

هر شخص خواه حقیقی و حقوقی می‌تواند اموری را که خود قانونا مجاز به انجام آن است، به دیگری نیابت دهد یا تفویض اختیار کند تا وکیل منتخب از طرف او موضوع مورد وکالت را انجام دهد. قاعده‌ای کارساز که در سطح جامعه و میان مردمان کاربرد فراوان دارد و شرع و قانون نیز بر آن مهر تایید زده است؛ منتها شرط اجرای این فرآیند حقوقی، آن است که موکل کاری را به وکیل ارجاع دهد که خود قانونا مجاز به انجام آن است. بنابراین شما نمی‌توانید فروش مال غیر را به دیگری وکالت دهید تا وکیل به جای شما مال دیگران را بفروشد یا شخصی که ممنوع‌المعامله شده است نمی‌تواند به دیگری وکالت برای انجام معامله دهد. قاعده بعدی در مورد وکالت این است که وکیل بایستی در حدودی که به او اختیار داده شده اقدام کند. بنابراین اقدامات وکیل بیش از حدود اختیارانش صحیح نیست و حتی با فرض حسن نیت وکیل ممکن است این معامله یا اقدام فصولی محسوب شود. ادامه در همین صفحه

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

بازار سهام چطور از سایر بازارها عقب ماند؟

## تبعات همه‌گیری بورس

فرصت امروز: بازار سهام از میانه تابستان سال گذشته تاکنون نوسانات متعددی را از سر گذرانده است و سوال اینجاست که چگونه دامنه این نوسانات تا به این حد افزایش پیدا کرده است؟ به نظر می‌رسد پاسخ این پرسش به موج همه‌گیری بورس در دو سه سال گذشته برمی‌گردد. هنوز یادمان نرفته که چگونه روستایی دورافتاده در کهگیلویه و بویراحمد (به تاسی از وال استریت) به...

شاخص ارزی در چه قیمتی خواهد ایستاد؟

# سرنوشت ارز پس از احیای برجام

فرصت امروز: همه چشم‌ها کماکان به هتل کوبورگ وین دوخته شده است و در حالی که دولتمردان آمریکایی از پیشرفت قابل توجه در مذاکرات وین سخن می‌گویند، خبرگزاری «رویترز» به تازگی با ادعای دسترسی به سند ۲۰ صفحه‌ای توافق وین، از جزئیات گام‌های برجامی هر یک از طرفین خبر داده است. البته سعید خطیب‌زاده سخنگوی وزارت امور خارجه، گزارش «رویترز» را رد کرده و در تویییتی «انتشار اطلاعات نادرست در پوشش گزارش‌دهی رسانه‌ای» را «کاری خطرناک» خوانده است. به گفته وی، «توافق نهایه برای صدور مجوز...

۳

احیای تجارت جهانی متوقف می‌شود؟

## ۶ ریسک تجارت ۲۰۲۲

۲

### مدیریت و کسب‌وکار

## آداب فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

حتما با این موضوع مواجه شده‌اید که یک صفحه علی‌رغم رشد خوب، به یک باره با مشکلات زیادی مواجه می‌شود و تلاش‌های چندساله آنها، از بین می‌رسود. این موارد اشتباهاتی محسوب می‌شود که کمتر در رابطه با آنها صحبت شده و همین امر حتی می‌تواند ادامه فعالیت صفحه شما را غیرممکن سازد. در واقع فعالیت در هر فضای، نیازمند رعایت یکسری اصول و آداب است. نکته جالب این است که براساس نظرسنجی‌ها، بسیاری از افراد نسبت به آنها اطلاع دقیقی را ندارند. به همین خاطر در ادامه هشت مورد اصلی آن را بررسی خواهیم کرد که هر یک در موارد متعدد، مشکلات زیادی را برای صفحات مختلف به همراه داشته است. به همین خاطر رعایت آنها، کاملا حیاتی است. معیار انتخاب هشتگ برای اکثر صفحات موجود در شبکه‌های اجتماعی مختلف، محبوبیت آنها محسوب می‌شود. با این حال شما باید بدانید که معنای هر یک از آنها چه می‌باشد. برای مثال...

۸



متوسط قیمت هر متر خانه از ۴ به ۳۲ میلیون تومان رسید

## رشد هولناک قیمت خانه در ۵ سال

## وکیل بی اختیار

آن وجوه لازم است، خلاف شرع شناخته شد.»

در نظریه شورای نگهبان مشخص نشده است که منظور از «اتلاق اختیار بانک»، اشکال در اطلاق لفظ است یا اطلاق معنا. اما به هر حال، در شرط مورد بحث، اختیارات بانک مطلق و فاقد قید و شرط تشخیص و مغایر با موازین شرعی اعلام شده است. گفتنی است در متن شرط طراحی شده توسط بانک مرکزی از اصطلاح «موجودی حساب» استفاده شده است. در این زمینه پرسش آن است که اصولا برداشت حقوقی یا بانکی از اصطلاح «موجودی حساب» چیست؟ آیا «موجودی حساب» همان وجه نقدی است که توسط شما به عنوان دارنده حساب به بانک تحویل می‌شود یا وجه نقدی است که شخصی دیگر مستقیما جهت واریز به حساب‌تان به بانک تحویل می‌دهد؟ چنین برداشتی از مفهوم «موجودی حساب» از نظر بانکی چندان صحیح نیست، زیرا موجودی نقدی مشتری (تحویل شده به بانک برای واریز به حساب شما) چون آب روان است که می‌آید و می‌رود و به مشتری دیگری پرداخت و تحویل می‌شود و معمولا در بانک باقی نمی‌ماند. پس بدون شک موجودی حساب بانکی شما، عین همان وجه نقدی نیست که به حساب‌تان واریز شده است. تنها اثر واریز پول به حساب بانکی شما در دفاتر مالی و سیستم حسابداری بانک منعکس است که نشان می‌دهد موجودی حساب شما افزایش یا کاهش داشته است و در صورت درخواست شما بانک متعهد به پرداخت تمام یا بخشی از موجودی حساب بانکی‌تان خواهد بود. بدین لحاظ موجودی حساب بانکی همانند سرقفلی فاقد موجودیت عینی یا هویت قابل لمس و فیزیکی است. لذا حساب بانکی گرچه اموال عینی نیست ولی همانند حق سرقفلی، مال محسوب می‌شود و دارای مالیت اقتصادی است. نگاهی به اصول و مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا در این زمینه، ماهیت حقوقی اصطلاح «موجودی حساب» را روشن خواهد ساخت. براساس مقررات ماده ۳ این قانون، بانک‌ها می‌توانند تحت هر یک از عناوین ذیل به قبول سپرده مبادرت به افتتاح حساب برای مشتریان نمایند: «سپرده‌های قرض‌الحسنه» که به حساب جاری و حساب پس‌انداز تقسیم می‌شوند و «سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار». در «سپرده‌های قرض‌الحسنه» اعم از «جاری» یا «پس‌انداز»، ماهیت حقوقی موجودی حساب پس‌انداز یا حساب جاری مشخص است، زیرا بنا بر موازین شرعی و قانونی، قرض از عقود تملیکی است. ماده ۶۴۸ قانون مدنی در مورد عقد قرض گفته است: «قرض عقدی است که به موجب آن احد طرفین، مقدار معینی از مال خود را به طرف دیگر تملیک می‌کند که طرف مزبور مثل آن

را از حیث مقدار و جنس و وصف رد نماید و در صورت تعدد رد مثل، قیمت يوم الرد را بدهد.» از نظر موازین شرعی در تحریرالوسیله مرحوم حضرت امام خمینی، قرض بدین‌گونه تعریف شده است: «قرض عبارت است از تملیک مالی به دیگری به عنوان ضمانت به اینکه او آن مال را به عهده بگیرد که عین آن و یا مثل و یا قیمت آن را بپردازد، در این معامله دهنده مال را مقرض و گیرنده را مقترض و نیز مستقرض می‌نامند.» پس از آنجایی که قانون عملیات بانکی بدون ربا، حساب جاری و حساب پس‌انداز را قرض تلقی کرده، به دلیل ماهیت تملیکی این دو نوع حساب (حساب جاری و حساب پس‌انداز قرض‌الحسنه) موجودی حساب به محض واریز، جزو منابع بانک تلقی می‌شود؛ منتها بنا بر اصول و موازین بانکی، بانک‌ها متعهدند موجودی حساب جاری یا حساب پس‌انداز را هر زمان که دارنده حساب اراده کند به او یا هر شخصی که وی یا صدور چک یا دستور پرداخت تعیین کند، پرداخت کنند. اما در مورد حساب‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار، موضوع کمی متفاوت از حساب‌های جاری و قرض‌الحسنه است. در این زمینه نکته شایان توجه آن است که هدف از افتتاح این‌گونه حساب‌ها، سرمایه‌گذاری مردم در عملیات مجاز بانکی و کسب سود است، یعنی سپرده‌گذاران بنا به اعتماد به بانک مورد نظر خود، اجازه به‌کارگیری سپرده‌های‌شان را می‌دهند که در پایان مدت سپرده‌گذاری، سود حاصل از عملیات بانکی به نسبت مدت و مبلغ سپرده و سهم منابع بانک، بین سپرده‌گذاران و بانک‌های سپرده‌پذیر تقسیم شود. قانون عملیات بانکی بدون ربا در مورد سپرده‌های مدت‌دار چنین قاعده‌گذاری کرده است: «سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار که بانک در به‌کار گرفتن آنها وکیل می‌باشد، در امور مشارکت، مضاربه، اجاره به شرط تملیک، معاملات اقساطی، مزارعه، مساقات، سرمایه‌گذاری مستقیم، معاملات سلف و جعاله مورد استفاده قرار می‌گیرد.» پس بنا بر اصول پایه‌گذاری شده در قانون عملیات بانکی بدون ربا، بانک در حساب‌های سپرده‌گذاری مدت‌دار حسب مورد به عنوان وکیل یا شریک سپرده‌گذاران محسوب می‌شود. بدین ترتیب در نظام بانکی ایران، انواع حساب به حساب قرض‌الحسنه جاری، حساب قرض‌الحسنه پس‌انداز و حساب سرمایه‌گذاری مدت‌دار تقسیم می‌شود، اما از نظر موازین حسابداری بانک‌ها، موجودی هر یک از حساب‌های مورد اشاره متعلق به دارنده یا دارندگان (حساب شخصی یا حساب مشترک) است و حتی در مواردی که حساب از طرف قیم یا ولی قانونی محجور یا نمایندگان قانونی اشخاص حقوقی افتتاح

می‌شود، باز موجودی متعلق به دارنده حساب است و به اشخاص دیگر تعلق ندارد و تاکنون سابقه نداشته است که بانک‌ها از حساب‌های بانکی به عنوان محلی برای دیوی پول‌های دیگران استفاده کنند. مفهوم ساده و غیرحقوقی نظریه فقهی شورای نگهبان، آن است که بانک نمی‌تواند با استناد به این وکالت، به جای حساب مشتری بدهکار، حساب مشتری دیگری را خالی کند یا آنکه اگر وجوه اشخاص ثالث در حساب‌های بانکی قرار گرفته باشد و امکان عودت آن وجوه از محل دیگر موجود نباشد و در عین حال عودت آن وجوه لازم است، در این صورت بانک نمی‌تواند اعمال وکالت کند و موجودی متعلق به غیر را برای وصول مطالبات از مشتری بدهکار برداشت کند. از نظر مبانی حقوقی و قانونی صرف، فقه‌های محترم شورای نگهبان در این زمینه صحیح است، زیرا به قول اهل علم، «فاقد شیء نمی‌تواند معطی شیء باشد» و به بیان ساده، کسی که خود فاقد اختیار است نمی‌تواند اختیار نداشته‌اش را به بانک تسهیلات‌دهنده وکالت دهد.

ماده ۶۶۲ قانون مدنی در این باره تصریح دارد: «وکالت باید در امری داده شود که خود موکل بتواند آن را به جا آورد. وکیل هم باید کسی باشد که برای انجام آن امر اهلیت داشته باشد.» بنابراین تسهیلات‌گیرنده نمی‌تواند صراحتا یا به طور ضمنی به بانک اختیار دهد موجودی متعلق به دیگری که در حساب وی (بدهکار بانک) نگهداری می‌شود را برای وصول مطالبات برداشت کند و آن را به حساب او گذارد، اما نکته اینجاست که نه مقررات انتظامی بانک مرکزی و نه رویه بانک‌ها اجازه نمی‌دهد که حساب بانکی بنام یک شخص و تمام یا بخشی از موجودی آن متعلق به شخصی دیگر باشد. در عرف بانکی حتی در مورد حساب‌های مشترک نیز چنین پدیده‌ای امکان‌پذیر و رایج نیست، زیرا در بانکداری فرض بر آن است که موجودی حساب مشتریان فقط به خود آنان تعلق دارد و ادعای تعلق موجودی حساب به غیر دارنده حساب نیازمند رسیدگی قضایی و اثبات ادعا در مراجع قضایی است. بانک‌ها نیز از نظر فنی و کارشناسی نمی‌توانند تشخیص دهند که موجودی حساب متعلق به دارنده حساب نیست و به شخص ثالث تعلق دارد. تنها استثنای وارد بر این موضوع، حساب مخصوص واریز برارانه‌هاست که از ابداعات دولت آقای احمدی‌نژاد است و پارانه کلیه اعضای خانواده به حسابی واریز می‌شود که بنام سرپرست خانواده است، اما در این نوع حساب نیز دارنده حساب (سرپرست خانواده) می‌تواند نسبت به سهم خودش از پارانه واریزی به حساب وی به بانک وکالت دهد. بنابراین فرضی که در نظریه شورای محترم نگهبان وجود دارد، از نظر

ادامه از همین صفحه  
براساس همین قاعده و با هدف تسریع در وصول مطالبات معوق بانک‌ها، شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی مقررات «قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار» در قراردادهای یکنواخت تسهیلات بانکی علاوه بر سایر شروط، یک شرط دیگر نیز بدین مضمون گنجانده است: «شریک و ضامن/ضامین طلی عقد خارج لازم، به طور غیرقابل رجوع به بانک/مؤسسه اعتباری اجازه و اختیار دادند که هرگونه مطالبات خود ناشی از این قرارداد را اعم از مستقیم یا غیرمستقیم پس از سررسید و در صورت عدم پرداخت، از موجودی هر یک از حساب‌ها (ریالی و ارزی)، اموال و اسناد آنان نزد بانک/مؤسسه اعتباری و یا سایر بانک‌ها و موسسات اعتباری راسا و بدون نیاز به حکم قضائی یا اجرائی برداشت نموده و به حساب بدهی شریک منظور نماید. در صورتی که وجوه به صورت ارزی باشد بانک/مؤسسه اعتباری آن را به نرخ اعلامی از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران محاسبه و برداشت می‌نماید. اقدام بانک/مؤسسه اعتباری در این خصوص برای شریک و ضامن/ضامین غیرقابل اعتراض و لازم‌الاجرا می‌باشد.»

از نظر ظاهری، مشکلی در این شرط نیست و بانک‌ها نیز قانونا بایستی شرط مورد بحث را در قراردادهای تسهیلات بانکی درج کنند، زیرا بدون این شرط، بانک‌ها و موسسات اعتباری مجاز به برداشت از موجودی حساب مشتری بدهکار نیستند. افزون بر آن، بنا به تجارب شغلی نگارنده تاکنون سابقه نداشته که بانک‌ها از این نوع وکالت برای برداشت موجودی فردی غیر از دارنده حساب استفاده کرده باشند، یعنی بدهی بدهکار را از حساب مشتری دیگر برداشت کنند. اما بنا به اخبار منتشر شده در فضای مجازی، با شکایات بعضی از شهروندان ادعا شده که شرط مورد بحث، مغایر با موازین شرعی است. دیوان عدالت نیز موضوع را از شورای نگهبان قانون اساسی استعلام کرده است. فقه‌های محترم شورای نگهبان درخصوص شرط قراردادی مورد اشاره چنین اعلام نظر کرده‌اند: «اتلاق اختیار بانک براساس مفاد بخشنامه‌های مورد شکایت که در قراردادهای ذی‌ربط درج می‌شود، مبنی بر برداشت مطالبات بانک از موجودی هر یک از حساب‌ها و اموال تسهیلات‌گیرنده و ضامین، در مواردی که شخص اختیاردهنده شرعا جواز اعطای وکالت یا اختیار به بانک برای برداشت آن اموال جهت تأدیه بدهی خود به بانک را نداشته است از جمله در مواردی که تسهیلات‌گیرنده یا ضامین وجوه اشخاص ثالث را در حساب‌های بانکی قرار داده‌اند و امکان عودت آن وجوه از محل دیگر را ندارند و در عین حال عودت







# برترین تکنیک‌های فروش بالا در شبکه‌های اجتماعی



**به قلم: جردن اتکینسون**  
کارشناس فروش  
مترجم: امیر آل علی

شبکه‌های اجتماعی را باید یکی از مهمترین اختراعات قرن اخیر به حساب آورد که تاثیرات بسزایی در زندگی روزمره افراد داشته است. در واقع امروزه کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که در طول روز خود، بارها در شبکه‌های مختلف به گشت و گذار نپردازد. از جمله دلیل جذابیت این بخش، امکان پیوند با تمامی افراد جهان و از بین رفتن محدودیت‌هایی نظیر زمان و زبان است. در این راستا شما می‌توانید محتوای فردی در دورترین کشورها را مشاهده کرده و تعامل داشته باشید. این امر در حالی است که تا قبل از شرایط، عملاً انجام آن غیرممکن بوده و شبکه‌های اجتماعی، یک پدیده نوظهور محسوب می‌شود که هنوز جذابیت اولیه خود را از دست نداده است. در واقع پیش‌بینی می‌شود که حداقل تا ۵۰ سال آینده، شاهد روند رو به رشد فوق‌العاده آن باشیم. با این حال شبکه‌ها صرفاً برای سرگرمی نبوده و از هر فضایی که مخاطب قابل توجه وجود دارد، می‌توان به عنوان یک فرصت تبلیغاتی استفاده نمود. همین امر نیز باعث شده تا شاهد فعالیت تعداد زیادی از کسب و کارهای مختلف باشیم. با این حال نگاه بیش از حد تبلیغاتی، همه چیز را نابود خواهد کرد. در واقع این نکته را نباید فراموش کنید که ماهیت اصلی شبکه‌های اجتماعی بر پایه ایجاد سرگرمی است. به همین خاطر عدم توجه به این اصل، باعث خواهد شد تا کمترین نتایج را از تلاش‌های خود به دست آورید. در این راستا ممکن است تا به امروز روش‌های مختلفی را انجام داده باشید که نتیجه لازم را به همراه نداشته است. به همین خاطر در ادامه برترین تکنیک‌های فروش بالا در شبکه‌های اجتماعی را بررسی خواهیم کرد که برای تمامی کسب و کارها، نتیجه‌بخش محسوب می‌شود.

## ۱- شبکه محبوب مخاطبان خود را پیدا کنید

بستر فعالیت موردی بسیار مهم بوده و اشتباه بزرگ اکثر برندها این است که آمارهای اشتباهی را دارند و تصور می‌کنند که با فعالیت در تمامی شبکه‌ها، شانس رشد بالاتری را خواهند داشت. این امر در حالی است که شما باید به دنبال بستری باشید که باعث خواهد شد تا شانس پیدا کردن مخاطبان هدف بالاتری را داشته باشید. در واقع ممکن است فعالیت جهانی حداقل در وضعیت حال حاضر مورد توجه شما نباشد. تحت این شرایط انتخاب بستری جهانی که در منطقه مورد نظر شما محبوبیت اصلی را ندارد، انتخابی درست نخواهد بود. در این راستا ممکن است با یک شبکه داخلی هر چند ضعیف که مشهور نیست، بتوانید نتایج به مراتب بهتری را به دست آورید. در این مرحله پس از انتخاب بستر مورد نظر، لازم است تا اقدامات سایرین را مورد بررسی قرار داده و به بررسی هشتک‌ها، سلیقه‌های حال حاضر و ترندها را شناسایی کنید. این اطلاعات کمک خواهد کرد تا شما بتوانید با قدرت اقدام نمایید. خوشبختانه امروزه انواع نرم‌افزارها وجود دارد که کار مقایسه را به مراتب ساده‌تر کرده است. در واقع شما می‌توانید بهترین بستر را با توجه به کلمات کلیدی خود انتخاب نمایید. برای مثال ممکن است در منطقه شما برای هشتک پوشاک، پینترست بیشترین مخاطب را داشته باشد. به عنوان توصیه آخر در این بخش، ضروری است تا زمانی که در یک شبکه به بالاترین حد رشد نرسیده‌اید، به سراغ ایجاد تنوع بیشتر نباشید. در واقع شما باید زمانی به سراغ برندی دیگر بروید که ظرفیت رشد شما تکمیل شده باشد.

## ۲- محتوای جذاب و درگیرکننده بسازید

دومین عامل موفقیت شما، کیفیت محتوایی است که تولید می‌کنید. در واقع شما باید دلیلی را ایجاد نمایید که مخاطب بخواهد شما را دنبال نماید. در واقع دلیل اصلی موفقیت اینفلوئنسرهای این است که آنها به محصول محدود نبوده و تمرکز خود را بر روی تولید محتوای ارزشمند و مطابق سلیقه مخاطب گذاشته‌اند. این امر اقدامی است که برندها نیز باید انجام دهند. با این حال این امر از عهده یک نفر خارج بوده و شما باید تیمی را برای خود داشته باشید. این تیم می‌تواند به خوبی مدیریت همه چیز را در دست گرفته و شرایط را برای فعالیت شما مهیا سازد. در این راستا ابزار تحلیل گوگل، به شما کمک خواهد کرد تا موضوعات روز و مناسب را پیدا کنید و با تمرکز بر روی آنها، بتوانید توجهات زیادی را به سمت خود جلب کنید. در کنار این مسئله، توصیه می‌شود که تولید محتوای ویدئویی را در دستور کار اول خود قرار دهید. علت این امر به خاطر نرخ جذابیت بسیار بالای آن است. در کنار آن ایجاد اینفوگرافی، اینفویشن و مقالات موردی،

از دیگر مواردی محسوب می‌شود که امروزه مورد توجه جدی قرار گرفته است. در آخر فراموش نکنید که محتوای درگیرکننده، مواردی هستند که کپی نبوده و قدرت تاثیرگذاری اولیه بالایی را دارند. در این راستا نمایش تصویر و مشخصات کلی محصول، بدون شک جذابیت لازم را ندارد. در واقع شما باید اقدامات پیشرفته‌تری نظیر آنباکس و بررسی تاریخچه و معرفی ترندها را در دستور کار خود قرار دهید. در این راستا نمایش آمارهای به‌روز و مصاحبه گرفتن با خبرهای حوزه خودتان نیز از دیگر اقداماتی است که باید انجام دهید.

## ۳- توجه ویژه به محتوای ساخته‌شده توسط مخاطبان را در دستور کار قرار دهید

در این راستا صرفاً نباید منتظر باشید تا مخاطب به صورت خودجوش اقدامی را انجام دهد. در واقع شما باید به دنبال ایجاد انگیزه برای این اقدام باشید. روانشناسی فروش این نکته را بیان می‌کند که اگر مخاطب اقدامی را برای برند شما انجام دهد، این موضوع در ذهن آنها ماندگار خواهد شد. تحت این شرایط می‌توانید نسبت به ماندگاری آنها اطمینان داشته باشید. با این حال این اقدام شما باید کاملاً سرگرم‌کننده و با تعیین جایزه باشد. این موضوع حتی باعث خواهد شد تا افرادی که تاکنون با برند شما آشنایی ندارند هم، به واسطه این اقدام، کاملاً درگیر شوند. در این راستا شما می‌توانید با تبلیغات، افراد بیشتری را با اقدام خود آشنا سازید.

## ۴- محدودیت زمانی داشته باشید

بهترین زمان برای فروش، همین امروز است. در واقع این نکته را به خاطر داشته باشید که زمان زیاد باعث می‌شود تا مشتری سایر گزینه‌ها را نیز بررسی کند و تاثیر اقدامات شما در اثر گذشت زمان، کم شود. به همین خاطر شما باید شرایطی را مهیا کنید که باعث خواهد شد تا مخاطب، سریعاً به مشتری تبدیل شود. در این زمینه بهترین اقدام، ارائه پیشنهادهایی با تعیین محدودیت زمانی است. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که بیش از ۶۰ درصد افراد نسبت به پیشنهادهای ویژه که محدودیت زمانی دارند، واکنش نشان می‌دهند. با این حال فراموش نکنید که برای یک استراتژی، انواع روش‌ها وجود دارد. در واقع شما می‌توانید این اقدام را به صورت‌های مختلف انجام دهید.

## ۵- از اینفلوئنسرهای غافل نشوید

بدون همکاری با اینفلوئنسرها، شما عملاً شانس موفقیت نخواهید داشت. در این راستا توصیه می‌شود که به دنبال اینفلوئنسرهای مرتبط با حوزه کاری خود باشید. این افراد باید در اولویت اول شما باشند. با این حال برخی از حوزه‌ها نیز وجود دارد که برای آنها، اینفلوئنسر مشخصی

وجود ندارد. تحت این شرایط می‌توانید سایر گزینه‌ها را بررسی کنید. در واقع همکاری با این افراد باعث خواهد شد تا به یک باره در معرض دید به مراتب بیشتری قرار بگیرید. با این حال این امر باید پس از مدتی فعالیت شما باشد تا مخاطب بتواند به درک خوبی از صفحه شما و اقدامات موردنیاز دست پیدا کند. شیوه فعالیت شما در این بخش کاملاً بستگی به شرایط و نیاز شما دارد. برای مثال ممکن است ترجیح دهید که با یک بودجه اولیه قابل توجه، همکاری با چندین اینفلوئنسر برتر را مورد توجه خود قرار دهید یا در ابتدا میکرواینفلوئنسرها را جذب خود نمایید و رشد

مرحله‌ای داشته باشید. در آخر فراموش نکنید که هر ساله، روش‌ها و الگوریتم‌های جدیدی معرفی می‌شود که نقش بسزایی در موفقیت صفحه شما در شبکه‌های اجتماعی دارد. به همین خاطر ابتدا نباید مطالعه و یادگیری خود را محدود نمایید. همچنین بهتر است که با رشد کار، به دنبال تخصصی کردن اقدامات باشید، برای مثال در کنار استخدام تیم تولید محتوا، ادمن و مدیر هم داشته باشید.

منبع: businesscommunity.com

### تجدید آگهی مناقصه عمومی شماره ۱۴۰۰/۱۰۴۳

#### مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر در نظر دارد نسبت به خرید، بارگیری، حمل و تخلیه انبساط پلی اتیلن به شرح مندرج در اسناد مناقصه مطابق مشخصات ذیل اقدام نماید. لذا از کلیه تولیدکنندگان و تامین کنندگان این کالاها دعوت می‌شود که از ساعت ۱۶ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ لغایت ساعت ۱۸ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۲ جهت خرید اسناد مناقصه به سامانه ستاد به نشانی [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) مراجعه نمایند.

**توضیحات:**

- شماره فراخوان در سامانه ستاد: ۲۰۰۰۰۰۱۲۴۴۰۰۰۰۸۹
- محل تامین اعتبار: طرح‌های عمرانی به صورت اسناد خزانه اسلامی
- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۱.۲۵۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال می‌باشد که باید به صورت ضمانت نامه بانکی به نفع این شرکت ارائه گردد.
- محل تحویل کالا: شهر جعداگ واقع در شهرستان بوشهر می‌باشد.
- مدت قرارداد: ۳ ماه از زمان عقد قرارداد می‌باشد.
- قیمت خرید اسناد مناقصه: ۵۰۰.۰۰۰ ریال می‌باشد. که باید به حساب شماره ۲۸۰۲۰۱۱-۷۲۱۳۹۲-۵ بانک مهر ایران شعبه مرکزی بوشهر (حساب شا شماره ۲۸۰۲۰۱۱-۷۲۱۳۹۲-۵) واریز گردد.
- آخرین مهلت بارگذاری مدارک به صورت الکترونیکی در سامانه ستاد تا ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ می‌باشد. تنها پاکت «الف» (تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار) باید به صورت فیزیکی تا ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ به دفتر حراست و امور محرمات شرکت تحویل گردد.
- پاکت‌ها در ساعت ۸ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۲ گشوده خواهند شد. حضور یک نفر به عنوان نماینده شرکت همراه با معرفی نامه در جلسه بازگشایی پاکت‌ها بلامانع می‌باشد.
- پیشنهاد دهنده باید کلیه سورت‌های قانونی را در قیمت پیشنهادی خود در نظر بگیرد.
- به پیشنهادهای مبهم، مشروط و مخدوش مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- مدت اعتبار پیشنهادها باید حداقل سه ماه پس از تاریخ افتتاح پیشنهادها بوده و این مدت باید برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.
- سایر اطلاعات و مشخصات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج می‌باشد.
- نشانی شرکت: بوشهر - خیابان ریسعلی دلواری - کوچه لنگر ۱ - کد پستی ۷۵۱۴۶۱۹۱۳۹
- سایت اینترنتی شرکت: <https://abfa-bushchr.ir>
- تلفن تماس: ۰۷۷۳۳۱۶۰۰۰۰ - اداره کالا

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۷  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

**گروه فرار داده‌ها شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر**

### آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۲۰۰۰۹۳۴۹۸۰۰۰۹۲۶
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای ۷ک - ۰۰۴۰۰۴۲ - R12 مناقصه شماره ۰۲۰ - R12
موضوع مناقصه / شرح مختصر اقلام درخواستی	خرید گسکت
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	۲۸۵/۱۷۳/۹۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار بصورت یکی از تضمین فابل قبول و فی آیین نامه تضمین شماره ۱۳۳۴۰۲/۱۳۳۴۰۲/۵۰۶۵۹۹ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می‌باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۷/۷۰۳/۴۷۸/۰۰۰ ریال
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	۱۰ روز پس از درج در سامانه ستاد ایران می‌باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (روزمه) در سامانه ستاد	طرف مدت دو هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می‌باشد.
آخرین مهلت بارگذاری پیشنهاد فنی / مالی در سامانه ستاد	پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی به‌راه به نامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می‌گردد.
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر - شهرستان کنگان - شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی - پالایشگاه دوازدهم فاز ۲۴ - اداره کالا

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۳

**روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی**

### آگهی نقل و انتقال شماره ۱۱۴۱۰ برج مسطح کوثر ۵۰۰۱ بندرعباس

به استناد رونوشت سند شماره ۱۹۷۵۳ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۸ با شناسه سند ۱۴۰۰۱۱۴۵۶۸۲۸۰۰۰۰۴۵ دفتر اسناد رسمی ۵۰ بوشهر آقای کرم ذوفنون فرزند باقر ۴ دانگ سهام خود در مالکیت برج مسطح کوثر ۵۰۱ به شماره ثبت ۱۱۴۱۰ بندرعباس را به آقای پیمان توکلی ریشهری فرزند محمدرضا انتقال قطعی داده است.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

# راهکارهای بهبود همکاری تیمها در شرکت



## به قلم: پاون کومار

کارشناس بازاریابی محتوا در موسسه اسپرینگ و رکس  
ترجمه: علی آل علی

همکاری و فعالیت بهینه تیم‌های کاری در شرکت نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. این امر اغلب اوقات در برندهای بزرگ به طور طبیعی و با فعالیت مناسب مدیران میانی تنظیم می‌گردد. با این حال وضعیت درباره برندهای تازه تاسیس به طور کامل متفاوت است. چنین برندهایی مانند کسب و کارهای کوچک شرایط سخت و اغلب دشواری برای بهینه‌سازی شرایطشان در بازار پست سر می‌گذارند. درست به همین خاطر باید آمادگی لازم برای تنظیم روابط میان اعضای تیم‌های کاری را داشته باشند. این امر در کنار تنظیم عملکرد آنها با وضعیت برند نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید از تکنیک‌های حرفه‌ای در این میان سود ببرید. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای بهینه‌سازی عملکرد برند در این راستاست. در ادامه برخی از نکات مهم در این حوزه را مرور خواهیم کرد.

## تعیین اهداف فردی

تعیین اهداف فردی به اعضای یک تیم کاری کمک می‌کند تا علاوه

بر همکاری با هم نوعی احساس تعلق خاطر کاملاً شخصی به کارشان پیدا کنند. شاید این امر عجیب به نظر برسد، اما اهداف فردی میانگین عملکرد کارمندان شرکت را به شدت افزایش می‌دهد. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای شما پیش نخواهد آمد.

تعامل با کارمندان برای تعریف اهداف شخصی به بهترین شکل ممکن مهارت کارمندان را نشان می‌دهد. این امر امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایط کاری را به همراه دارد. با این حساب اگر شما وضعیت‌تان از نقطه نظر بهبود تعامل با کارمندان را مدنظر قرار دهید، به سادگی امکان تعیین اهداف حرفه‌ای را خواهید داشت. این امر شناسش شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه داده و سطح رابطه‌تان با کارمندان را نیز بهینه‌سازی می‌کند.

## تنظیم برنامه کاری منسجم

برنامه کاری شما باید برای تمام تیم‌های شرکت نوعی نظم مشخص ایجاد کند. این امر فعالیت‌های مختلف تیم‌ها را در یک جریان خاص قرار داده و امکان تحقق اهداف کاری را فراهم می‌سازد. بنابراین شما باید تمام تلاش‌تان را برای تحقق اهداف کلی شرکت در دستور کار قرار دهید. این امر وضعیت شما در بازار را به شدت بهینه‌سازی کرده و امکان تعامل با مخاطب هدف را به همراه خواهد داشت.

بدون تردید تنظیم برنامه‌های کاری به طور منسجم کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر شما باید در صورت امکان از دیگران در این راستا کمک بگیرید. علاوه بر کارشناس‌های حرفه‌ای، شما همیشه امکان سرمایه‌گذاری بر روی کارمندان‌تان را هم دارید. هرچه باشد آنها شناخت بسیار دقیقی از وضعیت برندتان داشته و شناس‌تان را بی‌نیاید در زمینه بهینه‌سازی فعالیت شرکت افزایش می‌دهد. با این حساب تشکیل جلسات منظم با آنها ایده چندان بدی از نقطه نظر بازاریابی نیست.

## طراحی استراتژی یک صفحه‌ای

استراتژی یک صفحه‌ای در واقع فایل فشرده استراتژی کاری شما برای بازه‌های زمانی مشخص است. این فایل‌ها باید به طور دقیق در میان کارمندان توزیع شود. دلیل آن نیز امکان آگاه‌سازی کارمندان از وضعیت بازاریابی برند و تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف است. با این حساب اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید به طور مداوم این نکته را مدنظر قرار دهید. این امر شناسش شما در بازار را بهینه‌سازی کرده و فرصت‌های بسیار زیادی پیش روی‌تان قرار می‌دهد.

یک برنامه کوتاه به شما امکان تعامل با کارمندان و آگاه‌سازی‌شان از مهمترین نکات حوزه کاری‌تان را می‌دهد. با این حساب شما مشکلات زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق این شیوه

## آگهی فقدان سند مالکیت

خانم پروین داملا احد از ورته مرحوم حسن داملا یا ارانه گواهی حصر وراثت شماره ۲۹۷/۴۷ مورخ ۱۳۴۸/۰۵/۲۲ شعبه اول دادگاه بخش همدان و رقم نوزده دارایی به شماره ۱۹۸۹/۱ مورخه ۱۳۴۸/۶/۱۲ و یا تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۲۹ همدان برابر درخواست وارده شماره ۰۱۷۰۵۶ مورخ ۱۴۰۰/۱/۲۰ مدعی هستند که یک جلد سند مالکیت پلاک ثبتی ۵۹۳ فرعی از ۱۹ اصلی واقع در حومه بخش دو همدان به شماره ثبت ۳۰۲ دفتر ۲ صفحه ۵۹۳ بنام مرحوم حسن داملا به علت نامعلوم مفقود گردیده و بیع شرط نمی باشد لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت بدین وسیله آگهی می شود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روز به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت و یا سند معامله، اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضای مدت واخواهی و نرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد ضمن اعلام مفقودی و بی اعتباری سند اولیه اسناد مالکیت به نام وراث صادر و تسلیم خواهد شد. مراتب فوق براساس آخرین اطلاعات دفاتر املاک استخراج گردیده است. ۱۳۶۵ م الف حمید سلگی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ شهرستان همدان شناسه آگهی ۱۳۷۹۵۹۵

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور  
حوزه ثبت ملک ناحیه دو رشت  
هیات موضوع قانون تعیین وضعیت و تکلیف ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی  
آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی  
برابر رای شماره ۰۶۲۱۴-۳۰۶۲۱۸۶-۳۰۶۲۱۸۶ مورخ : ۱۳۹۹/۰۵/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت ، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای محمندی حسینی زادهی فرزند محمد باقر به شماره شناسنامه ۱۷۶ صافره از قیوم در قریه بیجارکن در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۲۱۵.۲۴ متر مربع پلاک فرعی ۱۹۳۵۵ از اصلی ۷۵ مرفوز مجزی از پلاک ۱۷۷ از اصلی ۷۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رقیه حسین زاده محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم ، مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که نتخاس نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند ، میتواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند ، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۱۲/۱۵ ۳۱۶۸ م الف سعید بدوی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحی ۲ رشت از طرف غفار فرزانه

آقای علی اکبر پروری با ارائه دو برگ استشهادیه المثنی که در دفترخانه اسناد رسمی ۷۷ بابل تصدیق امضاء شده و طی درخواست شماره ۴۰۳۷۲۰۸۰۰۴۰۳۷۲۰۸ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۴ تقاضای صدور سند المثنی شش دانگ تحت پلاک شماره ۱۳ فرعی از ۴۶۷۲ - اصلی بخش دو غرب حوزه ثبتی بابل که بنام ایشان ثبت و صادر و تسلیم گردید و در اثر جایجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰ - اصلاحی آیین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاصی مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود. تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ سیدمهدی حسینی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بابل شناسه آگهی ۱۳۷۴۴۶۲ ۳۹۱

آقای شاه حسین یگانه راد دارای شناسنامه شماره ۴۰۳۱۳۱۰۷۹۱ به شرح دادخواست به کلاسه ۱۱۱/۰۰۰۰۶۲۳-ح از این حوزه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان علی حسین سپهرنوش مبصر به شناسنامه شماره ۴۰۳۱۳۰۸۲۵۶ در تاریخ ۱۳۵۳/۵/۹ در اقامتگاه دائمی خود بدورد زندگی گفته ورثه حین الفوت آن متوفی / متوفیه منحصر است به  
۱. حسین خسرو داد فرزند علی حسین شماره شناسنامه ۴۰۳۱۳۱۰۷۷۳ متولد ۱۳۲۶/۱۰/۲ فرزند متوفی  
۲. شاه حسین یگانه راد فرزند علی حسین شماره شناسنامه ۴۰۳۱۳۱۰۷۹۱ متولد ۱۳۳۰/۸/۹ فرزند متوفی  
۳. ولی ... سپهری زاده فرزند علی حسین شماره ش ۴۰۳۱۳۱۲۶۹۵ متولد ۱۳۴۱/۵/۳ فرزند متوفی  
۴. علیه سپهرنوش مبصر فرزند علی حسین شماره ش ۴۰۳۱۳۱۲۷۰۹ متولد ۱۳۲۹/۸/۱۲ فرزند متوفی  
۵. نازیبانو کاظمی فاخر فرزند محمد تقی شماره شناسنامه ۴۰۳۱۳۰۶۳۹۲ در تاریخ ۱۳۰۳/۱/۱ (همسر)  
رئیس حوزه ۱۱۱ شورای حل اختلاف گل تپه م الف: ۴۸۷  
شناسه آگهی: ۱۳۷۸۳۶۶

آگهی اختصاصی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی  
برابر رای شماره ۱۱۰۰۶-۱۱۰۰۶-۰۳۱۰۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان نور تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی بنام آقای/ خانم اکبر ملانی انگاس ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی بمساحت ۲۵۸ متر مربع به پلاک ۴۷۷ فرعی از ۶ اصلی واقع تسکا مازندران بخش ۶ ثبت نور محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه سراسری و محلی آگهی می گردد در صورتی که اشخاص ذی نفع به آراء اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار اول ۱۴۰۰/۱۱/۱۶ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۰/۱۱/۳۰ شناسه آگهی ۱۳۷۱۳۲۷ علی سعادت - سرپرست ثبت اسناد و املاک شهرستان نور ۳۲۲

آگهی فقدان سند مالکیت  
خانم محمد مهدی تدین خواه با تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۳ همدان برابر وارده شماره ۶۵۰۶/۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۵ مدعی است که سند مالکیت ششدانگ پلاک ۹/۳۱۳۱/۱۱۹۳۳ واقع در حومه بخش یک همدان به شماره مسلسل ۲۷۱۵۸۸ سری ب ۹۸ شماره دفتر املاک الکترونیک ۰۲۶۷۶-۱۰۰-۲۳۲۶۰۰۱۰۰ بنام آقای محمد مهدی تدین خواه به علت نامعلوم مفقود گردیده و نزد کسی در بیع شرط نیست. لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت بدین وسیله آگهی می شود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روز به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت و یا سند معامله، اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضای مدت واخواهی و نرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد سند مالکیت المثنی به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد. مراتب براساس آخرین اطلاعات سیستم جامع تهیه و گزارش شده است. ۱۳۶۰ م الف مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان ناحیه یک شناسه آگهی ۱۳۷۹۵۸۳

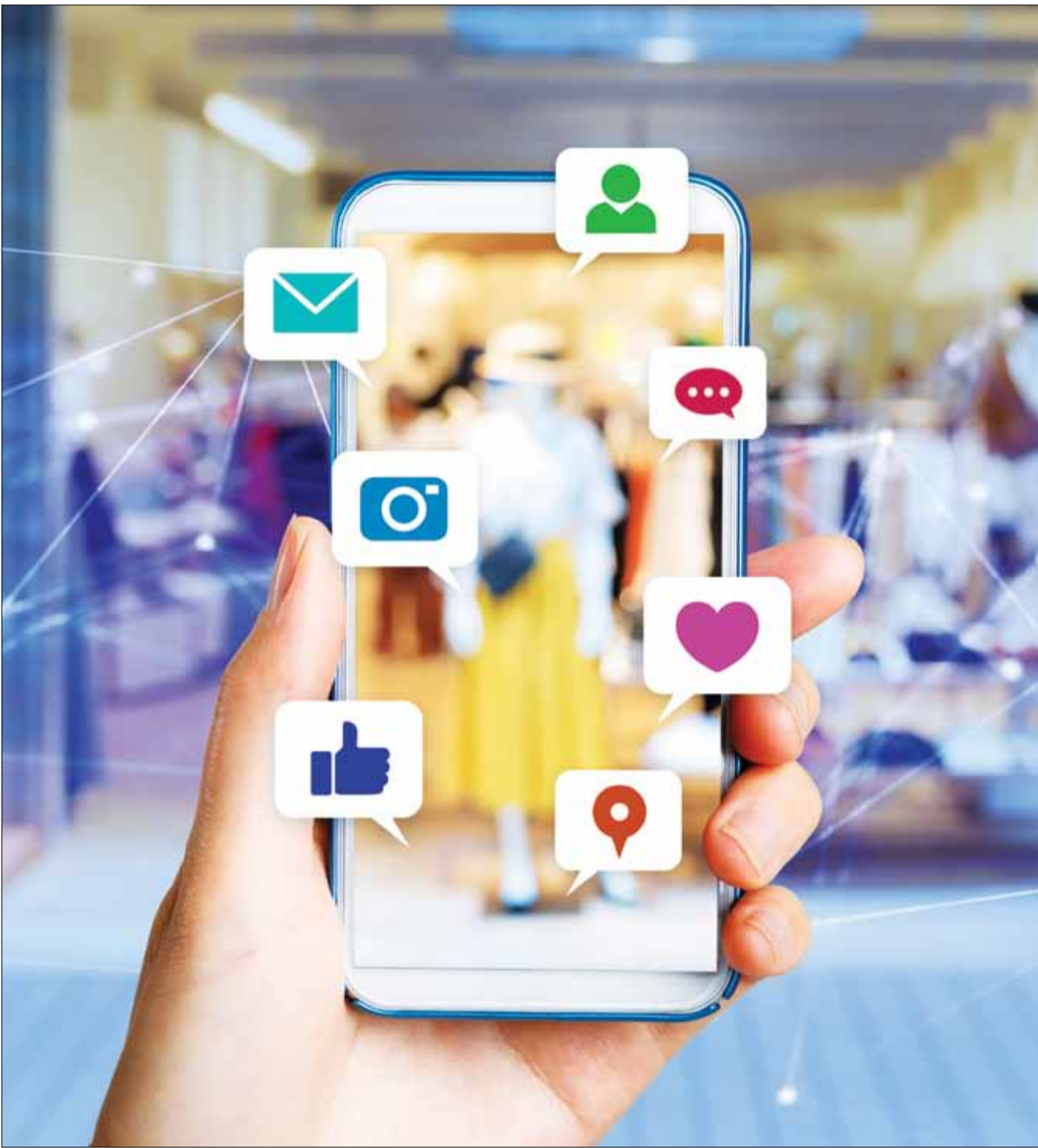
آگهی فقدان سند مالکیت  
خانم پروین داملا احد از ورته مرحوم حسن داملا یا ارانه گواهی حصر وراثت شماره ۲۹۷/۴۷ مورخ ۱۳۴۸/۰۵/۲۲ شعبه اول دادگاه بخش همدان و رقم نوزده دارایی به شماره ۱۹۸۹/۱ مورخه ۱۳۴۸/۶/۱۲ و یا تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۲۹ همدان برابر درخواست وارده شماره ۰۱۷۰۱۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۹ مدعی هستند که یک جلد سند مالکیت پلاک ثبتی ۵۰۱ فرعی از ۱۹ اصلی واقع در حومه بخش دو همدان به شماره ثبت ۱۹۹۹ دفتر ۱۲ صفحه ۱۲۳ بنام مرحوم حسن داملا به علت نامعلوم مفقود گردیده و بیع شرط نمی باشد لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت بدین وسیله آگهی می شود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روز به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت و یا سند معامله، اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضای مدت واخواهی و نرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد ضمن اعلام مفقودی و بی اعتباری سند اولیه اسناد مالکیت به نام وراث صادر و تسلیم خواهد شد. مراتب فوق براساس آخرین اطلاعات دفاتر املاک استخراج گردیده است. ۱۳۶۶ م الف حمید سلگی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ شهرستان همدان شناسه آگهی ۱۳۷۹۵۹۱

برگ سبز خودرو سوری ساینا به شماره موتور ۸۸۳۶۴۵۱/M۱۵ و شماره شاسی ۵۸۴۶۲۹۶-K۵۸۳۱۱۰۰-NASا و شماره انتظامی ایران ۲۰-۸۳۲۲ متعلق به آقای حسن آقا حسن زاده به شماره ملی ۱۶۷۱۰۱۱۴۰۶ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط است .





# آداب فعالیت در شبکه‌های اجتماعی



این موضوع ممکن است فقط برای فرد مذکور، جذابیت داشته باشد. به همین خاطر شما ابتدا نباید در فضای بازدید عموم، چنین اقدامی را انجام دهید. این موضوع باعث خواهد شد تا ضمن پاسخگویی بهتر، از ایجاد درگیری بین مخاطبان جلوگیری شود.

**۶- به جز بیات توجه داشته باشید**  
در بسیاری از موارد، برخی نکات ریز بحران‌آفرین شده است. برای مثال استفاده از یک موضوعی که برای یک قوم کاملاً مقدس است، می‌تواند شرایط سختی را ایجاد کند. در این بخش شما باید محتواها را مورد بازبینی قرار دهید و اطمینان داشته باشید که سوءتفاهمی شکل نخواهد گرفت. همچنین شما باید در صورت بروز دلخوری، سریعاً عذرخواهی رسمی داشته باشید تا از بروز بحران جلوگیری شود. به صورت کلی اگر به جز بیات توجه داشته باشید، با مشکلات کمتری هم مواجه خواهید شد.

**۷- شیوه رقابت درستی داشته باشید**  
ممکن است به این سمت تمایل پیدا کنید که رقبای خود را تحقیر کنید و با این اقدام برند خود را محبوب‌تر نمایید. با این حال این اقدام امروزه دیگر نتیجه‌ای را به همراه ندارد و رقابت ناسالم، ابتدا برای مخاطبان قابل قبول نخواهد بود. در کنار این مسئله شما باید به دنبال رقابت سالم و حتی ایجاد رفاقت با سایر برندها باشید. این موضوع کمک خواهد کرد تا توان انجام کارهای بیشتری شکل گیرد. همچنین شما باید مسئولیت اتفاقات پیرامون خود را نیز برعهده بگیرید. در کنار این مسئله شما باید شیوه رفتار درستی با کارمندان خود نیز داشته باشید. برای مثال آزمون سال گذشته به خاطر رفتار بد با کارگران انبارهای خود، با مشکلات بسیاری مواجه شد.

**۸- صداقت را فراموش نکنید**  
شما باید با مخاطب خود صداقت بسیار بالایی را داشته باشید تا بتوانید برای طولانی مدت در حوزه خود فعالیت کنید. در واقع حتی یک دروغ نیز می‌تواند رسوایی بزرگی را به همراه داشته باشد. در کنار این مسئله شما باید به مسائل روز توجه داشته باشید. برای مثال امروزه مسئله کرونا و محیط زیست، بزرگترین بحران‌ها محسوب می‌شود که انتظار می‌رود هر برندی تا حد امکان خود را نیز برعهده بگیرد. در کنار این مسئله شما باید تنها ادعاهایی را داشته باشید که قدرت اثبات آن وجود دارد. در واقع در جهان امروز نمی‌توان انتظار داشت یک دروغ برای مدت طولانی باقی بماند. در آخر فراموش نکنید که قوانین فعالیت در شبکه‌های اجتماعی، به مراتب بیشتر بوده و ممکن است شما با موارد محلی نیز مواجه شوید و با این حال هشت مورد فوق، جزو اصلی‌ترین‌ها بوده و لازم است تا اولویت اول باشند. با این حال ابتدا خود را محدود به آنها تصور نکنید.

منبع: [business2community.com](http://business2community.com)

مشتری باشید که هر یک انتظارات مختلفی را دارند. در این راستا طبیعی است که همواره نتوانید لحن محترمانه و دوستانه داشته باشید. با این حال این اقدام بسیار مهم بوده و شما حتی اجازه کوچک‌ترین بی‌احترامی را ندارید. فراموش نکنید که این اقدام شما می‌تواند با شتمات مستقیم همراه شود و کمپین‌هایی بر علیه شما را داشته باشد. در واقع شما باید اطمینان داشته باشید که تمامی کارمندان، به بهترین شکل پاسخگویی را انجام می‌دهند. در این زمینه ساکت بودن نسبت به شکایات، به مانند نزدیک کردن خودتان به یک بمب است. در این بخش ما می‌توانید از پیام‌های پیش‌فرض و ویس‌های از قبل ضبط شده استفاده کنید تا در صورت خستگی بیش از حد، اطمینان داشته باشید که کیفیت خدمت‌رسانی و پاسخگویی یکسانی را دارید.

**۳- برای مخاطب خود زمان بگذارید**  
تفاوتی ندارد که مخاطب آیا تاکنون از شما خرید کرده است و یا این اولین تجربه محسوب می‌شود. در واقع شما باید برای مخاطب خود زمان کافی بگذارید و برای ایجاد مکالمه، برنامه‌های مختلفی را داشته باشید. برای مثال هر هفته بابت لایک کردن پست‌ها تشکر کنید و از آنها نظرخواهی داشته باشید. در واقع مشکل بزرگ بسیاری از صفحات این است که پاسخگویی غیرسریع و محدودی را دارند. این امر در حالی است که شما از دل مکالمات خود، می‌توانید اطلاعات بسیار خوبی در رابطه با مشتریان خود به دست آورده و آنها را به سمت خریدی دیگر سوق دهید. در واقع این موضوع یک اصل بسیار مهم است که اگر برای مخاطب خود وقت نگذارید، درست به مانند توهین به شخصیت وی خواهد بود. برای درک بهتر این موضوع، یک مثال ساده این است که شما در فروش حضوری، نسبت به سوالات مشتری درباره اجناس مختلف، با بی‌میلی و سرعت پایین پاسخ دهید و یا بی‌توجه باشید.

**۴- قبل از آشنایی پیام نفرستید**  
یکی از استراتژی‌های بسیار غلط این است که افراد به صورت زود، اقدام به ارسال پیام‌های گسترده به مخاطبان می‌کنند. این امر در حالی است که اکثریت آنها هیچ‌گونه شناختی نسبت به کسب و کار شما ندارند و نمونه ساده آن را می‌توان در پیامک‌های تبلیغاتی نیز مشاهده کرد. با این حال این موضوع باعث خواهد شد تا جایگاه برند شما در سطح یک عامل مزاحم قرار گیرد. به همین خاطر لازم است تا در ابتدا زمینه آشنایی را مهیا کرده باشید و پس از آن چنین اقداماتی را انجام دهید. در واقع اقدامات ناخواسته، در اکثر موارد نتایج خوبی به همراه ندارد.

**۵- بحث در جمع را فراموش کنید**  
ممکن است فردی در زیر یکی از پست‌ها موردی را بیان کرده باشد که زمینه یک بحث را به همراه دارد. با این حال

**به قلم: پولینا زکریان**  
نویسنده حوزه بازاریابی  
مترجم: امیر آل‌علی

حتماً با این موضوع مواجه شده‌اید که یک صفحه علی‌رغم رشد خوب، به یک باره با مشکلات زیادی مواجه می‌شود و تلاش‌های چندساله آنها، از بین می‌رسد. این موارد اشتباهاتی محسوب می‌شود که کمتر در رابطه با آنها صحبت شده و همین امر حتی می‌تواند ادامه فعالیت صفحه شما را غیرممکن سازد. در واقع فعالیت در هر فضای، نیازمند رعایت یکسری اصول و آداب است. نکته جالب این است که براساس نظرسنجی‌ها، بسیاری از افراد نسبت به آنها اطلاع دقیقی را ندارند. به همین خاطر در ادامه هشت مورد اصلی آن را بررسی خواهیم کرد که هر یک در موارد متعدد، مشکلات همین خاطر رعایت آنها، کاملاً حیاتی است.

**۱- معنای هر هشتگ را بدانید**  
معیار انتخاب هشتگ برای اکثر صفحات موجود در شبکه‌های اجتماعی مختلف، محبوبیت آنها محسوب می‌شود. با این حال شما باید بدانید که معنای هر یک از آنها چه می‌باشد. برای مثال ممکن است یک مورد، اشاره به جنبشی داشته باشد که حمایت از آن در منطقه شما نقض قانون تلقی شود. در این راستا استفاده از هشتگ‌های غیرمرتبط نیز مشکلاتی را به همراه دارد. در این زمینه بهتر است که در رابطه با هشتگ‌های مشکوک، اقدام به مشاهده پست‌های مرتبط با آن نمایید تا از درست بودن همه چیز اطمینان حاصل کنید. بیشترین مشکلات در این بخش زمانی رخ می‌دهد که افراد اقدام به فعالیت جهانی می‌کنند. در واقع شناخت ناکافی از فرهنگ جامعه میزبان، می‌تواند بحران‌آفرین باشد. این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که سرعت انتشار اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی بسیار بالا بوده و به همین خاطر لازم است تا بدانید چه مواردی را مورد توجه قرار داده‌اید. برای مثال هشتگ نه به خونسخت خانگی در زیر پست یکی از واینرها (کم‌دین‌های مجازی) طی سال گذشته، باعث خشم کاربران شد. در واقع آنها عقیده داشتند که قرار دادن چنین موضوع مهمی در زیر یک پست خنده‌دار، تمسخر این جنبش مهم است. به همین خاطر شما باید به ارتباط داشتن هشتگ با فعالیت خود توجه داشته باشید و اقدامی را انجام ندهید که ممکن است برخی از افراد را ناراحت کند. در واقع این بخش تنها به هشتگ محدود نبوده و به صورت کلی شما باید اقداماتی را انجام دهید که زمینه ناراحتی دیگران را به همراه ندارد.

**۲- رفتار تند با مخاطب نداشته باشید**  
ممکن است در روز شما مجبور به پاسخگویی به صدها

## چگونه اپ موبایلی برندگان را پرموت کنید؟

ترجمه: علی آل‌علی

پرموت کردن اپ موبایلی فقط شامل تبلیغ و معرفی آن به مخاطب هدف نیست. بسیاری از برندها برای طراحی یک اپ ویژه از مدت‌ها قبل با خودشان کلنجار می‌روند. شما فقط زمانی باید نسبت به استفاده از اپ برای موبایل‌تان اقدام کنید که تعداد مناسبی مشتری داشته باشید. این امر به شما برای افزایش سطح محبوبیت اپ‌تان کمک خواهد کرد.

اگر شما هم تعداد مناسبی مشتری برای برندگان دارید و به فکر استفاده از فرصت‌های پیش رو برای طراحی اپ هستید، نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای پرموت کردن اپ‌تان کمک خواهد کرد. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها برای فعالیت بازاریابی نخواهید داشت.

### توسعه حرفه‌ای اپ

اپ برند شما باید برای کاربران مزیت مهمی داشته باشد. این امر می‌تواند خرید ساده یا بهره‌مندی از یک سرویس حرفه‌ای باشد. متأسفانه برخی از برندها بدون توجه با این نکته اقدام می‌کنند. درست به همین خاطر در نهایت اپ‌شان هیچ جذابیتی برای مخاطب هدف پیدا نمی‌کند.

اگر شما به فکر راه‌اندازی بخش تازه از کسب و کارتان هستید، استفاده از اپ رسمی می‌تواند محور تعامل شما با مشتریان پیرامون سرویس تازه باشد، در غیر این صورت شاید طراحی اپ از سوی شما چندان ایده حرفه‌ای و مناسبی از اپ درنیاید. یادتان باشد امروزه کاربران در شبکه‌های اجتماعی فقط و فقط به برندها و اب‌هایی توجه می‌کنند که مزیت خاصی به همراه داشته باشند. بر این اساس اگر اپ شما مزیت مناسبی به همراه ندارد، سرمایه‌گذاری بر روی آن بی‌دلیل خواهد بود.

### بازاریابی برای اپ موبایلی

بازاریابی برای اپ یکی از مهم‌ترین مراحل برای آشناسازی کاربران با محتوای برندگان است. این امر به شما فرصت ایجاد ارتباطات اولیه و افزایش تعداد دانلود اپ‌تان را می‌دهد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم از این نکات استفاده نمایید.

امروزه صرف هزینه در زمینه بازاریابی بدل به امری رایج شده است. بنابراین شما برای بازاریابی و پرموت کردن اپ برندگان باید اندکی از بودجه بازاریابی‌تان را به این ماجرا اختصاص دهید. در غیر این صورت شاید در رقابت با سایر برندها هیچ شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نکرده و وضعیت‌تان به طور مداوم بدتر شود.

سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی و همچنین همکاری با انواع اپ استورها به شما برای پرموت کردن سریع محتوای‌تان کمک می‌کند. این نکته نقش مهمی در آشنا شدن سریع کاربران با محتوای برندگان و همچنین دانلود بالای اپ‌تان خواهد داشت.

### استفاده از ایمیل مارکتینگ

استفاده از ایمیل مارکتینگ نباید گزینه عجیب یا ناآشنایی برای بازاریاب‌ها باشد. این الگوی جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مزایای بسیار زیادی داشته و به شما فرصت خوبی به منظور بهبود رابطه‌تان با مخاطب هدف را می‌دهد. اگر شما به دنبال پرموت کردن محتوای برندگان یا حتی اپ رسمی آن هستید، می‌توانید به سادگی بر روی ایمیل مارکتینگ حساب باز کنید. این گزینه به شما برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف و بهبود شرایط‌تان به شیوه‌ای مناسب کمک خواهد کرد. با این حساب شما بدون نیاز به صرف هزینه‌های بالا برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امکان استفاده از فرصت‌های بازاریابی بسیار متنوع را خواهید یافت.

اگر شما برای ارسال ایمیل به مخاطب هدف‌تان مردد هستید، می‌توانید از یک متن دوستانه برای معرفی برند و محصولاتش استفاده کنید. در کنار این امر دعوت از مخاطب هدف برای امتحان کردن اپ رسمی‌تان هم گزینه خوبی خواهد بود. به این ترتیب انگیزه کاربران برای امتحان اپ رسمی برندگان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده و شانس‌تان در بازار نیز برای پرموت کردن اپ‌تان بهینه می‌گردد. یادتان باشد شما نباید مخاطب‌تان را به استفاده از اپ برند مجبور کنید. بنابراین تمام شرایط و فرآیند کار باید در محیطی دوستانه و به دور از اجبار صورت گیرد، در غیر این صورت شاید حتی امکان تاثیرگذاری بر روی یک مخاطب را هم نداشته باشید.

منبع: [businessblogshub.com](http://businessblogshub.com)



## فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

شنبه | ۳۰ بهمن ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۶۷ | 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: ۸۸۳۱۷۳۲۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین‌نامه اخلاق حرفه‌ای روزنامه: [WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS](http://WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS)

[WWW.FORSATNET.IR](http://WWW.FORSATNET.IR)

[INFO@FORSATNET.IR](mailto:INFO@FORSATNET.IR)