

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



با حضور رهبر انقلاب برگزار شد
مراسم ترحیم آیت الله هاشمی رفسنجانی
در حسینیه امام خمینی (ره)
مراسم ترحیم آیت الله هاشمی رفسنجانی صبح دیروز از سوی رهبر معظم جمهوری اسلامی در حسینیه امام خمینی برگزار شد. در این مراسم که اعضای خانواده و بستگان آیت الله هاشمی رفسنجانی، رؤسای قوای سه گانه، مسئولان کشوری و لشکری و قشرهای...

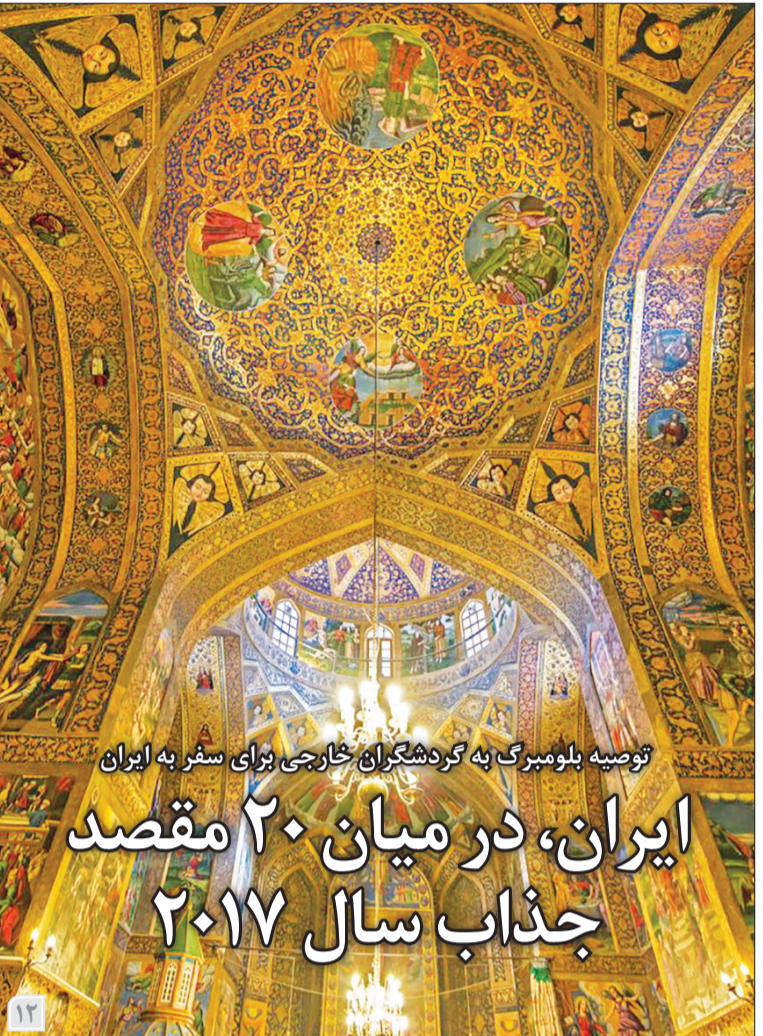
بانک جهانی به رغم هشدار نسبت به تاثیر سیاست های ترامپ بر اقتصاد جهانی پیش بینی کرد

رشد اقتصادی بیشتر برای ایران

زنان و کار آفرینی



سردار سازنده کی به مسائل زنان چگونگی می نگریست
هاشمی؛ حامی حضور و فعالیت زنان



توصیه بلومبرگ به گردشگران خارجی برای سفر به ایران
ایران، در میان ۲۰ مقصد جذاب سال ۲۰۱۷

بخش معدن و مشکلات آن از نگاه فعالین این بخش:

رکود در بخش معدن تمامی ندارد

یادداشت

نکات مغفول
بازی در زمین خودروسازان فرانسوی



احسان سلطانی
کارشناس اقتصادی
برخلاف اصول اولیه تجارت، تولیدکنندگان خودرو در ایران به رقابت برای عقد قرارداد با سه خودروساز از یک کشور روی آورده اند، آن هم تنها کشوری که در بین ۲۰ کشور اول جهان افت صادرات (توام با تولید) خودرو داشته است، در پایین ترین رتبه خودروسازان بزرگ جهان قرار دارد، ارزش افزوده اقتصادی تولید خودروی قابل توجهی ندارد و واردکننده مطلق خودرو (و همچنین قطعات) به شمار می رود. پژو، رنو و سیتروئن سه شرکتی هستند که رقابت برای قرارداد با آنها علاوه بر دو خودروساز بزرگ پای دولت را...

یادداشت

بنگاه های فرانسوی به عنوان شریک خودروسازی کشور، سهم قطعات و اجزای داخلی از کل تولید خودرو به ۲۰ درصد تنزل می یابد که به مفهوم مونتاز قطعات و اجزای وارداتی و پرس و رنگ بدنه خودرو است.
معضل بزرگی که در آینده عواقب آن گریبانگیر خودروسازی و مصرف کنندگان کشور خواهد شد این است که نظر به توافقات و تقسیم بازاری که بین دو خودروساز بزرگ کشور و بخش دولتی و فرانسوی ها شکل می گیرد، راه هر گونه فعالیت و رقابت عادلانه برای حضور خودروسازان برتر جهانی و همچنین بخش خصوصی واقعی در آینده بسته شود و همچنان تولید و مصرف خودروی کشور در چرخه خودروهای درجه دوم و سوم فرانسوی و چینی (به جای درجه اول ژاپنی، آلمانی و کره ای) گرفتار باقی بماند.
اعمال تعرفه ها و عوارض وارداتی بالا تحت عنوان دفاع از تولید داخلی و از سوی دیگر حمایت از مونتاز تولیدات یک کشور خاص در بازار انحصاری داخلی، مصداق بارز اعطای رانت (توام با فساده) به صنایع یک کشور خاص و ذی نفعان داخلی است. این سفره به حدی رنگین است که دولت (مشارکت سازمان گسترش و نوسازی با رنو) را هم مجدداً بر سر آن نشانده است. بسی جای تعجب و شگفتی است که دولت با وجود بیش از ۵۰۰ هزار میلیارد تومان بدهی، ۸۰۰ هزار میلیارد تومان تعهدات، کسری بودجه بالا و کوتاهی در انجام وظایف حاکمیتی، اقدام به گسترش حوزه تصدی گری و بدتر از آن ورود به عرصه کسب و کار می کند.
نکته بسیار مهم دیگر که مغفول مانده است، موضوعیت اقتصاد مقیاس جهت حصول بهره دوری اقتصادی در تولید خودرو می باشد. با وجود دو خودروساز اصلی و حداقل دو خودروساز مهم دیگر، ورود سازمان دولتی ایدرو و ورود حداقل دو خودروساز جدید، بازار شکننده کنونی باید بین بیش از هفت خودروساز تقسیم شود. با توجه به بحث های قبلی، بی تردید حجم بازارهای داخلی و صادراتی خودروی کشور طی پنج سال آینده از ۱،۵ میلیون خودرو فراتر نخواهد رفت، بنابراین نه تنها هیچ گونه اهداف راهبردی قابل تحقق نیست که کماکان خودروسازی کشور در حد واحدهای مونتاز کننده (با اخذ رانت های

با تصویب مجلس
نیروی انتظامی شعب یا موسسات بانکی و اعتباری فاقد مجوز را تعطیل می کند

۱- تصویب مجلس شورای اسلامی در مصوبه های نیروی انتظامی را موظف کردند در مواردی که بانک مرکزی راساً شعبه یا موسسات پولی و بانکی را فاقد مجوز اعلام کند نسبت به توقف فعالیت یا تعطیل کردن آنها اقدام کند.
نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جریان بررسی لایحه برنامه ششم در جلسه علنی بعد از ظهر دیروز ماده ۱۵ این لایحه را به تصویب رساندند که براساس آن برای اعمال نظارت کامل و فراگیر بانک مرکزی بر موسسات پولی، بانکی و اعتباری و ساماندهی موسسات و بازارهای غیرمشکل پولی جهت ارتقای شفافیت و سلامت و کاهش نسبت مطالبات غیرجاری به تسهیلات: الف- بانک مرکزی مجاز است در چارچوب مصوباتی که به تصویب شورای پول و اعتبار می رسد، علاوه بر اختیارات قانونی خود مقرر در قانون پولی و بانکی کشور حسب مورد یک یا چند مورد از اقدامات نظارتی و انتظامی زیر را در قبال بانکها و موسسات اعتباری متخلف اعمال نماید:
۱- عدم تحقّق اقتصاد مقیاس نظر به تولید نسبتاً پایین هر یک از بنگاه های خودروساز (با توجه به تعدد آنها و حجم بازار) در غیاب عوامل فوق الذکر، ذی ربطان و ذی نفعان با برنامه های تبلیغاتی گسترده سعی در جهت افغان افکار عمومی و جلب پشتیبانی هر چه بیشتر سیاست گذاران، در جهت پیشبرد برنامه های نامنتاب با اهداف اعلامی دارند. برنامه ها و اقداماتی که با واقعیتها تناسب و توازن چندانی ندارد، و اصل جهت توجیه تداوم روند فزاینده تزیق رانت و کسب منافع گروه های خاص ارائه می شوند. مجموع قرائن و شواهد حاکی از آن است که روند فعلی خودروسازی بیش از آنکه بر رشد و توسعه بنیادی و نیروهای داخلی اتکا داشته باشد، به مراتب روی مونتاز قطعات و اجزای وارداتی و پرس و رنگ بدنه تکیه دارد. در مرحله اول اگر مونتاز بهترین و آخرین مدل های خودروهای خارجی مدنظر نباشد، هدف خالی شدن انبارهای طرف های خارجی خواهد بود، ضمن آنکه در روندی مشابه با نیمه اول دهه هشتاد، این امکان وجود دارد که تحت عنوان قراردادهای انتقال فناوری و واردات قطعات و اجزا، اقدام به واردات خودرو آمده تحت عنوان قطعات منفصله شود.

یادداشت

کلازان (از اقتصاد) باقی خواهد ماند و به جز تحمیل خودروهای مونتازی درجه دو و سه به مردم، هیچ چیز عاید کشور نخواهد شد.
در مجموع ملاحظه می شود که محوره های اصلی و کلیدی زیر مغفول واقع شده اند:
۱- نبود یک برنامه راهبردی جامع، قابل اجرا و واقعیتها بر پایه منافع و مصالح ملی، ظرفیتها و توانایی های داخلی، توسعه صنعتی و بازارهای مصرف
۲- تکیه افراطی به شرکای خارجی (آن هم از یک کشور) با موقعیت ضعیف در بین کشورهای خودروسازان صاحب فناوری و بازار
۳- عدم توسعه مونتاز خودرو با توجه به برنامه های در دست اجرا و نقش و سهم پایین واحدهای تأمین کننده قطعات و اجزای داخلی
۴- عدم توجه به قدرت خرید مصرف کنندگان و وضعیت اقتصادی کنونی و آتی عامه مردم
۵- تأکید بر صادرات، بدون وجود ظرفیتها و بازارهای صادراتی
۶- عدم تحقّق اقتصاد مقیاس نظر به تولید نسبتاً پایین هر یک از بنگاه های خودروساز (با توجه به تعدد آنها و حجم بازار) در غیاب عوامل فوق الذکر، ذی ربطان و ذی نفعان با برنامه های تبلیغاتی گسترده سعی در جهت افغان افکار عمومی و جلب پشتیبانی هر چه بیشتر سیاست گذاران، در جهت پیشبرد برنامه های نامنتاب با اهداف اعلامی دارند. برنامه ها و اقداماتی که با واقعیتها تناسب و توازن چندانی ندارد، و اصل جهت توجیه تداوم روند فزاینده تزیق رانت و کسب منافع گروه های خاص ارائه می شوند. مجموع قرائن و شواهد حاکی از آن است که روند فعلی خودروسازی بیش از آنکه بر رشد و توسعه بنیادی و نیروهای داخلی اتکا داشته باشد، به مراتب روی مونتاز قطعات و اجزای وارداتی و پرس و رنگ بدنه تکیه دارد. در مرحله اول اگر مونتاز بهترین و آخرین مدل های خودروهای خارجی مدنظر نباشد، هدف خالی شدن انبارهای طرف های خارجی خواهد بود، ضمن آنکه در روندی مشابه با نیمه اول دهه هشتاد، این امکان وجود دارد که تحت عنوان قراردادهای انتقال فناوری و واردات قطعات و اجزا، اقدام به واردات خودرو آمده تحت عنوان قطعات منفصله شود.

رهبر معظم انقلاب حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله العالی)
با فقدان هاشمی اینجانب هیچ شخصیت دیگری را نمی شناسم که تجربه ای مشترک و چنین درازمدت را با او در نشیب و فرازهای این دوران تاریخ ساز به یاد داشته باشم.

ارتحال جانسوز مجاهد نستوه، اسوه صبر و سازندگی و یار دیرین امام و رهبری

حضرت آیت الله هاشمی رفسنجانی

را خدمت رهبر انقلاب اسلامی و عموم مردم شریف ایران تسلیت عرض می نمایم.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان آذربایجان شرقی

۲۸ درصد رشد دارد و در قیاس با رقم ۹۰۷ هزار میلیاردی این دوره تا بیش از ۲۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش دارد. این در حالی است که نقدینگی در مهرماه حدود ۱۱۳۷ هزار میلیارد تومان اعلام شده بود که تا ۱۱.۹ درصد نسبت به شهریورماه رشد داشت.

رکورد جدید نقدینگی ثبت شد

حجم نقدینگی مرز ۱۱۶۰ هزار میلیارد تومان را هم پشت سر گذاشت. به گزارش ایسنا، تازه ترین گزارشی که بانک مرکزی از ترانزنامه شبکه بانکی منتشر کرده از رشد ۱۴.۳ درصدی نقدینگی در پایان آبان ماه امسال در مقایسه با اسفندماه سال گذشته

خبر می دهد به طوری که میزان نقدینگی از حدود ۱۰۱۷ هزار میلیارد تومان در پایان سال قبل به ۱۱۶۲ هزار میلیارد در انتهای ۹ ماهه امسال رسیده است.
حجم نقدینگی در حالی روند فزاینده را طی می کند که نسبت به آبان ماه سال گذشته تا

چگونه در یوتیوب مخاطبان را هدف گیری کنیم؟

استفاده از یوتیوب در حوزه تبلیغات و هدف گیری مخاطبان در کشور ما بسیار مهجور است که مسدود بودن این وب سایت بزرگ و محبوب اشتراک ویدئو از جمله دلایل اصلی آن است. با این حال و به رغم عدم دسترسی آسان به یوتیوب این وب سایت از ظرفیت های بسیار زیادی برای انجام فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی برخوردار است که در اینفوگرافی پیش رو روش های هدف گیری مخاطبان و تولید محتوا را مورد مطالعه و بررسی قرار خواهیم داد. با توجه به وجود سایت های تقریباً مشابه ایرانی برای یوتیوب، ساختار این مطلب می تواند به کسب و کارها کمک کند.

گروه های جمعیتی

محدوده سنی، جنسیت و وضعیت کنترل های اعمال شده بر صفحات آن دسته از کاربران را که قصد هدف گیری آنان را دارید انتخاب کنید و مورد بررسی قرار دهید. به یاد داشته باشید که از معیارهای دقیق برای انتخاب گروه های هدف خود استفاده کنید و از این طریق ارائه محتوا برای مخاطبان غیر مرتبط منابع و انرژی خود را هدر ندهید.



منافع

گروه هدف خود را از میان گروه های کاربری مختلف و متنوع موجود انتخاب و بررسی کنید که منافع و علائق آنها دقیقاً در چه بخش هایی است. در این صورت می توانید محتوایی مناسب تر و اثرگذار تر تولید و به مخاطبان تان عرضه کنید.



وابستگی مخاطبان

با تولید کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی موثر و با کیفیت میزان آگاهی مخاطبان از برندتان را افزایش دهید و با به اشتراک گذاشتن و عرضه آن به مخاطبانی که به موضوعات مرتبط علاقه مند هستند جمعیت وسیع تری را هدف بگیرید.



سفارشی سازی مخاطبان وابسته و وفادار

با سفارشی سازی این دسته از مخاطبان می توانید دسته ای از آنان را انتخاب کنید که بیش از دیگران نسبت به برند شما احساس وفاداری می کنند. این بخش از مخاطبان و کاربران وفادار شما می توانند همانند مخاطبان وفادار شبکه های تلویزیونی رفتار و محتواهای تبلیغاتی تولید شده توسط شما را همواره مشاهده کنند. بهترین نمونه در این مورد شرکت سازنده کفش های مخصوص دوومیدانی است که به جای هدف گرفتن جمعیت ورزش دوستان به دنبال هدف گرفتن ورزشکارانی است که به رقابت های دو ماراتن علاقه مندند.



هدف گیری مخاطبان حاضر در بازار

جمعیت هدف خود را از میان این دسته از مخاطبان انتخاب کنید، چرا که آنان در بازار حاضر بوده و برای یافتن کالا یا خدمات مورد نظرشان به جست و جوی می پردازند و شما می توانید با هدف گیری صحیح آنان، محصولات و خدمات تان را به آنها عرضه کنید.



بازاریابی ویدئویی

مخاطبان خود را بر اساس نحوه تعامل آنان با کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی که بیشتر تولید کرده و در کنال یوتیوب خود قرار داده اید انتخاب کنید. به یاد داشته باشید که چنانچه شما لینک کانال یوتیوب خود را به محتواهای تبلیغاتی تان متصل کنید، یوتیوب لیستی سفارشی از مخاطبان برای شما ایجاد می کند.



تعیین جمعیت هدف

کانال ها و وب سایت های خاص و منحصر به فرد را هدف بگیرید و با آنان ارتباط برقرار کنید. به عنوان مثال شما می توانید یک وبلاگ بر بازدید و مفصل یا صفحه اول یک وب سایت جدید و بر بازدید را انتخاب و از این طریق جمعیت هدف خود را تعیین کنید.



موضوعات

برای کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی خود موضوعی مشخص را انتخاب کنید و بر آن اساس آنها را تولید کنید و در دسترس مخاطبان تان قرار دهید. هدف گیری موضوعات به شما اجازه می دهد تا به گستره وسیعی از کانال ها، ویدئوها و وب سایت هایی که به موضوعات مورد نظر شما مرتبط هستند دسترسی داشته باشید. برای مثال شما موضوع صنعت خودروسازی را انتخاب می کنید و بر همین اساس ویدئوهای تبلیغاتی شما به هنگام مراجعه کاربران یوتیوب به صفحات و کانال هایی با موضوع صنعت خودرو به نمایش در می آیند.



کلمات کلیدی

بسته به فرمت ویدئویی مورد استفاده شما در ساخت کلیپ های ویدئویی تبلیغاتی، می توانید از طریق استفاده از کلمات یا اصطلاحات کلیدی، کلیپ تبلیغاتی خود را به کانال یوتیوب یا وب سایت هایی که مخاطبان تان به آنان علاقه مند هستند متصل کنید.



