

نگاه

تجارت آمریکا و اروپا رونق می‌گیرد

تغییر نقشه تجارت جهانی

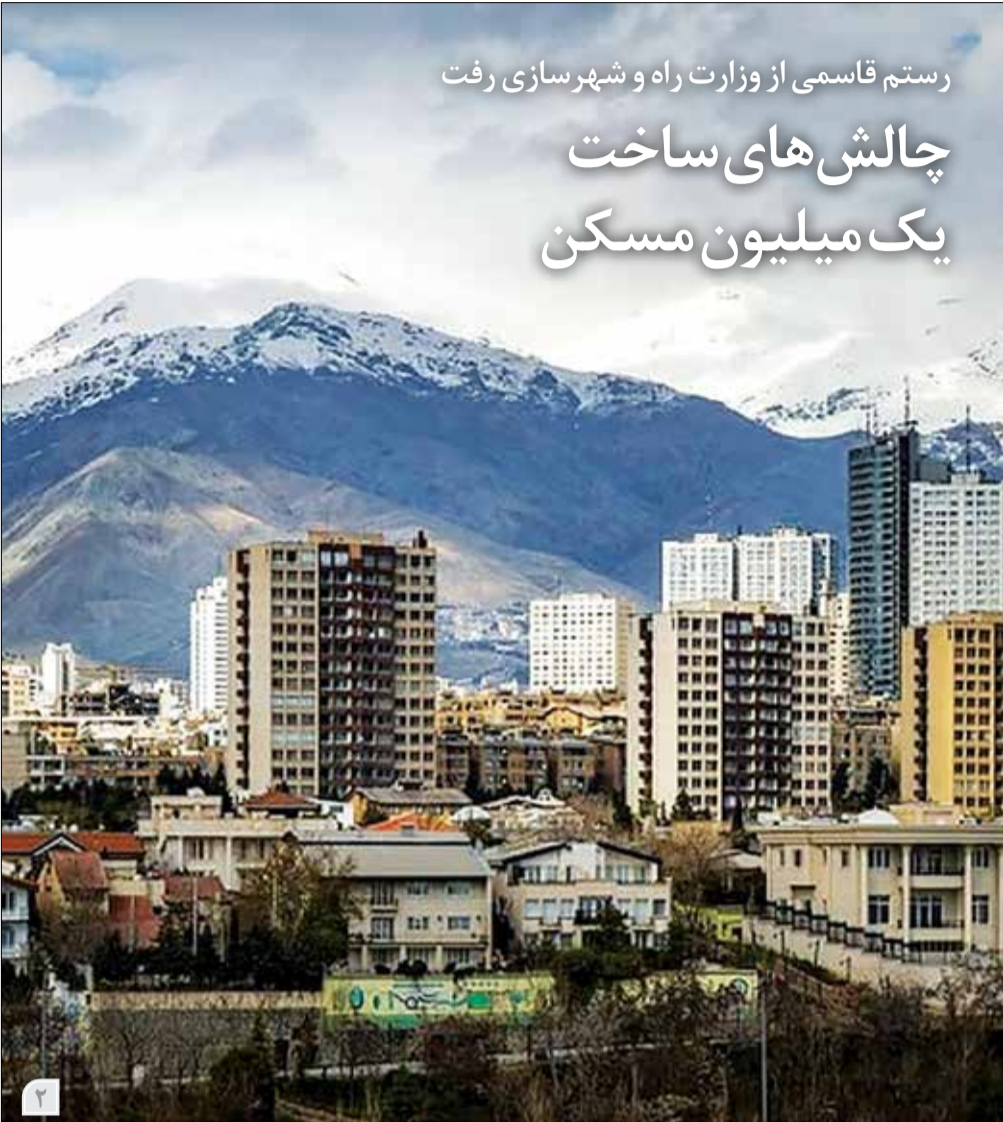
حمله روسیه به اوکراین و تیره شدن روابط غرب و چین باعث رونق تجارت میان ایالات متحده آمریکا و اروپا به عنوان متحان قدیمی شده است؛ موضوعی که روزنامه «وال استریت ژورنال» از آن به «تغییر نقشه تجارت جهانی» تعبیر کرده و می‌نویسد: «نقشه اقتصاد جهانی با گسترش تجارت میان ایالات متحده و اروپا به سرعت در حال تغییر است. جنگ روسیه و اوکراین از یکسو و تیره شدن روابط بین غرب و چین از سوی دیگر، متحدان دو سویی اقیانوس اطلس (فرا اتلانتیک) را به هم نزدیک‌تر کرده است.» به‌نوشته «وال استریت ژورنال»، «ایالات متحده امسال بیشترین از اروپا کالا وارد کرده تا از چین که تغییر بزرگی نسبت به دهه ۲۰۱۰ محسوب می‌شود که چین شریک تجاری نخست آمریکا بود. از ساعات‌های سوئیس گرفته تا ماشین‌آلات آلمانی و اقلام لوکس ایتالیایی، پول و محصولات به اقیانوس اطلس سرازیر شده‌اند. این امر به تولیدکنندگان اروپایی که این روزها با قیمت‌های سرسام‌آور انرژی دست‌وپنجه نرم می‌کنند، کمک زیادی می‌کند و بندر ساحل شرقی را از نظر حجم جابه‌جایی محصولات کانتینری پس از سال‌ها از همتایان ساحل غربی خود جلو می‌اندازد.صادرات آلمان به ایالات‌متحده تنهادر...

رستم قاسمی از وزارت راه و شهرسازی رفت

چالش‌های ساخت یک میلیون مسکن

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی



ارزش مالی تیم‌های فوتبال، ملاک موفقیت نیست

پیش‌بینی پولی جام جهانی ۲۰۲۲

وبسایت ترانسفرمارکت بر روی این بازیکن گذاشته شده است) غیرمنطقی خواهد بود که انتظار داشته باشیم که این بازیکن بتواند به‌اندازه «گارانگ کول» ستاره استرالیایی ۱۶۰۰ گل به‌ثمر برساند؛ درصورتی‌که این بازیکن تنها ۱۰۴ هزار دلار ارزش دارد. پله برزلی که هنوز هم بهترین بازیکن فوتبال در تمام دوران است، اولین بازی خود را در جام جهانی سوئد در سال ۱۹۵۸ و زمانی که تنها ۱۷ سسال داشت انجام داد. در سال ۱۹۶۰ تیم او یعنی سانتوس طبق گزارش‌ها، سالانه ۱۵۰هزار دلار به او پرداخت می‌کرد که حدود ۱۵ میلیون دلار به پول امروزی است و این روزها به میزان متوسط دستمزد بازیکنان فوتبال پرداخت می‌شود. گفتنی است پاری‌سن‌ژرمن سالانه ۱۱۰ میلیون دلار به امپا‌همی می‌پردازد.

نگاهی به اقتصاد سوپرستارها

حتی لیونل مسی و کریستیانو رونالدو، فوق ستاره‌های مسنی که به پایان عمر فوتبال خود نزدیک می‌شوند، ۱۰۰ میلیون دلار یا بیشتر حمایت مالی به‌دست می‌آورند. مسی و رونالدو ۶۷ برابر بهتر از ستاره برزلی نیستند، اما با این حال این دستمزد‌ها را دریافت می‌کنند. البته این موضوع تنها به ورزش فوتبال محدود نمی‌شود. در سال ۱۹۸۱ شروین روزن، اقتصاددان دانشگاه شیکاگو مقاله‌ای با عنوان «اقتصاد سوپرستارها» منتشر کرد. روزن در این مقاله استدلال می‌کرد که پیشرفت فناوری به استعدادهای موردنظر در هر شغلی اجازه می‌دهد تا به بازار بزرگ‌تری خدمت کنند و سهم بیشتری از درآمد آن را به دست آورند. این موضوع همچنین عایدی موجود برای افراد کم‌استعداد، در محیط کسب‌وکار را کاهش می‌دهد. پله درآمد کمی داشت؛ چراکه افراد زیادی نمی‌توانستند بازی‌های او را در آن زمان تماشا

هجوم کاربران به شبکه‌های اجتماعی جایگزین

جایگزین مناسبی برای توئیتر وجود دارد؟

این افزایش ناگهانی کاربران، کمی مشکل شود. ظاهرا ماستادون به کمک بیش از ۴ هزار حامی برای این پلتفرم شبکه اجتماعی در نظر گرفته است، برخی کاربران در جست‌وجوی گزینه جایگزین برای مبادله اخبار، نماها و تصاویر حیوانات خانگی‌نسان هستند. در حالی که کاربران فعلی توئیتر همزمان مشغول تجدیدنظر درباره پلتفرم‌های قدیمی Reddit و Tumblr.Discord هستند، کاربران تازه‌وارد در حال بررسی شرایط هستند تا ببینند چه شانس‌ی برای دور زدن ۲۴۰ میلیون کاربر توئیتر دارند؟ بسیاری از کاربران توئیتر در حال مهاجرت گروهی به «ماستادون» (Mastodon) هستند؛ یک شبکه اجتماعی غیرمتمرکز که در سال ۲۰۱۶ توسط «یوگن روکو» توسعه‌دهنده آلمانی و تنها کارمند این شبکه اجتماعی راه‌اندازی شده است. این پلتفرم شبیه توئیتر است، اما خود را نقطه مقابل آن قرار می‌دهد؛ بدون هیچ تبلیغات و بدون الگوریتم و بدون فروش. ماستادون در روز دوازدهم نوامبر اعلام کرد که از زمان نهایی شدن معامله خرید توئیتر، بیش از یک میلیون عضو جدید جذب کرده است، اما الگوی کوچک و مبتنی بر تأمین مالی جمعی این شبکه اجتماعی باعث شده است که مدیریت و برآوردن نیاز

بورس تهران در اولین روز آذرماه نوسانی شد

حرکت الاکلنگی شاخص‌ها

فرصت امروز: یکی از شدیدترین نوسان‌های بورس در آبان ماه اتفاق افتاد و دماستخ اصلی تالار شیشه‌ای در این ماه، نوسان‌های متعددی در کانال‌های ۱،۲، ۱،۳ و ۱،۴ میلیون واحدی تجربه کرد؛ به طوری که در پایان هفته اول آبان تا سطح یک میلیون و ۲۴۱ هزار واحد افت کرد و سپس به مدد رشد تاریخی دلار آزاد و افزایش جهانی قیمت کامودیتی‌ها و رونمایی از بسته حمایتی...

۴

الزامات رژیم ارزی ثابت یا شناور در اقتصاد ایران چیست؟

از سیاست پولی تا رژیم ارزی

فرصت امروز: انتخاب بهترین رژیم ارزی به مقتضیات اقتصادی کشورها بستگی دارد. برخلاف آنچه تصور می‌شود، رژیم ارزی در عرصه اقتصاد کلان براساس خواسته سیاست‌گذار انتخاب نمی‌شود، بلکه صرفا مبتنی بر مقتضیات سیاست پولی تعیین می‌شود، چنانکه الزامات محیطی اقتصاد ایران، استفاده از رژیم ارزی تثبیتی را اجتناب‌ناپذیر ساخته است. البته این نظام تعیین نرخ ارز نیز به‌دلیل انتقال پیوسته ناترازی مالی به بخش پولی و افزایش انتظارات تورمی، شکننده بوده است. اهداف اصلی سیاست‌گذاری پولی در اقتصادهای مختلف عموما حول ثبات قیمتی، موازنه ارزی، رشد پایدار غیرتورمی و ثبات مالی طراحی شده است که با استفاده از ابزارهای محدود سیاستی همچون...

۳

آیا بحران مالی سال ۲۰۰۸ تکرار می‌شود؟

سرریز شوک مالی

۲

مدیریت و کسب‌وکار

پرسونای برند (Brand Persona) چیست؟

فرمول خلق برندی متفاوت!

نویسنده: علی آل‌علی: بعضی از آدم‌ها آنقدر خوش‌برخورد هستند که حتی درونگراترین افراد دنیا هم با چند دقیقه گپ و گفت شیفته‌شان شده و شروع به بیان نظرات‌شان می‌کنند. انکار این آدم‌های خوش‌مشرب یک جور فرمول جادویی برای اثرگذاری بر روی دیگران پیدا کرده‌اند که به هیچ وجه نمی‌شود در برابرش مقاومت کرد. در نقطه مقابل کسانی قرار دارند که بدون حتی یک دقیقه هم‌صحبتی نیز همه از دور و برشان فرار می‌کنند. بی‌شک کسانی که تجربه کار در شرکت‌های مختلف را دارند، کمابیش با هر دو مدل آدم‌های مورد بحث آشنایی دارند. اگرچه بعضی از روانشناس‌ها معتقدند آدم‌های کاریزماتیک به طور طبیعی استعداد جذب دیگران را دارند اما دست کم در دنیای کسب و کار اصلا از این خبرها نیست. در عوض پرسونای برند برگ برنده‌ای است که تفاوت میان برنده‌ای دوست‌داشتنی و بی‌روح را شکل می‌دهد. ما قبلا درباره پرسونای مشتری در روزنامه فرصت امروز با شما صحبت کرده‌ایم. اگر خواهیم دور تعاریف پیچیده را خط بکشیم...

۸

بهترین مدیر ارشد اگرچه ممکن است که ارزش سهام یک شرکت را به‌صورت جزئی افزایش دهد، اما وقتی که ارزش بازار یک شرکت چندین میلیارد دلار باشد، سودهای کوچک می‌تواند شرکت را به پول‌های در اندازه‌های قابل‌توجه برساند. البته در موضوع فوتبال و جام‌جهانی چه تماشاگران به‌صورت مستقیم و از نزدیک در کشور قطر بازی‌ها را تماشا کنند و چه در خانه‌های خود از طریق تلویزیون بازی‌ها را ببینند، این تحلیل‌های اقتصادی بازارمحور می‌تواند با شکست مواجه شوند.

برای بازیکنان فوتبال انواع و اقسام عوامل بازدارنده وجود دارد؛ مانند قراردادهای بلندمدت با جریمه‌های خرید سنگین که تیم‌ها را ملزم می‌کند استعداد یک بازیکن را نه در طول یک یا دو سال، بلکه در طول دوران حرفه‌ای ارزیابی کنند. به این ترتیب به‌نظر می‌رسد قیمت رونالدو و مسی به‌دلیل خاطرات نوستالژیک که به جا گذاشته‌اند، بسیار سنگین شده است و اگر ارزش امپا‌ه را فقط با فوتبال‌بسننجیم، ۱۶۶ میلیون دلار ارزش نداشته باشد، اما شاید داستان زندگی او برای هواداران پارسی ارزش خاصی داشته باشد. نکته دیگر اینکه شاید لانوتارو مارتینز، مهاجم آرژانتینی باشگاه اینتر میلان ایتالیا با حدود ۸۰۷ میلیون دلار، دو و نیم برابر هموطنش ارزش داشته باشد؛ اما امسال او تنها هشت گل برای اینترمیلان در مقابل هفت گل دیبالا برای باشگاه آس رم به ثمر رسانده است. بنابراین در بیست و دومین دوره جام‌های جهانی شاید جام قهرمانی دوباره به انگلستان نرسد که البته اولین باری نیست که این اتفاق می‌افتد. به‌رحال، باشگاه منچسترسیی انگلستان هم که در حال حاضر گران‌قیمت‌ترین تیم باشگاهی جهان است تاکنون نتوانسته قهرمان لیگ قهرمانان اروپا شود.

شکست تحلیل‌های بازارمحور

طبعاً موارد مشابه در دنیای تجارت نیز در حال رخ‌دادن است. برخی از اقتصاددانان در دانشگاه‌های معتبر دنیا تخمین می‌زنند که افزایش سریع دستمزد مدیران ارشد شرکت‌ها بیشتر ساخته‌شده به دست محافظه‌کاران و سیاستمداران دست‌راستی، منعکس‌کننده اندازه رو به رشد شرکت‌ها بوده است. استخدام

این شبکه اجتماعی در واقع محصول تلاش رئیس‌جمهور سابق آمریکا برای رقابت با توئیتر است که در سال ۲۰۲۱ حساب کاربری او را متوقف کرد، اما به نظر نمی‌رسد که تروث سوشال، رقیب چندان جدی باشد. ظاهرا سرمایه‌گذاران هم میل زیادی به سرمایه‌گذاری بیشتر در شرکت مادر این شبکه اجتماعی یعنی «گروه تکنولوژی و رسانه ترامپ» دارند، چون این شرکت در ماه‌های اخیر ضررده بوده و درآمد‌های حاصل از تبلیغات در آن بسیار ناچیز است. بسیاری از کاربران توئیتر از پلتفرم‌های ساخته‌شده به دست محافظه‌کاران و سیاستمداران دست‌راستی، اجتناب می‌کنند. نگرانی‌های مربوط به اظهارنظرهای نفرت‌انگیز هم این شبکه اجتماعی را به رقیبی نه چندان محبوب تبدیل کرده است. تروث سوشال اخیرا برای عرضه در فروشگاه اپل‌یکشن‌های گوگل پذیرفته شده است.

هزار کاربر جدید هستند. بهبود الگوی عضوگیری این شبکه اجتماعی باعث می‌شود که کوهانست به رقیبسی جدی برای ماستادون تبدیل شده و توئیتر تنها بماند.

شبکه اجتماعی «تروث سوشال» (Truth Social) متعلق به دونالد ترامپ، فضایی نسبتبنا جدی و نه چندان دنج و راحت

سرویس توئیتر بلو معرفی شده توسط ماسک، تبلیغ‌دهندگان محتاط‌تر شده‌اند. ارائه این سرویس که امکان خرید حساب‌های کاربری تأییدشده را به همه کاربران می‌داد، باعث ایجاد مشکلاتی در زمینه جعل هویت شد. بعد از ارائه این سرویس، یک حساب کاربری جعلی به نام «الی لیلی» (Eli Lilly) – داروساز بزرگ آمریکایی- ساخته شد و تویت کرد که: «انسولین از حالا رایگان است.» همین موضوع به کاهش ناگهانی قیمت سهام این شرکت داروسازی منجر شد. مدیریت یک شبکه اجتماعی رقیب اعتراف کرده است که در روزهای اخیر تعداد زیادی از تبلیغ‌دهندگان توئیتر را وسوسه کرده است تا به‌طور گروهی توفاقات‌شان را با توئیتر لغو کنند. با این همه گویا ایلان ماسک در آرامش است. او در تویتی که در روز هفتم نوامبر منتشر کرد، مدعی شد: «هیزان استفاده از توئیتر به بالاترین حد خود رسیده است. امیدوارم سرورها ذوب نشوند!» با این وجود سهه روز بعد او در گزارشی به کارمندان باقی مانده در توئیتر درباره احتمال ورشکستگی این شرکت، هشدار داد. اگر توئیتر در حال سقوط باشد، همچنان یافتن یک جایگزین مناسب سخت و دور از ذهن است.

نگاه

تجارت آمریکا و اروپا رونق می گیرد

تغییر نقشه تجارت جهانی

حمله روسیه به اوکراین و تیره شدن روابط غرب و چین باعث رونق تجارت میان ایالات متحده آمریکا و اروپا به عنوان متحدان قدیمی ششده است؛ موضوعی که روزنامه «وال استریت ژورنال» از آن به «تغییر نقشه تجارت جهانی» تعبیر کرده و می نویسد: «نقشه اقتصاد جهانی با گسترش تجارت میان ایالات متحده و اروپا به سرعت در حال تغییر است. جنگ روسیه و اوکراین از یکسو و تیره شدن روابط بین غرب و چین از سوی دیگر، متحدان دو سوی اقیانوس اطلس (فرا ااتلانتیک) را به هم نزدیکتر کرده است.» به نوشته «وال استریت ژورنال»، «ایالات متحده امسال بیشتر از اروپا کالا وارد کرده تا از چین که تغییر بزرگی نسبت به دهه ۲۰۱۰ محسوب می شود که چین شریک تجاری نخست آمریکابود. از ساعت‌های سونئسی گرفته تا ماشین آلات آلمانی و اقلام لوکس ایتالیایی، پول و محصولات به اقیانوس اطلس سرسازیر شده‌اند. این امر به تولیدکنندگان اروپایی که این روزها با قیمت‌های سرسام‌آور انرژی دست‌وپنجه نرم می کنند، کمک زیادی می کند و بنادر ساحل شرقی را از نظر حجم جابه‌جایی محصولات کانتینری پس از سال‌ها از هم‌نایان ساحل غربی خود جلو می‌اندازد. صادرات آلمان به ایالات‌متحده تنها در ماه سپتامبر نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۵۰ درصد افزایش داشته است. به دلیل ضعف‌شدن یورو، بازارهای آمریکایی مزیت بالایی برای شرکت‌های اروپایی دارند. شرکت‌های اروپایی نیز منابع خود را به آمریکای شمالی از جمله مکزیک سرسازیر می کنند که بخشی از آن به دلیل دستیابی به انرژی ارزان قیمت است. در همین حال، ایالات متحده در حال تبدیل شدن به یکی از بزرگ‌ترین تامین کنندگان انرژی و منابع نظامی برای اروپاست و به اروپایی‌ها کمک می کند تا صنایع دفاعی خود را تقویت کنند. آلمان قصد دارد ۳۵ جنگنده جت F-۳۵ ساخت شرکت لاکهیدمیلر(تین) شرکت صنایع هوافضایی، تجهیزات نظامی و امنیت اطلاعات آمریکایی) را خریداری کند. داده‌های اتحادیه اروپا نشان می دهد صادرات خدمات ایالات متحده به این منطقه در سال ۲۰۲۱ با افزایش ۱۷ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۳۰۵ میلیارد یورو، معادل ۳۱۵ میلیارد دلار افزایش یافته است.

روابط رو به رشد اروپا و آمریکا، بخشی از سازماندهی مجدد اقتصاد جهانی در امتداد خطوط شرق و غرب است. قطع منابع انرژی اروپا توسط روسیه و ترس از اتکالی بیش از حد به چین، نحوه تجارت شرکت‌ها را تغییر داده است. دولت‌ها در دو سوی اقیانوس اطلس شرکت‌ها را تشویق می کنند تا در عوض واردات را آسیاب خود به تولید محصولات کلیدی بپردازند. به گفته گروه‌های تجاری برخی از شرکت‌های آلمانی تا حدی برای اجتناب از تعرفه‌ها، به جای کارخانه‌های مستقر در چین، از کارخانه‌های مستقر در آلمان اقدام به صادرات به ایالات متحده می کنند. طبق مطالعه اخیر شرکت مشاوره رودیوم گروپ، شرکت‌های آلمانی کوچک و متوسط به سرمایه‌گذاری‌های متنوع خارج از چین می‌پردازند؛ چراکه در چین با افزایش رقابت داخلی، افزایش هزینه‌های نیروی کار و مقررات سنگین توسعه ۱۶ روهیرو هستند. مطابق گزارش اکسپر سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در آمریکای سل سه ماه منتهی به ژوئن به ۷۴ میلیارد دلار رسیده که بسیار بالاتر از هر کشور دیگری است و همچنین بالاتر از سرمایه‌گذاری خارجی ۴۶ میلیارد دلاری در چین به حساب می آید. براساس داده‌های دفتر تحلیل اقتصادی وزارت بازرگانی آمریکا، اقتصاد ایالات متحده با وجود اقدامات تهاجمی فدرال رزرو در سسال جاری برای کاهش تقاضا همچنان شتاب قابل توجهی دارد و در مسیر واردات کالا و خدمات به ارزش ۴ تریلیون دلار در سال ۲۰۲۲ است که حدود یکسوم نسبت به سال ۲۰۱۹ افزایش نشان می دهد. شرکت‌های مهندسی مکانیک آلمان، بخشی که تقریباً یک‌میلیون نفر در آن مشغول به کار هستند، صادرات به ایالات متحده را در ۹ ماه منتهی به سپتامبر حدود ۲۰ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داده و به ۱۸ میلیارد یورو رسانده‌اند. در سمت مقابل طبق اعلام انجمن صنعت مهندسی مکانیک آلمان، فروش این بخش به چین در طول این مدت ۳ درصد کاهش یافته و به ۱۴ میلیارد یورو رسیده است. «رالف ویچرز»، اقتصاددان ارشد در انجمن صنعت مهندسی مکانیک آلمان با اشاره به محدودیت‌های شدید کویوید-۱۹ در چین در سال گذشته می گوید: «موانع فزاینده‌ای برای مقابله با چین وجود دارد، در حالی که تجارت با آمریکا باز است».

بنادر نیویورک و نیوجرسی اعلام کرده‌اند که در ماه سپتامبر برای دومین ماه متوالی، شلوغ‌ترین بندر کانتینری ایالات متحده بوده‌اند و جابه‌جایی محموله‌های کانتینری از این بنادر ۳۵ درصد بیشتر از سپتامبر ۲۰۱۹ بوده است. گردشگران آمریکایی نیز با استفاده از دلاری قوی به اروپا سسازیر می شوند. سازمان جهانی گردشگری در اواخر سپتامبر اعلام کرد که اروپا در هفت ماه اول سال تقریباً سه برابر بیشتر از مدت مشابه سال ۲۰۲۱، بازدیدکنندگان بین‌المللی داشته است که به‌دنبال افزایش سفر گردشگران آمریکایی اتفاق افتاده است. گروه کالاهای لوکس فرانسوی کرینگ که برندهای آن شامل گوچی و ايو سن لوران است، ماه گذشته اعلام کردند که فروش آنها در اروپای غربی در سهه ماه منتهی به سپتامبر، ۷۴ درصد افزایش یافته است؛ چراکه گردشگران آمریکایی به شره‌های این منطقه هجوم آورده‌اند. به دنبال ادامه جنگ در اوکراین، دولت‌های اروپایی در حال تقویت قابلیت‌های نظامی و دفاع سایبری خود هستند و ساخت کارخانه‌های نیمه‌هادی بیشتری در داخل کشور و تولید داخلی در صنایعی مانند هوش مصنوعی را دنبال می کنند. طبق داده‌های منتشرشده توسط وزارت بازرگانی ایالات متحده در ماه ژوئیه، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی اروپا در ایالات متحده در سال گذشته نسبت به سال قبل، ۱۳۵ درصد افزایش یافته و به حدود ۳٫۲ تریلیون دلار رسیده است. سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی آمریکا در اروپا در سال گذشته حدود ۱۰ درصد افزایش یافته و به ۴ تریلیون دلار رسیده است. البته نزدیک‌بین اروپا و آمریکا بدون اصطکاک هم نیست. تورم، ترس از رکود و تلاش برای کاهش اتکالی اقتصادی غرب به چین، به برخی سیاست‌های حمایت‌گرایانه در هر دو سوی اقیانوس اطلس منجر شده است. برنامه مشوق مالیاتی جدید ایالات متحده برای وسایل نقلیه الکتریکی که برای کاهش اتکا به باتری‌های چینی و در عین حال توجه به تغییرات آب‌وهوایی طراحی شده است، اعتراض شدید اتحادیه اروپا و دیگر متحدان آمریکایی را برانگیخته است که می‌گویند این یک سیاست تبعیض‌آمیز علیه سازندگان آنهاست. اتحادیه اروپا معتقد است این مشوق‌ها در زمانی که ایالات متحده اتحادیه اروپا متحد به همکاری نزدیکتر در زمینه تاب‌آوری در زنجیره تامین هستند، باعث تقویت رقابت ضرر واردات می‌شود.

در حالی که دولت‌ها اعتراض می کنند، شرکت‌های اروپایی از سازندگان پتل‌های خورشیدی گرفته تا تولیدکنندگان باتری به دنبال این هستند که از یارانه‌های جدید ایالات متحده استفاده کنند. شرکت لنل، غول انرژی ایتالیایی در پنجشنبه گذشته اعلام کرد که یک کارخانه تولید سلول‌های خورشیدی در ایالات متحده خواهد ساخت؛ پروژه‌ای که ممکن است بیش از یک میلیارد دلار هزینه داشته باشد. پس از تدوین یک سیاست سختگیرانه برای محدود کردن صادرات فناوری پیشرفته نیمه‌هادی‌ها به چین بدون مشارکت متحدان اروپایی و آسیایی در ماه اکتبر، دولت یابن در حال مذاکره با دولت‌های هلند و ژاپن برای رسیدگی به تاثیر این سیاست بر سازندگان تجهیزات نیمه‌هادی آنهاست. ایالات متحده و اتحادیه اروپا همچنین با وظیفه بزرگی برای هماهنگ کردن دهها میلیارد دلار یارانه از طریق برنامه‌های مربوطه خود برای احیای تولید نیمه‌هادی داخلی روهیرو هستند»

فرصت امروز: یادمانی کرونا در بیش از دو سال گذشته و جنگ روسیه و

اقتصاد امروز

آیا بحران مالی سال ۲۰۰۸ تکرار می‌شود؟

سرریز شوک مالی



کنند. آنها سعی دارند از طریق ابتکار عمل‌های مختلف، جلوی وقوع بحران را بگیرند، یا دست کم اثرات بحران را کم کنند. آنها می‌توانند نظامی پدید بیاورند که جلوی شوک‌های بزرگ اقتصادی را بگیرد. بانک‌ها در شرایط همه‌گیری کرونا توانسته‌اند شوک اقتصادی را مهار کنند. اکنون تلاش دارند همان مسیر گذشته را ادامه دهند. دلیل اینکه بانک‌ها می‌توانند بحران را مدیریت کنند، این است که دولت‌ها ابتکار عمل را به دست آنها داده‌اند و مانعی برای‌شان ایجاد نمی‌کنند؛ یعنی بانک‌های مرکزی می‌توانند آزادانه اقدام کنند تا شرایط اقتصادی کنترل شود. البته یکی دیگر از دلایل موفقیت بانک‌ها در شرایط بحرانی، آن است که دیگر همانند گذشته شرایط پیچیده‌ای برای وام دادن و بازپرداخت آن ندارند. مراحل اعطای وام هیچ وقت مثل دهه‌های گذشته پیچیده نخواهد شد، بلکه به‌مرور ساده‌تر هم خواهد شد. این روزها بانک‌های مرکزی نسبت به گذشته اطلاعات بیشتری در دست دارند و می‌توانند با آمادگی بیشتری قدم به دوران بحرانی بگذارند. بدین ترتیب می‌توانند به شیوه‌ای موفقیت‌آمیزتر آن را مدیریت کنند. در واقع، به جای اینکه تمرکز روی کارآمدی در کوتاه‌مدت باشد، بانک‌ها تمام تمرکز خود را روی مسائل بلندمدت گذاشته‌اند. می‌توان گفت که آنها دوراندیش و آینده‌نگر شده‌اند. این بزرگ‌ترین درسی است که آنها از سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ در شرایط بحرانی گرفته‌اند.

همچنین وضعیت داده‌ها نسبت به گذشته بهتر شده است. دومین درسی که دولت‌ها و مقامات اقتصادی از بحران ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ گرفته‌اند، این است که از داده‌ها و اطلاعات موجود نهایت بهره را ببرند. یکی از دلایل سسقوط بانک «برادران لمان» در آن سال‌ها، کمبود اطلاعات و آمارهای دقیق بود، اما حالا داده‌هایی وجود دارند که کمک می‌کنند بحران را مدیریت کنیم. به هر حال، هنوز هم ابهام و عدم قطعیت می‌تواند عواقب بدی به دنبال داشته باشد. هرچه شرایط، ابهام بیشتری داشته باشد، احتمال اینکه دچار بحران شویم نیز بیشتر می‌شود. تنها خبر بد، این است که ابهام هنوز مثل گذشته در برخی از بخش‌ها وجود دارد. به همین خاطر باید خودمان را برای بحران‌های شوکه‌کننده آماده کنیم. هنوز میل به تنش در اقتصاد جهان وجود دارد، اما تا زمانی که ابتکار عمل در دست بانک‌های مرکزی باشد و مادام که آنها بر پایه اطلاعات درست، کارشان را پیش ببرند، حتی اگر بحران هم رخ دهد آثارش مانند گذشته نخواهد بود.

را بالا ببرند؟ در همین راستا، هفته‌نامه «اکنومیس‌ت» بر این باور است که بحران قریب‌الوقوع حال حاضر اقتصاد جهان می‌تواند بسیار بهتر از بحران سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹ مدیریت شود؛ چراکه درس‌هایی از گذشته فرا گرفته‌ایم که می‌تواند در مدیریت بحران اقتصادی جدید به ما کمک کند. به نوشته «اکنومیس‌ت»، «احتمال وقوع رکود و بحران اقتصادی در جهان افزایش پیدا کرده و تورم همین حالا هم نشان می‌دهد که بحران در کمین است. دوران طولانی رکود تورمی که در آن هم شاهد افزایش بی‌رویه نرخ تورم و هم کاهش رشد اقتصادی هستیم، به خوبی نشان می‌دهد رکود و بحران اقتصادی در جهان، امری حتمی است.

همه‌گیری کرونا از یکسو و جنگ روسیه و اوکراین از سوی دیگر دست به دست هم داده‌اند و مشکلاتی بزرگ را بر سر اقتصاد جهان آوار کرده‌اند، اما نمی‌توان نشستی و دست روی دست گذاشت و صرفاً همین عوامل را سرزنش کرد. در این صورت باید منتظر فاجعه‌ای اقتصادی حتی بزرگ‌تر از بحران ۲۰۰۸ باشیم. در آن زمان، بدهی‌های مربوط به وام مسکن، منجر به بروز بحران شد. حالا شوکی بزرگ‌تر در راه است که باید خودمان را برای آن آماده کنیم. ریشه بحرانی که در راه است، بی‌تردید «مالی» خواهد بود. طی سسال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۰۹، بحران مالی باعث شد اقتصاد جهان به زانو درآید. حالا هم شاهد همان وضعیت هستیم و اوضاع مشابه همان دوران بحرانی است. زنجیره تأمین کالا کاملاً پیچیده شده و اطلاعات هم به صورت ناقص به دستمان می‌رسد. به همین خاطر است که ناگهان دچار شوک می‌شویم. گویی غباری از ابهام روی شرایط اقتصادی پاشیده‌اند. اما خبر خوب، این است که سیاستمداران و سیاست‌گذاران مالی به‌ویژه در بانک‌های مرکزی تلاش کرده‌اند با همکاری یکدیگر به نوعی بحران جدید را مهار کنند. آنها تلاش دارند با ارائه اطلاعات دقیق، منشأ بحران را شناسایی و برای رفع هرچه سریع‌تر آن اقدام کنند. دولت‌ها هم تلاش دارند کمترین دخالت را در امور مالی داشته باشند. در واقع، نظام مالی به شکلی دیگر در حال تغییر است و می‌توان امید داشت که شرایط همانند گذشته بحرانی نشود؛ چراکه همه از قبل آماده شده‌اند.

درس‌های بحران مالی سال ۲۰۰۸

یکی از درس‌های بزرگی که دولت‌ها و دولتمردان از بحران‌های اقتصادی در گذشته گرفته‌اند، این است که نظام اقتصادی و مالی را کاملاً متعطف

رستم قاسمی از وزارت راه و شهرسازی رفت

چالش‌های ساخت یک میلیون مسکن

خبر می‌رسد که رکود ساختمانی در شهر تهران به عمیق‌ترین حد خود در دو دهه گذشته رسیده است و نشانهای از تمایل سازندگان و سرمایه‌گذاران ساختمانی به حرکت در مسیر رونق ساخت‌وساز به چشم نمی‌خورد. البته این رکود عمیق نه فقط در پایتخت، بلکه در سایر شهرها و کلانشهرهای کشور نیز دیده می‌شود. گزارش‌های کارشناسی نشان می‌دهد که در حال حاضر، مهم‌ترین علت رکود ساختمانی، کم شدن حلقه آخر عرضه مسکن، یعنی فروش نرفتن واحدها در زمان مناسب است. کاهش شدید قدرت خرید خانوارها به‌ویژه با خروج آمریکا از برجام از سالال ۱۳۹۷ به بعد، به دلیل جهش شدید قیمت مسکن، عمده متقاضیان مصرفی را ناچارا به حاشیه بازار رانده است. بنابراین سازندگان عملاً با این سوال مواجهند که واحدهایی را که قرار است ساختا شوند، چه کسانی خواهند خرید و آیا خریداری برای این واحدها وجود دارد؟ در چند ماه گذشته سهم واحدهای نوساز از معاملات مسکن به طور قابل توجهی افت کرده و بخش زیادی از سرمایه سازندگان در واحدهای تکمیل شده عملاً بدون متقاضی مانده است. همین موضوع باعث شده تا رکود ساختمانی از همیشه عمیق‌تر شود. از سوی دیگر، رکود بخش ساخت و ساز در کنار سرعت نسبتاً پایین طرح نهضت ملی مسکن ظاهراً به انباشت تولید مصالح ساختمانی روی دست شرکت‌ها و دلالاتی که از سال قبل تا پایان بهار امسال بر طبل گرانی می‌کوبیدند، منجر شده است. به گزارش ایسنا، بررسی‌ها از حوزه ساخت و ساز نشان می‌دهد که برخی سازندگان در پاس کردن چک‌های مصالح ساختمانی دچار مشکل شده‌اند. با این حال هنوز شرکت‌ها و دلالتان مصالح طی تماس با مدیران پروژه‌ها آنها را به خرید اقساطی نهاده‌های

فرصت امروز: یادمانی کرونا در بیش از دو سال گذشته و جنگ روسیه و اوکراین در ششش ماه اخیر، به رشد شدید نرخ تورم در اقتصادهای جهان منجر شده است. اجرای سیاست‌های حمایتی از سوی دولت‌ها برای جبران تاثیر همه‌گیری کویوید-۱۹، نقشی بی‌بدیل در خیز تورم کنونی جهان داشته است. از سوی دیگر، جنگ روسیه و اوکراین در حالی از مرز ششش ماه فراتر رفته است که از همان ابتدا شاهد پس‌لرزه‌های اقتصادی این جنگ در بازار مواد غذایی و محصولات کشاورزی بوده‌ایم. همچنین عامل سومی که سمت و سوی بازارها و اقتصادها را تعیین خواهد کرد، برنامه‌های ضدتورمی بانک‌های مرکزی است. همه نگران آن هستند که این برنامه‌ها به درستی طراحی و اجرا نشوند و رکود اتفاق بیفتد. در همه‌گیری تورم، بانک‌های مرکزی تلاش می‌کنند که نرخ‌های بهره را بالا ببرند تا بر ارزش پول ملی خود افزوده و تورم را کنترل کنند. در چند ماه گذشته بسیاری از بانک‌های مرکزی از جمله فدرال رزرو بارها نرخ بهره را افزایش داده‌اند و به نظر می‌رسد که این اتفاق باز هم رخ خواهد داد؛ زیرا دورنمای کاهش تورم هنوز پدیدار نشده است.

بدین ترتیب، اقتصاد جهانی با موج تازه‌ای از نااطمینانی روهیرو شده و دست‌کم قطعی‌ترین چیزی که این روزها می‌توان در مورد آن مطمئن بود، همین نااطمینانی و ورود اقتصاد جهان به دوره بحران است. نکته جالب آنکه «بن برناتی»، «فیلیپ دیبویگ» و «داگلاس دایموند» به عنوان بردندگان جایزه نوبل اقتصاد ۲۰۲۲، سابقه کار روی بحران‌های مالی را دارند و اتفاقاً به همین دلیل از سوی آکادمی سلطنتنی علوم سوئد به این افتخار نائل آمده‌اند. به گفته آکادمی نوبل، پژوهش‌های این سه اقتصاددان، نحوه برخورد جامعه با بحران‌های مالی را بهبود بخشیده و نشان می‌دهد که چرا جلوگیری از ورشکستگی بانک‌ها در زمان بحران، یک اصل ضروری است.

بحران مالی دیگری در راه است؟

تورم مهمان ناخوانده هر اقتصادی است. بانک‌های مرکزی همیشه مشغول نبردی بی‌پایان با این اژدهای هفت سر هستند. ابزار اصلی سیاست‌گذار پولی نه برای شکست بلکه برای تورم، تنظیم نرخ بهره است. اما افزایش نرخ بهره یک تیغ دولبه است و می‌تواند به پیامد رکود بینجامد. حال این سوال مطرح می‌شود که چرا بانک‌های مرکزی از چنین ابزاری برای کنترل تورم استفاده می‌کنند و تا چه اندازه می‌توانند نرخ بهره

خبرنامه



با وجود افزایش سقف تراکنش‌های خرید

سقف کارت به کارت تغییری نکرد

با افزایش سقف تراکنش‌های خرید از ۵۰ به ۱۰۰ میلیون تومان، سخنگوی بانک مرکزی اعلام کرد که سقف کارت به کارت تغییری نکرده است. بانک مرکزی درخصوص موضوع ماده ۱۲ دستورالعمل شفاف‌سازی تراکنش‌های بانکی اشخاص، سقف تراکنش‌های خرید را از ۵۰ میلیون تومان به ۱۰۰ میلیون تومان افزایش داد. در این زمینه، سخنگوی بانک مرکزی توضیح داد: حداکثر تراکنش خرید روزانه از هر کارت متعلق به مشتری حقیقی بانک‌ها از طریق پایانه‌های فروشگاهی و درگاه‌های پرداخت اینترنتی از ۵۰ به ۱۰۰ میلیون تومان افزایش یافته است. به گفته مصطفی قمری وفا، سقف مجموع تراکنش‌های خرید روزانه کلیه کارت‌های یک مشتری کماکان بدون تغییر و مبلغ ۱۰۰ میلیون تومان است و همچنین سقف انتقال وجه کارت به کارت از طریق شعبه، غیر حضوری و برنامه‌های پرداخت‌ساز مثل قبل بوده و تغییر نکرده است.

فقط چند شعبه موفق به فروش اوراق شدند

آخرین خبرها از اوراق ارزی

در حالی که باید از ابتدای هفته جاری، فروش اوراق ارزی در شعب ارزی بانک ملی شروع می‌شد، بررسی‌ها نشان می‌دهد امکان فروش این اوراق در اکثر شعب این بانک هنوز فراهم نشده و شعب محدودی نسبت به فروش این اوراق اقدام کرده‌اند. به گزارش ایستنا، همزمان با افزایش قابل ملاحظه قیمت‌ها در بازار ارز، بانک مرکزی اقداماتی برای کنترل نرخ‌ها در این بازار از جمله آغاز عرضه ارز در سامانه برخط بازار متشکل ارز، تولید سکه از طلای آب شده با همکاری بخش خصوصی، عرضه گواهی سکه در بورس و فراهم شدن فروش ارز در بانک‌ها انجام داد.

فروش اوراق ارزی بانک مرکزی در شعب بانک ملی ایران هم از جدیدترین اقداماتی است که سیاست‌گذار بورسی رونمایی کرده و طبق اعلام مسئولان بانک مرکزی قرار بوده از ابتدای هفته جاری در شعب این بانک آغاز شود. با این حال، بررسی وضعیت فروش اوراق ارزی در شعب بانک ملی بیانگر آن است که با گذشت تقریباً چهار روز از آغاز هفته و الزام بانک ملی به فروش اوراق ارزی در شعب خود هنوز امکان فروش این اوراق در اکثر شعب ارزی شروع نشده است. دلیلی که مسئولان ارزی شعبی که موفق به فروش اوراق ارزی نشده‌اند، عنوان می‌کنند این است که بانک ملی باید یک کد برای شعبه مربوطه تعریف کند و فعلاً این کد تعریف نشده است. همچنین مسئول ارزی یک شعبه دیگر از بانک ملی می‌گوید که یک رمز باید برای شعبه در سامانه فروش این اوراق صادر شود که هنوز این رمز برای شعبه ما صادر نشده است.

البته بررسی‌ها از شعب بانک ملی نشان می‌دهد که شعب محدودی از این بانک نسبت به فروش این اوراق اقدام کرده‌اند. در این میان، جای سوال است که چرا ابتدا زمینه اجرای طرح فراهم نشده و سپس اعلام شود تا متقاضیان در مراجعه به شعب مربوطه نتوانند خرید خود را انجام دهند و مجبور به مراجعه و پیگیری‌های بعدی باشند. گفتنی است شرایط خرید این اوراق به این صورت است که سررسید آنها سه ماهه و حداقل و حداکثر میزان خرید اوراق توسط هر شخص حقیقی ایرانی بالاتر از ۱۸ سال، به ترتیب معادل ریالی ۱۰۰۰ دلار و ۴۰۰۰ دلار است. همچنین هر مشتری می‌تواند تنها یک بار با کد ملی خود اقدام به خرید این اوراق کند و متقاضیان خرید باید وجه ریالی آن را با نرخ پایانی روز قبل دلار توافقی (لسکناس بازار متشکل معاملات ارزی) بپردازند.

دستمزد‌ها بالا رفت اما نه به اندازه تورم

جدال دستمزد و تورم

تورم سالانه در پایان نیمه نخست اسمال در نزدیکی ۴۵ درصد گزارش شده و این در حالی است که بیشترین افزایش دستمزد کارگران مربوط به گروه کارگران طرح‌های عمرانی بوده است. طبق گزارش بانک مرکزی از تحولات اقتصاد کلان در نیمه نخست ۱۴۰۱، نرخ تورم ماهانه در آخرین ماه تابستان یا ۰.۲ درصد افزایش به ۲.۶ درصد رسیده است. همچنین تورم نقطه به نقطه هم با ۰.۹ درصد کاهش، ۴۴.۹ درصد اعلام شده و نرخ تورم سالانه با ۰.۵ درصد افت به ۳۹.۶ درصد رسیده است. بانک مرکزی همچنین در گزارش جدید خود از روند رشد پایه پولی، به رشد پول تورم‌ساز در اقتصاد ایران اشاره کرده است. مطابق گزارش بانک مرکزی، حجم پایه پولی در پایان شهریورماه ۱۴۰۱ به ۶۹۷ هزار میلیارد تومان رسیده که گویای رشد ۱۴.۴ درصدی است. روند رشد تورم و ادامه آن در حالی گزارش شده که در نیمه نخست سال جاری، بیشترین میزان افزایش دستمزد ساعتی در بین نیروی انسانی شاغل در طرح‌های عمرانی، با ۴۵.۱۵ درصد افزایش مربوط به «بنای سفت کار درجه یک» است.

مرکز آمار نیز در گزارشی متوسط دستمزد ساعتی منتخبی از نیروهای انسانی شاغل در طرح‌های عمرانی طی نیمه نخست سال جاری را اعلام کرده است. در جدول منتشرشده در این گزارش، هشت گروه از این کارگران به طور گزینشی دسته‌بندی شده است. براساس آمارهای دریافتی مرکز آمار از تغییر درآمد این گروه‌های منتخب، بیشترین درصد تغییر دستمزد ساعتی در نیمه نخست سال جاری نسبت به نیمه دوم سال گذشته، در گروه «بنای سفت کار درجه یک» ثبت شده است. متوسط دستمزد ساعتی این گروه در شش ماه نخست امسال، ۷۱ هزار و ۶۳۱ تومان اعلام شده که نسبت به ۴۹ هزار و ۳۵۰ تومان متوسط دستمزد در نیمه دوم سال گذشته، ۴۵.۱۵ درصد افزایش یافته است. در دسته راننده تریلی و لوادر نیز افزایش متوسط دستمزد ۲۱.۲۶ درصد و ۲۷۰.۳ درصد نسبت به نیمه دوم سال گذشته اعلام شده است. همچنین در بین همه اقلام آمارگیری شده، گروه «شیشه تر درجه یک» با ۴۹.۰۲ درصد بیشترین افزایش متوسط دستمزد و سرکارگر با ۱۰.۵۳ درصد کمترین افزایش متوسط دستمزد ساعتی نسبت به دوره قبل را ثبت کرده‌اند.

با توجه به روند صعودی نرخ دلار و پایداری آن در کانال ۳۵ هزار تومان در کنار عوامل دیگر مثل افزایش پایه پولی، افزایش هرچه بیشتر تورم در بازار داخلی پیش‌بینی می‌شود. به نظر می‌رسد با توجه به افزایش متوسط دستمزد‌ها در پروژه‌های عمرانی طی نیمه نخست سال جاری، شرایط سختی برای کارفرمایان و کارگران در این پروژه‌ها مورد انتظار است.

بورس تهران در اولین روز آذرماه نوسانی شد

حرکت الاکلنگی شاخص‌ها



خودروی پژو ۲۰۷ توسط شرکت ایران خودرو شکل گرفت، به طوری که هر دستگاه ۲۰۷ حدود ۸۰ درصد بالاتر از قیمت پایه و حدود ۵۰ میلیون تومان پایین‌تر از متوسط قیمت بازار معامله شد؛ اتفاق مثبتی که کارشناسان از آن با تعبیر «شکستن تابوی قیمت‌گذاری دستوری» یاد می‌کنند. یک کارشناس بازار سرمایه بر این خصوص بر این باور است که می‌توان از پتانسیل‌های بورس کالای ایران بهره گرفت و عرضه و تقاضای کالاها را در این بازار انجام داد تا هم از گزند قیمت‌گذاری دستوری در امان باشیم و هم سود واقعی تولید، نصیب سهامداران شود.

«هومن عمیدی» با اشاره به شکست تابوی قیمت‌گذاری دستوری به پایگاه خبری بازار سرمایه (سنا) می‌گوید: «بالاخره تلاش و پیگیری‌های فعالان بازار سرمایه نتیجه داد و شاهد عرضه هزار دستگاه خودرو ۲۰۷ در بورس کالا و همچنین در قیمتی واقعی‌تر بودیم، اما زمانی می‌توانیم خوشبین باشیم که قیمت‌گذاری دستوری منسوخ شده و قرار است خودرو با قیمت واقعی و براساس عرضه و تقاضای بازار قیمت‌گذاری شود که این عرضه‌ها تداوم داشته باشد و حجم عرضه خودروها در بورس کالا به حدی باشد که بخش قابل توجهی از فروش خودروسازان را به خود اختصاص دهد.» به گفته «عمیدی»، «می‌توان از پتانسیل‌های بورس کالای ایران بهره گرفت و عرضه و تقاضای کالاها را در این بازار انجام داد تا هم از گزند قیمت‌گذاری دستوری در امان باشیم و هم سود واقعی تولید، نصیب سهامداران شود. نگرانی بابت افزایش قیمت‌ها و شکل‌گیری موج تورمی در صورت آزادسازی قیمت‌ها کاملاً بی‌معناست؛ چراکه تجربه عرضه محصولات در بورس کالا نشان داده فقط دلالت از معاملات حذف خواهند شد و مصرف‌کنندگان نیز به محصولات با قیمت مناسب‌تری دسترسی خواهند داشت. تابوی قیمت‌گذاری دستوری شکسته شده و امیدواریم در یک فضای رقابتی، قیمت‌گذاری هر محصول یا خدمتی را به بازار بسپاریم. این اقدام هم به نفع تولیدکنندگان خواهد بود و هم فرصتی برای ارتقای کیفی محصولات در یک فضای رقابتی ایجاد خواهد کرد.»

او با اشاره به اینکه قطعاً چنین شرایطی به نفع بازار سرمایه خواهد بود، می‌افزاید: «قیمت‌گذاری دستوری نه تنها به بازار خودروهای سواری در کشور آسیب زده که حتی خودروهای کشاورزی هم از قیمت‌گذاری دستوری آسیب دیده‌اند. از همین رو پیشنهاد عرضه تراکتور در بورس کالا در دست پیگیری و بررسی است و امیدواریم به زودی شاهد عرضه تراکتور از طریق بورس کالا باشیم.»

طبیعی شکل گرفته باشد، به دم و بازدم حداقل چند روزه در میانه راه نیاز دارد و بدون آن، ریسک سرمایه‌گذاری افزایش پیدا می‌کند. البته معاملات تالار شیشه‌ای در آخرین روز آبان ماه، تحت تاثیر دو خبر مثبت و منفی قرار داشت. خبر منفی که نزدیک به ۱۲ ساعت بورس‌بازان را در شوک نگه داشت، به استعفای مجید عشقی، رئیس سازمان بورس مربوط بود که خبرهای اولیه از پذیرش و موافقت وزیر اقتصاد با این استعفا حکایت داشت و حتی از جایگزینی محمد رضوانی‌فر به جای او در سمت ریاست سازمان بورس خبر می‌داد. به یکباره اما خبر مخالفت اعضای شورا عالی بورس با استعفای عشقی و ابقای او منتشر شد و شوک دیگری به معامله‌گران وارد کرد. فارغ از ماندگاری عشقی در سمت ریاست سازمان بورس و اوراق‌بها، به‌طور کلی تایید و تکذیب اخبار متعدد در حوزه‌های مختلف جدا از آنکه بر فضای نااطمینانی بازار می‌افزاید، می‌تواند به‌صورت مقطعی جریان معاملاتی سرمایه‌گذاران را نیز تحت تاثیر قرار دهد؛ چراکه به دنبال هر نوع شوک در سطح بازار طبیعتاً واکنش معامله‌گران متفاوت خواهد بود. اما خبر مثبتی که تحت‌الشعاع استعفای رئیس سازمان بورس قرار گرفت، عرضه خودروی پژو ۲۰۷ به عنوان اولین خودروی پرتیراز در بورس کالای ایران بود که با میانگین قیمت ۳۴۲ میلیون و ۸۴۲ هزار و ۴۰۰ تومان و حدود ۵۰ میلیون تومان کمتر از قیمت بازار به فروش رسید. مطمئناً آخرین روز آبان در تاریخ بازار سرمایه و صنعت خودرو ماندگار خواهد شد؛ چراکه پس از سال‌ها قیمت‌گذاری دستوری و نیمه دستوری بالاخره در این روز هزار دستگاه پژو ۲۰۷ در یک فرایند شفاف معامله شد تا نقطه آغازی بر پایان دوران سودهای بادآورده و رانت‌های کلان در معاملات خودرو باشد. نگاهی به قیمت‌های پیشنهادی در سایت‌های اینترنتی نشان می‌دهد که پژو ۲۰۷ معمولی با قیمت حدود ۴۳۰ تا ۴۴۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد، اما مصرف‌کنندگانی که روز دوشنبه در بورس کالای ایران اقدام به رقابت و خرید پژو ۲۰۷ کردند، با میانگین قیمتی ۳۴۲ میلیون تومان موفق به خرید شدند تا مشخص شود وقتی به سازوکار بازار اعتماد می‌شود، قطعاً یک سمت برنده این سیاست، مصرف‌کنندگان واقعی هستند.

تابوی قیمت دستوری شکست

با وجود آنکه چند هفته‌ای از آغاز عرضه خودرو در بورس کالای ایران می‌گذرد، اما نقطه عطف این ماجرا در روز پایانی آبان ماه با فروش

فرصت امروز: یکی از شدیدترین نوسان‌های بورس در آبان ماه اتفاق افتاد و داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در این ماه، نوسان‌های متعددی در کانال‌های ۱.۲، ۱.۳ و ۱.۴ میلیون واحدی تجربه کرد؛ به طوری که در پایان هفته اول آبان تا سطح یک میلیون و ۲۴۱ هزار واحد افت کرد و سپس به مدد رشد تاریخی دلار آزاد و افزایش جهانی قیمت کامودیتی‌ها و رونمایی از بسته حمایتی سیاست‌گذار بورسی، چند هفته صعودی را تجربه کرد و نهایتاً در آخرین روز آبان با رشد روزانه ۰.۳۲ درصدی و ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۴۰۹ هزار واحد، معاملات هشتمین ماه سال را به پایان رساند. ارزش معاملات خرد بورس تهران نیز در روز دوشنبه (۳۰ آبان ماه) به رقم ۲ هزار و ۵۵۷ میلیارد تومانی رسید. بدین ترتیب، شاخص کل بورس تهران در حالی با سبزپوشی دسته جمعی شاخص‌ها به استقبال معاملات آذرماه رفت که در ماه گذشته با افزایش ۱۰۰ هزار و ۱۰۲ واحدی، بازدهی مثبت ۷.۶ درصدی را از خود به جای گذاشت. به موازات نوسان نماگر اصلی در مرز ۱.۴ میلیونی طی معاملات این هفته، نماگر هم‌وزن بازار نیز در چهار روز معاملاتی اخیر در محدوده ۴۰۰ هزار واحد نوسان داشت. شاخص هم‌وزن که نمای بهتری از وضعیت بازار را نشان می‌دهد، در معاملات شنبه با افت ۰.۸۷ درصدی به کمتر از مرز ۴۰۰ هزار واحد رسید، اما در معاملات یکشنبه با رشد ۱.۲۳ درصدی مجدداً مرز ۴۰۰ هزار واحد را رد کرد و به تراز ۴۰۲ هزار و ۸۵۵ واحد رسید. این روند مثبت در معاملات دوشنبه ادامه یافت و نماگر هم‌وزن با افزایش ۰.۴۳ درصدی، رقم ۴۰۴ هزار و ۵۹۳ واحد را به ثبت رساند. مقایسه بازدهی دو شاخص اصلی بازار سهام در این روزها نشان می‌دهد که نمادهایی با ارزش بازار کمتر توانسته‌اند رشد بهتری را نسبت به بزرگان بازار تجربه کنند. این روند در معاملات روز سه‌شنبه اول آذرماه به اوج خود رسید و برخلاف شاخص کل بورس که رشد منفی ۰.۰۷ درصدی را ثبت کرد، شاخص کل هم‌وزن به رشد مثبت ۰.۲۵ درصدی رسید.

از خبر استعفا تا خبر عرضه خودرو

به نظر می‌رسد که بورس تهران پس از روند صعودی قدرتمند در هفته‌های میانی آبان ماه وارد دوره اصلاح شده است. البته اصلاح در روندهای بازارهای مالی، یک امر کاملاً طبیعی و جزو الزامات بازار محسوب می‌شود. اگر صعود قیمت‌ها با اصلاح همراه نباشد، طبیعتاً نمی‌توان انتظار داشت که روند صعودی شکل گرفته بتواند در بلندمدت ادامه داشته باشد؛ چراکه اگر روند صعودی یا نزولی بازار به شکل

حرکت مخالف شاخص‌های بورسی در معاملات سه‌شنبه

نوسان بورس در آغاز آذرماه

میلیون برگه سهم به ارزش ۸ هزار و ۲۱۲ میلیارد ریال دواو است. شد. در آن سوسوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس ایران بیش از ۳۲ واحد افزایش داشت و به رقم ۱۸ هزار و ۵۴۲ واحد رسید. در این بازار بیش از ۳ میلیارد و ۶۶۷ میلیون برگه سهم و اوراق مالی دواو است. شد و تعدد دفعات معاملات فرابورس بیسش از ۲۵۸ هزار و ۱۸۲ نوبت بود. شرکت پایلاش نفت شیراز (شسراز)، صنعتی مینو (غصینوب)، بهمن دیزل

بازار سرمایه در معاملات نخستین روز آذرماه، روند پرفراز و نشیبی داشت و در حالی که شاخص کل بورس با چراغ قرمز به کار خود در روز سه‌شنبه پایان داد، شاخص کل هم‌وزن و شاخص فرابورس سبزپوش شدند. معاملات اولین روز آذرماه در بورس تهران با افت ۹۹۹ واحدی (۰.۰۷ درصدی) نماگر اصلی بازار و رشد یک هزار و ۱۵ واحدی (۰.۲۵ درصدی) نماگر هم‌وزن همراه شد و نماگر فرابورس هم ۳۲ واحد افزایش ارتفاع داد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه یکم آذرماه، شاخص کل بورس تهران با ۹۳۹ واحد (معادل ۰.۰۷ درصد) کاهش در ارتفاع یک میلیون و ۴۰۷ هزار واحدی ایستاد. همچنین شاخص هم‌وزن با یک هزار و ۱۵ واحد (معادل ۰.۲۵ درصد) افزایش به تراز ۴۰۵ هزار و ۴۸۵ واحد و شاخص قیمت با ۶۰۴ واحد رشد به ۲۴۱ هزار و ۵۲۳ واحد رسید. شاخص بازار اول، یک هزار و ۲۱۴ واحد و شاخص بازار دوم، ۲۶۱ واحد کاهش را ثبت کردند. گفتنی است در معاملات هفت‌جاری، شاخص کل هم‌وزن که از همه نمادها به یک اندازه تاثیر می‌پذیرد و وضعیت بهتری از بازار را نمایش می‌دهد، نسبت به شاخص کل از وضعیت بهتری برخوردار بوده است. در نخستین روز آذرماه بیش از ۶ میلیارد و ۸۰۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۲ هزار و ۶۰۲ میلیارد ریال در معاملات بورس تهران معامله شد.

شرکت سایپا (خسایپا) با ۳۳۸ واحد، گروه بهمن (خبهمن) با ۲۸۳ واحد، آلومینیوم ایران (فایرا) با ۲۱۵ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۱۷۱ واحد، به پرداخت ملت (پرداخت) با ۱۲۷ واحد، سرمایه‌گذاری سایپا (سوسایپا) با ۹۵ واحد و پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۸۵ واحد، بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۴۲۹ واحد، پایلاش نفت اصفهان (شینا) با ۴۱۰ واحد، پایلاش نفت تهران (شستران) با ۳۳۴ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملسی) با ۳۳۴ واحد، پایلاش نفت بندرعباس (شسبندر) با ۲۱۷ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۱۶۷ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (کگهر) با ۱۰۸ واحد و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۶۹ واحد، با تاثیر منفی بر رشد شاخص بورس همراه شدند. همچنین ایران خودرو (خودرو)، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (گخستمر)، سایپا (خسایپا)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، گروه بهمن (خبهمن)، پایلاش نفت اصفهان (شینا) و پایلاش نفت تهران (شستران) در گروه نمادهای پرتراکنش قرار داشتند. گروه خودرو هم در معاملات روز گذشته صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳ میلیارد و ۷۹

FR-CO-۳۷۱۰۰	تجدید فراخوان مناقصه عمومی	
نوبت دوم	همزمان با ارزیابی کیفی (یک مرحله‌ای)	
شماره آگهی: ۱۴۱۱۶۵۴		
شرکت گاز استان کرمانشاه در نظر دارد مناقصه عمومی به شماره ۰۵۶-۱۳۳۹۰۰۰۰-۲۰۰۱۰۱۳۳۹ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تجدید نماید.		
موضوع مناقصه: انجام نگهداری و تعمیرات ایستگاههای منطقه یک کرمانشاه و کوزران.		
شماره مناقصه: ۰۰۸۲-۱۳۳۹۰۰۰۰-۲۰۰۱۰۱۳۳۹		
شرکت‌های متقاضی دارای گواهی نامه صلاحیت بیمانکاری در رشته های تاسیسات و تجهیزات و نیز گواهینامه صلاحیت ایمنی بیمانکاران می توانند در صورت داشتن ظرفیت مجاز کاری ، کلیه مراحل برگزاری مناقصه اعم از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت هارا، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) پیگیری نمایند.		
لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.		
برآورد صورت گرفته جهت انجام پروژه: ۱۹.۳۵۲.۴۳۷.۲۶۹ ریال.		
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال.		
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: ۱۳۴۰/۱۰/۱۷ می باشد.		
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از ساعت: ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۹.		
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد ساعت: ۱۶:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۷.		
زمان بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی: ساعت: ۹:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۸.		
مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس: کرمانشاه، میدان آزادی، ابتدای بلوار شهید بهشتی شرکت گاز استان کرمانشاه طبقه اول اتاق ۲۱۵ یا پایگاه اطلاع رسانی الکترونیکی (WWW.NIGC-KShir) مراجعه نمایند.		
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۰۲	تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۹/۰۱	
روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه		

تبلیغات کلیک (PPC) در گوگل ادز: فرمولی برای کاهش هزینه‌ها!



نویسنده: علی آل علی

تبلیغات کلیک (Pay Per Click) تاریخچه‌ای به قدمت فناوری اینترنت دارد. از همان زمانی که اینترنت کم کم راه خودش به سوی خانه‌های مردم را باز می‌کرد، بازاریاب‌ها به فکر استفاده از آن برای طراحی نسل جدید تبلیغات بودند. نتیجه کار هم انواع و اقسام موقعیت‌های تبلیغاتی در دنیای آنلاین شده است. البته هیچ کدام از سایت‌ها و موتورهای جستجو به گرد پای گوگل هم نمی‌رسند؛ چراکه این غول بزرگ دیجیتالی در طول دو دهه اخیر همه رقبا را از میدان به در کرده و حالا به تنهایی شاهراه دسترسی کاربران به محتوای دیجیتال شده است. بنابراین وقتی از تبلیغات کلیک صحبت می‌شود، خوانه‌خواه باید سری هم به گوگل بزینم.

ایا تا حالا به استادیوم‌های ورزشی رفته‌اید؟ در این استادیوم‌ها علاوه بر امکانات رفاهی برای تماشاگران بخش‌های ویژه‌ای برای نمایش تبلیغات هم درست شده است. البته به خاطر قیمت بالای تبلیغات کمتر برندی توان مالی همکاری با تیم‌های ورزشی بزرگ را دارد. گوگل این وسط به جای اینکه برای هر تبلیغ مبلغ مشخصی از بازاریاب‌ها بگیرد، همه هزینه‌ها را با مقیاس تعداد کلیک کاربران می‌سنجد. اینطوری اگر در طول هفته تبلیغات شما هیچ کلیک دریافت نکند، اصلا لازم نیست پولی از جیب بدهید!

ماجرای تبلیغات کلیک در گوگل یک فرق مهم دیگر با بقیه انواع تبلیغات دارد. در گوگل شما می‌توانید مثل یک مزایده واقعی وارد رقابت و چانه‌زنی با بقیه رقبا شوید تا موقعیت‌های تبلیغاتی خوبی به دست بیاورید. وقتی هم مزایده تمام گردید و مبلغ پیشنهادی‌تان اول شد، در ازای هر بار کلیک با مزایده‌های واقعی مقایسه کنیم، باید گفت شما نباید معناد خریدهای گران‌قیمت شوید. حتی اینجا کار ماجرا به خوبی و خوشی جریان دارد، اما اگر یک برند پول لازم برای تبلیغات در گوگل نداشته باشد، چه؟ آن وقت همه این حساب و کتاب‌ها نقش بر آب می‌شود.

خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند گوگل ادز فقط به درد برندهایی با بودجه‌های نسبتا بالای بازاریابی می‌خورد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید و کلا دور گوگل ادز را خط کشیده‌اید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما در ادامه بعضی از مهمترین نکات برای بازاریابی و تبلیغات در گوگل را زیر ذره بین خواهیم برد. البته با این استثناء که همه نکات مورد بحث در ادامه با هدف تبلیغات کلیک ارزان در گوگل ادز خواهد بود.

تعیین محدودیت برای پیشنهادات: تبلیغات به سبک حرفه‌ای‌ها

چه کسی گفته شما باید همیشه در تمام مزایده‌های گوگل ادز شرکت کنید؟ حتی بزرگترین برندهای دنیا هم فقط گاهی اوقات از تبلیغات در گوگل بهره می‌برند. اگر بخواهیم مزایده‌های گوگل را با مزایده‌های واقعی مقایسه کنیم، باید گفت شما نباید معناد خریدهای گران‌قیمت شوید. حتی کلکسیونرهای حرفه‌ای هم وقتی فقط و فقط بعد از یک بررسی دقیق با وسواس بی‌نهایت بالا چندتا از مزایده‌ها را انتخاب می‌کنند. پس کمی سخت‌گیری را چاشنی کارتان کنید.

شما را نمی‌دانم، ولی من که نسبت به برندهای پرسر و صدا مشکوک هستم. اینکه یک برند همیشه کلی کمپین تبلیغات با یک عالمه هزینه سرسام‌آور داشته باشد، بیشتر از اینکه جذاب به نظر برسد، شک و شبهه مشتریان را بیشتر خواهد کرد. یادتان نرود شما یک برند معمولی هستید و باید مثل یک برند عادی در بازار رفتار کنید. وگرنه خیلی زود مشتریان به نحوه فعالیت‌تان شک کرده و از همه مهمتر بودجه‌ای هم برای‌تان باقی نمی‌ماند.

اگر شما هم کنترلی روی ولخرجی‌تان در گوگل ادز ندارید، باید هرچه سریع‌تر به تنظیمات این ابزار رفته و گزینه سقف پیشنهادات را انتخاب کنید. این سقف به شما اجازه شرکت در خیلی از مزایده‌های گرانقیمت را نخواهد داد. به علاوه، وقتی سقف قیمت مزایده در طول فرآیند رقابت برندها از یک حدی بیشتر شود، دیگر شما دسترسی به آن مزایده را نخواهید داشت. اینطوری گوگل به طور خودکار ولخرجی‌تان را مدیریت خواهد کرد.

شاید فکر کنید ما اینجا یک عدد طلایی به عنوان مقدار مشخص هزینه در گوگل ادز برای‌تان کنار گذاشته‌ایم. در این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه اصلا چنین عددی وجود خارجی ندارد. در عوض شما باید به جیب‌تان نگاه کنید و براساس آن سقفی مشخص برای پیشنهادات در گوگل ادز انتخاب نمایید. وگرنه حتی همکاری با بهترین حسابدارهای دنیا هم دردی از شما دوا نمی‌کند.

انتخاب کلیدواژه‌های منفی: صرفه‌جویی + مزاحمت کمتر برای مخاطب

ایا تا به حال برای‌تان پیش آمده تبلیغات به دست کسانی برسد که اصلا انتظارش را ندارند؟ این اتفاق در دنیای گوگل بارها و بارها روی می‌دهد. کافی است نگاهی به تبلیغات میان ویدئو یوتیوب یا نتایج جستجو و جوی گوگل بیندازید. آن وقت متوجه عمق فاجعه خواهید شد. وقتی تبلیغات شما به دست مخاطب نادرست می‌رسد، مثل این است که برای یک عاشق فیلم‌های کم‌دی یک اثر کاملا درام را پخش کرده باشید؛ همینقدر عجیب و صدمانگ است.

شاید به نظر برسد گوگل الگوریتم بی‌نهایت ضعیفی برای دسته‌بندی تبلیغات دارد. خوب هرچه باشد بهترین الگوریتم‌ها دنیا هم باگ‌های خاص خودشان را دارند، اما اینجا پای خود بازاریاب‌ها هم وسط است. اجازه دهید با یک مثال کاربردی این ادعای جنجالی را بیشتر توضیح دهیم. فرض کنید شما یک شرکت تولید کیف و کفش چرم دارید. در این صورت کلیدواژه «کیف پول چرم لوکس» احتمالا گزینه مناسبی برای تبلیغات در گوگل ادز خواهد بود. این کلیدواژه شما را به سمت مزایده‌های خاصی هدایت می‌کند. البته از آنجایی که عبارت فوق دقت خیلی زیاد ندارد، شاید در عمل وارد مزایده‌ای برای کیف‌های ارزان هم بشوید. آن وقت بازار هدف‌تان را کاملا گم کرده و چه بسا تبلیغات‌تان به دست کسانی برسد که دنبال یک کیف پول کاملا ارزان هستند. ماجرا جالب شد، نه؟

گوگل ادز چند وقتی هست امکان انتخاب کلیدواژه‌های منفی را فراهم کرده است. اگر شما هم بارها و بارها از کلیدواژه‌های نادرستی در کارتان استفاده کرده اید، دیگر لازم نیست خیلی به خودتان فشار بیاورید. در عوض فقط وارد بخش کلیدواژه‌های منفی شده و عبارتهایی که به هیچ وجه تبلیغات‌تان نباید با آنها ترکیب شود را انتخاب کنید. اینطوری الگوریتم گوگل خودش را اصلاح کرده

و از طرف دیگر کلی پول در جیب‌تان باقی خواهد ماند.

بعضی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند گوگل ادز همه کارها را ساده کرده و دیگر باید دست روی دست گذشته تا محصولات‌شان فروش برود. اگر شما هم اینطوری فکر می‌کنید، دیر یا زود حسابی ضرر خواهید کرد. بنابراین هرچه زودتر با واقعیت رو به رو شده و کمی هم به فکر کمپین‌تان باشید. اینطوری حداقل پول‌تان بی‌خودی هدر نخواهد رفت.

تمرکز بر روی امتیاز کیفیت: گزینه‌ای هوشمندانه برای ولخرجی کمتر!

به نظر شما گوگل بین سود بیشتر و تجربه بهتر کاربران‌ش کدام را انتخاب خواهد کرد؟ آنگاهی که شناخت درستی از گوگل داشته باشند، خیلی خوب می‌دانند این برند هیچ وقت برای پول بیشتر دل‌کاربران‌شان نمی‌شکند. این ماجرا درباره خدمات تبلیغاتی هم مصداق دارد. خوب اگر تا حالا یک تبلیغ افتتاح و کاملا بی کیفیت در گوگل به چشم‌تان خورده، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

گوگل برای اینکه مطمئن شود تبلیغات درست و حسابی تحویل کاربران می‌دهد، سیستم مزایده‌اش را فقط بر روی پول بیشتر متمرکز نکرده است. در عوض بازاریاب‌ها باید به کیفیت محتوای‌شان هم توجه کنند. این معیار در قالب امتیاز کیفیت در مزایده‌ها به چشم می‌خورد. به زبان خودمانی، اگر شما با پولی اندک ولی یک تبلیغ درست و حسابی وارد مزایده شوید، شانس‌تان برای بردن آن بی‌نهایت زیاد خواهد بود. حتما پیش خودتان می‌پرسید اصلا تبلیغات با کیفیت چی هست؟

خوب اجازه دهید کمی راهنمایی‌تان کنیم. اولین اصلی که الگوریتم گوگل حسابی روی آن حساس می‌شود، رعایت سنو است. اگر شما کلیدواژه‌های دقیقی داشته باشید و از طرف دیگر بدون حاشیه رفتن یک محتوای کوتاه تحویل مخاطب دهید، مو لای درز کارتان خواهد رفت. مشکل از آنجایی شروع می‌شود که بازاریاب‌ها عرصه مارکتینگ را با رمان‌نویسی اشتباه می‌گیرند. نتیجه کار هم تبلیغاتی می‌شود که حتی یک نفر حوصله مشاهده‌شان را ندارد، چه برسد به اینکه روی آنها کلیک هم بکنند!

در مرحله بعدی شما باید مخاطب هدف‌تان را کاملا مشخص کنید. مثلا اگر دنبال تبلیغ لوازم جانبی گوشی هستید، می‌توانید آدم‌های بین ۱۸ تا ۲۵ سال، ساکن محدوده شهری و مثلا انگلیسی زبان را انتخاب کنید (همه اینها بستگی به بازار هدف‌تان دارد). اینطوری گوگل متوجه دقت نظر‌تان شده و دیگر لازم نیست خیلی خودتان را بابت پیشنهاد مالی بالاتر به زحمت بیندازید.

یادتان باشد گوگل همیشه کیفیت را ستایش می‌کند. بنابراین اگر دوست دارید همیشه یک برند درجه یک در این فضا باشید، باید هرچه سریع‌تر کیفیت تبلیغات‌تان را افزایش دهید. وگرنه دست آخر حتی یک پنی هم سود نخواهید کرد.

طراحی تبلیغات مرتبط با اهداف برند: تکنیکی کلیدی برای صرفه‌جویی مالی

خیلی از تبلیغات در گوگل اصلا با هویت برندها جور در نمی‌آیند. انگار یک برند همینطور شانس اقدام به تولید محتوا کرده و بعد هم با سرعت هرچه تمام‌تر آن را برای عموم منتشر ساخته است. اگر شما هم فکر می‌کنید چنین استراتژی عجیبی نتیجه مثبتی برای‌تان به همراه خواهد داشت، باید بگوییم سخت در اشتباهین. این روزها همه برندهای بزرگ با وسواسی مثال‌زدنی دنبال طراحی تبلیغات مرتبط با اهداف کاری‌شان هستند. مثلا اگر یک برند قصد ورود به بازاری تازه را داشته باشد، همیشه تبلیغات را مطابق با سلیقه مشتریان آن بازار طراحی خواهد کرد. اینطوری ورود به بازار جدید ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد.

یادتان باشد خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها به خاطر ناتوانی برای تولید محتوای مرتبط با سلیقه کاربران کلی هزینه اضافی پرداخت می‌کنند. تازه اگر هم محتوای بازاریابی مطابق با سلیقه کاربران باشد، اگر اهداف برند را در نظر نگیریم، بازهم خبری از موفقیت‌های بزرگ نخواهد بود. این روزها هر برندی اهداف مشخصی برای خودش دارد. مثلا آشنایی هرچه بیشتر مشتریان با محصولات برند، حضور در بازارهای متنوع یا حتی جلب نظر مشتریانی از سراسر دنیا. وقتی هدف شما مشخص باشد، تمام فعالیت‌های برندتان باید این جزئیات را پوشش دهد. این یعنی حتی یک لحظه هم نباید فعالیت‌تان برخلاف اهداف تعیین شده باشد. به همین خاطر توصیه ما در روزنامه فرصت امروز توجه به اهداف برند برای طراحی تبلیغات بهتر در گوگل ادز است. نتیجه چنین کاری نیاز به تبلیغات کمتر برای تحقق اهداف خواهد بود. به این حساب اگر شما دنبال کاهش هزینه‌های برندتان در گوگل ادز هستید، باید هرچه زودتر تبلیغات‌تان را با اهداف برند هماهنگ سازید.

خانه تکانی در فهرست کلیدواژه‌ها: اقدامی مهم اما فراموش شده!

آخرین باری که فهرست کلیدواژه‌های تبلیغاتی‌تان را مرور کردید، کی بود؟ متاسفانه جواب خیلی از بازاریاب‌ها به چنین سوال مهمی «هیچ وقت» است. انگار که طراحی فهرستی از کلیدواژه‌ها دیگر پایان ماجراست. اگر شما هم این فکر می‌کنید، احتمالا تا حالا چیزی درباره هرروز رسانی کلیدواژه‌ها به گوش‌تان نخورده است.

همانطور که بعضی از بازگیران در طول زمان حسابی مشهور شده و بعد از مدتی دیگر خبری از آنها شنیده نمی‌شود، کلیدواژه‌ها هم عمر مشخصی دارند. اگر تاریخ مصرف کلیدواژه‌های شما تمام شده است، باید خیلی زود آنها را عوض کنید. وگرنه نه امتیاز کیفیت خوبی از گوگل می‌گیرید و نه حتی کاربران نگاهی به تبلیغات‌تان خواهند انداخت. آن وقت شما می‌مانید و کلی هزینه تبلیغات که دود هوا شده است.

ما در روزنامه فرصت امروز برای خانه تکانی در فهرست کلیدواژه‌ها فرمول خاص خودمان را داریم. بر این اساس شما هر سه ماه یکبار باید فهرست جادویی‌تان را زیر و رو کنید. قول می‌دهم هر بار که سری به این فهرست طلایی بزنید، بابت انتخاب بعضی از کلیدواژه‌ها شگفت‌زده خواهید شد. البته حق هم دارید، چراکه دنیای بازاریابی همیشه روی یک پاشنه نمی‌چرخد. به همین خاطر هم به روز رسانی کلیدواژه‌ها یک نیاز ضروری برای همه تیم‌های تبلیغاتی محسوب می‌شود.

استفاده از صفحه فرود چشم‌نواز: مشتریان با چشم‌شان خرید می‌کنند

اجازه دهید این بخش را با یک مثال کاربردی شروع کنیم. فرض کنید شما برای اولین بار تبلیغ یک برند محلی را مشاهده می‌کنید که اتفاقا رقیب جدایی برای کسب و کارهای باسابقه محسوب

می‌شود. اگر کیفیت تبلیغ مورد نظر بالا باشد، چه بسا کنجکاو شده و روی لینک آن کلیک کنید. آن وقت با مشاهده یک صفحه فرود بی‌نهایت ضعیف حسابی حال‌تان گرفته خواهد شد.

مثال بالا درباره عملکرد خیلی از برندهای تازه کار مصداق دارد. چنین کارآفرینانی تا دقیقه ۹۰ عالی عمل می‌کنند، اما وقتی نوبت به بردن بازی می‌رسد، با یک اشتباه کوچک همه چیز را خراب می‌کنند. این اشتباه کوچک از نظر ما طراحی صفحه فرود است. در حالی که صفحه فرود نباید خیلی طولانی باشد، شما باید دست کم مواردی نظیر دعوت به عمل (CTA) توضیحات جانی و همین طور استفاده از المان‌های گرافیکی را مد نظر داشته باشید. وگرنه حسابی ذوق مخاطب‌تان را کور خواهید کرد.

یادتان باشد اگر صفحه فرود شما برای فروش محصولات طراحی شده، باید یک باکس مربوط به ثبت سفارش را نیز در آن بگنجانید. اینطوری مشتریان برای خرید از شما دیگر لازم نیست مجموعه‌ای از مراحل طولانی را طی کنند.

اگر تا همین چند سال قبل مشتریان برای خرید از برندهای مورد علاقه‌شان به آب و آتش می‌زدند، حالا دیگر ماجرا کاملا برعکس شده است. چراکه این برندها هستند که باید به هر قیمتی نظر مشتریان را جلب کنند. مسیر اصلی برای این فرآیند هم ساده‌سازی دسترسی مشتریان به خدمات و صمیمانه خرید محصولات است. پس هر فکر و خیالی درباره اینکه مشتریان برای خرید از شما هر سختی را به جان می‌خرند، همین حالا دور بریزید.

شخصی‌سازی تبلیغات: نهایت صرفه‌جویی در هزینه‌ها

شخصی‌سازی از آن دست اصطلاحاتی است که همه بازاریاب‌ها در حرف حسابی طرفدارش هستند، اما وقتی نوبت به عمل می‌رسد، کمتر کسی توجهی به این توصیه کلیدی دارد. انگار که شخصی‌سازی مثل غول مرحله آخر بازی‌های کامپیوتری است که حتی سرفاش هم نباید رفت. راستش را بخواهیم ما در روزنامه فرصت امروز اصلا اینطوری به ماجرا نگاه نمی‌کنیم؛ چراکه شخصی‌سازی آنقدرها هم فرآیند ترسناکی نیست.

اگر شما هم دوست دارید با شخصی‌سازی تبلیغات هزینه کمتری در گوگل ادز پرداخت کنید، باید به سه محور کلی توجه داشته باشید. اول از همه تبلیغات‌تان باید از نظر مکانی شخصی‌سازی شود. به زبان خودمانی، شما دوست دارید مشتریان کدام بازارها را تحت تاثیر قرار دهید؟ اگر جواب‌تان به این سوال شامل بیش از دو سه تا شهر است، احتمالا فقط بودجه‌تان را هدر خواهید داد؛ چراکه این روزها مشتریان در هر بازاری سلیقه خاص خودشان را دارند. بنابراین تولید یک محتوای مشخص برای همه کاربران دست کمی از یک خودکشی تمام عیار نخواهد داشت.

وقتی شما در گوگل ادز دنبال ارائه پیشنهاد برای مزایده‌های تبلیغاتی هستید، باید به موقعیت جغرافیایی نمایش تبلیغات توجه داشته باشید. اینطوری به هزینه‌ای بسیار کمتر فقط کاربرانی که در شهرهای دلخواه‌تان هستند را مورد توجه قرار خواهید داد. به علاوه، دیگر خبری از شکایت‌های مداوم کاربران علیه برندتان هم نخواهد بود.

در گام بعدی شما باید سری به دستگاه‌های هوشمند کاربران هم بزنید. مثلا اگر اغلب مشتریان‌تان از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند، دیگر نباید تبلیغات‌تان را برای کاربران رایانه‌های شخصی یا در برخی از موارد کنسول‌های بازی نمایش دهید. البته این فهرست در طول سال‌های اخیر بیشتر هم شده است. عملا با ورود تلویزیون‌های هوشمند حالا دیگر کاربران به دستگاه‌های دیجیتال بسیار بیشتری دسترسی دارند. بنابراین برندها باید عملا شخصی‌سازی را به سطح دستگاه‌های دیجیتال نیز بکشانند. اینطوری شما بدون هدر دادن بودجه بازاریابی‌تان دقیقا سراغ همان کاربرانی می‌روید که با آنها کار دارید.

آخرین مرحله برای شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی در گوگل ادز بیشتر از اینکه به ماهیت کمپین‌تان ربط داشته باشد، نوعی رویکرد تاکتیکی است. بی‌شک بهترین محتوای بازاریابی هم اگر در زمان نادرست بارگذاری شوند، موفقیت زیادی برای برندها به همراه نخواهد داشت. در عوض زمان‌بندی درست همیشه کسب و کارها را به سوی موفقیت هدایت خواهد کرد. شما با زمان‌بندی درست برای انتشار تبلیغات‌تان مثل فوتبالیستی می‌شوید که دقیقه ۹۰ گل قهرمانی تیمش را زده است. بی‌شک در این سناریو محبوبیت‌تان تضمین شده خواهد بود!

قبول دارم گوگل اجازه زمان‌بندی کاملا دقیق محتوای بازاریابی را به برندها نمی‌دهد. با این حال شما می‌توانید حال و هوای کمپین‌تان را با توجه به شرایط جلو ببرید. مثلا اگر دنبال بازاریابی برای جمعه سیاه هستید، باید فقط زمانی که چند روز به این مناسبت مهم باقی مانده، شرکت در مزایده‌های گوگل ادز را شروع کنید. اینطوری دیگر لازم نیست تا زمان جمعه سیاه ده‌ها کمپین در گوگل ادز داشته باشید. موفقیت در گوگل ادز کار راحتی نیست. به ویژه اگر شما دنبال کاهش هزینه‌ها باشید، دیگر معمای‌تان کامل خواهد شد. نکته طلایی اینکه فقط برندهای باهوش در نبرد بر سر تبلیغات در گوگل ادز موفق می‌شوند. یکی از مهم‌ترین نمودهای هوش نیز شرکت در مزایده‌های گوگل ادز در زمان درست است. پس الکی وقت‌تان را با شرکت در مزایده‌های پشت سر هم تلف نکنید؛ چراکه نه پول‌تان پس‌انداز می‌شود و نه حتی خبری از توجه مشتریان به کمپین‌تان خواهد بود. اگر یادتان باشد، ابتدای همین مقاله گفتیم که مشتریان اصلا دیدگاه خوبی نسبت به برندهایی که مدام تبلیغات مختلف طراحی می‌کنند، ندارند. پس کمی از سرعت تولید محتوای‌تان بکاهید و در عوض منتظر زمان مناسب باشید.

منابع:

<https://www.whitesharkmedia.com/blog/google-ads/lower-cpc-google-ads>

<https://www.datafeedwatch.com/blog/lower-cost-per-click-google-usage-negative-keywords-f#ads>

<https://www.wordstream.com/blog/ws/how-to-lower-cost-of-y/1/2022>

<https://www.whitesharkmedia.com/blog/google-ads/lower-cpc-google-ads>



حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۵۲۷۸-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای منوچهر نیاکچی فرزند رمضان به شماره شناسنامه ۲۸۲۱۰ صادره از بابل در قریه منگوده در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۲۲۱۳.۱۵ متر مربع پلاک فرعی ۲۱۲ از اصلی ۶۰ مفروز مجزی از پلاک ۲۷ از اصلی ۶۰ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای خیراله مسیحائی منگودهی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۹/۰۲
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۱۹
۱۷۹۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۸۲



آگهی فقدان سند مالکیت موضوع تبصره ۵

نظر به اینکه خاتم مرجان برومند / وکلانها به شرح سند وکالت ۳۵۶۵۲ - ۱۴۰۱/۸/۸۸، تأییدیه شماره ۱۴۰۱/۸/۲۲ - ۱۷۶ - دفترخانه ۷۰۰ تهران با اعلام مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادهای گواهی امضاء شده ذیل شماره ۷۱۵۵ و ۷۱۵۶ - ۱۴۰۱/۴/۲۲ دفترخانه ۷۱۲ تهران و درخواست وارده ۱۹۰۹۸ - ۱۴۰۱/۸/۱۶، تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است، مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد

نام و نام خانوادگی مالک و میزان مالکیت: ورثه اباندر ژیر نیار و فاطمه فروزی عباس زاده - ششدانگ شماره پلاک: ۱۰ فرعی از ۳۸۷۵ اصلی (۲ فرعی از ۳۸۷۵ اصلی قدیم)

علت گم شدن: پارگی سند مالکیت

خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین پلاک ۱۰ فرعی از ۳۸۷۵ اصلی (۲ فرعی از ۳۸۷۵ اصلی قدیم) بمساحت ۱۴۴ متر مربع

مفروز از ششدانگ زمین بمساحت ۱۴۳۶ متر مربع پلاک ۳۸۷۵ بخش ۳ ذیل ثبت ۱۱۰۰ صفحه ۲۱۷ دفتر ۹ بنام بهرام غیبی ثبت و با شماره چاپی ۰۷۰۸۰ صادر گردیده است. و سپس برابر سند انتقال شماره ۹۷۲۳ مورخ ۱۳۱۶/۸/۴ دفترخانه ۱۲ تهران بنام صادقی مولوی یزدی انتقال یافت و سپس برابر سند انتقال شماره ۱۰۰۴۵ مورخ ۱۳۱۶/۱۰/۲۰ دفترخانه ۱۲ تهران بنام نصرالله فضلی انتقال یافت و سپس برابر سند انتقال شماره ۱۵۴۰۷ مورخ ۱۳۱۹/۸/۱۸ دفترخانه ۲۶ تهران بنام توران هاشمی کرمانشاهی انتقال یافت و سپس برابر سند انتقال شماره ۴۵۷۲۸ مورخ ۱۳۳۶/۳/۲۲ دفترخانه ۹۸ تهران نصرالله کریملو فرزند امامعلی انتقال یافت.

سپس برابر سند ۴۵۷۷۶ - ۳۶/۳/۲۶ دفتر ۹۸ تهران بنام اباندر ژیر نیار (آبش آژیر نیار سابق طبق گواهی واحد املاک) منتقل گردیده است.

سپس نامبرده برابر گواهی حصر وراثت ۸۵۲-۰۸۰۰۹۲۰۹۷۰۹۶۰ مورخ ۱۳۹۶/۸/۲۹ آقای اباندر ژیر نیار فوت شد و سپس برابر گواهی حصر وراثت شماره ۰۹۰۶-۰۸۰۰۹۲۰۹۷۰۹۶۰ مورخ ۱۳۹۶/۸/۳۰ شعبه ۹ شورای حل اختلاف خاتم فاطمه فروزی عباس زاده فوت شد و وارث حین الفوت هر دو عبارتند از ۱- داود ۲- زهرا ۳- امیر ۴- حمید قاسمی همگی آژیر نیار می باشد.

لذا با توجه به درخواست صدور المثنی موضوع تبصره ۵ آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و با در صورت اعتراض سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۴۱۹۷ م الف
مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران - مجید زاهدی منش
شناسه آگهی ۱۴۱۴۲۴۳

تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۲۷-۱۵۰۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای شمس اله قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۶۳۱ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۲

۱۷۳۷ م الف
محمدرجب پور دوجالی - رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی فقدان سند مالکیت

آگهی فقدان سند

خانم مریم طاقی به کد ملی ۰۴۵۱۳۹۴۶۶

با تسلیم دو برگ استشهادهای محلی مصدق که طی شماره رایانه ای ۲۵۳۲۲-۱۰۲۱۵۵۲۲۱۰۰-۱۲۰۱ دفترخانه ۱۱۷۲ تهران و برگ تقاضای وارده بشماره ۱۶۲۲۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۱ مدعی فقدان سند مالکیت شش دانگ یک دستگاه آپارتمان به مساحت ۹۸/۳۴ متر مربع به شماره ۹۷۹۵۴ فرعی ۲۳۹۵ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ثبتی ۵۵۱۲۳ فرعی از اصلی مذکور واقع بخش ده تهران ذیل صفحه ۲۱۲ و دفتر ۲۳۴۲ به نام علیرضا پولچی ثبت و سند مالکیت به شماره ۵۱۵۰۳۰ صادر و تسلیم شد سپس برابر سند ۷۳۳ - ۸۱/۸/۱۶ دفتر ۶۵۴ تهران ششدانگ به مریم طاقی منتقل گردید و برابر استشهادهای ارائه شده فاقد رهن می باشد. سپس وی به علت جابجایی سند مالکیت خود را مفقود نموده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب بااستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد و اعتراض بدون ارایه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نخواهد شد. پس از انقضای مهلت مزبور و ترسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۴۱۹۹ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهر آرا تهران - بهروز جشان
شناسه آگهی ۱۴۱۴۲۵۱

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۷-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای شمس اله قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۶۳۱ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۶۳۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۲۹

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۷-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای شمس اله قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۶۳۱ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۶۳۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۲۹

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۷-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای شمس اله قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۶۳۱ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۶۳۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۲۹

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۷-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای شمس اله قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۶۳۱ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۶۳۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۲۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای عباس کریمی یا ارائه دو برگ استشهادهای شماره ۹۳۸۷ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۷ مورد تأیید دفتر ۴۷ شهری و درخواست وارده به شماره ۲۲۲۷۰ - ۰۱ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۸ مدعی است که یک جلد سند مالکیت مربوط به شش دانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه سوم به مساحت ۶۴.۴۳ متر مربع قطعه چهارم تفکیکی به شماره ۲۹۰ فرعی باقیمانده از ۲۹۳۲ الی ۲۹۳۶ اصلی (در اجرای استاندارد سازی پلاکها بشماره ۲۵۸۳ فرعی از ۲۹۳۶ اصلی استاندارد گردیده است) واقع در بخش هفت تهران ذیل ثبت ۷۰۳۷۷ صفحه ۲۷۸ دفتر ۴۴۴ بنام عباس کریمی بشماره چاپی ۰۳۷۲۱۷۰ صادر و تسلیم گردیده که در اثر سرقت مفقود گردیده، که نامه شماره ۲۷۲۱۲۴۵۱-۱۴۰۱ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۸ پلیس آگاهی تهران بزرگ مودت آنست و درخواست صدور المثنی سند مالکیت نموده است لذا مراتب بااستناد تبصره یک اصلاحی مورخه ۷۲/۹/۲ ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت معامله نسبت به ملک مرقوم غیر از اسناد فوق و یا وجود سند مالکیت مذکور نزد خود می باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد در غیر اینصورت پس از انقضای مهلت مزبور و عدم وصول اعتراض نسبت به صدور المثنی سند مالکیت طبق مقررات اقدام خواهد شد.

۱۴۱۹۶ م الف
کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک پیروزی تهران - علیرضا محسنی
شناسه آگهی ۱۴۱۴۲۱۲

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۲۸-۱۵۰۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای خدادقی قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۱۱۲ صادره از خماد در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر مغازه و انبار احدائی به مساحت ۶۲ متر مربع پلاک ۵۷۸ فرعی از اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۴۳ فرعی از ۲۵ اصلی واقع در بخش ۵ گیلان خریداری از مالک رسمی آقای خدابخش نظرزاده معافی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۲

۱۷۲۵ م الف
محمدرجب پور دوجالی - رئیس ثبت اسناد و املاک

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۸-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای خدادقی قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۴۶۰ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۶۳۷ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دورشت - سعید بدوی
۹۲۹

حیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۶۷۹۸-۳۰۳۱۸۶۰۳۰-۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه پلاکارش آقای خدادقی قادری اوماسلان فرزند حمداله به شماره شناسنامه ۴۶۰ صادره از گرمی در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۷۷۵ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۸۰ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای نوروز مسافر شالکوئی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی تقاضای دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۸/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۹/۰۲

۱۷۸۹ م الف
عباس نوروزی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان بندر انزلی
۹۸۲

آگهی فقدان سند مالکیت ۲۱/۶۶۹۸

چون آقای ابراهیم حیدری پور فرزند عبدالله به استناد یکبرگ استشهادهای محلی که به امضاء شهود و گواهی دفتر خانه ۲۶ دوگنبدان رسیده است که سند مالکیت ششدانگ یک باب مغازه به پلاک ۶۶۹۸ فرعی از ۲۱ اصلی واقع در قطعه یک بخش پنج دوگنبدان به نام آقای ابراهیم حیدری پور صادر و تسلیم گردیده است لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک با وجود معامله سند مالکیت ۴۰۵۱۴۰ می باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مورد معامله به این اداره اعلام و رسید دریافت نمایند تا مورد رسیدگی قرار گیرد و الا پس از انقضای مدت مذکور و ترسیدن واخواهی و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۹/۰۲
علیرضا محسنی - مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دوگنبدان

طلاب حرکت اسلامی نیجریه در حرم مطهر بانوی کرامت هیأت برپا کردند



خبرنگار فرصت امروز: مدیر بنادر و دریانوردی غرب استان هرمزگان از ایجاد پایانه لجستیکی و پشتیبانی در راستای افزایش ظرفیت کالا و افزایش توان تجهیزاتی با مشارکت بخش خصوصی

خبرنگار فرصت امروز: با تلاش خادمان اداره امور بین الملل حرم مطهر بانوی کرامت طلاب حرکت اسلامی نیجریه زیر نظر مؤسسه بصیرت در حرم مطهر حضرت معصومه سلام الله علیها هیأت برپا کردند مراسم هیأت روح الله توسط مؤسسه بصیرت متشکل از طلاب حرکت اسلامی نیجریه ساکن قم در حرم مطهر بانوی کرامت برگزار شد. این مراسم با سخنرانی احمد عبدالله به زبان هوسایی در دفتر امور بین الملل واقع در صحن صاحب الزمان عجل الله فرجه الشریف حرم مطهر بانوی کرامت با حضور ۵۰ نفر از طلاب خواهر و برادر اهل نیجریه برگزار شد. گفتنی است در این مراسم یاد و خاطره شهدای حرکت اسلامی نیجریه گرمی داشته شد و از این شهدا تجلیل به عمل آمد.

در صورت تأمین اعتبار انجام خواهد شد؛

بهره برداری از پروژه تعریض پل سروندان بخش سنگر در دهه فجر امسال



خبرنگار فرصت امروز: پل گیلان، سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای گیلان ضمن اعلام پیشرفت ۷۵ درصدی در پروژه تعریض پل سنگر گفت: در صورت تأمین اعتبار در دهه فجر امسال این پل به بهره برداری خواهد رسید.

رشتت- خبرنگار فرصت امروز: پل گیلان، سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای گیلان ضمن اعلام پیشرفت ۷۵ درصدی در پروژه تعریض پل سنگر گفت: در صورت تأمین اعتبار در دهه فجر امسال این پل به بهره برداری خواهد رسید. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه شهرسازی(گیلان)، نیک فهم سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان ضمن اعلام پیشرفت فیزیکی ۷۵ درصدی در پروژه تعریض پل سروندان بخش سنگر اظهار داشت: باهدف کاهش و روانسازی ترافیک عملیات تعریض پل سروندان سنگر در دستور کار قرار گرفت و عملیات اجرایی آن مهرماه سال گذشته آغاز شد. وی افزود: در پروژه تعریض این پل یک باند به عرض ۶ متر و ۸۰ سانتی متر و به طول ۳۰ متر به مسیر ورودی این پل اضافه خواهد شد.

نیک فهم گفت این پروژه با برآوردی بالغ بر ۴ میلیارد و چهارصد میلیون تومان در حال اجرا بوده که اعتبار آن از بودجه ملی و استانی تأمین شده است. وی سپس اظهار امیدواری کرد: در صورت تأمین و تخصیص اعتبار و مساعد بودن شرایط جوی این پروژه در دهه فجر امسال به بهره برداری می رسد.

گوشه ای از اقدامات و فعالیت‌های حوزه معاونت خدمات شهری شهرداری نسیم شهر



بهارستان- سحر عمروانی: سرپرست معاونت خدمات شهری گفت: این حوزه به دلیل ارتباط مستقیم با زندگی شهروندان گرمای و ارائه خدمات شهری نقش تعیین‌کننده‌ای در کیفیت زندگی آنان دارد که از اهم اقدامات همچون طعمه گذاری، جوشکاری و ایمن‌سازی پل‌های عبور، نصب درپچه، پاکسازی زمینهای خالی، نظافت گروهی، نصب زیر مخزنی، شستشوی زیر مخزنی و لایروبی کانال‌ها به صورت روزانه در حال انجام میباشند. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل، سرپرست معاونت خدمات شهری تأکید کرد: امیدواریم با افزایش و استمرار در این زمینه‌ها شاهد وضعیت مطلوب‌تری در شهر نسیم شهر باشیم و به دنبال آن رضایتمندی شهروندان گرمای را فراهم نماییم.

مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر:

۲۳ هزار فرصت شغلی جدید برای افراد دارای مهارت در استان بوشهر ایجاد شد



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر با اشاره بهاجرا طرح‌های اشتغال‌زایی در بخش‌های مختلف کارآفرینی گفت: در سال جاری تاکنون ۲۳ هزار فرصت شغلی برای افراد دارای مهارت و تخصص در استان بوشهر ایجاد شده است. مصدق کشاورزی با بیان اینکه استان بوشهر در نظارت بر اشتغال ایجاد شده در سال جاری پیشتاز است، اظهار داشت: از ابتدای سال جاری تا کنون افزون بر ۲۳ هزار و ۲۷۶ فرصت شغلی برای کارجویانی که به یک مهارت تجهیزیبودند ایجاد شده است.

وی آخرین نرخ بیکاری استان که به‌صورت فصلی اعلام می شود، ۸ درصد دانست و افزود: بیشترین مشکل اشتغال کشور، بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی است. کشاورزی با بیان اینکه م‌وضوع مهارت‌آموزی برای تمامی رشته‌های نظری یک امر ضروری است گفت: خانواده‌ها باید با تغییر نگاه به آموزش‌های مدرن کارگزار فرزندان خود را تشویق بهانتخاب رشته‌های مهارت بر اساس مزیت‌های نسبی استان کنند و از مقاطع متوسطه در حوزه هنرستان و مراکز فنی و حرفه‌ای اقدام به اخذ مهارت کنند. مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر طرفیت‌اشتغال استان بوشهر در تمامی حوزه را مورد اشاره قرار داد و تصریح کرد: بر اساس تفاهم نامه‌های سه جانبه که به‌صورت مستمر با واحدهای کارگری منعقد می‌شود موضوع اشتغالیانبروها می‌توانند استان پررنگ‌تری شود.

ایستگاه حفاظت کاتدیک دشت حلقه در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز احداث شد



ساری - دهقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از احداث ایستگاه حفاظت کاتدیک دشت حلقه در روی خط سرخس - رامسر در محدوده مرکز بهره برداری خطوط لوله گرگان خبر داد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مخفی، با اعلام این خبر اظهار کرد: ایستگاه حفاظت کاتدیک دشت حلقه در محدوده مرکز بهره برداری گرگان بر روی خط ۳۰ اینچ سرخس - رامسر توسط همکاران حفاظت کاتدیک منطقه ۹ احداث شد. وی با بیان اینکه با احداث این ایستگاه تعداد ایستگاه‌های حفاظت کاتدیک در محدوده مرکز بهره برداری گرگان

۲۳ مورد رسیده است، افزود: ضعف پوشش در محدوده ایستگاه‌های کاتدیک کلاله و آزادشهر و همچنین فاصله زیاد دو ایستگاه مذکور، موجب عدم تأمین پتانسیل حفاظتی خط لوله در صورت از سرویس خارج شدن یکی از این ایستگاه‌ها می‌گردد که با احداث این ایستگاه مشکل بوجود آمده برطرف شده است. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز ضمن قدردانی از تلاش کارکنان این منطقه افزود: محدودیت در تنظیم جریان و ولتاژ خروجی ترانس فایبر رکتی فایبر ایستگاه کاتدیک علی آباد به جهت بروز تداخل ولتاژی با شبکه گازرسانی نیز از دیگر علل احداث این ایستگاه حفاظت کاتدیک بوده است.

باحضور مدیر شرکت نفت استان گلستان:

جلسه کمیته هماهنگی با شرکتهای حمل فرآورده های نفتی برگزار شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: جلسه کمیته هماهنگی با شرکتهای حمل و نقل فرآورده های نفتی استان با حضور مدیر و مسوولین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان و مدیران و اعضا هیئت مدیره شرکت های حمل و نقل تحت پوشش منطقه گلستان در سالن اجتماعات شرکت نفت استان برگزار شد.در ابتدا سید محمد حسینی، مدیر منطقه از مدیران شرکتهای حمل و نقل و رانندگان نفتکش که با تلاش و سختکوشی در شرایط ناترازی مصرف فرآورده های نفتی و افزایش مصرف بنزین موجبات سوخت‌رسانی مطلوب به مصرف کنندگان را فراهم آورده اند تشکر و قدر دانی نمود.وی پیرامون نقش حمل و نقل بعنوان یکی از بازترین محورهای توسعه در کشور، خاصه در چرخه تاثیر گذار و راهبردی سوخت‌رسانی مطالبی بیان و از خدمات ارزشمند و حرکت بخش شرکتهای حمل و نقل و رانندگان نفتکش شرکت در رفع مشکلات و چالشهای احتمالی پیش رو تأکید کرد.در ادامه جلسه دهقان رییس تأمین و توزیع منطقه به بیان و یاد آوری اطلاعاتیه های صادره از سادات تهران و موارد مرتبط با شرکتهای حمل و نقل و رانندگان محترم نفتکش ها مطالبی را مطرح نمود.گفتنی است در خاتمه این مراسم مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان با اعطای لوحی از عملکرد شرکتهای حمل و نقل فرآورده های نفتی تقدیر کرد.

در راستای افزایش توان تجهیزاتی صورت می گیرد؛

ایجاد پایانه لجستیکی و پشتیبانی در بنادر غرب هرمزگان

ایجاد بستریهای جدید امکان ارتقا به بیش از ۱۰ میلیون تن در سال فراهم خواهد شد. وی اضافه کرد: راه‌اندازی این پایانه همچنین زمینه حضور شرکتهای بین‌المللی فعال در بخش صادرات مواد معدنی و مصالح ساختمانی در بنادر غرب استان را تقویت خواهد کرد.

مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان خاطر نشان کرد: برای توسعه زیرساخت‌های اقتصاد دریامحور و رونق بخشی به مناطق ساحلی غرب این استان و سرعت‌بخشی در خدمات رسانی و محقق شدن توسعه بندر و رشد اقتصادی منطقه غرب هرمزگان تلاش خواهیم کرد.

سالاری در بخش دیگری از سخنان خود از انجام مطالعه امکان‌سنجی و جانمایی بندر بزرگ غرب هرمزگان به عنوان مگا‌پورت جنوب ایران به مساحت ۷۰۰ هکتار در ۲۵ کیلومتری غرب شهرستان بندرلنگه خبر داد.

وی بان بیان اینکه با انجام این طرح مطالعاتی در توسعه اقتصاد دریامحور غرب هرمزگان، زمینه رقابت‌پذیری مدیریت بنادر و دریانوردی بندرلنگه و غرب استان افزایش پیدا خواهد کرد، افزود: با توجه به نقش محوری این منطقه در اقتصاد کشور به دنبال تقویت نقش ملی و بین‌المللی شهرستان بندرلنگه و غرب استان هستیم.



یابیم.

مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان اضافه کرد: با در نظر گرفتن مجاورت این بندر به کریدور بین‌المللی تردد کشتی‌های اقیانوس پیما و همچنین خدمات‌رسانی به شناورهای متردد بین سکوهای نفتی و گازی در محدوده غرب استان با ایجاد پایانه لجستیکی و پشتیبانی می‌توان ظرفیت مناسب سرمایه‌گذاری در این بخش را نیز فراهم کرد.

سالاری گفت: از طرفی با توجه به نزدیکی معادن مواد معدنی به بنادر غرب استان هرمزگان و صادرات بیش از سه میلیون و ۷۰۰ هزار تن انواع مواد معدنی و ساختمانی در سال گذشته، با

معاون آموزش قرارگاه مهارت آموزی نیروهای مسلح کشور:

۵۰۰ هزار سرباز در سال جاری آموزش های فنی و حرفه ای را فرا می گیرند



ازپرفته کار تخصصی انجام داده است. معاون آموزش قرارگاه مهارت آموزی نیروهای مسلح کشور اضافه کرد: در مدت چهار سال گذشته یک میلیون نفر از سربازان تحت‌پوشش مهارت‌های عمومی و تخصصی قرار گرفته که ۷۰۰ هزارنفر مدرک مهارت آموزی دریافت کردند.وی با بیان اینکه تلاش می‌کنیم تا محیط سربازی همچون یک‌دانشگاه سبب کسب دانش و معرفت باشد،افزود: یش از چهارساز ل از تشکیل قرارگاه مهارت آموزی می‌گذرد و خدوآوند راشاکریم که با تدوین اسناد راهبردی و هم افزایی ظرفیت‌ها در راستای تحقق یک ی از تدابیر مهم رهبر انقلاب در موضوع مهارت‌آموزی اقدامات اساسی داشته باشیم.

به مناسبت هفته بسیج:

نمایشگاه و جشنواره صنایع دستی در استان مرکزی دایر می شود

فرهنگسرای آئینه از ساعت ۱۵ تا ۱۹ برگزار خواهد شد. آقازپارتی گفت: به همین مناسبت نمایشگاه و جشنواره صنایع دستی در ۱۲ شهرستان استان به صورت همزمان برگزار و محصولات صنایع دستی به علاقمندان و بازدیدکنندگان عرضه خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه در این جشنواره و نمایشگاه به بهترین آثار به نمایش گذاشته شده جایزه تعلق خواهد گرفت افزود: بهترین آثار برای نمایش به وزارتخانه ارسال خواهد شد و در سطح کشوری نیز در جشنواره شرکت خواهند کرد.

مسئول پایگاه مقاومت بسیج شهدا اداره کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی به برگزاری برنامه‌های پرمحتوا، شاد و مفرح در طول زمان برگزاری نمایشگاه تأکید کرد و یادآور شد: برای حضور پررنگ استان در این نمایشگاه آثار ارزشمندی در ۱۸ رشته مختلف صنایع‌دستی به نمایش در خواهد آمد.

اراک- فرنلزامبیدی: مسئول پایگاه مقاومت بسیج شهدا اداره کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی گفت: نمایشگاه صنایع‌دستی با همکاری بسیج هنرمندان در تمامی شهرستانهای استان برپا می‌شود.

به‌گزارش روابط‌عمومی اداره‌کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی محمدعلی آقازپارتی در روز ۳۰ آبان ماه ۱۴۰۱ افزود: همزمان با گرامیداشت هفته بسیج، نمایشگاه صنایع‌دستی با همکاری بسیج هنرمندان، سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری، اداره کل ارشاد اسلامی و آموزش و پرورش، از ۵ تا ۹ آذرماه برگزار خواهد شد.

مسئول پایگاه مقاومت بسیج اداره‌کل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان مرکزی گفت: این جشنواره و نمایشگاه حاصل همت هنرمندان بسیجی و خلاق شهرستان با هدف حمایت و معرفی توانمندی‌های هنرمندان به مناسبت گرامیداشت هفته بسیج در شهرستان اراک، در محل

پیام تبریک سرپرست شرکت گاز مازندران به مناسبت فرار سیدن هفته بسیج

تبدیل شده است و به عنوان الگو برای تمام کشورهای مسلمان و آزاده شناخته می‌شود.

امسال در حالی به استقبال هفته بسیج می‌رویم که استکبار جهانی کمر به تجزیه این مرز و بوم بسته و از هیچ تلاشی برای ایجاد یأس و نا امیددی در میان ملت ایران دریغ نکرده است. اما باز هم این بسیجیان گمنام و نجیب هستند که داوطلبانه به یاری نیروهای خدم انتظامی شتافتند و سینه خود را سپر بلای ملت کردند. روز و ششی نیست که خبر شهادت مظلومانه بسیجیان از شهرهای مختلف به گوش نرسد.

فراومش نکنیم که اینها جوانانی هستند که سال‌های انقلاب و دفاع مقدس را ندیده و از نسل جدید انقلاب برآمده‌اند. حقیقتی که محاسبات نظام سلطه را به هم ریخته و اسباب خشم و کینه

ساری - دهقان: سرپرست شرکت گاز استان مازندران با صدور

یامی فرار رسیدن "هفته بسیج" را تبریک گفت. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز ستان مازندران، متن پیام قاسم مایلی رستمی سرپرست شرکت گاز مازندران بدین شرح است:

بسیج عظیم‌ترین نیروی مردمی است که در پرتو ینده‌نگری و ژرف‌اندیشی امام‌راحل(ره) و با هدف صیانت ز اصول، آرمان‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی شکل گرفت ؛ با هدایت‌های راهگشای مقام معظم رهبری، به پیشرفت و زندگی رسیده است به گونه‌ای که اکنون بسیج به گسترده رین شبکه مردمی در خدمت به مردم در عرصه‌های مختلف



اهواز- شبنم قجوانند: مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی حفاری ایران گفت: این شرکت در چارچوب همکاری با شرکت توسعه صنایع نفت و انرژی قشم (OEID) سه حلقه چاه زمین‌گرمایی (ژئوترمال) در ارتفاعات سیلان در شهرستان مشکین شهر

مدیر عامل شرکت ملی حفاری ایران:

ملی حفاری سه حلقه چاه زمین گرمایی (ژئوترمال) در ارتفاعات سیلان در استان اردبیل تکمیل می کند

در استان اردبیل تعمیر و تکمیل می‌کند. دکتر حمیدرضا گلپایگانی در این باره توضیح داد: حفاری این چاه‌ها در راستای قرارداد شرکت OEID با شرکت نیروگاه های مادر تخصصی برق حرارتی صورت می‌پذیرد و با نظر طرفین شمار چاه‌ها قابل افزایش است.

وی افزود: شرکت ملی حفاری ایران پیش از این در سال ۱۳۸۰ نسبت به حفر یک حلقه چاه اکتشافی و دو حلقه چاه تزریقی در این منطقه اقدام کرده بود و با توجه به نتایج مثبت حاصله، متعاقب آن با انعقاد توافقنامه چهار ساله فی‌مابین این شرکت و سازمان انرژی

نویسنده: علی آل‌علی: بعضی از آدم‌ها آنقدر خوش‌برخورد هستند که حتی درونگراترین افراد دنیا هم با چند دقیقه گپ و گفت شیفته‌شان شده و شروع به بیان نظرات‌شان می‌کنند. انگار این آدم‌های خوش‌مشرب یک جور فرمول جادویی برای اثرگذاری بر روی دیگران پیدا کرده‌اند که به هیچ وجه نمی‌شود در برابرش مقاومت کرد. در نقطه مقابل کسسانی قرار دارند که بدون حتی یک دقیقه هم‌صحبتی نیز همه از دور و برشان فرار می‌کنند.بی‌شک کسانی که تجربه کار در شرکت‌های مختلف را دارند، کمابیش با هر دو مدل آدم‌های مورد بحث آشنایی دارند. اگرچه بعضی از روانشناس‌ها معتقدند آدم‌های کاربزماتی‌ک به طور طبیعی استعداد جذب دیگران را دارند اما دستت کم در دنیای کسب و کار اصلا از این خیرها نیست. در عوض پرسونای برند برگ برنده‌ای است که تفاوت میان برندهای دوست‌داشتنی و بی‌روح را شکل می‌دهد.

ما قبلا درباره پرسونای مستتری در روزنامه فرصت امروز با شما صحبت کرده‌ایم. اگر بخواهیم دور تعاریف پیچیده را خط بکشیم، پرسونای مستتری در واقع ویژگی‌هایی است که یک برند درباره مشتریان ایده آل خودش طراحی می‌کند. البته این طرح مثل فیلمنامه‌های علمی – تخیلی سراسر غیرواقعی نیست، بلکه براساس رفتار مشتریان در بازار سرهم‌بندی می‌شود. خیلی از بازاریاب‌ها بعد از اینکه غول این مرحله را پشت سر گذاشتند، دیگر انتظار موفقیت‌های بی‌بدیل را دارند اما وقتی نوبت به اجرای پرسونای مستری در عمل می‌شود، همیشه یک جای کار می‌لنگد!

استفاده از پرسونای مستری در دنیای کسب و کار بدون توجه به پرسونای برند مثل شرکت در مسابقه‌ای است که حتی قوانین آن را هم بلد نیستیم. بی‌شک در چنین سناریویی هیچ خبری از موفقیت نیست. به همین خاطر ما در این مقاله دنبال تکه گمشده پازل طراحی پرسونا رفته‌ایم. این تکه چیزی نیست به غیر از پرسونای برند. اگر شما هم بارها و بارها در استفاده از پرسونای مشتریان شکست خورده‌اید، حالا دیگر نوبت خداحافظی با تمام درسه‌های قبلی فراسیده است. کافی است تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا دیگر هیچ ایراد و مشکلی در کارتان پیدا نشود.

پرسونای برند چیست؟

تعریف پرسونای برند تا حدودی شبیه پرسونای مستری است. در حالی که پرسونای مستری بر روی ویژگی‌های و عادت‌های مشتریان تمرکز دارد، پرسونای برند همه تمرکزش را روی برند قرار می‌دهد. بر این اساس تعریف اصلی از این استراتژی چهارده همراه با جزئیات از یک برند است که کلیت آن را بازنمایی می‌کند.

بی‌شک تعریف بالا برای کسانی که میانه خوبی با تعاریف نظری ندارند، بیشتر شبیه یک حرف بی‌معناست تا تعریفی دقیق. پس اجازه دهید به جای دنیای کتاب‌ها از یک مثال ساده برای فهم پرسونای برند استفاده کنیم. کمپین بازاریابی ایل در سال ۲۰۰۶ برای معرفی نسل جدید مک بوک در نوع خودش بهترین تعریف از پرسونای برند محسوب می‌شود. در ویدئوی این کمپین دو شخصیت اصلی به جای مک و پی سی ایفای نقش می‌کنند. سپس در یک گفت‌وگوی دوستانه مک ادعا می‌کند به خاطر نمایش بهتر تصویر، دسترسی ساده به موزیک‌های مختلف و همینطور تجربه روان‌تر از ویگردی از پی سی بهتر است. چنین ویژگی‌هایی به خوبی مک و صدالته برند ایل را توصیف می‌کند. چنین ویژگی‌هایی که برندها در قالبی جذاب تحویل مشتریان می‌دهند، در واقع پرسونای برندشان است.

فکر می‌کنم حالا دیگر متوجه شده باشید پرسونای برند تقریبا همان آداب تعامل هر برند با مخاطبش است که اتفاقا رنگ و بویی از هویت و ارزش‌های آن در خود دارد. نکته مهم در این میان نحوه طراحی و استفاده از پرسونای برند در عمل است. این نکته برای خیلی از کارآفرینان کاملا مبهم است و به همین خاطر هم اغلب تلاش‌ها در این راستا به یک شکست تمام عیار منتهی می‌شود.

چرا پرسونای برند مهم است؟

بعد از بررسی تعریف پرسونای برند باید کمی هم درباره مزایای آن حرف بزنیم. هرچه باشد یادگیری یک مفهوم با استراتژی‌ک که هیچ کاربردی ندارد، فقط وقت تلف کردن خواهد بود. به همین خاطر ما همیشه در روزنامه فرصت امروز کارمان را با مرور مزایای یک استراتژی شروع می‌کنیم. اگر شما هم هنوز درباره استفاده از پرسونای برند تردید دارید و اصلا دوست ندارید بی‌گدار به آب بزنید، این بخش خیال‌تان را کاملا راحت خواهد کرد. این شما و این هم مزایای پرسونای برند برای کسب و کارها.

ایجاد تمایز با رقبا

خیلی وقت‌ها موقع خرید از فروشگاه‌های بزرگ آدم بین چند تا محصول شبیه به هم گیر می‌کند. حتی اگر شما قصد خرید یک قالب پنیر را داشته باشید، بازم انتخاب از بین کلی برند مختلف کار راحتی نخواهد بود. قبول دارم بخشی از این دشواری مربوط به وسواس مشتریان برای خرید بهتر است، اما پای برندها هم این وسط گیر است. تا وقتی شما در ذهن مشتریان تفاوت عمده‌ای با بقیه رقبا نداشته باشید، بازی بی‌پایان انتخاب‌های تصادفی از سوی خریداران ادامه پیدا می‌کند. اینطوری سرنوشت فروش‌تان نه براساس تلاش‌های تیمی، بلکه

سلیقه متغیر مشتریان خواهد بود. ماجرا ترسناک نشه، نه؟ پرسونای برند با کمک به شما برای بیان دقیق ویژگی‌ها و ارزش‌های کسب و کارتان نوعی تمایز آشکار با رقبا ایجاد خواهد کرد. اینطوری دیگر لازم نیست نگران وضعیت برندگان در رقابت با سایر کسب و کارها باشید؛ چراکه مثل یک سوپرستار سینمایی که تک تک مردم دنیا خیلی خوب او را می‌شناسند، شما هم شهرتی اساسی برای خودتان به هم خواهید زد.

نمایش مزایای پیشنهادی برندگان

اگر دنیای کسب و کار هم مثل بازی‌های کامپیوتری مجموعه‌ای از رمزهای تقلب داشت، چه مزیتی برای برند خودتان انتخاب می‌کردید؟ شاید بگویید به دست آوردن یک محصول بی‌تظیر در کسری از ثانیه بهترین عامل به سوی موفقیت بی‌پایان است. قبول دارم در این دنیا محصولات باکیفیت پل مهمی به سوی موفقیت محسوب می‌شود، اما همه ماجرا به این بحث ختم نخواهد شد. تا وقتی مردم آشنایی کافی با برند و محصولاتتان نداشته باشند، همه تلاش‌ها برای عرضه محصولی بی‌عیب و نقص در بازار بی‌نتیجه خواهد ماند.

مشتریانی که با تمام وجودشان یک محصول را می‌خواهند، هر طور شده سراغ برندهای تولیدکننده رفته و

بعد از هزار و یک جور مقایسه گزینه نهایی را انتخاب می‌کنند. نکته مهم اینکه چنین مشتریانی در بازار خیلی کمیاب هستند. اغلب آدم‌ها تا چند ثانیه قبل از خرید حتی احساس نیازی به آن هم نمی‌کنند. بنابراین اگر محصولات‌تان همیشه بیش چشم مردم نباشد، شانس زیادی برای فروش بالا نخواهید داشت.

پرسونای برند به خوبی امکان نمایش مزایای کسب و کارتان برای مشتریان را فراهم می‌کند. اینطوری دیگر لازم نیست مشتریان به خودشان زحمت جست و جوی بی‌پایان را بدهند. به علاوه، اسم‌تان خیلی زودتر از آنچه فکرش را بکنید سر زبان‌ها خواهد افتاد.

یادتان باشد مزایای برند شما فقط در ماهیت محصولات خلاصه نمی‌شود. بحث ارزش‌ها این وسط حتی از محصولات نیز مهمتر است. مثلا هارلی دوییدسون را در نظر بگیرید. موتورهای تولیدی این کمپانی بی‌شک رقبای مشابه زیادی، مخصوصا از نوع چینی، دارد. با این حال پیوند تاریخیه یا به زبان تخصصی پرسونای برند آن با آزادی و رهایی موجب محبوبیتش در بازارهای جهانی شده است. پس لطفا در مورد پرسونای برندگان اصلا نقش ارزش‌ها را دست کم نگیرید.

طراحی پرسونای برند: راهنمایی گام به گام

آخرین بخش از مقاله ما مربوط به نحوه خلق پرسونای برند است. تمام نکاتی که تا اینجا کار یاد گرفته‌اید، اگر به نتیجه‌ای محسوس تبدیل نشود هیچ ارزشی نخواهد داشت. بنابراین ما از شما دعوت می‌کنیم در آخرین بخش مقاله نیز هم‌امان باشید تا تکلیف پرسونای برندگان روشن شود.

شناخت هر آنچه برندگان را می‌سازد: اولین و مهمترین قدم

طراحی پرسونای برند تقریبا با برندینگ به معنای تولید یک برند از نقطه صفر مو نمی‌زند. البته اینجا شما به جای اینکه کسب و کار‌تان را در قالب یک برند درآورید، به برندگان روح بخشیده و آن را شبیه یک انسان واقعی می‌کنید. همانطور که هر کسی در این دنیا یکسری عادت‌ها، اصول و صدالبته اهداف دارد، پرسونای برند شما هم باید همه اینها را بازنمایی کند. وگرنه پرسونای موردنظر حتی یک خریدار هم نخواهد داشت، چه برسد به اینکه اوضاع کاری‌تان را هم دگرگون کند!

اولین قدم در طراحی پرسونو شناخت درست برند است. اجازه دهید برای یک دقیقه هم که شده در این دنیای شلوغ کمی درباره برندگان فکر کنیم. اصلا چه عناصری برند شما را تشکیل داده‌اند؟ ماموریت‌ها؟ وعده‌ها یا اهداف؟

بی‌شک پیدا کردن یک جواب بی‌عیب و نقص برای سوال بالا خیلی مشکل است. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز هر سه گزینه بالا را به عنوان بخش‌های اساسی یک برند در نظر می‌گیریم. وقتی شما ماموریت، مجموعه‌ای از وعده‌ها و همینطور اهداف مشخص داشته باشید، یک برند حاضر و آماده جلوی‌تان خواهد بود. این ویژگی‌ها باید عینا در پرسونای برند نیز منعکس شود.

هوایم‌های مسافربری علی رغم ظاهر بی‌نهایت مشابهی که دارند اما هیچ وقت با یکدیگر اشتباه گرفته نمی‌شوند؛ چراکه هر شرستی در تولید هوایم‌های خودش فوت و فن خاصی به کار برده و از همه مهمتر اینکه پرسونای متمایزی دارد. همین امر باعث می‌شود بلیت بعضی از خطوط هوایی با هوایم‌های خاص قیمتی فراینده پیدا کند. در اینجا هم ماجرا دقیقا به همین شکل است. هرچه پرسونای برند شما قوی‌تر باشد، شناس‌تان برای ایجاد تمایز با رقبا بیشتر می‌شود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا اجزای اصلی سازنده برندگان را مشخص کنید تا تخته گاز به سمت مرحله بعدی حرکت کنیم.

ارزبایی دقیق مشتریان: نقطه مشترک پرسونای برند و مشتری

پرسونای برند نوعی شخصی‌سازی تمام ویژگی‌های کسب و کارتان برای مشتریان محسوب می‌شود. حالا اگر این وسط ویژگی‌های برندگان عملا امکان تعامل را از مشتریان بگیرد، تکلیف چه خواهد بود؟ درست حسد زدید، یک فاجعه تمام عیار!

پرسونای برند مثل یک تیزر تبلیغاتی از فیلم‌های سینمایی باید همه بیننده‌ها را به سوی کسب و کارتان ترغیب کند. از آنجایی که هیچ کارآفرینی در دنیا گوی جادویی برای پیشگویی دم دست ندارد، شما چاره‌ای به غیر از ارزیابی دقیق مشتریان ندارید. فقط اینطوری امکان شناخت هرچه بهتر مشریان برای‌تان فراهم خواهد شد. وگرنه هر روز باید منتظر بروز مشکلات تازه‌ای در فرآیند کسب و کارتان باشید.

تا یادمان نرفته یاد اضافه کنیم که ارزیابی مشتریان همینطوری الکی نیست. گاهی اوقات کارآفرینان سرسری اطلاعات کلیشه‌ای درباره مشتریان را زیر و رو کرده و حسایی بابت کارشان خوشحال می‌شوند. راستش را بخواهید، این مدل از زیر کار در رفتن‌ها هیچ کمکی به برندگان نخواهد کرد. در عوض شما باید مثل یک پژوهشگر همه فن حریف مشتریان‌تان را مثل پدیده‌های علمی بررسی کنید. اینکه آنها چه عادت‌هایی در بازار دارند یا اینکه چه مدل تعهداتی از طرف برندها نظرشان را جلب می‌کند، فقط نمونه‌هایی از معیارهایی است که باید شش دانگ حواس‌تان به آنها باشد.

وقتی بررسی مشتریان تمام شده، شما باید اطلاعات دقیق و به‌روزی درباره سلیقه آنها داشته باشید. این اطلاعات در مرحله بعدی حسایی به کارتان می‌آید. پس لطفا هر فکر و خیالی درباره بی‌توجهی به این حوزه را دور بریزید؛ چراکه غفلت در این مرحله عملا پرسونای برندگان را به باد خواهد داد.

انتخاب صفات برند: مهمترین بخش در طراحی پرسونای برند

شما دوست دارید برندگان با چه صفت‌هایی در یاد و خاطره مشتریان باقی بماند؟ احتمالا هر کارآفرینی فهرستی از صفات مثبت در ذهنش دارد، اما یادتان باشد شما در بازار تنها نیستید. مشتریان هم معمولا مجموعه‌ای از صفات برای انتخاب برندهای محبوب‌شان فهرست می‌کنند. فکر می‌کنم حالا اهمیت بخش قبل در طراحی پرسونای برند را درک کرده‌اید، مگر نه؟

کار شما در این مرحله شبیهه وضعیت معلمی است که علاوه بر مدیریت کلاس براساس سرفصل‌های آموزشی باید نیم نگاهی به سلیقه دانش‌آموزان هم داشته باشد. وگرنه کلاسی بی‌نهایت کسلسل‌کننده خواهد داشت که حتی یک نفر هم در طول آن بیدار نخواهد ماند. پس قبل از اینکه با عجله تمام یکسری صفت برای ساختن پرسونای برند طراحی کنید، کمی هم به

پرسونای برند (Brand Persona) چیست؟ فرمول خلق برند متفاوت!

اطلاعات مربوط به مشتربان تان توجه کنید. قول می‌دهم اصلا ضرر نخواهید کرد. ما در ادامه بعضی از صفت‌های کلیدی که بین کارآفرینان و مشتربان حسایی معروف است را زیر ذره بین خواهیم برد. البته تصمیم‌گیری نهایی با شما و صدالبته مشتربان‌تان خواهد بود. با این تفسیر اجازه دهید برویم سراغ فهرست جذاب صفات برندها:

صمیمیت: برندهایی که خیلی زود آدم با آنها احساس صمیمیت می‌کند، همیشه فروش بالایی در بازار دارند. چنین کسب و کارهایی به طور معمول جزو برترین برندهای دنیا هستند. البته اگر شما نتوانید این احساس را به خوبی در ذهن مشتریان ایجاد کنید، شبیه استارت‌آپ‌های شکست‌خورده به نظر می‌رسید. پس وقتی قصد دارید در پرسونای برندگان صمیمیت فراوان را جاشنی کار کنید، همیشه به نتیجه کار دقت داشته باشید. وگرنه اوضاع‌تان حسایی به هم خواهد ریخت و همین چند تا مشتری‌تان هم از دست می‌دهید.

هیجان: وقتی صحبت از هیجان در دنیای کسسب و کار می‌شسود، اول از همه یاد چه برندی می‌افتید؟ فکر می‌کنم همه به ردبول فکر می‌کنیم، مگر نه؟ این برند مصداق بارز توسعه پرسونای برند بر مدار هیجان است؛ چراکه تک تک اجزای برندینگ ردبول با هیجان عجین شده است. از کمپین‌های بازاریابی گرفته تا طراحی محصولات و حتی حمایت از رویدادهای ورزشی سخت و هیجان‌انگیز، همه و همه پرسونای این غول دنیای نوشیدنی را نشان می‌دهد.

کارکشنگی: بعضی از برندها همیشه شبیه شالگرد ز رنگ کلاس به نظر می‌رسد. اگر کمی با دقت به این مسئله فکر کنید، فورا اسم مایکروسافت مثل جرقه‌ای به ذهن‌تان خواهد رسید. هرچه باشد اینجا پای برندی وسط است که کل دنیا را تکان داده برندهای کارکشته معمولا خیلی کم اشتباه می‌کنند و در کمپین‌های بازاریابی الگوی آموزش مشتربان را در پیش می‌گیرند. اگر شما هم اطلاعات زیادی برای یاد دادن به مشتربان دارید، این مدل توسعه پرسونای برند راست کارتان خواهد بود. البته در ابتدای کار انتخاب چنین صفت دشواری بی‌نهایت سخت به نظر می‌رسد. بنابراین توصیه ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از این الگو بعد از چند سال فعالیت در بازار است.

پیچیدگی: چند تا برند در دنیا می‌شناسید که همیشه پیچیده و مرموز به نظر می‌رسند؟ آیا از بین این برندها نمونه‌های موفق هم سراغ دارید؟ احتمالا اسم‌هایی مثل تسلا خیلی زود در این شرایط به ذهن آدم می‌رسد. منظور ما برندهایی است که همیشه با شخصیتی پیچیده دل مشتربان را آب می‌کنند. البته پیچیدگی زیاد عملا مخاطب را کنار آدم پراکنده می‌کند اما اگر دوز آن درست تنظیم شود، دست کمی از یک معجزه تمام عیار نخواهد داشت. تنها کاری که شما اینجا باید انجام دهید، کمی بازی با فرآیندهای بازاریابی و تلاش برای بازنمایی چهرهای نه‌چندان واضح از کسب و کارتان است. اینطوری کنجکاوی مشتربان حسایی برانگیخته خواهد شد. آن وقت دیگر لازم نیست به خودتان زحمت داده و برای جلب توجه مشتربان به آب و آتش بزنید.

تعیین مشخصات دقیق برند: به وقت تولد پرسونای شما!

اگر شما حوصله به خرج داده‌اید و تا اینجا با ما همراه بوده‌اید، دیگر راه زیادی تا طراحی یک پرسونای برند موفق ندارید. در این مرحله شما باید کاراکتر اصلی برندگان را کامل کرده و پرسونای‌تان را جلوی مخاطب قرار دهید. یادتان هستت اول مقاله گفتیم پرسونای برند در واقع راهنمای تعامل‌تان با مشتربان است و فرق بین برندهای متجان و بی‌روح را شکل می‌دهد؟ خوب حالا به مرحله‌ای رسیدیم که نوبت تبدیل برندگان به یک گزینه بی‌نهایت جذاب برای مشتربان است.

اولین کاری که شما برای کامل کردن پرسونای برندگان باید انجام دهید، انتخاب یک اسم جذاب است. اشتباه نکنید، ما اصلا شوخی‌مان نگرفته است. مطمئنا هر برندی برای خودش اسمی دارد اما نباید از همان اسم برای پرسونا استفاده کنید. این روزها خیلی از برندها مثل آمازون یا اپل بیشتر اوقات شخصیت انسانی‌شان با اسم‌هایی نظیر سیری یا الکسا شناخته می‌شود. قبول دارم این دستیارهای صوتی دقیقا شخصیت انسانی ندارند اما دست کم هوش مصنوعی آنها را به کاراکترهای واقعی بی‌نهایت نزدیک کرده است. اگر شما یک دستیار هوشمند برای مشتریان ندارید، اصلا دلیلی ندارد یک اسم جذاب برای پرسونای‌تان انتخاب نکنید. این اسم می‌تواند در کمپین‌های بازاریابی در قالب یک شخصیت واقعی نمایش داده شود.

در مرحله بعد شما باید تصویری برای پرسونای خود بسازید. همانطور که شخصیت‌های سینمایی در قالب بازیگران چهره پیدا می‌کنند، شما هم باید برای پرسونای برندگان یک تصویر حرفه‌ای طراحی کنید. این تصویر می‌تواند واقعی (مثلا یک هنرمند که سسفیئر برندگان شده) یا کاملا خیالی (طرح گرافیکی) باشد. به علاوه، شخصیت شما باید سن و سال دقیقی هم داشته باشد. مثلا اپل همیشه پرسونای برندش را در قالب یک جوان اهل تکنولوژی که هیچ وقت تیپ رسمی نمی‌زند، نمایش می‌دهد.

بعد از اینکه تکلیف ظاهر و تیپ شخصیت‌تان مشخص شد، باید ملایق آن را هم در کانون توجه قرار دهید. خب مگر آدمی هم هست که سلیقه خاص خودش را نداشته باشد. در این مرحله شما باید ارزش‌های مرکزی برندگان را تبدیل به سلیقه شخصیت‌تان کنید. اینطوری همه مشتربان از آن مطلع خواهند شد.

سختن پایانی

پرسونای برند به عنوان یک استراتژی بیشتر از اینکه به تنهایی کاربرد داشته باشد، نوعی مکمل برای پرسونای مستری محسوب می‌شود. حالا شما آمادگی لازم برای طراحی پرسونای برند و کامل کردن پرسونای مشتری را دارید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و تخته گاز به سمت موفقیت پیش بروید. مسا در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با پرسونای برند کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، من و همکارانم آماده کمک به شما هستیم. منابع:

⁄۹۹designs.de/blog/marketing-advertising-brand-persona.https://en ۲۰۲۰brand/https://rockcontent.com/blog/brand-persona/#:~:text=A ۲۰strategy/۲۰presence/۲۰online/۲۰complete/۲۰the,a%۲۰is%persona https://www.weebly.com/inspiration/brand-persona



سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان

اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان در نظر دارد تعداد ۹ دستگاه تراکتور با مشخصات ذیل را از طریق مزایده سامانه ستاد ایران www.setadiran.ir به فروش برساند. متقاضیان می توانند جهت بازدید به مدت ۱۰ روز از ساعت ۸:۰۰ ای تا ۱۴:۰۰ در اداره کل آموزش فنی و حرفه ای لرستان به آدرس: انتهای خیابان رازی، بلوار مهارت، روبروی اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی مراجعه نمایند.

ردیف	نام وسیله – تیپ	سال ساخت	پلاک	قیمت پایه (ریال)
۱	تراکتور رومانی – ۶۵۰	۱۳۵۶	۳۱ ایران ۳۸۹ ک ۴۴	۸۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۷۱	۳۱ ایران ۳۲۳ ک ۴۴	۱/۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۳	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۷۱	۳۱ ایران ۳۹۲ ک ۴۴	۱/۳۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۴	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۸۰	۳۱ ایران ۲۸۲ ک ۴۴	۱/۵۲۰/۰۰۰/۰۰۰
۵	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۷۶	۳۱ ایران ۳۹۵ ک ۴۴	۱/۳۷۰/۰۰۰/۰۰۰
۶	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۸۰	۳۱ ایران ۳۹۹ ک ۴۴	۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۷	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۷۶	۳۱ ایران ۳۶۱ ک ۴۴	۱/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۸	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۷۶	۳۱ ایران ۳۷۵ ک ۴۴	۱/۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰
۹	تراکتور فرگوسن –ITM۲۸۵	۱۳۸۰	۳۱ ایران ۴۲۹ ک ۴۴	۱/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰

برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۳۳۲۱۸۵۷۸ – ۰۶۶ تماس حاصل شود.

اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان لرستان