

اخبار

کاهش فروش اوراق بهادار دولتی در هفته گذشته

بی توجهی به سود بالای حراج دولتی

کل اوراق فروخته شده دولت در هفته منتهی به ۲۵ مردامهه پایین‌تر از هزار میلیارد تومان بوده و این در حالی است که نرخ بهره موثر این اوراق بیشترین نرخ در سال جاری بوده است.
عرضه اوراق دولتی در سومین هفته انتشار، پایین‌ترین میزان استقبال میان خریداران را داشته است. این در حالی است که نرخ بهره موثر سومین دوره انتشار اوراق نیز به بالاترین میزان خود رسیده و طبیعتا انتظار می‌رفت تا میزان استقبال از این اوراق را بیشتر کند.
دیگر نکته جالب توجه در هفته گذشته، افت بسیار شدید میزان مشارکت بانک‌ها در خرید اوراق مشارکت است. شواهد نشان می‌دهد که مشارکت بانک‌ها از ۷۰ درصد به ۷ درصد سقوط کرده است. یکی از راه‌های تامین مالی و پوشش کسری بودجه دولت، انتشار اوراق بهادار است. اوراق منتشرشده دولت در بازار پول (بانک) و بازار سرمایه (بورس) عرضه می‌شود. این دو ارگان اصلی‌ترین مشتریان اوراق بهادار دولتی هستند. در هفته منتهی به ۲۵ مرداد، سومین سری اوراق بهادار دولتی به فروش گذاشته شد. در مجموع خزانه‌داری کشور در سال جاری اقدام به انتشار ۳۵ همت اوراق کرده که در هفته گذشته حدود ۸۷۱ میلیارد تومان آن به فروش رسیده است. براساس گزارش‌ها در مجموع در سال جاری به ارزش حدود ۱۹ هزار و ۲۴۴ میلیارد تومان اوراق به فروش رسیده است. همچنین پایین‌ترین میزان فروش اوراق بهادار دولتی در هفته گذشته رقم خورده؛ به‌طوری‌که در اولین هفته انتشار، ارزش اوراق منتشرشده به ۱۳ همت و در هفته دوم بالغ بر ۵،۳ به ثبت رسیده ولی در هفته گذشته حتی به یک همت نیز نرسید. علاوه بر آن شواهد حاکی از آن است که نرخ بهره موثر در هر سری انتشار اوراق، افزایش یافته و در هفته اخیر به بیشترین مقدار خود دست پیدا کرده است. میزان نرخ بهره می‌تواند از نرخ بهره در سایر بازارها، میزان بازدهی سرمایه‌گذار، ریسک مالی و سایر متغیرهای کلان اقتصادی تاثیر بپذیرد. این نرخ در اولین هفته انتشار اوراق حدود ۲۴،۷۶ درصد برآورد شده بود ولی در هفته گذشته حدودا ۲۵،۱۸ درصد رقم خورده است. بررسی های آماری نشان می‌دهد که در هفته سوم انتشار اوراق، خریدار ۸۰۶ میلیارد تومان از اوراق بورسی‌ها بوده و تقریبا ۶۵ میلیارد تومان از آن توسط بانکی‌ها خریداری شده است. نکته جالب توجه کاهش شدید مشارکت بانک‌ها در میزان استقبال از اوراق دولتی است. در هفته اول انتشار اوراق بالغ بر ۹ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان از اوراق توسط بانک‌ها خریداری شد که ۷۰ درصد اوراق خریداری را دربر می‌گرفت. همچنین در هفته دوم نیز ۷۴ درصد اوراق توسط بانکی‌ها خریداری شده بود، اما طبق آمارها در هفته گذشته مشارکت بانکی‌ها افت شدیدی پیدا کرده است. علاوه بر این، کاهش تقاضای بانکی‌ها بانک‌ها در بازار باز نیز می‌تواند بی‌ارتباط به آنچه در سیستم بانکی در حال رخ دادن است، نباشد. براساس سیاست بانک مرکزی در دو ماه اخیر، هر میزان نقدینگی که بانک‌ها در بازار باز، تقاضا کنند توسط بانک مرکزی تامین می‌شود و با این حال آمارها حاکی از کاهش شدید تقاضای نقدینگی بانک‌ها در بازار باز است. در نهایت آمار ثبت شده در بازار اولیه اوراق بدهی دولتی، به صورت هنگفتی و مقطعی بوده است. چنانچه این روند در هفته‌های بعد نیز ادامه‌دار باشد، می‌تواند انعکاس‌دهنده جریان‌های اقتصادی جدیدی باشد.

سرمایه‌گذار به جای عایدی متحمل ضرر می‌شود
تلفات سرکوب بزرگ پولی

نظام فعلی تعیین نرخ بهره در کشور، مهم‌ترین عوامل اثرگذار در اقتصاد مانند تورم، رشد اقتصادی و ویژگی‌های بانک‌ها را نادیده گرفته و این موضوع به تشدید ناترازی در اقتصاد و بی‌اثر شدن ابزار سیاستگذاری بانک مرکزی منجر شده است. به گزارش «کوابران»، تعیین دستوری نرخ سود سپرده بانکی توسط شورای پول و اعتبار به بی‌اثر شدن ابزارهای نظارتی بانک مرکزی منجر شده است. نرخ بهره بین بانکی که مهم‌ترین وسیله بانک مرکزی برای جلوگیری از نوسانات و تثبیت اقتصادی تلقی می‌شود، باید بتواند خود را از طریق اثرگذاری در نرخ بهره سپرده به اثرگذاری در اقتصاد برساند و از این کتال بر تولید، تورم، سرمایه‌گذاری و تقاضای کل اعمال اثر کند. دخالت شورای پول و اعتبار به سرکوب نرخ بهره و از بین رفتن خاصیت علامت‌دهی و تعدیل بازارهای پولی منجر شده و عملا ابزار اعمال نفوذ بانک مرکزی برای جلوگیری از نوسانات اقتصادی را بی‌اثر کرده است. شواهد بی‌پایانی برای اثبات وجود مشکلاتی در سیستم بانکی کشور وجود دارد. در شرایطی که تورم سالانه به بیش از ۴۵ درصد رسیده، نرخ سود سپرده‌ها هنوز کمتر از ۲۰ درصد تعیین شده است. یعنی عملا کسی که بخواهد در بانک سرمایه‌گذاری کند باید متحمل کاهش ۱۵ درصدی قدرت خرید سرمایه‌اش در انتهای سرسید سپرده شود. هرچند نرخ سود اسمی سپرده‌ها در ایران بسیار بالاست، اما با توجه به تورم بالا، نرخ بهره واقعی‌ای که به سپرده‌گذار تعلق می‌گیرد، منفی است. شرایط ساماندهی بانک‌ها امروزه در کشور به گونه‌ای رقم خورده که سیستم بانکی به جای داشتن عایدی، سرمایه‌گذاران را تنبیه می‌کند. افزایش شکاف بین نرخ سود سپرده و تورم باعث شده تا تعداد افرادی که حاضر به سپرده‌گذاری در بانک‌ها هستند، کاهش یابد و منابع مالی بانک‌ها نیز افت کند. شرایط برای بانک‌ها زمانی سخت‌تر می‌شود که آنها ملزم به اعطای تسهیلات تکلیفی می‌شوند. با به خطر افتادن امنیت منابع تامین مالی بانک‌ها و وجود هزیننه‌های ثابت و لزوم ایفای تعهدات قبلی، بانک‌ها برای افزایش دادن حاشیه سودشان به فعالیت‌های دیگر همچون سرمایه‌گذاری در بازار مسکن روی می‌آورند و همین موضوع به فعالیت‌های سوداگرانه و حباب‌های قیمتی دامن می‌زند.فعالیت در بازارهایی همچون مسکن با وجود اینکه سود زیادی دارد، با ریسک زیاد و قابلیت تبدیل شدن به نقدینگی پایینی نیز همراه است. همین موضوع موجب انباشت ریسک در ترازنامه بانک‌ها می‌شود؛ بنابراین هنگام مواجهه با شوک‌های اقتصادی، بانک‌ها برای تامین نقدینگی مورد نیاز بنگاه‌ها دست به دامان بازار بین بانکی یا بانک مرکزی می‌شوند که به نوبه خود به التهاب تورم منجر می‌شود. به استناد گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، نرخ بهره در ایران متناسب با متغیرهای مهم اقتصادی تعدیل نمی‌شود. برای مثال واضح است که در شرایط افزایش تورم با انتظارات تورمی، سرکوب کردن نرخ بهره یقینا اعمال فشار بیشتر به بانک‌ها را در پی دارد. متغیر مهم دیگر که عموما باید روی نرخ بهره اثرگذار باشد ولی به دلیل تعیین دستوری این نرخ و عدم توجه به متغیرهای کلان اقتصادی در نرخ بهره لحاظ نمی‌شود، رشد اقتصادی است. زمانی که رشد اقتصادی بالا می‌رود، درآمد افراد و میزان نیاز بنگاه‌ها به تسهیلات نیز افزایش می‌یابد. این در حالی است که مطالعات نشان می‌دهد که در ایران هیچ اثری از رد پای رشد اقتصادی بر نرخ بهره وجود ندارد. به جز متغیرهای کلان اقتصادی، نرخ بهره باید منعکس‌کننده برخی اطلاعات بانک نیز باشد. بانک‌هایی که دارای ریسک بیشتر، ناترازی شدیدتر، اندازه کوچک‌تر یا کارایی بالاتر همراه هستند، عموما باید با نرخ بهره بالاتری همراه شوند تا بتوانند سپرده‌های مردم را جمع‌آوری کنند. تعیین دستوری نرخ بهره سپرده‌ها، تمامی خاصیت علامت‌دهی را از بازار پول محو می‌کند و ممکن است بانک‌ها را به سمت سرمایه‌گذاری در فعالیت پرخطرتر سوق دهد. در نهایت نرخ بانک مرکزی مجبور است تا هزینه این بی‌ملاحظگی بانک‌ها را بپردازد.

نوبت دوم

آزمهی دعوت از بستانکاران مؤسسه گروه رساتا مشاور در حال تصفیه به شماره ثبت ۱۸۸۴۵ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۶۳۸۱۰۰

در اجرای ماده ۲۲۵ قانون تجارت از کلیه بستانکاران مؤسسه گروه رساتا مشاور در حال تصفیه به شماره ثبت ۱۸۸۴۵ و شناسه ملی ۱۰۱۰۰۶۳۸۱۰۰ درج گردیده است دعوت به عمل روزنامه رسمی کشور به شماره ۱۸۶۵۶ مورخ ۸/۱۱/۲۸ درج گردیده است دعوت به عمل می آید تا ظرف مدت حداکثر ۶ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول بازار نه مدارک مستندهای خود به مدیر تصفیه آقای محمد رضازاده به شماره همراه ۰۹۱۲۱۲۳۳۲۳۱ - مستقر در آدرس محل تصفیه شرکت واقع در تهران جاز بصال تهران، جنب سازمان انتقال خون، پلاک ۱۸۵ مراجعه نمایند بدینهی است شرکت و مدیر تصفیه در مورد گونه ادعای احتمالی که خرج از مدت فوق به شرکت متعکس گردد مسئولین نخواهند داشت.

محمد رضازاده - مدیر تصفیه مؤسسه گروه رساتا مشاور در حال تصفیه

بانک مرکزی از آخرین وضعیت ساماندهی بانک‌های ناتراز گزارش داد

جزئیات سهام مازاد سهامداران ۹ بانک خصوصی



بانک‌ها، سهام مازاد تعیین و به وزارتخانه مورد اشاره اعلام می‌شود. این امر در اصلاح ساختار مدیریتی در بانک‌های مشمول، کمک کرده و به معنای ورود به امر انحلال در خصوص آن بانک‌ها نیست. در پی انتشار خبرهای نادرست در مورد انحلال یک بانک خصوصی، بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای این شایعه را رد کرد و درباره ساماندهی بانک‌های ناتراز توضیحاتی داد: «یکی از وظایف ذاتی بانک مرکزی پایش شبکه بانکی و نظارت مستمر و مبتنی بر ریسک درخصوص بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی است. اقدامات نظارتی و انضباطی در خصوص هر یک از بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی نیز به تفکیک و متناسب با نتایج حاصل از نظارت‌های مزبور، همواره در دستور کار بانک مرکزی بوده است. جهت تنویر اذهان هموطنان گرامی، لازم به ذکر است بانک مرکزی، تمام اقدامات اصلاحی خود را با محوریت حفظ حقوق و منافع سپرده‌گذاران انجام می‌دهد به نحوی که اثرات اقدامات اصلاحی در شبکه بانک توسط بانک مرکزی با استفاده از اختیارات و ابزارهای قانونی به ایشان منتقل نمی‌شود. همچنین براساس ماده یک قانون اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی موضوع تملک سهام بانک‌ها، حق رأی ناشی از سهام مازاد بـر حدود مقرر در ماده قانونی مذکور به وزارت امور اقتصادی و دارای تفویض می‌شود که هر سال با برگزاری مجامع سالانه بانک‌ها، سهام مازاد تعیین و به وزارتخانه مورد اشاره اعلام می‌شود. این امر در اصلاح ساختار مدیریتی در بانک‌های مشمول کمک نموده و به معنای ورود به امر انحلال درخصوص آن بانک‌ها نیست. لازم به ذکر است که ادغام، انحلال و یا انتقال یک بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی آخرین مرحله از فرایند ساماندهی بانک‌ها است و تاکید و اولویت بانک مرکزی اصلاح، ساماندهی و بازسازی بانک‌ها براساس برنامه اصلاحی ارائه‌شده به هر یک از بانک‌ها و موسسات اعتباری با هدف رفع ناترازی‌های دارایی-بدهی و درآمد-هزینه است که این امر در حال انجام و پایش منظم می‌باشد.

سهام مازاد سهامداران بانک‌ها

این اطلاعیه بانک مرکزی در حالی منتشر شده است که از آخرین تجربه

مالک واحد	درصد مازاد سهام اعلامی
صندوق ذخیره فرهنگیان – گروه منتسب به ریخته گران	۵۷،۹ درصد
گروه بانک ملی ایران – گروه سرمایه‌گذاری ساختمان ایران	۳۹،۴۲ درصد
گروه ایران خودرو	۲۲ درصد
گروه بنیاد مستضعفان	۸،۸ درصد
صندوق بازاریگردانی تجارت ایرانیان اعتماد – شرکت سرمایه‌گذاری سامان ایرانیان	۷،۸۱ درصد
صندوق بازاریگردانی سپهر بازار سرمایه – صندوق بازاریگردانی گنجینه سپهر صادرات	۷،۱۶ درصد
شهرداری تهران	۶ درصد
تابع قانون – صبا تامین	۴،۰۸ درصد
سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی گردشگری – طلوع مروراید کیش – هتل‌های بین‌المللی رскان	۳،۲۵ درصد

در هفته‌ای که گذشت

قطعات کوچک‌تر سکه ارزان شد

همچون نیم سکه و ربع سکه در پایان هفته نسبت به ابتدای هفته کاهشی رقم خورده‌اند. رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در مورد آخرین قیمت سکه و طلا در بازار تهران در آخرین روز کاری هفته (پنجشنبه)، گفت: همانطور که اشاره شد، در بازار داخل در مجموع روند صعودی قیمت‌ها برای سکه و طلا ثبت شده است، ربع سکه و نیم سکه ارزان‌تر شده و سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی تغییری نکرده است. براساس آخرین معاملات روز پنجشنبه، هر قطعه سکه تمام طرح جدید با افزایش ۲۰۰ هزار تومانی به ۲۷ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسیده و هر قطعه سکه تمام طرح قدیم با ۳۰۰ هزار تومان رشد قیمت به ۲۴ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسیده است، اما نیم سکه و ربع سکه هر یک نسبت به ابتدای هفته ۱۰۰ هزار تومان کاهش قیمت را تجربه کرده و به ترتیب نیم سکه

ردپای تسهیلات تکلیفی در گزارش‌های بانکی

وام‌دهی بانک‌ها افزایش یافت

در تیرماه ۱۴۰۲ است، با توجه به اینکه میزان رشد تسهیلات از سپرده‌های بانکی فراتر بوده، بنابراین نسبت تسهیلات به سپرده نیز نسبت به ماه قبل افزایش یافته است؛ در نتیجه نسبت تسهیلات پرداختی به سپرده‌ها از رقم ۸۴ درصد در خردادماه امسال به رقم ۸۲،۸ درصد در تیرماه رسیده است. این نسبت در استان تهران برابر با ۹۳،۶ درصد است و در استان کهگیلویه و بویراحمد در بالاترین سطح یعنی ۱۱۷،۹ درصد قرار دارد. نسبت تسهیلات به سپرده که از آن به شکاف پولی نیز یاد می‌شود، نشان‌دهنده این است که بانک‌ها به نسبت سپرده‌هایی که دریافت می‌کنند چه میزانی تسهیلات پرداخت کرده‌اند. اگر این نسبت بیش از حد بالا باشد بیانگر این است که بانک‌ها بیشتر از توان خود به اعطای تسهیلات پرداخته‌اند و احتمالا توانایی کافی برای رویبرو شدن با نیاز به نقدینگی پیش‌بینی‌نشده را ندارند. این پدیده ممکن است منجر به ناترازی بانک‌ها و اجبار به استقراض از بانک مرکزی یا سایر بانک‌ها شود.

در همه کشورهای جهان، بانک‌ها و موسسات پولی و اعتباری موظفند که درصدی از سپرده‌های خود را به صورت «سپرده قانونی» یا «ذخیره قانونی»، نزد بانک مرکزی قرار دهند. به همین دلیل، میزان منابعی که بانک‌ها واقعا می‌توانند در فعالیت‌های خود از آن استفاده کنند، نه کل سپرده‌های جذب شده که مقننر سپرده‌ها با کسری قانونی است. کارشناسان معتقدند برای اینکه فعالیت بانک‌ها ریسک پایینی داشته باشد، لازم است که بین میزان تسهیلات و میزان سپرده‌ها رابطه‌ای متناسب وجود داشته باشد. به همین منظور، گفته می‌شود که نسبت تسهیلات به سپرده‌ها با کسری قانونی در بانک‌ها نباید بیش از ۸۵ درصد باشد. دلیل بالا بودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران نیز استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و موسسات تولیدی سپهر استان‌ها در پایتخت بوده که عمده فعالیت‌های

فرصت امروز؛ به دنبال انتشار اخبار نادرست درباره انحلال یکی از بانک‌های خصوصی، بانک مرکزی در اطلاعیه‌ای با رد این شایعه، درباره ساماندهی بانک‌های ناتراز توضیح داد. طبق اعلام بانک مرکزی و براساس ماده یک قانون اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، موضوع تملک سهام بانک‌ها، حق رأی ناشی از سهام مازاد بـر حدود مقرر در ماده قانونی مذکور به وزارت امور اقتصادی و دارایی تفویض می‌شود که هر سال با برگزاری مجامع سالانه بانک‌ها، سهام مازاد تعیین و به وزارتخانه مورد اشاره اعلام می‌شود. این امر در اصلاح ساختار مدیریتی در بانک‌های مشمول، کمک کرده و به معنای ورود به امر انحلال درخصوص آن بانک‌ها نیست.

در همین حال، وزارت اقتصاد نیز جزئیات سهام مازاد سهامداران بانک‌های خصوصی که مجمع آنها تاکنون برگزار شده است را اعلام کرد.
انتظور که وزارت اقتصاد گزارش داده است، سهام مازاد سهامداران بانک‌های ایران زمین، رفاه و موسسه اعتباری ملل پس از برگزاری مجمع سالیانه اعلام می‌شود. طبق قانون سیاست‌های کلی اصل ۴۴، هیچ مالک واحدی نمی‌تواند بدون اجازه بانک مرکزی بیش از ۱۰ درصد یک بانک را داشته باشد. افزایش این سقف تا ۲۰ و ۳۳ درصد نیز تنها با اجازه بانک مرکزی ممکن است و بالاتر از ۳۳ درصد برای همه مالکان واحد ممنوع است. همچنین براساس این قانون، حق رأی سهام مازاد سهامداران به وزارت اقتصاد منتقل می‌شود.
یادآور می‌شود سهام مازاد سهامداران بانک آینده نیز ۶۰ درصد اعلام شده است که با توجه به رأی جدید دیوان عدالت اداری، پس از برگزاری مجمع سالیانه، حق رأی ناشی از آن به وزارت اقتصاد منتقل می‌شود.

آخرین وضعیت بانک‌های ناتراز

بانک مرکزی اعلام کرد: براساس ماده یک قانون اصلاح قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، موضوع تملک سهام بانک‌ها، حق رأی ناشی از سهام مازاد بر حدود مقرر در ماده قانونی مذکور به وزارت امور اقتصادی و دارای تفویض می‌شود که هر سال با برگزاری مجامع سالانه

ردیف	نام بانک	درصد مازاد سهام اعلامی
۱	بانک سرمایه	۵۷،۹ درصد
۲	بانک اقتصاد نوین	۳۹،۴۲ درصد
۳	بانک پارسیان	۲۲ درصد
۴	بانک سینا	۸،۸ درصد
۵	بانک تجارت	۷،۸۱ درصد
۶	بانک صادرات ایران	۷،۱۶ درصد
۷	بانک شهر	۶ درصد
۸	بانک کارآفرین	۴،۰۸ درصد
۹	بانک گردشگری	۳،۲۵ درصد

به‌رغم کاهش ۲۰ دلاری قیمت طلا در بازارهای جهانی، در بازار داخلی تنها قیمت قطعات کوچک‌تر سکه همچون نیم و ربع سکه در مجموع هفته‌ای که گذشت، کاهشی شده و قیمت سکه‌های یک گرمی تغییر چندانی نداشته است. «تاد بنذرآفشان»، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در رابطه با وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلا به «پسنا» توضیح داد: در هفته‌های گذشته در مجموع ۲۰ دلار کاهش اونس جهانی طلا را در بازارهای جهانی شاهد بودیم و در حال حاضر ۱۹۹۴ دلار را به عنوان آخرین نرخ اونس در بازار ثبت کرده است. در بازار داخل اما نوسان نرخ ارز سبب شد تا کاهش نرخ طلا در بازارهای جهانی بر قیمت سکه و طلا بر بازار داخل تاثیر چندانی نگذارد و روند قیمت طلا و سکه‌های تمام را نسبت به ابتدای هفته صعودی ثبت کند؛ اما قطعات کوچک‌تر سکه

خبرنامه

با نگرانی از وضعیت ۲ اقتصاد بزرگ جهان

نوسان قیمتی نفت ادامه یافت

نگرانی نسبت به آمارهای اقتصادی چین و کند شدن قابل‌توجه رشد اقتصادی این کشور، در کنار نگرانی نسبت به افزایش دوباره نرخ بهره در آمریکا و کاهش تقاضای نفت از سوی دو اقتصاد بزرگ جهان باعث ایجاد نوسان در قیمت نفت شده است. در ساعات اولیه روز پنجشنبه بهیای معاملاتی آتی نفت برنت پس از کاهش اولیه ۰٫۵ درصدی به ۸۳٫۴۵ دلار در هر بشکه رسید. نفت خام وست ن‌گراس هم با ۸ سنت کاهش با قیمت ۷۹٫۳ دلار معامله شد، به گفته اقتصاددانان، نگرانی‌ها بابت وضعیت اقتصادی چین و احساس ریسک شدید در وال‌استریت نسبت به احتمال افزایش دوباره نرخ بهره بر بازارهای نفت فشار وارد کرده است و هم‌زمان قوی بودن دلار این فشار را تقویت کرده است؛ زیرا معامله‌کنندگان نفت علاوه بر اطلاعات اقتصادی چین و سیاست‌های اقتصادی دولت این کشور، داده‌های موجودی نفت آمریکا را هم از نزدیک تحت نظر دارند زیرا تولیدکنندگان نفت آمریکا برای افزایش سهم خود در بازار در بحبوحه کاهش تولید نفت از سوی اعضای اوپک پلاس، ممکن است تولید خود را افزایش دهند. در چین، پرداخت‌های به تعویق افتاده روی محصولات سرمایه‌گذاری توسط یک شرکت بزرگ و معتبر چینی و سقوط قیمت مسکن باعث افزایش نگرانی‌ها نسبت به بحران مسکن چین و کندتر شدن اقتصاد این کشور شده است. بانک مرکزی چین به شکلی غیرمنتظره نرخ‌های کلیدی را برای دومین بار طی سه ماه اخیر کاهش داد، اما اقتصاددانان نگرانند که این اقدامات برای متوقف کردن رشد شدید اقتصاد چین کافی نباشد. دقایقی پس از برگزاری نشست ماه جولای بانک مرکزی آمریکا، قیمت جهانی نفت باری دیگر دچار نوسان شد زیرا برگزاری این نشست نشان داد مقامات بانک مرکزی این کشور تمایل قوی نسبت به افزایش نرخ بهره از خود نشان دادند زیرا برای آنها مبارزه با تورم همچنان در اولویت قرار دارد. افزایش نرخ بهره در آمریکا هزینه‌های استقراض را برای شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان افزایش خواهد داد و می‌تواند رشد اقتصادی و تقاضا برای نفت را کاهش دهد. ازاین‌رو است که نگرانی نسبت به تلاوم افزایش نرخ بهره و کندی رشد اقتصادی در دو اقتصاد بزرگ جهان بلافاصله بر بازار نفت اثر می‌گذارد.

به لطف جهش قیمت نفت و گاز

آرامکو سودآورترین شرکت دنیا شد

شرکت آرامکو سعودی بار دیگر به جایگاه سودآورترین شرکت دنیا برگشت و این بار با فاصله زیادی از اپل، در جایگاه برتر ایستاد. طبق گزارش فوربس گلوبال ۲۰۰، شرکت نفتی آرامکو سعودی، در پی جهش قیمت نفت و گاز در طول بحران انرژی جهانی که پس از حمله روسیه به اوکراین روی داد، سودآورترین شرکت جهان در سال ۲۰۲۲ شد. براساس گزارش استاتینستا، اکنون سه شرکت بزرگ نفت و گاز در میان هشت شرکت سودآور برتر دنیا قرار دارند که بالاتر از یک شرکت در سال ۲۰۱۹ است. آرامکو سعودی پیش از اینکه در اواخر سال ۲۰۱۹، عرضه سهام خود در بورس را آغاز کند، به عنوان سودآورترین شرکت جهان شناخته شده بود. اپل و مایکروسافت که از دور کاری و رونق ارتباطات آنلاین در مراحل ابتدایی همه‌گیری کووید ۱۹ سود برده بودند، در سال ۲۰۲۰ در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند و در سال ۲۰۲۲، رتبه‌های خود را حفظ کردند. براساس گزارش اولیو پرایس، از آنجا که این فهرست، تنها سود شرکت‌های سهامی عام یا شرکت‌هایی که قصد عرضه در بورس را دارند را بررسی کرده است، درآمد تعداد زیادی از شرکت‌ها در سراسر جهان به خصوص شرکت‌های دولتی، نامعلوم مانده یا در این فهرست لحاظ نشده است.

هشدار افت رتبه اعتباری آمریکا

موسسه رتبه‌بندی فیچ هشدار داد که ممکن است رتبه بانک‌های آمریکایی را کاهش دهد. به گزارش بی‌زنس، یکی از تحلیلگران رتبه‌بندی موسسه فیچ هشدار داد که این موسسه ممکن است مجبور شود رتبه‌های اعتباری بسیاری از بانک‌های آمریکایی ازجمله وام‌دهندگان بزرگ مانند جی بی مورگان جیپسی را کاهش دهد. کریس ولف، تحلیلگر فیچ گفت که اگر موسسه تصمیم بگیرد امتیاز صنعت بانکداری را از AA منفی به A مثبت کاهش دهد، باید به ارزیابی بیش از ۷۰ بانک آمریکایی بپردازد. ولف اظهار کرد: اگر رتبه را به A مثبت تبدیل کنیم، آنگاه تمام اقدامات مالی تغییر خواهد کرد و احتمالاً به اقدامات رتبه‌بندی منفی منجر می‌شود.

در ماه ژوئن، ژانسی رتبه‌بندی امتیاز محیط عملیاتی بانک‌های آمریکایی را از AA به AA منفی کاهش داد و دلیل آن «فشار نزولی بر رتبه‌بندی دولت آمریکا، شفاف‌ها در چارچوب نظارتی و عدم اطمینان ساختاری در مورد عادی‌سازی سیاست‌های پولی» بود. در اوایل ماه جاری، فیچ رتبه بدهی دولت ایالات متحده را به AAA از AA مثبت کاهش داد که جیمی دیمون، مدیرعامل جی بی مورگان آن را اقدامی «مضحک» توصیف کرد.

فراز سرمایه‌گذاران از بازار جهانی طلا

قیمت جهانی طلا به پایین‌ترین حد خود در پنج ماه اخیر رسید زیرا بازدهی دلار و خزانه‌داری آمریکا افزایش یافت. بهای هر اونس طلا با ۰٫۵ درصد افزایش به ۱۸۹۱ دلار و ۹۰ سنت رسید و قیمت طلای آمریکا نیز با ۰٫۰۳ درصد افزایش به ۱۸۹۲ دلار و ۹۰ سنت رسید. صورت‌جلسه جولای فدرال رزرو نشان داد که بیشتر سیاستگذاران همچنان مبارزه با تورم را در اولویت قرار می‌دهند، در حالی که «برخی از شرکت‌کنندگان» به ریسک اقتصادی ناشی از بالا بردن بیش از حد نرخ‌ها اشاره کردند. بازدهی ۱۰ ساله خزانه‌داری آمریکا به بالاترین حد خود در ۱۰ ماه گذشته رسید و دلار را به بالاترین سطح خود از اواسط ژوئن رساند و سرمایه‌گذاران از طلا بدون بهره دور کرد.

مت سیمپسون، تحلیلگر ارشد در سیتی ایندکس گفت: در حالی که صورت‌جلسه کمیته بازار آزاد فدرال (FOMC) شاهد تقویت بیشتر دلار آمریکا و بازدهی بود تا بر طلا تأثیر بگذارد، نشانه‌هایی از ثبات قیمت لحظه‌ای طلا وجود دارد. من فکر می‌کنم با توجه به بازدهی ایالات متحده و شاخص دلار در اوج‌های نوسانی کلیدی، به نقطه عطف احتمالی نزدیک می‌شویم. تحلیلگران اظهار کردند انتظار داریم همچنان شاهد نوسانات در قیمت طلا باشیم زیرا بازار همچنان به اظهار نظر در مورد نرخ‌های ایالات متحده پاسخ می‌دهد. همچنین، قیمت طلا احتمالاً به کاهش نرخ بهره در سال ۲۰۲۴ نیاز دارد. داده‌های قوی اقتصادی اخیر ایالات متحده پیش‌بینی‌های مربوط به رکود را به چالش کشیده است و تمایل سرمایه‌گذاران برای طلا را که اغلب به عنوان ذخیره‌ای امن برای ارزش در زمان آشفتگی‌های اقتصادی دنبال می‌شود، کاهش داده است. براساس گزارش رابرتز، وانگ تائو، تحلیلگر فنی رابرتز می‌گوید که طلا ممکن است به ۱۸۷۹ دلار در هر اونس سقوط کند زیرا دو حمایت کلیدی را شکسته است. در بازار سایر فلزات ارزشمند، بهای هر اونس نقره با ۰٫۳ درصد افزایش به ۲۲.۴۶ دلار در هر اونس رسید و پلاتین با ۰٫۳ درصد افزایش به ۸۸۵ دلار و ۱۵ سنت رسید که به پایین‌ترین سطح خود از اکتبر رسیده است. پالادیوم با ۰٫۴ درصد افزایش به ۱۲۱۲ دلار و ۹۴ سنت رسید.

نوسان شاخص بورس تهران در مرز ۲ میلیون واحد ادامه دارد

عقبگرد بورس در انتهای مرداد



را به ثبت رساند.

میانگین ارزش معاملات بازار سهام ۹ هزار و ۴۰۵ میلیارد تومان بود که

۸۳ درصد کمتر از هفته پیش بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس ۴

هزار و ۷۹ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۴ هزار و ۹۹۵ میلیاردی

هفته پیشین، ۱۸ درصد کاهش داشت. میانگین ارزش صف‌های فروش در

هفته اخیر ۵۱۷ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیش ۱۸۲ میلیارد

تومان معادل ۵۴ درصد بیشتر بود. بالاترین رقم هفته به میزان ۸۵۷

میلیارد تومان در روز شنبه ثبت شد و کمترین رقم با ۲۸۲ میلیارد تومان

در روز دوشنبه به ثبت رسید. میانگین ارزش صف‌های خرید در هفته اخیر

۲۴۹ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته قبلش، ۱۱۸ میلیارد تومان

کمتر بود. در این هفته میانگین ارزش صف‌های خرید ۳۲ درصد کاهش

یافت. بالاترین رقم هفته با ۳۷۸ میلیارد تومان در روز یکشنبه ثبت شد و

پایین‌ترین رقم در روز چهارشنبه به میزان ۱۶۷ میلیارد تومان محقق شد.

به استثنای روز دوشنبه در باقی روزهای هفته پول حقیقی از بازار سرمایه

خارج شد؛ به طوری که در روز شنبه هزار و ۸۰ میلیارد و روز یکشنبه

۱۲۴ میلیارد تومان پول خارج شد. رقم ورود پول حقیقی در روز دوشنبه

نیز ۱۰ میلیارد تومان بود. همچنین در روز سه‌شنبه ۵۶۳ میلیارد و در روز

چهارشنبه ۲۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. در مجموع

هفته‌نیز هزار و ۹۵۷ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد و

میانگین روزانه خروج پول حقیقی به ۳۹۱ میلیارد تومان رسید که نسبت

به هفته قبلش، ۱۸ درصد افزایش یافت.

راه‌های بهبود وضعیت بورس

یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به راه‌های بهبود بورس معتقد است:

برای بهبود روند بازار سهام، نیازمند تغییر در دستورالعمل بازارگردان‌ها

و سببگردان‌ها هستیم تا فعالیت آنها نظام‌مندتر شود و به سمتی پیش

بروند که با هدف پویایی بازار اقدام به خرید و فروش کنند. «جلال روحی»

به ارزیابی روند اخیر معاملات بورس پرداخت و به «ایرنا» توضیح داد:

طی چند وقت گذشته شاخص بورس تحت تأثیر فشار نسبی حاکم بر کم

گروه خودرو و نیز گروه شاخص‌سازها در بورس، از سطح ۲ میلیون واحد

عقب‌نشینی کرد و به کانال یک میلیون و ۹۰۰ هزار واحد بازگشت. وجود

روند نزولی در بازار، فرصت تصمیم‌گیری درست برای سرمایه‌گذاری را

از سهامداران گرفته است. وجود عدم ثبات در مسائل اقتصادی و اتخاذ

برخی از تصمیمات باعث شده تا تحلیل و پیش‌بینی‌های انجام‌شده در

بازار به صورت روزانه درآید که این امر منجر به عدم ثبات نسبی و افزایش

چشم‌انداز بلندمدت برای این بازار شده است. به همین اساس، سهامداران

افت ۵ درصدی بورس از مرداد ۹۹ تا ۱۴۰۲

توپ در زمین دولت است

از این وضعیت نیاز به شوک خبری مثبتی دارد تا روند خود را تغییر دهد. به گفته فعالان بازار با توجه به صف‌های فروش، کمتر فروشنده‌ای در بازار این روزها دیده می‌شود و از سویی هم خریداری پا به عرصه و میدان خرید نمی‌گذارد. ارزش بازار بورس اوراق بهادار تهران برای دومین روز پیاپی زیر ۷ هزار همتی قرار گرفته است. ارزشی که در این پنج ماهه ابتدایی سال جاری برای دومین بار برای ارزش بازار دیده شده است و شاخص کل بورس تهران افت ۵ درصدی را از مردادماه ۱۳۹۹ تا مردادماه ۱۴۰۲ تجربه کرده است.

در معاملات روز چهارشنبه، بیشترین تأثیر منفی را نماد حکشتی داشت و نماد همراه اول پس از آن دومین نماد تأثیر‌گذار منفی در بازار سرمایه بود که این موضوع خود نشان از بی‌مقی در تابلو معاملاتی بزرگان بازار است. خودروی کتید خورده بازار سرمایه روز چهارشنبه غایب بود؛ چراکه برای مجمع روز شنبه به جهت تعیین تکلیف خروج از ماده ۱۴۱ قانون تجارت بسته شده است.
باین‌حال گروه خودرویی باز هم در این شرایط بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و با ارزش ۲۸۳ میلیارد تومانی در جایگاه اول ایستاد. پس از این گروه باید به گروه فلزات اساسی اشاره کنیم؛ گروهی که بیش از ۱۴۷ میلیارد تومان ارزش معاملاتی را به خود دید که این میزان برای این صنعت غیرقابل‌تصور است!

فاز نخست آزادسازی قیمت خودرو و به واسطه حذف نسبی ارز نیمایی خودروسازان، تکلیف خورده است. حالا گویا عرضه خودرو در بورس کالا به عنوان راهکاری میانه و موقت برای عبور از قیمت‌گذاری دستوری، به عنوان فاز دوم این پروژه در نظر گرفته شده است. اما اظهارات روز چهارشنبه وزیر صمت در خصوص قیمت جدید خودروها این‌گونه بود که شورای رقابت در حال تصمیم‌گیری است و ما رویکردهای‌مان را به شورای رقابت منتقل کردیم و امیدواریم در نفاهم با هم شرایط مناسبی برای مردم فراهم کنیم. همچنین در روز چهارشنبه محمدمباقر قالیباف رئیس مجلس با فعالان بازار سرمایه، به بحث و بررسی پیرامون موارد مرتبط با بازار سرمایه پرداخت که مواردی از جمله نرخ خوراک و قیمت‌گذاری دستوری به عنوان موضوعات اصلی این نشست بود. در این جلسه تأکید شد که مجلس مصمم است مشکلات بازار سرمایه از جمله نرخ‌گذاری خوراک پتروشیمی‌ها را حل کند.

بازار این روزها به قدری بی‌رقم و بدون معامله در حال نوسان است که تغییرات شاخص را می‌توان نادیده گرفت و گفتن جملاتی همچون شاخص در محدوده‌های حمایتی و… قرار دارد شاید تکرار مکرراتی بیش نیست. ارزش بازار بورس اوراق بهادار تهران به کانال ۶ هزار همتی سقوط کرده است. بازدهی شاخص کل پس از گذشت سه سال از افت تاریخی خود (مردادماه ۱۳۹۹) همچنان منفی است. بازدهی شاخص از سقف تاریخی سال ۹۹ بیش از ۵ درصد منفی شده است. این‌ها مات بازار زیاد است و مدیران اقتصادی و دولتی راهکاری برای خروج از این بحران ندارد.

اما از منظر تکنیکالی که بخواهیم به شاخص کل نگاهی داشته باشیم میانگین متحرک ۲۰۰ روزه و ۵۵ روزه شاخص در حال نزدیک‌شدن به هم هستند شاید فاصله‌های ایجادشده در این دو میانگین فاصله‌های

باید صبوری بیشتری نسبت به انتخاب سهام و سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف داشته باشند تا از طریق انتخاب سهام مناسب، دیگر متحمل ضرر و زیان هنگفت در بازار نشوند.

او سپس به راه‌های بهبود وضعیت معاملات بورس اشاره کرد و گفت:

تغییر روند بازار نیازمند توجه به چند نکته است، با توجه به رصد تابلویی

معاملات بورس اکنون نیازمند تغییر در دستورالعمل بازارگردان‌ها و

سببگردان‌ها هستیم تا فعالیت آنها نظام‌مندتر شود و به سمتی پیش

بروند که با هدف پویایی بازار اقدام به خرید و فروش کنند. در روند این

روزهای بازار، ثبات نرخ ارز می‌تواند کمک‌کننده در قیمت‌گذاری نرخ

مواد واحدهای تولیدی باشد که این اقدام می‌تواند ضمن ایجاد سهولت

تصمیم‌گیری در بازارها باشد. وجود چنین مسائلی در بازار نیازمند رایزنی

است تا بتوان بازار را به سمت اهداف هدایت کنیم و شاهد روزهای روشن

در معاملات بورس باشیم.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اثرپذیری بازار از نرخ خوراک گاز

صنایع ادامه داد: در خصوص نرخ خوراک مذاکرات زیادی صورت گرفته تا

بتوان به منظور کنترل هیجانات ایجادشده در بازار، اصلاحاتی را در نرخ

خوراک ایجاد و آرامشی به بازار بازگردانیم تا از این طریق شاهد افزایش

قیمت سهام باشیم.

ضرر دولت با روند نزولی بازار

به گفته «روحی»، بنیاید از این موضوع غافل ماند که همه صنایع از

نرخ خوراک تعیین‌شده نمی‌توانند دچار کاهش سود شوند، اما سهامدار

به دلیل عدم وجود فضای اطمینان در بازار چنین استنباطی را از

معاملات بازار دارد که ممکن است تصمیمات اتخاذشده به کل بازار و

صنایع سرایت کند و دوباره شاهد از بین رفتن آرامش و نیز ضرر و

زیان سهامداران در بازار باشیم. با توجه به کاهش نقدینگی، ممکن است

سرعت حرکت بازار کند باشد و نتوان در بازار شاهد تحقق انتظارات خود

از معاملات بازار باشیم.

این فعال بازار سرمایه در پایان با تأکید بر اینکه دولت با روند نزولی بازار

سهام، متضرر اصلی است، افزود: امیدواریم متولیان بازار سرمایه و نیز دیگر

مسئولان دولتی، تصمیمات درستی را از جمله درخصوص نرخ خوراک و

انرژی اتخاذ کنند تا بتوانند از این طریق قوام بازار را حفظ کنند. صداالته

در روند نزولی بازار سهام، دولت متضرر اصلی خواهد بود. در صورت رخ

دادن چنین اتفاقی شرکت‌های متضرر می‌شود و دود ضرر و زیان

ایجادشده در بازار به چشم دولت خواهد رفت.

ایجاد فهرست ایمیل برای مارکتینگ: مرور راهکارهایی کم‌هزینه

علاقه نشان خواهد داد.

طراحی پوستر برای مسابقات گامی مهم به منظور اثر گذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. خیلی وقت‌ها کارآفرینان برای اینکه اوضاع‌شان در زمینه طراحی پوستر بهتر شود، دست به کارهای عجیب و غریبی می‌زنند. اگر نظر ما را بخواهید، لازم نیست سراغ طرح‌های غیرمتعارف بروید. همین که از رنگ‌های اصلی لوگوی برندتان در پوستر استفاده کرده و اطلاعات کاملی درباره مسابقه به مخاطب‌تان بدهید، کافی خواهد بود.

مهمترین بخشش در طراحی مسابقه تصمیم‌گیری درباره شیوه برگزاری‌اش است.
خب این روزها شبکه‌های اجتماعی حسابی پرطرفدار هستند، اما هنوز هم برخی از برندها مسابقات‌شان را به طور حضوری برگزار می‌کنند. این یعنی شما می‌توانید گروه‌های مشخصی از مشتریان را دعوت کرده و مسابقه‌ای حضوری برگزار کنید. اگر هم در این میان پوشش زنده در شبکه‌های اجتماعی به کارتان اضافه شود، دیگر ما ولی درز مسابقه‌تان نخواهد رفت؛ چراکه با یک تیر دو نشان می‌زنید و علاوه بر شرکت‌کنندگان در مسابقه دل دیگران را هم به دست خواهید آورد.

گام پنجم: اضافه کردن گزینه لغو اشتراک

هیچ کار اجباری در این دنیا نتیجه دلخواه را به همراه نخواهد داشت. مثلاً دانشجویی را در نظر بگیرید که علی‌رغم علاقه به دنیای هنر با زور خانواده در بهترین دانشکده پزشکی ثبت‌نام می‌شود. بی‌شک دانشجویی قسه‌ما نه‌تنه‌ادل به کار نخواهد داد، بلکه چه بسا همان ترم‌های اول کلا قید همه چیز را بزند.

اشتباه نکنید، ما اصلاً قصد نداریم از بحث اصلی منحرف شویم. در عوض حرف اصلی‌مان احترام به آزادی عمل مخاطب هدف است. اگر کسی بعد از ثبت‌نام در خبرنامه شما به هر دلیلی دوست نداشت محتوای شما را دریافت کند، نباید فرآیند لغو عضویت را طوری پیچیده کنید که طرف مقابل از انتخاب اولش هم شپیمان شود.

معمولاً خبرنامه‌های درست و حسابی کادر مشخصی برای لغو عضویت دارند. به صورتی که کاربران هر وقت اراده کنند، تنها با یک کلیک عضویت‌شان لغو خواهد شد. شاید خیلی از کاربران این گزینه را حتی یکبار هم استفاده نکنند، اما همین که گزینه‌اش روی میز باشد، خیال‌شان را راحت می‌کند.

کارآفرینان معمولاً از ترس اینکه مخاطب‌شان را از دست ندهند، خیلی سخت‌تن به طراحی پاکس لغو عضویت می‌دهند. اگر شما هم چنین دیدگاهی دارید، باید بگوییم نگه داشتن مخاطبی که هیچ علاقه‌ای به کسب و کارتان ندارد، سودی برای‌تان نخواهد داشت. پس خیال خودتان را راحت کرده و درهای خروج را به سوی کاربران باز بگذارید.

گام ششم: استفاده از صفحه فرود ایده‌آل

فرض کنید همه چیز به خوبی جلو رفته و کاربران با مشاهده ایمیل‌های شما روی آن کلیک می‌کنند؛ بعدش چه اتفاقی قرار است بیفتد؟ باور کنید یا نه، خیلی از کارآفرینان اصلاً به این مرحله از ماجرا فکر هم نمی‌کنند. چه برسد به اینکه برنامه‌ای دقیق و مدون برای آن داشته باشند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، بد نیست تجدیدنظر اساسی در کارتان انجام دهید. کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، طراحی یک صفحه فرود درست و حسابی است. به طوری که کاربران بعد از کلیک بر روی لینک‌های داخل ایمیل با صفحاتی پر از ایراد رو به رو نشوند.

صفحات فرود بسته به هدف اولیه شما وضعیت متفاوتی خواهند داشت. گاهی اوقات شما فقط دنبال اطلاع‌رسانی به مشتریان درباره محصولات تازه‌تان هستید. خب در این صورت استفاده از لینک‌هایی که کاربران را به فروشگاه آنلاین‌تان هدایت کند، ایده‌ای مناسب خواهد بود. در بقیه موارد شما بسته به هدف‌تان باید از لینک‌های مرتبط با موضوع ایمیل به عنوان صفحه فرود استفاده کنید. وگرنه کاربران در یک چشم به هم زدن از کنار برندتان ناپدید خواهند شد.

برندی که همیشه از صفحات فرود درجه یک برای تعامل با مخاطب هدفش استفاده می‌کند، دیر با زود کاربران زیادی را دور و بر خودش جمع خواهد کرد. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه فهرست ایمیل‌تان دیگر جای سوزن انداختن نداشته باشد.

سخن پایانی

طراحی فهرست ایمیل کاری نیست که شما به سادگی انجام دهید. خیلی وقت‌ها برای اینکه موفقیتی هرچند کوچک در این زمینه کسب کنید، باید کلی وقت گذاشته و یک برنامه اصولی بسازید. هدف ما در این مقاله کمک به شما برای طراحی برنامه‌ای کلیدی در این زمینه بود. حالا شما به خوبی می‌دانید چطور برنامه‌ای بی‌عیب و نقص برای طراحی فهرست ایمیل دنبال کنید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات این مقاله در ایمیل مارکتینگ به دردتان بخورد. مثل همیشه هرجا نیاز به راهنمایی یا کمک داشتید، روی ما حساب کنید.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/ws/۲۳-۰۸۲۰-۱۱/۱۰-how-to-build-an-email-list
https://www.omnisend.com/blog/how-to-build-an-email-list-from-scratch



ندارید، راه را حسابی اشتباه آمده‌اید. اگر نظر ما را بخواهید، بهتر است کارتان را با جمع کردن ایمیل‌های مربوط به مشتریان ثابت برند شروع کنید. اینطوری حداقل سختگیری کمتری در قبال کارتان صورت گرفته و خطر ریبورت شدن از بین می‌رود.

چطور فهرست ایمیل درست کنیم؟

حالا نوبت به بررسی اصل ماجرا رسیده است. اینکه شما چطور باید فهرستی مناسب برای کسب و کارتان درست کنید، سوالی است که آینده بازاریابی برندتان بدان بستگی دارد. از آنجایی که این مسئله اصلاً شوخی‌بردار نیست، ما در ادامه برخی از مهمترین نکات در این حوزه را زیر ذره بین خواهیم برد. اگر شما هم دوست دارید صفر تا صد طراحی فهرست ایمیل را یاد بگیرید، در ادامه با ما همراه باشید.

گام اول: طراحی خبرنامه

کاربران در دنیای آنلاین باید دلیل درست و حسابی برای دنبال کردن شما در فضای آنلاین داشته باشند. خیلی از کسب و کارها هیچ ایده‌ای در این رابطه نداشته و صرفاً فکر می‌کنند کاربران باید بکهو عاشق برندشان شوند. از آنجایی که مخاطب ما در روزنامه فرصت امروز کارآفرینان ساده‌ای نیستند، احتمالاً شما اصلاً اینطوری فکر نمی‌کنید. با این حال معمای اصلی هنوز باج‌پارست: چطور کاربران را به سوی کمپین‌مان جذب کنیم؟ ایده ما در این بخش تا حد زیادی ساده است. این روزها اغلب کسب و کارها به طور هفتگی برای مشتریان یا مخاطب هدف‌شان ایمیل‌های بازاریابی ارسال می‌کنند. حالا اگر در این میان گزینه خبرنامه در سایت یا اکانت‌های رسمی‌ برند در پلتفرم‌های اجتماعی راه‌اندازی شود، فرآیند گردآوری ایمیل مخاطب هدف بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه طرفدار استفاده از فناوری‌های تازه برای بهبود روش کار برندها هستیم. اگر شما میانه خوبی با فناوری‌های تازه ندارید، برای بقای برندتان هم که شده باید در شبکه‌های اجتماعی حضور فعالی پیدا کنید؛ چراکه بدون حضور در پلتفرم‌های محبوب کاربران هیچ خبری از موفقیت‌تان‌برای‌ان نخواهد بود.

یک خبرنامه درست و حسابی باید شامل موارد زیر باشد:
•محتوای به درد بخور برای راهنمایی مخاطب به سوی خریدی درست
•مرور سولات برترکار و جواب‌های دقیق
•نظرخواهی از مخاطب
•معرفی محصولات تازه
•اطلاع‌رسانی درباره جشنواره‌های تخفیف یا مسابقه‌های آنلاین مرتبط

با برند

صرف نظر از محتوای خبرنامه، شما باید عضویت در آن را بی‌نهایت ساده دنبال کنید. اگر قرار باشد کاربران فرآیند دشواری برای ثبت‌نام در خبرنامه طی کنند، هیچ وقت بدان توجهی نشان نخواهند داد. پس بهتر است دور کارهای عجیب یا ثبت‌نام‌های طولانی را خط بکشید.

گام دوم: ارائه کد تخفیف به تازه‌واردها

کارگردانی را در نظر بگیرید که اولین فیلمش را بعد از کلی زحمت روی پرده سینما برده است. بی‌شک کارگردان قسه‌ما دوست دارد کلی مخاطب پای فیلمش نشسته و حتی آن را نقد کنند. البته از آنجایی که در دنیا فقط فیلم او در حال اکران نیست، رقابت سختی برای موفقیت وجود خواهد داشت. در این میان توزیع بلیت‌هایی همراه با تخفیف‌های اندک ایده خوبی برای جلب نظر تماشاچی‌ها خواهد بود.

اجازه دهید این بخش را با یک سوال کلیدی شروع کنیم: آیا کسی را سراغ دارید که از تخفیف‌های جذاب استقبال نکند؟ شما را نمی‌دانم، ولی من حتی تخفیف‌های اندک هم هوش از سرم می‌برد. بنابراین طبیعی است که ارائه کدهای تخفیف برای ترغیب کاربران به عضویت در خبرنامه یا ارائه آدرس ایمیل‌شان به شما جذاب به نظر برسد.

ایده این بخش پیچیدگی خاصی ندارد. شما همانطور که در طول روز با مشتریان معاملات گوناگون دارید، باید پیشنهاد عضویت در خبرنامه برند

نویسنده: علی آل‌علی

ایمیل مارکتینگ از معدود استراتژی‌هایی است که با گذشت چند دهه از معرفی‌اش هنوز هم طرفدارهای پر و پاقرص زیادی در چهارگوشه دنیا دارد. حتی ظهور شبکه‌های اجتماعی و سرر و صدای فُراوان در رابطه با آنها هم جذابیت این گزینه را کاهش نداده است. کافی است به این موضوع فکر کنید که چند نفر روزشان را با مرور ایمیل‌های دریافتی شروع می‌کنند و آخر شب هم با بررسی چند تا ایمیل به رخت خواب می‌روند. آن وقت متوجه اهمیت سرویس‌های ایمیل در دنیای دیجیتال شده امروز می‌شوید. خب هر جا هم که خبری از یک سرویس پرطرفدار باشد، ردپای بازاریاب‌ها هم به چشم می‌خورد، مگر نه؟

ایمیل مارکتینگ از آن دست استراتژی‌هایی است که بدون یک نقشه راه خیلی زود آدم را گمراه می‌کند. کافی است با خوش‌خیالی وارد این حوزه شده و هیچ برنامه‌ای برای آن نداشته باشید. آن وقت در یک چشم به هم زدن تمام رویاهای‌تان برای بازاریاب و جلب نظر مشتریان دود هوا می‌شود. ما برای اینکه شما چنین تجربه‌ای را پشت سر نگذارید، در این مقاله قصد داریم برخی از نکات کلیدی درباره ایجاد فهرست ایمیل را زیر ذره بین ببریم.

ایجاد فهرست ایمیل معمولاً برای بازاریاب‌ها یک کابوس تمام عیار است. فکر می‌کنم شما هم دوستانی دارید که همیشه ایمیل‌های مختلفی را از منابع نامشخص خریداری کرده و با آنها کارشان را جلو می‌برند. خب راستش را بخواهید، چنین ایده‌ای هیچ وقت برای شما مزیت خاصی به همراه نخواهد داشت؛ چراکه دیر با زود اوضاع‌تان در بازار را به می‌ریزد. هرچه باشد شما باید با آدم‌های واقعی تعامل داشته باشید، در حالی که خرید ایمیل به معنای هدر دادن وقت‌تان با آدرس‌هایی است که هیچ مخاطب واقعی پشت‌شان نیست.

اگر شما دوست دارید تجربه‌ای بی‌دردرس در زمینه ایمیل مارکتینگ و به ویژه طراحی فهرست ایمیل در این زمینه داشته باشید، در ادامه با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین نکات در این زمینه را مرور کنیم. شما در این مقاله علاوه بر اینکه با ویژگی‌های یک فهرست ایمیل استاندارد آشنا خواهید شد، تکنیک‌هایی برای طراحی آن را هم یاد می‌گیرید. پس قلم و کاغذتان را بردارید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

ویژگی‌های یک فهرست ایمیل استاندارد

اولین نکته‌ای که باید درباره‌اش حسابی حرف بزنیم، مربوط به ویژگی‌های یک فهرست ایمیل درست و حسابی است. این روزها خیلی از آدم‌ها برای اینکه خودی در دنیای بازاریابی نشان دهند، سراغ ایمیل مارکتینگ می‌روند. با این حال اغلب اوقات نتیجه کار آنها اصلاً آنطور که انتظار داشتند، از آب در نمی‌آید. دلیل این امر کاملاً روشن است: بیشتر بازاریاب‌ها هیچ ذهنیتی درباره یک فهرست ایمیل خوب ندارند. همانطور که یک اینفلوئنسر برای همکاری با برندهای مختلف باید اطلاعاتی هرچند محدود از حوزه کاری آنها داشته باشد، شما هم برای ورود به هزارتوی ایمیل مارکتینگ باید اطلاعات فراوانی به دست بیاورید. نگران نباشید، ما در این بخش قصد نداریم یک کلاس درس طولانی برای‌تان برگزار کنیم. در عوض همه حرف‌مان مرور برخی از مهمترین ویژگی‌های یک فهرست ایمیل استاندارد است. در ادامه با ما همراه باشید تا برخی از این ویژگی‌های کلیدی را مرور کنیم.

دسته‌بندی شفاف

فهرست ایمیل‌ها نباید شامل یک عالمه ایمیل درهم و پره‌م باشد. اینطور وقت‌ها آدم برای شخصی‌سازی محتوا حسابی به مشکل می‌خورد. اگر کمی از وقت‌تان را به ایمیل مارکتینگ اختصاص دهید، به راحتی امکان دسته‌بندی درست آدرس‌های ایمیل برای استفاده در کمپین‌تان را خواهید داشت. شما می‌توانید با استفاده از معیارهای مختلف مثل سن، جنسیت یا حتی محل سکونت آدرس‌های ایمیل را دسته‌بندی کنید. به زبان خودمانی، شما در این بخش همان دسته‌بندی مخاطب هدف را با محوریت ایمیل‌ها انجام می‌دهید.

اگر فهرست ایمیل شما دسته‌بندی شفافی ندارد، کارتان از همین حالا با کلی مشکل رو به رو شده است؛ چراکه حتی ایمیل بهترین مشتریان دنیا هم در صورتی که حسابی شلخته باشد، به دردتان نخواهد خورد. پس بد نیست کمی از وقت‌تان را به مرتب‌سازی ایمیل‌ها اختصاص دهید. قول می‌دهم از این کار پشیمان نخواهید شد.

گردآوری ایمیل مشتریان

شما قرار نیست برای کسانی که هیچ درکی از کسب و کارتان ندارند، ایمیل ارسال کنید. اینطور وقت‌ها نتیجه کار شما شکایت‌های بی در پی از کسب و کارتان خواهد بود. به علاوه، اگر دوست داشته باشید دستی به سر و گوش کارتان بکشید، باید همیشه مشتریان وفاداراتان را در اولویت قرار دهید. خب هرچه باشد، آنها تمایلی بیشتری برای باز کردن ایمیل‌های شما دارند!

یکی از مرزهای باریکی که بازاریاب‌ها باید همیشه روی آن کارشان را ادامه دهند، مربوط به حوزه اسپم یا ایمیل‌های مزاحم است. خیلی وقت‌ها کاربران با دریافت ایمیل‌های بی‌ربط به سلیقه‌شان با چند کلیک ساده نسنخه کسب و کار موردنظر را می‌پیچند. پس حواس‌تان باشد یک وقت بند را آپ ندهید؛ چراکه این روزها کسی به شما شانس دوباره نخواهد داد. اگر فهرست ایمیل شما پر از کسانی است که هیچ شناختی از آنها



اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان

اناره کل راه و شهرسازی استان گلستان در راستای تحقق سرفصل های پیش بینی شده در برنامه اجرایی سال ۱۴۰۲ و مطابق مصوبه هیات نمایندگی سازمان ملی زمین و مسکن به شماره ۰۲۱۶۲۷/۰۰۰۰۲۰۲ و شماره ۱۱۲۰۲/۰۲۱۲۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۹ در نظر دارد املاک مشروحه پیوست را طبق برنامه زمانی ذیل از طریق آگهی فراخوان مزایده عمومی واگذار نماید.

- زمان انتشار در سایت ۱۴۰۲/۰۵/۳۱ ساعت ۱۳
- تاریخ بازدید ۱۴۰۲/۰۶/۱۹ ساعت ۸ صبح لغایت ساعت ۱۳
- زمان بازگشایی ۱۴۰۲/۰۶/۲۷ ساعت ۹ صبح

ضمناً رعایت موارد ذیل الزامی می باشد:

- برگزاری مزایده صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده (در صورت وجود هزینه مربوطه) ، پرداخت تضمین و سپرده شرکت در مزایده (نوع مبلغ و نحوه دریافت در سامانه درج شده است) ، ارسال پیشنهاد قیمت ، بازگشایی پاکت ، اعلام به برنده ، واریز وجه مزایده و تحویل مورد مزایده در پست سامانه از این طریق امکان پذیرمی باشد . لازم بذکر است اصل تضمین شرکت در مزایده پس از بازگشایی در سایت و قبل از پایان مهلت پیشنهاد قیمت بایستی تحویل این اداره کل گردد .
- پیشنهاد می گردد با توجه به املاک اعلام شده در مزایده، قبل از ارائه پیشنهاد از ملک موضوع مزایده بازدید به عمل آوری .
- علاقه مندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره ی روبرو تماس حاصل نمایند. (مرکز پشتیبانی و راهبری سامانه ۰۴۱۳۳۰۰۲۱)
- اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadimn.ir) بخش ثبت نام / پروقایل مزایده گر موجود است.
- برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۲۰۲۲۲۴۲۷ - (اداره پیمان و رسیدگی) تماس حاصل نمایید.
- بوع و مبلغ تضمین و سپرده و نحوه دریافت آن در سامانه درج شده است .
- متقاضی علاوه بر پیشنهاد قیمت از طریق سامانه ندر نکات لکترونیکی دولت ، بایستی نسبت به درج قیمت پیشنهادی در فرم پیشنهاد قیمت و بازگشایی آن در سامانه اقدام نماید.
- پیشنهاد می گردد به منظور جلوگیری از بروز اشکالات احتمالی و نیز امکان بازگشایی اسناد و مدارک و پیشنهاد قیمت در سامانه در فرمت کافعی و بصورت صحیح و نیز امکان تحویل اصل تضمین شرکت در مزایده به این اداره کل (قبل از پایان مهلت مزایده) ، اخذ ضابطنامه (یا واریز سپرده شرکت در مزایده) در بازگشایی مدارک و شرکت در مزایده به روزها و ساعت‌های پایانی مهلت فرست شده موکول نگردد. .

<< **شرایط پرداخت : نقدی** >>

ردیف	شهر	قطعه	پلاک ثبتی	کاربری	مساحت عرصه (مترمربع)	قیمت پایه کارشناسی کل عرصه (ریال)	قیمت پایه کارشناسی کل اعیان (ریال)	قیمت کل پایه کارشناسی عرصه و اعیان (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	آدرس	ملاحظات
۱	گرگان	۴۴	۳۱۸ فرعی از ۲۶۸ اصلی بخش ۳ گرگان	مسکونی	۶۰۰	۶۳۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۲۰۰۰۰۰۰۰۰	۸۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۴۰۳۵۰۰۰۰۰۰۰	گرگان، شهرک شهریار، کوچه شهریار سوم، مجاور مجتمع مسکونی فرابی	
۲	گرگان	۱۲۷	۸۸۱۶۱۴/۸۷۷- اصلی بخش ۳ گرگان	مسکونی	۵۶۵،۳۰	۷۶۵۰۰۰۰۰۰۰	۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۹۶۵۰۰۰۰۰۰۰۰	۴۰۸۴۵۰۰۰۰۰۰۰	گرگان، شهرک جامی، بلوار اصلی شهرک، نبش جنوبی جامی ۱۲	
۳	گرگان	۴۷	۳۱۸ فرعی از ۲۶۸ اصلی بخش ۳ گرگان	مسکونی	۵۸۷،۷۵	۶۷۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۹۷۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۴۰۸۵۰۰۰۰۰۰۰۰	گرگان، شهرک شهریار، کوچه شهریار سوم، شمال موک زخامیرت، نبش غربی ی کوچه	
۴	کلانه	۸۱	۲۱۲۳/۱۹۴/۲۳۴۴- اصلی بخش ۹ کلانه	تجاری	۱۱۰	۹۰۹۰۰۰۰۰۰۰۰	-	۹۰۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۲۹۵۰۰۰۰۰۰۰۰	کلانه، خیابان امام حسین، ۲۰ متری نورالشهداء، اراضی مسکن مهر	واگذاری بصورت فرزند داد و مشروط به ساخت می باشد.

توجه: فرمهای پیشنهاد قیمت در اسناد مزایده فراد ارائه شده است (فرمهای پیشنهاد قیمت املاک ردیف های یک لغایت ۳ جدول با فرم پیشنهاد قیمت ملک ردیف ۴ متفاوت است). جهت املاک مندرج در ردیف یک لغایت ۳ جدول، متقاضی علاوه بر درج قیمت پیشنهادی کل، بایستی قیمت پیشنهادی جهت عرصه و اعیان را نیز بصورت جداگانه در فرم پیشنهاد قیمت قید نماید (در سامانه فقط قیمت کل پیشنهادی درج گردد). **بیمانی تضمین گیری در خصوص برنده مزایده، قیمت کل پیشنهادی خواهد بود.**

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۵/۲۸

نویسنده: علی‌آلی علی

یوتیوب یکی از پلتفرم‌های پرطرفدار در دنیای امروز محسوب می‌شود. فرقی ندارد شما چه مشکلی داشته باشید، در هر صورت یک جست‌وجوی ساده در یوتیوب کلی از مشکلات‌تان را حل خواهد کرد. به علاوه، یوتیوب فضایی دلپذیر برای یافتن ویدئوهایی مطابق با سلیقه شخصی افراد هم هست. درست به همین خاطر ترافیک این شبکه اجتماعی روز به روز رکوردهای تازه‌ای ثبت می‌کند.

حضور بازارِیاب‌ها در پلتفرم‌های مورد علاقه کاربران پدیده تازه‌ای نیست. این روزها خیلی از برندها کانال رسمی یوتیوب هم دارند. با این حال همه آنها در زمینه اثرگذاری بر روی مخاطب هدف عملکردشان حیرتانگیز نیست. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم یکی از دلایل تفاوت عملکرد برندها در این زمینه مربوط به بحث انتخاب زمان آپلود محتواست. خب شما اگر بهترین محتوای دنیا را هم نداشته باشید، تا وقتی زمان درستی برای انتشارش انتخاب نکنید، هیچ فایده‌ای برای‌تان نخواهد داشت. پس به جای اینکه خودتان را اذیت کنید، بد نیست از همان اول زمان‌های مناسب برای انتشار محتوا را زیر ذره بین قرار دهید. این روزها هر کسی درباره زمان درست انتشار محتوا در یوتیوب و تقریبا تمام شبکه‌های اجتماعی نظر خاص خودش را دارد. ما برای اینکه یکبار برای همیشه به چنین بحث‌هایی پایان دهیم، یک راست رفته‌ایم سراغ منابع دست اول. شما در این مقاله براساس اطلاعات به دست آمده از یوتیوب با بهترین زمان انتشار پست آشنا خواهید شد. خب منتظر چه هستید؟ آماده شوید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

بهترین زمان انتشار پست در یوتیوب

گاهی اوقات بازارِیاب‌ها فکر می‌کنند محتوای‌شان هر زمانی که به دست مخاطب برسد، باید جذابیتش را حفظ کند. خب فکر کنید کسی که معمولا ساعت ۸ شب شام میل می‌کند، یکپو در هتلی اقامت کند که تا ۱۱ شب هم شام را سرو نمی‌کند. بی‌شک مسافر قصه ما خیلی زود از هتل موردنظر ناامید شده و حتی اگر بهترین غذای دنیا را هم برای او سرو کنند، دیگر چشمش را نخواهد گرفت. این روزها کلی آمار مختلف درباره بهترین زمان برای بارگذاری پست در یوتیوب در شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شود. نکته جالب اینکه اغلب این اطلاعات دقت لازم را نداشته و اشتباه از آب درمی‌آید. پس بهتر است قبل از اینکه اعتبار بردتان دود هوا شود، دور آنها را خط بکشید.

ما در روزنامه فرصت امروز یک فهرست روز به روز برای تمام روزهای هفته درباره بهترین زمان بارگذاری محتوا در یوتیوب داریم. بد نیست نگاهی به این فهرست بیندازیم:

- روزهای عادی: از ۲ تا ۴ بعدازظهر معمولا بهترین زمان برای انتشار پست محسوب می‌شود. در این زمان خیلی از افراد دیگر از محل کار به سمت خانه می‌روند و اگر کارشان ادامه داشته باشد هم استراحتی کوتاه در میانه را خواهند کرد.

- آخر هفته‌ها: آخر هفته‌ها معمولا آدم‌ها وقت بیشتری دارند و بعضی‌ها فقط دنبال خوشگذرانی هستند. بنابراین بد نیست اول صبح با آنها رو به رو شده و محتوای‌تان را جلوی‌شان قرار دهید. یکی از بهترین زمان‌ها برای ارائه محتوا در آخر هفته‌ها ۹ تا ۱۱ صبح است. البته می‌توانید روی ساعت‌های پایانی شب هم حساب باز کنید. با این حال انتشار پست در اول صبح به کاربران این فرصت را می‌دهد که هر زمانی از روز محتوای شما را تماشا کرده و از آن لذت ببرند.

بی‌شک هر کسی زمان خاص خودش برای بارگذاری محتوا در یوتیوب را دارد. با این حال فهرست ما جمع‌بندی کلی از بهترین زمان‌هایی است که امتحان‌شان را پس داده‌اند.

بدترین زمان برای انتشار محتوا در یوتوب

حالا که به طور خلاصه درباره بهترین زمان بارگذاری محتوا در یوتیوب حرف زدیم، بد نیست کمی درباره بدترین زمان ایسن کار هم گپ بزیم. خب هر چه باشد خیلی وقت‌ها آدم نتنها بهترین زمان را پیدا نمی‌کند، بلکه از شانس بد سراغ زمان‌های عجیب و غریب می‌رود. برخی از کارآفرینان به گمان اینکه همه کارها را باید صبح زود انجام داد، خیلی زود خودشان را به دردرس می‌اندازند. به طوری که در ساعت‌هایی مثل ۷ یا ۸ صبح یکپو ویدئوی‌شان را آپلود می‌کنند. قبول دارم انجام دادن کارها درست سر صبح حس و حال خوبی دارد، اما باید کمی هم به فکر مخاطب‌تان باشید. تا حالا چند نفر را دیده‌اید که صبح‌شان را با تماشای ویدئوی یوتیوب شروع

کنند؟ به علاوه، خیلی‌ها در طول روز کلی کار دارند که باید به تک آنها رسیدگی کنند. پس اگر فکر کرده‌اید استفاده از ایده بارگذاری ویدئو درست سر صبح جذاب به نظر می‌رسد، باید در کارتان تجدیدنظر کنید.

یادتان باشد، کاربران در شبکه‌های اجتماعی دغدغه‌های خاص خودشان در دنیای واقعی را هم دارند. درست به همین خاطر شما باید این دغدغه‌ها را به خوبی مدنظر داشته باشید. با یک حساب سرانگشتی می‌شود فهمید اغلب مردم در طول روزهای عادی تا ساعت ۲–۳ سرکار خواهند بود. عده دیگری هم که وقت خالی بیشتری دارند،

اما شما نباید مثل بقیه در بازار عمل کنید. ما در این بخش سعی می‌کنیم یک راهنمای عملی برای ارزیابی بهتر اوضاع بازار برای‌تان فراهم کنیم. اینطوری شما بدون هیچ دردسری یاد می‌گیرید چطور بهترین زمان برای انتشار محتوا در یوتیوب را پیدا کرده و برای برندگان شخصی‌سازی کنید. پس با ما همراه باشید تا برخی نکات کلیدی در این رابطه را بررسی نماییم.

منطقه زمانی

برخی از کسب و کارها دفتر اصلی‌شان در گوشه‌ای از دنیاست و بازار هدف‌شان آن سر دنیا، چنین کسب و



کارهایی نمی‌توانند یک ساعت مشخص برای آپلود ویدئو در یوتیوب انتخاب کنند؛ چراکه ساعت مناسب از نظر محل استقرار برندگان زمین تا آسمان با زمان درست در بازار هدف فرق دارد. این معمای کلیدی فقط با تمرکز بر روی یادتان باشد، شما به عنوان بازارِیاب هیچ عذر و بهانه‌ای برای عدم شناخت درست از مخاطب‌تان ندارید. درست به همین خاطر باید همیشه نین‌نگاهی به مشخصات مخاطب‌تان داشته و براساس آن دست به تصمیم‌گیری درست در بازار بزنید. وگرنه دیر یا زود کارتان با مشکلات زیادی رو به رو می‌شود.

یک مثال مناسب درباره سن و موقعیت شغلی مخاطب مربوط به برند آدیداس است. از آنجایی که ویدئوهای این برند در شبکه‌های اجتماعی بیشتر برای نسل جوان که اتفاقا علاقه‌مند به جنب و جوش هستند طراحی می‌شود،

چطور تولید محتوا را شروع کنیم؟

وجود دارد، هر یک از اعضای تیم توسط شما استخدام می‌شوند و اطمینان حاصل می‌کنید که مهارت‌ها و تجربه مناسبی دارند. آنها به طور تمام وقت کار می‌کنند و مسئولیت‌پذیری و توانایی مربیگری خودشان را در طول زمان فراهم می‌کنند و در آخر آنها با بقیه اعضای تیم شما یکپارچه شده‌اند، که به معنای متحنی یادگیری سریع و درک خوب از چشم‌انداز و برند شرکت است.
انتخاب شریک محتوای برندشده
اگر مطمئن نیستید که همه چیزهایی را که برای تحقق اهداف محتوایی خود نیاز دارید در اختیار دارید یا اگر ترجیح می‌دهید زمان و منابع خود را بر سایر اهداف تجاری متمرکز کنید، باید حمایت مالی از محتوا را در نظر بگیرید. هنگامی که شما با یک ناشر رسانه کار می‌کنید، بیش از تنها یک جایگاه در وب‌سایت آنها به دست می‌آورید زیرا می‌توانید از تخصص آنها در تولید محتوا استفاده کنید. هنگام همکاری، توصیه‌های آنها را جدی بگیرید و در نظر بگیرید که چگونه می‌توانید نیروی صرف‌شده آنها را با نیازهای برند خود متعادل کنید. از این گذشته، ناشر می‌خواهد که محتوای شما نیز مانند شما عملکرد خوبی داشته باشد.

برون‌سپاری تولید محتوا به فریلنسرها

با ارائه دانش قابل اعتماد به مخاطبان‌تان در مورد صنعت خود، برندگان را به عنوان یک رهبر قابل اعتماد در حوزه فعالیت خود قرار می‌دهید. اگر در حال حاضر تربیون‌هایی در سازمان خود دارید که می‌توانند اطلاعات مفید و جالبی را به مخاطبان‌تان ارائه دهند که عالی است!ا

بنا این حال، موارد زیادی وجود دارد که برندها می‌توانند از تولید محتوایی که خارج از حوزه‌های تخصصی سنتی آنها است سود ببرند. یک بانک بزرگ در موضوع خدمات مالی یک چهره معتبر است، اما ممکن است از ایجاد محتوای سفر برای تبلیغ کارت پاداش سفر جدید خود نیز بهمند

چه وقتی در یوتیوب محتوا آپلود کنیم؟

بهترین زمان انتشار محتوا در یوتیوب

همیشه از رنگ‌های گرم و زنده در آنها استفاده می‌شود. به غیر از کانال اصلی آدیداس در یوتیوب، بقیه کانال‌های زیرشاخه مطابق شرایط زمانی هر منطقه ویدئوها را آپلود می‌کنند. نکته کلیدی در این میان شخصی‌سازی برخی از ویدئوهای آدیداس برای کسانی است که دیگر از دوره جوانی عبور کرده‌اند. چنین ویدئوهایی با حس و حال کمتر پرهیجان و مبتنی بر نیازهای واقعی افراد میانسال طراحی شده است. فکر می‌کنم حالا دیگر فهمیده باشید چرا اغلب مردم دنیا آدیداس را حسایی دوست دارند، مگر نه؟

نوع محتوا

محتوایی که کلی از مشتریان هفته‌هاست منتظر تماشای آن هستند، هر زمانی از روز منتشر شود مورد استقبال بی‌نظیری قرار خواهد گرفت. با این حال اوضاع برای محتوایی که بدون اطلاع قبلی منتشر می‌شود، حسایی فرق می‌کند. برخی از بازارِیاب‌ها خیال می‌کنند مخاطب باید تحت هر شرایطی از محتوای‌شان استقبال کند. درست به همین خاطر هیچ انعطافی از خودشان در رابطه با زمان انتشار محتوا نشان نمی‌دهند. همین امر در بلندمدت موجب بروز مشکلات اساسی برای آنها شده و اوضاع‌شان را حسایی به هم می‌ریزد.

توجه به نوع محتوایی که برای مخاطب‌تان آماده کرده‌اید، همیشه چراغ راهنمای‌تان خواهد بود. اگر نوع محتوای شما با سلیقه آنها هم‌هنگ باشد و چند وقتی هم باشد انتظارش را بکشند، دیگر لازم نیست شک به خودتان راه دهید؛ همین حالا ویدئو را منتشر کرده و اصلا فکر زمانش را هم نکنید (مطمئنا منظور ما نصفه شب نیست).

توجه به اطلاعات قبلی

اگر شما چند سالی هست کانال رسمی برای کسب و کارتان در یوتیوب دارید، احتمالا آزمون و خطاهای زیادی انجام داده‌اید. آدم همیشه دوست دارد خودش بهترین راه حل‌ها را پیدا کند. در این میان آزمون و خطا یکی از بهترین شیوه‌هایی است که در طول تاریخ به کمک آدم‌ها آمده است. پس جای تعجب ندارد که شما هم به این شیوه علاقه خاصی داشته باشید.

کاری که شما در این بخش به خوبی باید انجام دهید، استفاده از اطلاعات قبلی برای بهبود اوضاع زمان‌بندی‌تان است. مثلا اگر قبلا بین ساعت شش تا هشت عصر ویدئو آپلود کرده‌اید، اما نتیجه مناسبی نگرفته‌اید، نباید خیلی در این رابطه به خودتان فشار بیاورید. در عوض بهتر است زمان‌های دیگری را امتحان کنید. به طور مشابه، وقتی زمان درستی پیدا می‌کنید، دیگر نباید در جست‌وجوی ناکجاآباد به راه‌تان ادامه دهید. در عوض از همان زمان مناسب برای بهبود کارتان استفاده کنید. اینطوری دیگر لازم نیست دائما آزمون و خطا را ادامه دهید.

جمع‌بندی

یوتیوب یکی از مشهورترین پلتفرم‌های اجتماعی دنیا محسوب می‌شود که به طور انحصاری در زمینه نمایش محتوای ویدئویی فعالیت دارد. خیلی از بازارِیاب‌ها برای اینکه برندگان در دنیا دیده شود، یک راست سراغ یوتیوب می‌آیند. پشتیبانی گوگل از این پلتفرم اتفاقی نیست که به این سادگی از کنارش عبور کنیم. به علاوه، افزایش محبوبیت فرمت ویدئو در طول سال‌های اخیر راه را برای بسیاری از بازارِیاب‌ها هموار کرده است.

یادتان باشد، شما در یوتیوب علاوه بر ویدئوهای بلند با سرورس شورتز (Shorts) نیز رو به رو هستید. این سرویس شبیه استوری اینستاگرام یا ویدئوهای کوتاه تیک تاک است و فقط ۶۰ ثانیه‌ای خواهد بود. نکته جالب اینکه شما حتی برای این ویدئوهای کوتاه هم نیاز به زمان‌بندی درستی دارید. پس اگر فکر کرده‌اید بدون برنامه کارتان در یوتیوب با موفقیت همراه خواهد شد، سخت در اشتباهید. در عوض بهتر است کمی واقع‌گرایانه به ماجرا نگاه کرده و از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده کنید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی بهتر با زمان‌بندی درست بارگذاری ویدئو در یوتیوب کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در این مقاله داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/best-time-to-post-on-/۰۸/۲۰۲۳/wsyoutube
https://influencermarketinghub.com/best-times-to-publish-youtube-videos

شود. در این مثال، ممکن است برای شرکت توصیه نشود که شروع به انتشار داستان‌های سفر در ویلاگ یا کانال یوتیوب خود کند، زیرا مخاطبان آنها را به عنوان یک متخصص در این موضوع نمی‌دانند. اینجاست که استخدام یک فریلنسر می‌تواند پشتیبانی را فراهم کند.

نگاهی به درون: استودیو محتوای Variety
Variety به عنوان منبع شماره یک برای اخبار سرگرمی، Variety به خوبی می‌داند که صنعت سرگرمی تا چه اندازه بر فرهنگ به طور کلی تأثیر می‌گذارد و به آنها اعتبار می‌دهد تا در مورد مسائل فرهنگی صحبت کنند.

درو مایلز، معاون مشارکت برند جهانی، استودیو محتوای Varietyمی‌گوید: «ما در واقع به طور گسترده‌ای به سرگرمی گرایش داریم، زیرا این چیزی است که ما هستیم. اقتدار ما در صنعت سرگرمی به ما اجازه می‌دهد تا مجوز خلاقانه‌ای را برای بررسی مسائل مهم و پیچیده‌ای که بر فرهنگ ما تأثیر می‌گذارد، بررسی کنیم. ما می‌توانیم با قدرت در مورد موضوعات مهم عدالت اجتماعی مانند برابری جنسیتی، اصلاحات عدالت کیفری، خشونت با اسلحه و LGBTQ صحبت کنیم.»

ساده‌بودن فرآیند تولید محتوا را آسان می‌کند

اکنون همه به ساده‌سازی فکر می‌کنند. ما سعی می‌کنیم این کار را برای مشتریان آسان کنیم. با همکاری این فرصت به وجود می‌آید که تا آنجا که ممکن است همه چیز را ممکن کنیم. وقتی در مورد محتوای برند صحبت می‌کنیم، گاهی اوقات مردم این تصور را دارند که کار سفارشی انجام شده است، به این معنا که باید از مجوزها و قوانین عبور کنیم (که البته انجام می‌دهیم)، اما اگر بتوانیم فرآیند را ساده کنیم و آن را تا حد امکان ساده کنیم، سطحی از راحتی را به مشتری می‌دهد. آنها می‌دانند که در پایان روز، به آنچه می‌خواهند می‌رسند، اما این روند نباید پیچیده باشد.

منبع:
www.pressboardmedia.com