناامیدی از برند موردنظر است. شما به این ترتیب بخش گسترده‌ای از مشتریان بالقوه‌تان را از دست خواهید داد.

مهارت شنیدن صحبت‌های دیگران اهمیت بسیار زیادی دارد. متأسفانه امروزه اغلب مردم چنین توانایی‌ای را به طور طبیعی ندارند. بنابراین شما باید برای به دست آوردن آن حسابی تمرین کنید، در غیر این صورت شاید با چند دقیقه شنیدن صحبت‌های دیگران حسابی حوصله‌تان سر برود. در این صورت مشتریان هم انگیزه گفت‌وگو با شما را از دست می‌دهند.

مهم‌ترین نکته در شنیدن صحبت دیگران مربوط به فعالیت در طول آن است. شما به هنگام شنیدن صحبت‌های دیگران نباید کاملاً بی‌حرکت باشید، بلکه باید مشارکت فعالی در فرآیند شنیدن داشته باشید. این امر شامل استفاده از زبان بدن، ترغیب طرف مقابل به ادامه صحبت و طرح برخی از پرسش‌های کوچک برای روشن‌تر شدن بحث می‌شود. اگر شما به این نکات توجه نشان دهید، امکان پیشبرد یک سخنرانی بسیار جذاب را خواهید داشت. همچنین در پایان باید برخی از جملات طرف مقابل را در قالب سئوالی تکرار کنید تا مفهوم اصلی بحث به بهترین شکل ممکن روشن شود. اینطوری شما تجربه‌ای بسیار عالی از گفت‌وگو با مشتریان‌تان و شنیدن صحبت‌های اصلی آنها را خواهید داشت.

استفاده از یک روش دقیق و مشخص

آمادگی برای یک معامله مهم‌ترین بخش کار است. اگر شما بدون آمادگی قبلی در تلاش برای ساماندهی یک معامله باشید، به احتمال زیاد با شکست مواجه خواهید شد. امروزه معامله یک امر بسیار مهم و البته حرفه‌ای محسوب می‌شود. بنابراین اگر شما تلاشی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نکنید، شانسِ برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. انسان‌ها همیشه اطلاعات مختلف را آنطور که ساختار ذهنی‌شان سازمان پیدا کرده، تفسیر می‌کنند. شاید این امر چندان به موضوع ما ربطی نداشته باشد، اما کارآفرینان نیز در پای معامله حرکات و جزئیات مختلف را براساس ذهنیت‌شان تفسیر و مورد ارزیابی قرار می‌دهند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از یک ساختار و روش درست برای پیشبرد معامله است.

اگر شما هر لحظه یک شیوه‌ای متفاوت در تعامل با مشتری را طرف مقابل در معامله داشته باشید، پیش‌بینی رفتارهای‌تان برای آنها دشوار خواهد شد. این امر یکی از دلایل اصلی عدم تمایل مشتریان برای خرید محصولات به برند است. بنابراین باید به طور ویژه‌ای نسبت به روشن ساختن وضعیت‌تان در زمینه استفاده از یک روش

دقیق واکنش نشان دهید، در غیر این صورت شاید توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را از دست بدهید.

امروزه روش‌های بسیار زیادی در دنیای کسب و کار برای ساماندهی معاملات در دسترس است. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از شیوه‌ای است که معامله را بدل به بازی برد– برد کند. معنای این امر تامین منافع دو طرف در فرآیند معامله است. شما فقط در این صورت توانایی مدیریت یک معامله به خوبی هرچه تمام‌تر را خواهید داشت.

بدون تردید هر برندی در فرآیند مدیریت معامله‌های مختلف با اعتراض‌های طرف دیگر رو به رو می‌شود. این امر نشانه‌ای از عدم توجه شما به بازی برد– برد است. بهترین ایده در این بین الگوبرداری از برندهای بزرگ است. این امر شما را نسبت به تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف مطمئن خواهد کرد. به این ترتیب دیگر دلیلی برای کنار کشیدن طرف مقابل در میانه معامله نیست.



آمادگی برای مصالحه احتمالی

گاهی اوقات شما بهترین تکنیک در زمینه مدیریت معامله را دارید، اما هنوز هم مشکلاتی در پیشبرد کار وجود دارد. کارآفرینان در چنین موقعیت‌هایی نیاز به مصالحه و سازش با طرف مقابل دارند. شما برای دستیابی به توافقی مشترک گاهی اوقات باید از مواضع خودتان عقب‌نشینی کنید. نکته مهم در این‌ میان رعایت تعادل است. بنابراین اگر شما همیشه در معامله عقب‌نشینی نمانید، به تدریج دیگر توانایی‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. اینطوری معامله فقط به سود طرف مقابل خواهد بود.

انجام معامله در دنیای کسب و کار به طور کامل مربوط به آمادگی برای تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل و همچنین سازش در مواقع ضروری است. فقط در این صورت یک توافق مشترک حاصل می‌شود. متأسفانه برخی از برندها در هر معامله‌ای فقط به فکر منافع خودشان هستند. اینطوری به ندرت یک معامله انجام می‌شود و اغلب اوقات طرف مقابل بحث را نیمه‌کاره رها خواهد کرد. بنابراین شاید زمان تجدیدنظر در استراتژی معامله‌تان فرا رسیده باشد.

اگر شما در تلاش برای فهم هرچه دقیق‌تر آستانه عقب‌نشینی‌تان در یک معامله هستید، بهترین راهکار تعیین بخش‌های حیاتی معامله و بخش‌های کمتر مهم است. اغلب برندها در بخش‌های کمتر مهم تمایل بالایی برای مصالحه و عقب‌نشینی دارند. با این حال بخش‌های مهم باید به هر صورت تامین شود، در غیر این صورت معامله موردنظر برای شما سود چندانی به همراه نخواهد داشت. بدون تردید حضور در چنین معامله‌ای برای یک برند چندان دلچسب نخواهد بود. بنابراین شما باید همیشه حواس‌تان به بخش‌های مختلف مورد توافق و خواسته‌های اصلی برندتان باشد.

هنر انجام معامله در دنیای کسب و کار به طور کامل مربوط به عقب‌نشینی از خواسته‌های غیرضروری و تلاش برای تامین مهم‌ترین درخواست‌هاست. این امر یک معامله درست و حسابی در دنیای کسب و کار را ساماندهی می‌کند.

اولویت‌بندی خواسته‌ها در معامله

معامله یک مسیر دوطرفه است. اگر شما نسبت به خواسته‌ها و نظرات طرف مقابل در یک معامله بی‌توجه باشید، خیلی زود توانایی تاثیرگذاری بر روی وی را از دست خواهید داد. همچنین در صورت بی‌توجهی به خواسته‌های خودتان هم مشکلات در پایان‌بندی معامله زیاد خواهد شد. تکنیک مهم برای رهایی از دردسرهای معامله و رسیدن به یک توافق مشترک چیزی نیست جز اولویت‌بندی خواسته‌ها. شاید شما این کار را به خوبی انجام دهید، اما تا وقتی طرف مقابل هم این امر را مدنظر قرار ندهد، هیچ تغییری در وضعیت شما پدید نخواهد آمد. درست به همین خاطر هر دو طرف معامله باید نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان دهند. خواسته‌های اصلی برند شما روی هوا شکل نمی‌گیرد. مهم‌ترین مسئله در این بخش تلاش برای ارزیابی وضعیت برند و تعیین اولویت‌ها براساس آن است. اینطوری شما از فرآیند معامله سود بسیار زیادی به دست می‌آورید. متأسفانه بسیاری از برندها در زمین تعیین اولویت‌های‌شان همیشه به المان‌های کلیشه‌ای توجه نشان می‌دهند. درست به همین خاطر کمتر فرصتی برای موفقیت در جمع بندی و نهایی کردن معاملات پیدا خواهند کرد.

امروزه شمار بالایی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل‌شان به طور مداوم از خواسته‌های‌شان کوتاه می‌آیند. این امر معامله را برای شما غیرسودمند خواهد کرد. با این حساب تلاش برای ساماندهی چنین کاری فقط به کسب و کار خودتان ضربه خواهد زد. اولویت‌بندی خواسته‌ها از سوی دو طرف در فضایی سرد



معامله در دنیای کسب و کار با تکنیک‌های کاربردی

و بی‌روح امکان‌پذیر نیست. توصیه اصلی ما در این بخش تلاش برای ایجاد رابطه‌ای نزدیک و خودمانی با طرف‌های معامله است. اینطوری شما امکان بیان دیدگاه‌های‌تان به ساده‌ترین شکل ممکن و به دور از شیوه‌های رسمی دست و پاگیر را خواهید داشت. چنین نکته‌ای به نهایی شدن هرچه زودتر معامله کمک شایانی خواهد کرد.

اولین پیشنهاد را بدهید

بسیاری از افراد فکر می‌کنند در معامله‌ها نباید خیلی زود کارت‌های‌شان را نشان دهند. این امر نوعی باور سستی در میان مردم برای معامله‌ای خوب است. برخی از افسرد برای چنین کاری مدت زیادی صبر می‌کنند، به طوری که طرف مقابل به طور کامل انگیزه‌اش را از دست می‌دهد. اگر شما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل‌تان هستید، باید به بهترین شکل ممکن نظرات‌تان را در بخش‌های مختلف معامله بیان کنید. به عبارت دیگر، اولین پیشنهاد باید از سوی شما ارائه شود.

وقتی شما پیشنهاد اول را مطرح می‌کنید، به طور قابل ملاحظه‌ای روند بحث را شکل خواهید داد. این امر تاثیر مهمی بر روی ادامه مسیر گفت‌وگو می‌گذارد. بنابراین طرف مقابل نیز در عمل در زمین شما بازی می‌کند. این امر موفقیت بزرگی برای برند شما محسوب می‌شود. بنابراین باید همیشه آن را مدنظر داشته باشید.

فرض کنید شما در یک مراسم برای خرید خودروی دست دوم شرکت کرده‌اید. اگر شما منتظر باشید تا دیگران قیمتی برای خودرو تعیین کنند، بدون تردید مجبور می‌شوید با قیمت پیشنهادی آن را راه بیاپید. ایده جذاب ما در این‌ میان تعیین یک قیمت حدودی برای خودروی موردنظر و تلاش برای پیشبرد بحث براساس خواسته خودتان است. چنین امری تاثیر بسیار بهتری بر روی روند معامله خواهد داشت. اینطوری دست‌کم تمام شرایط و قیمت‌ها دست شما خواهد بود.

پیدا کردن مسئله اصلی

در برخی از معامله‌ها مشکل و راه حل موردنیاز بسیار واضح و ساده است. با این حال در برخی موقعیت‌های دیگر مسئله اصلی چندان هم واضح و آشکار نیست. به همین خاطر شما باید برای پیدا کردن مسئله اساسی و راهکار مناسب آن زمان قابل ملاحظه‌ای را اختصاص دهید. یک مثال کاربردی در این میان وقتی است که شما به کار فعلی‌تان علاقه بالایی دارید، اما در عین حال نیازمند اندکی زمان خالی بیشتر برای پیشبرد کسب و کار مستقل‌تان هستید. بدون تردید بیان مستقیم این مسئله به تیم مدیریت شرکت و درخواست برای زمان بیشتر هرگز کار ساده‌ای نیست. شما در واقع امکان بیان مستقیم خواسته‌تان را ندارید. درست به همین خاطر پیدا کردن راهکار اصلی در چنین معامله‌ای امر بسیار سختی خواهد بود.

اولین گام برای پیدا کردن مسئله اصلی سوال کردن پی در پی از خودمان است. این امر نوعی توفان ذهنی برای پیدا کردن مهم‌ترین مسئله ممکن ایجاد می‌کند. شما می‌توانید سوال اصلی را با اینکه چه اتفاقی دارد می‌افتد، شروع کنید. چنین سوالی شما را برای ارائه نکات تفصیلی ترغیب خواهد کرد. در نهایت هم با بیان اینکه چرا چنین اتفاقی در فرآیند معامله افتاده است، می‌توانید مسئله اصلی و راهکاری مناسب را پیدا کنید.

بدون تردید شیوه مورد بحث ما در سطر قبلی چندان ساده نیست، اما شما برای زنده نگه داشتن معامله‌تان گاهی اوقات باید کارهای سخت را نیز انجام دهید، در غیر این صورت شاید فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی طرف مقابل و ساماندهی معامله‌تان پیدا نکنید.

توجه به منافع و خواسته‌های طرف مقابل

اگر شما همیشه فقط به خواسته‌های خودتان توجه نشان دهید، کمتر فرصتی برای موفقیت پیدا خواهید کرد. بسیاری از برندها در چنین شرایطی به طور مداوم با پاسخ‌های منفی دیگر برندها در فرآیند معامله رو به رو می‌شوند. نکته اساسی در این میان تلاش برای توجه به منافع طرف مقابل است.

بدون تردید در نظر گرفتن منافع طرف دیگر معامله امر ساده‌ای نیست. راهکار موردنظر ما برای این مشکل این است که خودتان را جای دیگران بگذارید. اینطوری امکان درک خواسته‌ها و نیازهای اساسی آنها به بهترین شکل ممکن فراهم می‌شود. گاهی اوقات تنها نکته اساسی در دنیای کسب و کار درک طرف مقابل است. اگر شما این نکته را مدنظر قرار دهید، بسیاری از مشکلات‌تان برای ساماندهی معامله حل و فصل خواهد شد.

ترک معامله در صورت نیاز

شما قرار نیست همیشه یک معامله را تحت هر شرایطی پیش ببرید. بسیاری از معاملات در عمل نیمه کاره باقی می‌ماند. دلیل این امر اختلاف نظر اساسی میان طرفین است. شاید شما در این میان تلاش بسیار زیادی برای پیشبرد معامله کنید، اما گاهی اوقات باید کاملاً قید معامله را زد. اغلب اوقات خواسته‌های فزاینده یکی از طرفین و ناتوانی دیگران برای کاستن آن بار خواسته‌های مورد نظر دلیل اصلی تعطیلی معامله است. شما در چنین شرایطی کار زیادی از دست‌تان برنمی‌آید. بنابراین باید آمادگی لازم برای ترک معامله و جست‌وجو برای مشتری را شریکی دیگر را داشته باشید، در غیر این صورت شاید یک معامله را با شرایطی بسیار سخت و دشوار پیش ببرید. اینطوری منافع برند شما در معامله موردنظر کاملاً نادیده گرفته می‌شود.

اگر شما به دنبال معامله‌ای خوب و عالی هستید، باید نسبت به امکان تامین منافع دو طرف مطمئن شوید. هرگاه امکان تامین چنین شرایطی وجود نداشته باشد، بهترین راهکار برای معامله و تلاش برای پیدا کردن طرف مقابل دیگری است.

منبع: **neilpatel.com**