

# فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

رئیس کل بانک مرکزی در چهارمین نشست هم‌اندیشی با اقتصاددانان توضیح داد

## دلایل تعیین سقف تراکنش‌های بانکی

فرصت امروز: چهارمین نشست رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان به منظور همفکری درباره...



آسیب‌شناسی موانع خصوصی سازی در اقتصاد ایران

# خصوصی سازی به سبک ایرانی

فرصت امروز: بررسی تاریخی توسعه اقتصادی کشورها نشان‌دهنده فراز و فرودهای بسیاری در رابطه با نقش دولت در اقتصاد است و این امر در اقتصاد ایران نیز به چشم می‌خورد. از هنگامه‌ای که رضاخان جرقه اولیه دولت مدرن در تاریخ معاصر ایران را زد، نقش دولت در اقتصاد همواره پررنگ بوده است، به ویژه پس از جنگ جهانی دوم که با اوج‌گیری اقتصاد کینزی در دنیا همراه بود و برنامه‌ریزی اقتصادی در دستور کار دولت‌ها قرار گرفت. سرمایه‌گذاری دولتی در زیرساخت‌ها در دوره پهلوی اول سپس به سمت بنگاهداری دولتی در دوره پهلوی...

## آغاز عرضه خودرو به قیمت ۵ درصد کمتر از بازار

### مدیریت و کسب‌وکار



ایلان ماسک: هیچ کس حق نظارت بر تویت‌هایم را ندارد

- ۱۲ نکته موثر برای داشتن یک کسب و کار موفق
- درس‌هایی که در دوره‌های آموزشی کسب‌وکار نمی‌آموزید
- ۲۱ راهکار افزایش شانس فروش محصول در اینستاگرام
- استراتژی دژ یا دفاع از موقعیت
- چگونه برند شخصی‌مان را توسعه دهیم؟
- کمپین تبلیغاتی فقط انجام بده

۱ تا ۶

نوبخت در حاشیه امضای تفاهم‌نامه ۲۱ هزار میلیاردی برای ایجاد ۲۷۰ هزار فرصت شغلی توضیح داد

## دلایل عدم افزایش یارانه ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی



معاون اول رئیس‌جمهور در مراسم بهره‌برداری از فاز اول آب شیرین کن بندرعباس:

## کمبود آب در رأس همه مشکلات کشور قرار گرفته است

مشکلات را با مردم در میان بگذارند و در عین حال راهکار و برنامه برای مرتفع کردن آن ارائه دهند، گفت: ما این همراهی و همسویی را در مراحل مختلف تجربه کرده‌ایم زیرا بزرگترین پشتوانه نظام جمهوری اسلامی ایران مردم هستند، اگر گاهی همه مسائل بازگو نمی‌شود به دلیل آن است که مطرح شدن آن سبب سوءاستفاده دشمنان می‌گردد. جهانگیری با تأکید بر حضور پررنگ بخش خصوصی در حوزه آب و برق از عملکرد وزارت نیرو در واگذاری طرح‌های نیمه‌تمام عمرانی تقدیر کرد و گفت: این روند باید با جدیت دنبال شود.

وی با اشاره به بازدید روز گذشته خود از سواحل بندرعباس گفت: مطالبه بسیاری از مردم بندرعباس جلوگیری از ریختن فاضلاب به دریا بود و باید وزارت نیرو در این زمینه تجربه موفق شهرهای دیگر را به مرحله اجرا بگذارد و با استفاده از ظرفیت بخش خصوصی از فاضلاب و پساب در جهت تأمین آب مورد نیاز واحدهای صنعتی و توسعه درختکاری و فضای سبز بندرعباس استفاده کند.

معاون اول رئیس‌جمهور در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به دغدغه دست‌اندرکاران اجرای طرح‌های مربوط به آب و برق از بابت تغییرات نرخ ارز گفت: دولت تلاش خواهد کرد مابه‌التفاوت ریالی مورد نیاز خرید این تجهیزات را پرداخت کند و حتی در صورت نیاز به روش ارزی نیز حمایت لازم را انجام دهد.

جهانگیری در ادامه با اشاره به برخی نگرانی‌ها از بابت مسائل زیست محیطی ناشی از اجرای طرح‌های شیرین‌سازی آب گفت: نگرانی‌ها درباره مسائل محیط زیست لازم و ضروری است و دولت هیچ طرح بزرگی را در کشور اجرا نخواهد کرد مگر آنکه مسائل زیست محیطی را رعایت کند.

معاون اول رئیس‌جمهور در ادامه افزود: خلیج فارس به آب‌های آزاد دنیا وصل است و بعضی از کشورهای اطراف با توجه به سواحل اندکی که دارند چندین برابر ایران از منابع آبی برداشت و شیرین‌سازی می‌کنند. با این وجود ما قطعاً به عوارض و پیامدهای زیست محیطی توجه ویژه‌ای خواهیم داشت و این موضوع را در از تسطاط کامل با حیاط ایران و همسایگان ارزیابی می‌کنیم. وزیر نیرو نیز در این مراسم با قهرمانی از تلاش‌های بخش خصوصی در صنعت آب و برق کشور گفت: بخش خصوصی مرتبط با صنعت آب و برق جزو لاینفک پیکره وزارت نیرو است. اردکانیان با اشاره به دستاوردهای دولت تدبیر و امید در بخش صنعت آب و برق تصریح کرد: آنچه در پنج سال گذشته در این دولت به ثمر رسیده است به لحاظ کیفیت و کمیت قابل مقایسه با ادوار گذشته نیست.

استاندار هرمزگان هم در این مراسم با اشاره به اینکه برای تأمین هر متر مکعب آب شرب ۵ هزار تومان هزینه می‌شود، اظهار داشت: آب شرب با قیمتی حدود هر متر مکعب ۵۰۰ تومان در اختیار مردم قرار می‌گیرد که لازم است مردم حداکثر صرفه‌جویی و دقت را در این زمینه انجام دهند. دبیر شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی نیز در این مراسم با بیان اینکه سه منطقه ویژه اقتصادی و دو منطقه آزاد در استان هرمزگان وجود دارد، گفت: اشتغال موجود در این پنج منطقه بیش از ۹۷ هزار فرصت شغلی است که باید از آن حفاظت شود. گفتنی است در این مراسم با حضور معاون اول رئیس‌جمهور از دست‌اندرکاران احداث آب شیرین کن قدرانی شد.

معاون اول رئیس‌جمهور گفت مسأله کمبود آب فقط مسأله امروز و فردای ما نیست، بلکه مهمترین موضوع برای هر گونه توسعه صنعتی و کشاورزی منابع آب است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، اسحاق جهانگیری پیش از ظهر سه‌شنبه در مراسم بهره‌برداری از فاز اول آب شیرین کن بندرعباس، از دست‌اندرکاران، سرمایه‌گذاران، مهندسین و کارشناسان فعال در احداث این آب شیرین کن و نیز نیروگاه ۱۶۰ مگاواتی قدرانی کرد.

معاون اول رئیس‌جمهور با بیان اینکه مسأله کمبود منابع آب امروز برای همه ایرانیان به مسأله‌ای جدی تبدیل شده خاطر نشان کرد: اهمیت مسأله کمبود آب تنها از نظر مسائل زیست محیطی و اقلیمی مورد توجه نیست بلکه این موضوع به مسأله‌ای سیاسی، اجتماعی و اقتصادی تبدیل شده و در رأس همه مشکلات کشور قرار گرفته است.

معاون اول رئیس‌جمهور در ادامه با اشاره به خشکی برخی تالاب‌ها و تهدیدات دریاچه‌های کشور نظیر دریاچه ارومیه تصریح کرد: اگر خدای نکرده دریاچه ارومیه با خشکی مواجه می‌شد، می‌توانست به فاجعه‌ای انسانی در شمال غرب کشور تبدیل شود.

جهانگیری با تأکید بر اینکه مسأله کمبود آب فقط مختص ایران نیست و موضوعی منطقه‌ای و جهانی است، گفت: کمبود آب می‌تواند در آینده به موضوعی پیچیده‌تر از مسائل هسته‌ای تبدیل شود به گونه‌ای که کنوانسیون‌هایی در این راستا تشکیل و مقررات بین‌المللی درخصوص آب وضع شود.

معاون اول رئیس‌جمهور اضافه کرد: کم‌آبی فقط مختص بخش صنعت و کشاورزی نیست و در جلسه شورای عالی آب که هفته گذشته برگزار شد، گزارشی از وضعیت آب شرب شهرهای مختلف کشور در سال ۹۷ ارائه شد که براساس این گزارش برخی شهرها نظیر بندرعباس، زاهدان، مشهد، کرمان، بوشهر، شیراز و اصفهان وضعیتی نگران‌کننده داشتند که خوشبختانه با مدیریت خوب وزارت نیرو این بحران در تابستان ۹۷ مدیریت شد.

جهانگیری با یادآوری اینکه ۶۰ درصد از میزان مصرف آب در کشور مربوط به بخش شرب و بهداشت است و مابقی مربوط به حوزه کشاورزی و صنعت می‌شود، اظهار داشت: اگر در بخش کشاورزی که بیشترین مصرف را شامل می‌شود، صرفه‌جویی شود و از روش‌های نوین آبیاری استفاده گردد شاهد صرفه‌جویی و ذخیره آب به میزان قابل توجه در رفع مشکلات مرتبط با محدودیت منابع آب خواهیم بود، ضمن آنکه با استفاده از شیوه‌های نوین آبیاری نظیر کشت گلخانه‌ای هم مصرف آب کمتر و هم تولید بیشتری صورت خواهد گرفت.

معاون اول رئیس‌جمهور تصریح کرد: ایران در منطقه‌ای واقع شده است که کمبود آب موضوعی بحرانی و جدی است و باید همه دولت‌ها و نیز احاد مردم این موضوع را به طور ویژه مورد توجه قرار دهند.

جهانگیری با تقدیر از مدیریت خوب وزارت نیرو در تابستان سال ۹۷ خاطر نشان کرد: براساس آمارها تابستان سال جاری از نظر تنش آبی یکی از سخت‌ترین سال‌ها بوده است، اما مدیریت خوب وزارت نیرو با کمکی که مردم در صرفه‌جویی از خود نشان دادند، گویای این واقعیت است که مدیران می‌توانند در دوران سخت، امور را به خوبی تدبیر کنند و این یکی از ویژگی‌های مدیران برجسته است.

معاون اول رئیس‌جمهور با بیان اینکه در هنگام دشواری و تنگناها اگر مسئولان صادقانه

روحانی در پایان نشست شورای عالی هماهنگی اقتصادی سه قوه اعلام کرد

## رهنمود رهبری درباره بودجه ۹۸

رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه رهبری رهنمودی به سران قوا داشته‌اند، گفت ممکن است بنابر این نظر، اصلاحاتی در بودجه ۹۸ انجام دهیم.

حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی که روز سه‌شنبه و در پایان نشست مشترک سران سه قوه سخن می‌گفت، تصریح کرد: مقام معظم رهبری رهنمودی را دادند بر مبنای این رهنمود جدید، امروز جلسه‌ای داشتیم که این سیاست را چگونه اجرایی و عملیاتی کنیم، البته جلسات دیگری هم ظرف این هفته خواهیم داشت و تا هفته آینده نکاتی را که مورد نظر مقام معظم رهبری است، نهایی خواهیم کرد.

روحانی افزود: در همین چارچوب ممکن است در مواردی هم برای بودجه سال آینده اصلاحاتی لازم باشد و بودجه آن‌شاه‌الله آماده شده و به زودی تقدیم مجلس شورای اسلامی خواهد شد.

رئیس‌جمهوری خطاب به ملت عزیز و بزرگ ایران تأکید کرد: بعد از ۱۳ آبان آمریکایی‌ها بسیار در انتظار این بودند که شاهد یک بهره‌ریختگی در زمینه اقتصاد کشور باشند اما مردم بزرگوار و همه فعالان اقتصادی به گونه‌ای عمل کردند که خوشبختانه همه چیز به عکس شد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، روحانی ادامه داد: آمریکایی‌ها می‌خواستند بعد از ۱۳ آبان تورم، مشکلات اقتصادی، مسائل بازار، ارز و همه چیز را به نحو دیگری ببینند و خوشبختانه بانک مرکزی، بخش‌های دیگر اقتصادی و مردم عزیز و بزرگوار به گونه‌ای عمل کردند که کاملاً برای همه دنیا و برای داخل کشور ما محسوس است که آرامش مردم بعد از ۱۳ آبان مقداری بیشتر شده و همه تلاش‌ها این است که این آرامش را ادامه دهیم و بتوانیم از مشکلات روی دوش مردم بکاهیم.

رئیس‌جمهوری با قدردانی از تلاش‌های صادرکنندگان برای پیشرفت خوب در سال جاری نسبت به سال گذشته و افزایش بیش از ۱۳ درصدی در صادرات کشور، گفت: با چارچوبی که تعیین شده تا چگونه ارز صادرات غیرنفتی به داخل بازار و کشور برگردد، راه‌حل مطمئنی برای درآمد‌های ارزی ما پیش‌بینی شده است و آن‌شاه‌الله این راه مطمئن را ادامه می‌دهیم.

روحانی گفت: بخشی از جلسه امروز در مذاکره با وزیر نفت و شرایط فروش نفت انجام شد و بحمدالله شرایط مناسب و خوبی داریم.

رئیس‌جمهور گفت: هدف آمریکایی‌ها این بود که جلوی صادرات نفت ما را بگیرند و می‌خواهند به صراحت به مردم بگویند که صادرات نفت ما بعد از ۱۳ آبان به مراتب بهتر از قبل از ۱۳ آبان شده است. گزارش امروز وزارت نفت هم امیدوارکننده بود. مواردی که تسهیلات می‌خواستت جمع سران سه قوه است.

روحانی افزود: بنابراین آمریکایی‌ها در زمینه نفت، ناموفق بودند در زمینه اوپک هم آمریکایی‌ها خیلی تلاش کردند که کاری کنند که تولید نفت کشورهای عضو اوپک کاهش پیدا نکند که الحمدالله کاهش پیدا کرد و اعضای غیراوپک هم همین تصمیم را داشتند. آمریکایی‌ها در اجلاس اوپک، این بار ناموفق بودند و جمهوری اسلامی ایران خوشبختانه موفقیت‌های خوبی به دست آورد.

رئیس‌جمهور خطر نشان کرد: روند فروش نفت ما به همان صورتی که قبل از این اجلاس بوده، ادامه خواهد یافت و ادامه می‌دهیم. در زمینه مسائل منطقه‌ای هم خوشبختانه حرکت‌ها به سود مردم منطقه است. شرایط یمن به گونه‌ای است که آنهایی که می‌خواستند یمن را در اشغال خودشان داشته باشند، امروز احساس می‌کنند راهی ندارند، جز صلح با مردم یمن و ما همواره از مذاکرات یمنی - یعنی پشتیبانی می‌کردیم.

رئیس‌جمهور ادامه داد: امروز علامت‌ها برای رسیدن به یک آرامش در یمن بیش از گذشته است؛ در سوریه هم شرایط به سمت صلح و آرامش بیشتر است و این به معنای موفقیت جمهوری اسلامی ایران در مسائل منطقه‌ای است.

روحانی اظهار امیدواری کرد: با توفیقاتی که مردم در مسیر آستانه چهلمین سال انقلاب خواهند داشت شاهد توفیقات بزرگ‌تر باشیم.

رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه در این یکی دو سفری که به استان‌ها داشتم و همچنین بقیه مسئولین که به استان‌ها سفر دارند، شاهد افتتاح‌های بسیار زیاد و به ثمر رسیدن بسیاری از پروژه‌ها هستیم، گفت: نسبت به پروژه‌های ناتمام هم در جلسه سران قوا تصمیمات خوبی گرفتیم که به مردم واگذار شود.

روحانی ادامه داد: هم تلاش خواهیم کرد که آن‌شاه‌الله روند اشتغال را برای سال آینده حفظ کنیم و مردم در کالاهای اساسی دچار مضیقگی نباشند.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه اولین اولویت ما در بودجه سال آینده بر این اساس است، اظهار داشت: مردم باید از لحاظ وفور کالاهای اساسی و مواد ضروری در بازار اطمینان داشته باشند؛ ارز ما یک ثباتی در بازار داشته باشد و بتوانیم افرادی که حقوق ثابت دارند در حدی که توان داریم، پاری دهیم.

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها





## خبرنامه



رمز یکبار مصرف چگونه در دسترس مشتریان بانک‌ها قرار می‌گیرد؟

## شیوه جدید اعلام رمزهای بانکی

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی گفت ارائه رمز دوم یکبارمصرف با هدف کاهش جرائم مالی از اول آذرماه در شبکه بانکی عملیاتی و از خردادماه سال ۹۸ الزام‌آور شده، همچنین ارائه رمز دوم ایستا متوقف می‌شود.

ناصر حکیمی با بیان این مطلب در گفت‌وگوی تلفنی با برنامه تیتراش گفت: بانک مرکزی باهدف افزایش امنیت تراکنش‌های بانکی «سند الزامات رمزهای یکبارمصرف» را در ابتدای شهریورماه سال جاری به شبکه بانکی ابلاغ کرد.

او در پاسخ به این پرسش که رمز یکبارمصرف قرار است چگونه در دسترس مشتریان بانک‌ها قرار گیرد، گفت: روش‌های مختلفی در این بخش وجود دارد که دو روش متداول تر است. یک روش که در دسترس همگان قرار دارد، بحث استفاده از پیامک است. بدین معنا که به هنگام انجام تراکنش براساس درخواست دارندگان کارت پیامکی حاوی رمز یکبارمصرف به شماره تلفن همراه دارنده کارت ارسال می‌شود که کاربر از آن تنها برای انجام آن تراکنش خاص می‌تواند، استفاده کند و بعد از یکبار استفاده باطل می‌شود که قابلیت اجرا در تمام گوشی‌های همراه را دارد.

به گزارش ایبنا، معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی تصریح کرد: مدل دوم، استفاده از اپ‌های موبایلی در تولید رمزهای یکبارمصرف است که دارنده کارت در این روش با درخواست یک رمز یکبارمصرف، رمز را از آن اپ با یک‌زمان اعتبار مشخص که به‌طور معمول ۶۰ ثانیه است، دریافت می‌کند و می‌تواند در این زمان برای انجام تراکنش از این رمز استفاده کند و رمز بعد از آن باطل می‌شود.

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش که در حال حاضر تمام بانک‌ها این خدمات را به دارندگان کارت ارائه می‌دهند، گفت: بانک مرکزی با ابلاغ بخشنامه «سند الزامات رمزهای یکبارمصرف» به بانک‌ها اعلام کرده است که اگر بانکی از ابتدای آذرماه این خدمت را به مشتریان خود ارائه ندهد، مسئولیت جبران خساراتی که به دلیل نبود این خدمت برای مشتریان رخ می‌دهد را برعهده دارد. وی یادآور شد: از خردادماه سال ۹۸ نیز ارائه رمزهای دوم ایستا به دارندگان کارت متوقف و استفاده از رمز دوم یکبارمصرف در تمام تراکنش‌های غیرحضوری، اینترنتی و موبایلی برای دارندگان کارت الزام‌آور می‌شود.

حکیمی در پاسخ به نحوه احراز هویت در ارائه خدمت رمز یکبارمصرف به دارندگان کارت، اظهار داشت: این موضوع به بانک بستگی دارد و در صورتی که دارندگان کارت اپلیکیشن موبایلی رمز پویا بانک را نصب کنند، با احراز هویت به‌صورت تطبیق شماره موبایل دارنده کارت با کد ملی وی فعالسازی اپلیکیشن به‌صورت غیرحضوری انجام می‌شود و کاربر می‌تواند رمز یکبارمصرف را دریافت کند.

وی افزود: در این فرآیند البته یک نکته مخاطره‌آمیز وجود دارد که ممکن است مشکلی را برای شهروندان ایجاد کند و آن این است که بانک باید مطمئن شود پیامکی که روی موبایل با اپلیکیشن ایجاد رمز یکبارمصرف ارسال می‌شود با شخص استفاده‌کننده یکی است، بنابراین قسمتی از این فرآیند نیازمند احراز هویت حضوری مشتری تنها یکبار برای همیشه برای فعالسازی اپلیکیشن را دارد.

معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش که مردم باید با چه روشی از اصلی بودن درگاه‌های پرداخت اینترنتی مطمئن شوند، تصریح کرد: تمام درگاه‌های پرداخت کشور در دامنه shaparak.ir قرار دارد. از این رو هر درگاهی با دامنه غیر این، که برای سردرگمی مردم مشابه دامنه ذکر شده و با تغییرات جزئی که در نگاه اول محسوس نیست، ایجاد می‌شود تقلبی و جعلی است و درخواست من از مردم این است که توجه لازم را به این مسئله داشته باشند.

رئیس کل بانک مرکزی در چهارمین نشست هم‌اندیشی با اقتصاددانان توضیح داد

## دلایل تعیین سقف تراکنش‌های بانکی



در ادامه این نشست نیز اقتصاددانان ضمن کارآمد خواندن اقدامات اخیر بانک مرکزی در حوزه سیاست‌های پولی و بانکی که منجر به ایجاد شفافیت و کاهش قیمت ارز شده است، بر ادامه و توسعه این سیاست‌ها و اقدامات تکمیلی دیگر تأکید کردند.

به گزارش بانک مرکزی، ضرورت اصلاح نظام پولی و بانکی کشور و افزایش استقلال بانک مرکزی، لزوم برنامه‌ریزی برای کنترل نقدینگی و تعدیل تدریجی نرخ سپرده‌های بانکی، جلوگیری از رکود، اهمیت برآورد درست درآمد ناشی از صادرات نفت در لایحه بودجه کل کشور و حرکت به سمت تکنرخی شدن ارز، واگذاری بنگاه‌های اقتصادی بانک‌ها، ضرورت هدف‌گذاری نرخ ارز، تعامل بیشتر با صادرکنندگان برای آوردن ارز آنها به چرخه اقتصاد، جلوگیری از ایجاد کسری بودجه در سال آینده و بازسازی چهره بانک‌ها در بین مردم و مسئولان از جمله موضوعات مطرح شده در این نشست بود.

گفتنی است در این نشست اقتصاددانان و چهره‌های برجسته اقتصادی از جمله طهماسب مظاهری، احمد توکلی، حسین عبده تبریزی، سید احمدرضا جلالی نائینی، منصور خلیلی عراقی، تیمور رحمانی، حمید دیهیم، احمد مجتهد، حسین توکلبان، محمد هادی زاهدی، مرتضی عزتی، محمدرضا یوسفی، علی دینی، اصغر ابوالحسنی هستیانی، سید علی مدنی‌زاده، وحید شقاقی و ابراهیم شمیلی حضور داشتند.

فرصت امروز: چهارمین نشست رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان به منظور همفکری درباره مسائل مرتبط با بانک مرکزی و اقتصاد کشور برگزار شد و عبدالناصر همتی در این نشست با اشاره به تعیین سقف برای تراکنش‌های کارت‌های بانکی گفت: در هیچ جای دنیا با استفاده از کارت‌های بدهی و دستگاه کارتخوان، نمی‌توان مبلغ کلان جابه‌جا کرد. همچنین ظهورنویسی چک‌های تضمین‌شده و در وجه حامل بودن آنها فضای غیرشفاف در معاملات ایجاد کرده بود و نظارت بانک مرکزی و سازمان مالیاتی بر تبادلات تجاری را منتفی می‌کرد که این مشکلات نیز برطرف شد.

دیدار دیروز همتی با اقتصاددانان، چهارمین نشست هم‌اندیشی بود که رئیس کل بانک مرکزی در مدت‌زمان اندکی که در ساختمان لاجوردی میرداماد مستقر شده، با اساتید دانشگاه و صاحبان دیدگاه‌های مختلف اقتصادی برگزار کرده است. همتی در این نشست با اشاره به مشکلات و موانع پیش روی اقتصاد کشور، کارنامه بانک مرکزی و اقدام‌های انجام‌شده در چهار ماه گذشته را تشریح کرد و سپس به چرایی تعیین سقف تراکنش‌های بانکی و اصلاح چک‌های تضمینی پرداخت.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین از آغاز به کار کانال‌های مالی ایران با چندین کشور و حذف دلار از تبادلات تجاری ایران با آن کشورها را اقدام مهمی در حوزه تحریم مالی پولی دوجانبه ایجاد شده است و در آینده این موضوع تقویت می‌شود. مداخله هوشمندانه و هدفمند در بازار ارز

رئیس کل بانک مرکزی همچنین به موضوع مداخله هدفمند و هوشمندانه در بازار ارز و در عین حال، تأمین نیازهای ارزی تولیدکنندگان و تأمین کامل نیاز کالاهای اساسی و دارو اشاره کرد.

فرصت امروز: چهارمین نشست رئیس کل بانک مرکزی با اقتصاددانان به منظور همفکری درباره مسائل مرتبط با بانک مرکزی و اقتصاد کشور برگزار شد و عبدالناصر همتی در این نشست با اشاره به تعیین سقف برای تراکنش‌های کارت‌های بانکی گفت: در هیچ جای دنیا با استفاده از کارت‌های بدهی و دستگاه کارتخوان، نمی‌توان مبلغ کلان جابه‌جا کرد. همچنین ظهورنویسی چک‌های تضمین‌شده و در وجه حامل بودن آنها فضای غیرشفاف در معاملات ایجاد کرده بود و نظارت بانک مرکزی و سازمان مالیاتی بر تبادلات تجاری را منتفی می‌کرد که این مشکلات نیز برطرف شد.

دیدار دیروز همتی با اقتصاددانان، چهارمین نشست هم‌اندیشی بود که رئیس کل بانک مرکزی در مدت‌زمان اندکی که در ساختمان لاجوردی میرداماد مستقر شده، با اساتید دانشگاه و صاحبان دیدگاه‌های مختلف اقتصادی برگزار کرده است. همتی در این نشست با اشاره به مشکلات و موانع پیش روی اقتصاد کشور، کارنامه بانک مرکزی و اقدام‌های انجام‌شده در چهار ماه گذشته را تشریح کرد و سپس به چرایی تعیین سقف تراکنش‌های بانکی و اصلاح چک‌های تضمینی پرداخت.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین از آغاز به کار کانال‌های مالی ایران با چند کشور و حذف دلار از تبادلات تجاری ایران با آن کشورها خبر داد و با اشاره به برگشت تدریجی ارز ناشی از صادرات به چرخه

## طرح عقیق بانک انصار با سقف ۱۰ میلیارد ریال در حال اجراست

این گزارش می‌افزاید نرخ سود تسهیلات از ۸ الی ۱۸ درصد براساس توافق با مشتریان تعیین می‌شود، جهت اطلاع بیشتر با شماره ۰۹۶۳۰۰ مرکز خدمات مشتریان تماس و یا به شعب سراسر کشور مراجعه فرمایید.

حقوقی می‌تواند به منظور بهره‌مندی از این طرح نسبت به افتتاح سپرده قرض‌الحسنه جاری بدون دسته چک اقدام کنند و بانک نیز به منظور قدردانی از دارندگان این نوع حساب‌ها خود را مکلف به در نظر گرفتن امتیاز تسهیلات برای مشتریان می‌داند.

طرح تسهیلاتی عقیق بانک انصار با سقف ۱۰ میلیارد ریال و اقساط ۱۰ ماهه در حال اجراست و مشتریان بانک، صاحبان کسب و کار و عموم مردم می‌توانند براساس عقد مباحه از آن استفاده کنند. به گزارش اداره کل روابط عمومی و تبلیغات، اشخاص حقیقی و

## آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۶-۱۳/م/۹۷ (نوبت اول)

شماره فراخوان سامانه ستاد: ۲۰۰۹۷۷۰۰۸۰۰۰۱۹۵



- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۳۹۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال (بصورت واريزنقدی به حساب‌جاری ۲۱۷۵۱۶۳۷۵۱۰۰۸ بانک ملی شعبه مرکزی کرمانشاه و یا ضمانتنامه بانکی معتبر)

- هزینه خرید اسناد: ۵۰۰/۰۰۰ ریال

- مهلت دریافت اسناد: حداکثر ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم.

- تاریخ بازگشائی مناقصه: حداکثر ۱۰ روز پس از پایان مهلت فروش اسناد.

- محل خرید اسناد: سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

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

- شماره تماس دفتر قراردادها تلفن: ۰۸۳-۳۸۲۵۴۹۳۰

ضمناً متقاضیان می‌توانند متن آگهی را پس از چاپ نوبت دوم در روزنامه

در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی: [www.abfaksh.ir](http://www.abfaksh.ir) یا

[http://iets.mporg.ir](http://http://iets.mporg.ir) ملاحظه نمایند.

**شرکت آب وفاضلاب استان کرمانشاه** در نظر دارد عملیات اجرایی مشروحه زیر را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای واز طریق سامانه ستاد به پیمانکاران واجد شرایط واگذارنماید.

**مدارک مورد نیاز:**

- نامه اعلام آمادگی

- آخرین آگهی تغییرات - آگهی روزنامه رسمی - اساسنامه شرکت

- ارائه تأییدیه آخرین رتبه بندی معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست

جمهور به همراه تأیید ثبت نام سامانه ساجار (SAJAR)

- داشتن تجربه ودانش لازم در انجام کارمشابه

- رتبه ورشته مورد نیاز: پایه ۵ در رشته (آب)

- فهرست بهاء بر آوردی: فهرست بهاء ابنیه وشبکه جمع آوری فاضلاب

سال ۱۳۹۷

ردیف	مشخصات پروژه	محل اعتبار	محل اجراء	مدت (ماه)	مبلغ بر آورد (ریال)
۱	تهیه لوله و اتصالات و اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب (پیمان ۳)	طرح	کرد غرب	۶ (شش)	۷/۹۵۶/۰۸۴/۱۹۹

روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان کرمانشاه

شناسه آگهی ۳۱۵۱۴۱





## هنوز تصمیمی درباره افزایش قیمت بنزین گرفته نشده است

سختگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی تاکید کرد که هنوز تصمیمی درباره افزایش قیمت بنزین یا دو نرخ شدن آن گرفته نشده است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، اسدالله قره‌خانی در واکنش به برخی اظهارنظرهای مسئولان به خصوص رئیس جمهور در مورد بنزین، اظهار کرد: در حال حاضر برخی از اقتصاددانان، دلسوزان و طرفداران محیط زیست نسبت به هدررفت بنزین؛ این سرمایه ملی هشدار داده و بر لزوم تغییر قیمت آن تاکید داشتند. همچنین پژوهشگران، نخبگان و برخی از دولتمردان هم از چند ماه گذشته اشاراتی به این موضوع کرده‌اند.

وی با بیان اینکه «نگاه سیاسی به موضوع بنزین اشتباه است»، افزود: در این بین متأسفانه روسای جمهور در دوره دولت اول خود به دنبال تثبیت قیمت بنزین و در دولت دوم افزایش جهشی قیمت بنزین را داشتند که این موضوع در مورد دولت یازدهم صدق می‌کرد و به نظر می‌رسید که دولت دوازدهم می‌خواهد افزایش قیمت داشته باشد. سختگوی کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی خاطر نشان کرد: در چنین شرایطی بهتر است که موضوع تعیین نرخ بنزین و سایر مواد مرتبط به آن به نخبگان، متخصصان و پژوهشگران واگذار شود یعنی آنها نظر کارشناسی خود را اعلام کنند تا جایی که مردم هم آن را پذیرفته و با اقبال عمومی مواجه شوند. قطعا در چنین شرایطی شاهد ایجاد تنش نخواهیم بود.

قره‌خانی توضیح داد: افزایش قیمت بنزین باعث ایجاد تورم و اعتراضات خاص خود در جامعه می‌شود که اگر این موضوع از ناحیه رئیس جمهور اعلام شود اثرات بیشتری می‌گذارد. اینکه رئیس جمهور صحبتی درباره بنزین می‌کند نظر قطعی تلقی شده حال اینکه باید مجلس شورای اسلامی هم در این باره اظهار نظر کند.

وی با بیان اینکه «صحبت‌های مطرح‌شده درباره بنزین نظر نهایی نیست که اگر هم باشد مجلس از آن مطلع نیست»، ادامه داد: براساس شنیده‌های ما و موارد مندرج در بودجه هنوز تصمیمی برای افزایش قیمت بنزین یا دو نرخ شدن بنزین گرفته نشده است و کمیسیون انرژی الان اطلاعی ندارد. از طرف دیگر درباره قیمت نفت اطلاع‌رسانی صورت گرفته، اما در مورد قیمت حامل‌های انرژی ما چیزی شنیده‌ایم.

## خودروهای وارداتی در گمرکات به زودی تعیین تکلیف می‌شوند

رحمانی، از ترخیص برخی از خودروهای مانده در گمرکات که دارای موانع قانونی نیستند بعد از تصویب هیأت دولت خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه دوازدهمین جشنواره ملی تولیدکنندگان و مدیران جوان و دهمین دوره معرفی چهره‌های ماندگار صنعت، معدن و تجارت در رابطه با ترخیص چند هزار دستگاه خودروی وارداتی مانده در گمرکات کشور، گفت: به زودی خودروهای وارداتی مانده در گمرکات تعیین تکلیف خواهند شد.

وی درخصوص جلسه دیروزش با معاون اول رئیس جمهور گفت: جلسه دیروز به تنظیم بازار اختصاص داشت و به طور حتم به زودی در مورد خودروهای وارداتی تصمیمات جدید اتخاذ شده و نتیجه به مردم اعلام می‌شود. رحمانی یادآوری کرد: مشکل اصلی برای عدم ترخیص این خودروها به پرونده‌های تخلف ثبت سفارش باز می‌گردد که موجب شده خودروها در گمرک توقیف شوند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: برخی از خودروهای مانده در گمرکات، دارای مشکلات و موانع قانونی برای ترخیص هستند اما تعداد زیادی هم مشکل قانونی ندارند و بعد از تصویب هیأت دولت ترخیص خواهند شد. وی اذعان کرد: نحوه ترخیص، پرداخت مابه‌التفاوت ارزی و مسائلی از این دست است که مسائل فنی محسوب می‌شود اما ما به دنبال آن هستیم تا حق مردم در این میان رعایت شود. رحمانی درخصوص قیمت‌گذاری برخی از خودروهای داخلی توسط خودروسازان گفت: دو نوع خودروی داخلی داریم؛ اولین گروه خودروهایی هستند که برای تعیین قیمت باید از شورای رقابت مجوز بگیرند و دومین گروه، خودروهایی هستند که بدون مجوز شورای رقابت می‌توانند قیمت‌گذاری شوند.

وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: خودروهایی که با تازگی توسط شرکت‌های خودروسازی قیمت‌گذاری شده‌اند در ذیل دومین گروه خودرویی قرار داشته و نیازی به تعیین تکلیف از شورای رقابت نداشتند، هر چند که مدیریت این موضوع به ستاد تنظیم بازار محول شده است. وی گفت: اکنون خیلی از اقلام همچون فولاد، مس، آلومینیوم، لوازم خانگی، پوشاک، دارویی و بهداشتی در داخل کشور تولید می‌شوند. رحمانی ادامه داد: در بسیاری از بخش‌ها، توانایی تأمین و تولید بیش از نیاز داخل است و این موضوع نیاز کشور را به توسعه صادرات پرنگتر می‌کند. وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه به برخی از کالاها نیاز به واردات داریم، گفت: با توجه به اینکه اسامی به نام حمایت از کالای ایرانی نامگذاری شده است، برنامه جدی برای تقویت ساخت داخلی داریم. باید یک نهضت در این راستا به راه بیفتد.

## محبوب‌ترین رنگ‌های خودرو در سال ۲۰۱۸ معرفی شدند

در ماه اکتبر گذشته «سفید» همچنان به عنوان محبوب‌ترین رنگ سال ۲۰۱۸ در میان خودروها انتخاب شد. در ماه اکتبر گذشته «سفید» همچنان به عنوان محبوب‌ترین رنگ سال ۲۰۱۸ در میان خودروها انتخاب شد. به گزارش ایران‌جیب به نقل از عصر ایران، در ماه اکتبر گذشته حدود ۵۰ درصد از رانندگان یا مشتریان یک خودروی سفید را در بیشتر مناطق آمریکای شمالی، آسیا و اروپا برای کرایه یا خرید انتخاب کردند. نقره‌ای و خاکستری نیز به ترتیب در جایگاه دوم و سوم محبوب‌های بازار قرار دارند. اگر به میزان خرید و فروش خودروها براساس رنگ‌شان بنگریم، از ماه اکتبر سال گذشته تا مدت مشابه در سال جاری فروش خودروهای قرمز رنگ نیز با افزایش به ۶۶٫۸ درصد رسید. این درحالی است که رنگ مشکی با کمی افزایش محبوبیت نسبت به مدت مشابه سال قبل در پایین‌های جدول قرار دارد.

# آغاز عرضه خودرو به قیمت ۵ درصد کمتر از بازار



قیمت ادامه خواهد یافت و از طرفی افزایش تولید دنبال می‌شود تا رانت دلالی ایجادشده از بین برود و قیمت در حالت متعادل‌تری قرار بگیرد. رحمانی در پاسخ به این سوال که به مفهوم اقتصادی بازار وجود ندارد و عرضه و تقاضا تعیین‌کننده قیمت نیستند، بنابراین چه می‌توان توقع داشت ۵ درصد کمتر از قیمت بازار خودرو عرضه کرد، گفت: این خودروها مشمول قیمت‌گذاری شورای رقابت نیستند و آنچه که خودروهای مشمول بودند، فرآیند دیگری دارند که باید در کارگروه بازار تنظیم شود.

شدت پایین آمده است و از اول سال حدودا با افت تولید روبه‌رو شدیم. وی افزود: قیمت ارتباط مستقیمی با تولید دارد و اگر طبق برنامه بتوانیم تولید را افزایش دهیم، عرضه زیاد خواهد شد و تقاضا را پاسخ می‌دهد و قیمت پایین می‌آید. در حال حاضر قیمت‌گذاری خودرو به دو بخش تقسیم می‌شود، خودروهای مشمول قیمت‌گذاری و خودروهایی که مشمول نبودند. خودروسازها با یک برنامه در رابطه با خودروهایی که مشمول قیمت‌گذاری نیستند، در حاشیه بازار به قیمت ۵ درصد پایین‌تر از نرخ بازار عرضه می‌کنند و روند کاهشی

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت برای خودروهایی که مشمول قیمت‌گذاری شورای رقابت نیستند، عرضه با نرخ ۵ درصد کمتر از بازار شروع شده است. به گزارش فارس، رضا رحمانی وزیر صنعت، معدن و تجارت روز گذشته در حاشیه مراسم تفاهم‌نامه ایجاد اشتغال در حوزه صنعت و معدن مبنی بر اینکه چه زمانی قیمت خودرو نهایی می‌شود و آیا افزایشی وجود خواهد داشت، اظهار داشت: برنامه‌ای که ما داریم قیمت‌هایی که در بازار تعیین شده پایین بیاوریم و این مستلزم افزایش تولید است. اکنون تولید در دو خودروساز عمده به

## باید با افزایش تولید هزینه‌های سر بار صنعت خودرو را کاهش دهیم

یکی از کارخانجات خودروسازی را در اروپا به فاصله پنج سال مورد بازدید قرار دادم. در بازدید اول که در اوج بحران رکود خودرو در دنیا و مشخصا اروپا بود، کارخانه مذکور برای کاهش ضرر، تولید را به شدت کاهش داده بود. بعد از پنج سال و در بازدید دوم - که رنگ و رخسار کارخانه نشان می‌داد از حالت رکود قبلی خارج شده - چند اقدام انجام شده بود.

وی گفت: ابتدا اینکه کارخانه مذکور از نظر ارتقای تکنولوژی خودرو به خصوص در زمینه خودروی هیبریدی و خودروهای برقی پیشرفت زیادی کرده بود و به خصوص با افزایش کشتش شارژ خودرو تا مسافت حدود ۴۵۰ کیلومتر این پیشرفت ایجاد شده بود. وقتی که خودرو را تست کردیم، خودرو کاملا توانمند بود و کشتش و شتاب لازم را داشت. کارخانه مذکور لازم دیده بود برای نجات خود به سمت و سوی آنچه که نیاز روز دنیا است - به خصوص مسائل محیط زیستی - پیش رود.

میزان در افزایش قیمت تمام‌شده خودرو موثر باشد. وی گفت: لازم است عواملی که تصمیم‌گیر و ناظر هستند حتی برای مردم، مسائل را کاملا باز و تشریح کنند. مثلا دو کارخانه تولیدکننده خودرو به خاطر ساختار دولتی، به شکل پرهزینه و گران اداره می‌شود و این امر ارتباطی به مدیریت ندارد. هر شخصی مدیرعامل این خودروسازی‌ها شود اگر حتی اجازه داشته باشد که این تحول اساسی را به وجود آورد به صورت طبیعی، قیمت تمام‌شده کالای او نسبت به بسیاری جاهای دیگر بالاتر است. وی افزود: اگر قرار است نگاهی صحیح، عمیق و درست داشته باشیم و به این صنعت به عنوان صنعت پایه نگاه کنیم که علاوه بر بقا و تولید باکیفیت و با قیمت مناسب، نیازهای داخلی را نیز تامین کند، نمی‌توانیم صورت مساله را پاک کنیم و باید به این ایرادات و اشکالات ساختاری بپردازیم.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت: بنده

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اشاره به تجربیات کشورهای دیگر در عبور از بحران و رکود در خودروسازی، معتقد است می‌توانیم با توجه به تقاضا در کشور به سمت افزایش تولید حرکت کنیم و بخشی از هزینه‌های سر بار را با افزایش تولید پاسخگو باشیم.

محسن کوهکن‌ریزی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو درخصوص راهکار برون‌رفت از تحریم‌های داخلی و خارجی اظهار داشت: اتفاقاتی در گذشته افتاده که هرگونه افزایش قیمت خودرو ذهن مصرف‌کننده و عوامل نظارتی را به آن سمت و سو هدایت می‌کند.

نماینده مردم لنجان در مجلس شورای اسلامی افزود: قصد تحلیل درستی یا نادرستی این امور را ندارم، آنچه که مسلم است بعضی از محدودیت‌های قائل شده برای اقلام وارداتی یا موادی که به هر جهت ارزیابی دارند همزمان با افزایش بیش از دو برابری نرخ ارز، موجب شده به نسبت سهمی که هر دستگاه خودرو از محل ارز دارد به همان

## ۱.۶ میلیارد دلار قطعه خودرو وارد کشور شد

همچنین در این مدت ۲۷۴ میلیون و ۴۶۰ هزار دلار «قطعه منقله خودرو با ساخت داخل ۵۰ درصد و بیشتر» به کشور وارد شده که نسبت به هشت ماهه سال گذشته که به میزان ۴۲۲ میلیون و ۵۹۲ هزار دلار بود، ۳۵٫۰۵ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

به این ترتیب آمار نشان می‌دهد که در مجموع واردات قطعات خودرو در هشت ماه سال جاری، حدود یک میلیارد و ۶۴۶ میلیون و ۲۷۵ هزار دلار بوده است، در حالی که در مدت مشابه سال گذشته یک میلیارد و ۵۹۲ میلیون و ۸۵۰ هزار دلار قطعه خودرو به کشور وارد شده بود.

میلیون و ۴۶۴ هزار دلار «قطعات منقله خودرو با ساخت داخل ۱۴ درصد تا کمتر از ۳۰ درصد» وارد کشور شده که نسبت به مدت مشابه سال قبل که ۹۸۳ میلیون و ۱۷۷ هزار دلار قطعه وارد شده بود، با رشد ۱۵۳٫۳۹ درصدی مواجه شده است.

واردات «قطعات منقله خودرو با ساخت داخل ۳۰ درصد تا کمتر از ۵۰ درصد» در هشت ماه سال جاری، ۲۲۷ میلیون و ۳۵۱ هزار دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته که به میزان ۱۸۷ میلیون و ۸۱ هزار دلار بود، حکایت از افزایش ۲۶۸٫۴ درصدی دارد.

طی هشت ماه سال جاری در مجموع یک میلیارد و ۶۴۶ میلیون دلار قطعه خودرو وارد کشور شد که واردات قطعات با داخلی‌سازی کمتر از ۳۰ درصد رشد ۱۵۳٫۳۹ درصدی داشته است.

طی هشت ماه سال جاری در مجموع یک میلیارد و ۶۴۶ میلیون دلار قطعه خودرو وارد کشور شد که واردات قطعات با داخلی‌سازی کمتر از ۳۰ درصد رشد ۱۵۳٫۳۹ درصدی داشته است.

به گزارش مهر، بررسی تازه‌ترین آمار گمرک از تجارت خارجی ایران نشان می‌دهد، در هشت ماه نخست سال جاری یک میلیارد و ۱۳۴



## ضرورت توسعه فرهنگ کار آفرینی

دومین همایش ملی کارآفرینی با هدف توسعه فرهنگ کارآفرینی در دانشگاه صنعتی شریف فعالیت خود را آغاز کرد. به گزارش خیرگزاری صدا و سیما، توسعه و ترویج فرهنگ کارآفرینی در بین دانشجویان، توانمندسازی و ارتقای مهارت و توجه به بخش خصوصی از اهداف دومین همایش ملی کارآفرینی در دانشگاه صنعتی شریف است. در همایش امسال هشت موضوع فرصت و تهدیدهای فردی در عرصه کارآفرینی، فرصت و تهدیدهای عمومی در عرصه کارآفرینی، فرصت و تهدیدهای فرهنگی و اجتماعی، راهکارهای تقویت و توسعه کارآفرینی، روش‌های تأمین مالی، رسانه‌ها و آموزش عالی و دانشگاه کارآفرین، اهداف و مأموریت از جمله موضوع‌های دومین همایش ملی کارآفرینی است.

## دریچه

## فروش مؤثر بدون فشار و تحمیل

### ۱. یاد بگیرید فروش را دوست داشته باشید

اگر فروش باعث می‌شود احساس خوبی نداشته باشید شاید به این دلیل است که فروش در انتهای لیست اولویت‌های‌تان قرار دارد. بسیاری از افراد از فروش متنفرند و فکر می‌کنند که از خدمات و کالاهای ما سود می‌برند باید خودشان به سراغ ما بیایند. همه ما دوست داریم خودمان باشیم حتی اگر در فروش محصولات و خدمات موفق باشیم. فروش یعنی کمک به افراد برای انتخاب چیزی که برای‌شان مناسب است. اگر از کمک به مردم لذت ببرید از فروش هم لذت می‌برید. به این شکل دربارش فکر کنید و افکار منفی را مثبت کنید. هرچه در فروش بهتر باشید مشتریان راحت‌تر از شما خرید می‌کنند و بیشتر می‌توانید به آن‌ها کمک کنید.

### ۲. درک کنید مردم دوست دارند چه چیزی بخرند

وقتی مردم محصولات و خدماتی می‌خرند واقعاً چه چیزی می‌خرند؟ منظور خود محصول یا خدمات نیست بلکه منظور رضایت مشتری است. مردم نتایج را می‌خرند. یک تصمیم خرید برای به دست آوردن نتیجه مثبت و دوری از نتیجه منفی گرفته می‌شود چون مردم یا به سمت شادی می‌روند یا از درد دور می‌شوند. تصمیم خرید با چیزهایی که برای مشتری اهمیت دارند متحرک می‌شود و به ارزش‌های فردی آن‌ها مربوط است. ارزش شخصی چیزی است که عمیقاً برای فرد مهم است. فیلترهای ذهنی ایجاد می‌کند که به فرد کمک می‌کنند به هنگام انتخاب محصولات و خدمات به دنبال رضایت باشند.

### ۳. ارتباط برقرار کنید

ارتباط ممکن است به‌عنوان حس راحتی باشد. وقتی در دیگران اعتماد ایجاد می‌کنید، پس این ارتباط اثر می‌گذارد. صداقت می‌تواند کلید اصلی رابطه باشد. ازآنجاکه بیشتر ارتباطات ما غیر کلامی است ما اغلب از پیام‌هایی که به افراد برای ملاقات می‌فرستیم آگاهی نداریم. زبان بدن و تن صدا بر اینکه چطور ارتباط کلامی‌مان تفسیر می‌شود تأثیر می‌گذارد. هر چقدر با فرد مقابل‌تان بیشتر آشنا شوید و بیشتر او را بشناسید رابطه بهتری برقرار می‌کنید.

### ۴. خواسته‌ها و دردهای مشتریان را کشف کنید

عنصر اصلی یک مکالمه فروش موفق این است که بتوانید چالش‌ها، ناامیدی‌ها، نیازها و علایق مشتریان بالقوه را کشف کنید. اگر این کار را به‌خوبی انجام دهید به مشتریان بالقوه کمک می‌کنید تا مشخص کنند چه می‌خواهند و چه نمی‌خواهند. این شفافیت فرد را وادار به اقدام می‌کند. بگذارید از رنج دور شده و به‌سوی لذت و شادی برود. کشف مسائل واقعی نیاز به درجه‌ای از اعتماد و ایجاد ارتباط دارد. باید طوری فرد را هدایت کنید که به شما بگویند واقعاً چه می‌خواهند و نیاز به چه کمکی دارند. گاهی مسائلی که زیاد هم واضح نیستند بیشترین اهمیت را دارند.

### ۵. با زبان مشتری صحبت کنید

دینا را از دیدگاه مشتریان‌تان ببینید و به زبان آن‌ها صحبت کنید. به این توجه کنید مشتریان‌تان چه می‌خواهند و آن را چگونه بیان می‌کنند. ممکن است نکات خاصی را بشنوید که آن‌ها خیلی روی آن تأکید دارند. بعضی از کلمه‌های کلیدی را بنویسید، مطمئن شوید آن‌ها را درست فهمیده‌اید. در مکالمات فروش بعدی با این مشتریان‌تان تا حد ممکن از این کلمات استفاده کنید. می‌بینید که آرامش می‌گیرند، سر تکان می‌دهند و می‌گویند حق با شماست. حرف زدن با زبان مشتری نشان‌دهنده این است که شما آن‌ها را درک می‌کنید و به آن‌ها اهمیت می‌دهید.

### ۶. راه حل ارائه دهید

برای اینکه بتوانید راه حل پیشنهادی خود را با مکالمات فروش‌تان مطابقت دهید گام‌های زیر را مدنظر داشته باشید:

- مشکلات و نتایج دلخواه مشتریان‌تان را خلاصه کنید، توافق کنید و نشان دهید که می‌دانید چه چیزی برای‌شان مهم است.
- مسائل‌شان را تأیید کنید، ارزش‌ها و آنچه می‌خواهند به دست بیاورند را مشخص کنید.
- طرح پیشنهادی خود را با زبان خودشان برای‌شان توضیح دهید و به آن‌ها بگویید که این راه حل چه مزایایی برای خودشان و کسبوکارشان دارد.
- برای فهم بهتر مطالب از شکل‌های تصویری مثل نمودارها استفاده کنید.
- نمونه کارهای خود را به مشتریان نشان دهید تا بفهمند چگونه در گذشته به

## ایلان ماسک:

# هیچ کس حق نظارت بر تویت‌هایم را ندارد

پیش از این ایلان ماسک مدعی شده بود که تویت‌هایش ارزش جریمه ۲۰ میلیون دلاری را داشته‌اند اما اکنون او پا را فراتر نهاده و مدعی شده که اصلاً برای کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) احترام یا اهمیتی قائل نیست و این نهاد هیچ‌کدام از تویت‌هایش را سانسور نکرده یا روی محتوای آنها نظارتی ندارد.

به گزارش دیجیاتو، همانطور که می‌دانید ایلان ماسک بنیانگذار و مدیرعامل کمپانی تسلا، فعالیت بالایی در تویتتر دارد. او چندی پیش در یکی از تویت‌هایش تمایل خود برای خصوصی کردن کمپانی تسلا اشاره کرده و حتی از تأمین منابع مالی مورد نیاز برای انجام آن نیز خبر داده بود. این مسئله موجب شد که وزارت دادگستری آمریکا کمپانی تسلا و شخص ایلان ماسک را تحت پیگرد قانونی قرار دهد.

در پایان وزارت دادگستری آمریکا برای ایلان ماسک و تسلا جریمه‌ای ۲۰ میلیون دلاری در نظر گرفت تا وی روند دیگری برای بست‌هایش در تویتتر پیش بگیرد. این مسئله موجب شد که ایلان ماسک به مدت سه سال از ریاست هیات مدیره تسلا برکنار شود.

از سوی دیگر، تسلا نیز مجبور شد که دو مدیر مستقل را برای هیات مدیره این شرکت معرفی کند. همچنین این شرکت پس از توافق با کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا موظف شد که بر تمامی اظهارات رسانه‌های ماسک از جمله تویت‌هایش نظارت کند.

حال ایلان ماسک در جریان مصاحبه‌ای با شبکه CBS مدعی شده که هیچ‌کس حق خواندن تویت‌هایش پیش از ارسال آنها را ندارد و تاکنون به کسی این اجازه را نداده است.

در قسمتی از این مصاحبه، مجری برنامه تلویزیونی عملکرد کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا (SEC) را زیر سؤال برده و مدعی شده که این ارگان طبق توافقات وظیفه خود را به درستی انجام نمی‌دهد چرا که ممکن است ماسک تویت دیگری منتشر کند و تأثیری منفی یا مثبت بر بازار اوراق بهادار بگذارد. ماسک این سؤال را بدین صورت جواب داد:

«من هیچ احترامی برای SEC قائل نیستم. من به آنها اصلاً توجهی نمی‌کنم.»

علاوه بر این وی اعلام کرده که شخصاً جانشین خود به عنوان مدیرعامل موقت تسلا را انتخاب کرده و این شخص موظف است هرچه او می‌خواهد را انجام دهد. بعید است این اظهارات ماسک بی‌جواب بماند و به نظر می‌رسد پاسخ‌هایی توسط ارگان‌های مربوطه ارائه شود، بنابراین باید منتظر واکنش آنها باشیم.

## بودجه پارک‌های علم و فناوری افزایش می‌یابد

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری گفت در راستای افزایش اشتغال‌زایی جوانان برنامه‌های حمایتی وزارت علوم گسترش پیدا می‌کند.

منصور غلامی، وزیر علوم، تحقیقات و فناوری با اشاره به همکاری وزارت

علوم و معاونت علمی و فناوری، اظهار کرد: پارک‌های علم و فناوری تحت نظارت معاونت علمی نیستند؛ حوزه معاونت در کنار وزارت علوم است.

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری با اشاره به وظیفه معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، گفت: این نهاد در بخش‌هایی وارد می‌شود که وزارت علوم ورود نداشته است و جزو وظایفش نیست، در واقع ما و معاونت علمی خانواده‌ای هستیم که در یک محیط با یکدیگر کار می‌کنیم.

وی ادامه داد: هر اتفاق خوبی که در معاونت علمی و فناوری بیفتد سبب خوشحالی همکاران ما در وزارتخانه و هر اتفاق رخ داده در وزارتخانه به خرسندی مسئولان معاونت علمی منجر خواهد شد.

غلامی درباره پارک‌های علم و فناوری، اظهار کرد: این پارک‌ها با نقشی



## ایجاد صندوق پژوهش و فناوری جامع برای کمک به استارت‌آپ‌ها

معاون جدید سیاست‌گذاری و اعتباربخشی سازمان فناوری اطلاعات ایران با بیان اینکه در دوره جدید، این معاونت در پی انتقال توانمندسازی و تسهیلگری به مناطق دیگر کشور است،

گفت همچنین ایجاد صندوق پژوهش و فناوری جامع را برای کمک به استارت‌آپ‌ها مد نظر داریم.

به گزارش ایرنا، سازمان فناوری اطلاعات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات توسعه کاربردهای ICT و خدمات مبتنی بر آن در بخش خصوصی و دولتی را دنبال می‌کند و قرار است با تکیه بر دانش، داده و تجربه زندگی راحت‌تری را برای شهروندان فراهم کند؛ معاونت سیاست‌گذاری و اعتباربخشی فناوری اطلاعات این سازمان نیز در همین راستا قدم برمی‌دارد.

عنصر کلیدی امید در ورای تمام تصمیماتی که مدیر یک مجموعه اتخاذ می‌کند، یک انتظار نهفته است. «سید سروش قاضی نوری» معاون جدید





## ضرورت تربیت روحیه کارآفرینی دانش آموزان



مدیرکل دفتر آموزش‌های کار دانش وزارت آموزش و پرورش بر تربیت روحیه کارآفرینی دانش‌آموزان در راستای اقتصاد مقاومتی تاکید کرد. به گزارش ایسنا، سیدمصطفی آذرکیش در نشست هم‌اندیشی معاونین آموزش متوسطه قطب دو کشور که در باشگاه فرهنگیان سنندج برگزار شد، یکی از سیاست‌های اولویت‌دار وزارت آموزش و پرورش را توسعه و تقویت مهارت‌آموزی و کارآفرینی عنوان کرد و گفت: بر این اساس توجه متوازن به ساحت‌های شش‌گانه تعلیم و تربیت ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است و به صورت جدی مورد تاکید وزارت آموزش و پرورش است. وی با بیان اینکه در گذشته تعریف دانایی بیشتر به افزایش اطلاعات و آگاهی افراد منحصر می‌شد، گفت: امروز دانایی به معنای کارآفرینی و توسعه مهارت‌های حرفه‌ای است.

### یادداشت



## چطور کارمندان را به بهره‌وری بیشتری برسانیم؟

Galaxy از ۱۰۰۰ کارگر استرالیایی از سوی Sunsuper بیان شد. نتایج این نظرسنجی نشان داد بیشتر کارگران تحت بررسی اعلام کردند کارفرمای آنها باید کارهای بیشتری برای بهبود شرایط کاری انجام دهند.

اگر رهبری یک سازمان را به عهده دارید و از آن دسته مدیرانی هستید که از زوال انجام کارها تقریباً بی‌اطلاع هستید و تنها مسیر در شرکت تا اتاق جلسات را می‌پیمایید چطور می‌توانید انتظار بهره‌وری بالایی داشته باشید؟ شما در حالی که به دنبال انجام کارهای تان بوده‌اید، کارمندان شرایط سخت را تحمل کرده و چاره‌ای جز اطاعت نداشته‌اند، پس طبیعی است که انتظار بهره‌وری بالا دور از ذهن به نظر برسد.

نسود راه‌های ارتباطی و فرآیندهای کارآمد بین مدیران و کارکنان به بهره‌وری کارمندان و موفقیت سازمان آسیب وارد می‌کند و شما به عنوان یک مدیر، تنها مسئول بهبود این نابسامانی‌ها هستید. اگر نتوانید مشکلات درونی سازمان را حل کنید، پس انتظار دستاوردهایی که به نفع سازمان تان باشد را هم نباید داشته باشید.

نتایج نظرسنجی‌ها و تحقیقات درباره تأثیر بهبود اوضاع کارمندان بر افزایش بهره‌وری سازمان

گزارش سال ۲۰۱۸ سان سوپر در مورد نگرش کارفرمایان اعلام می‌کند

- حدود ۶۰ درصد کارمندان باور دارند اگر کمی اوضاع‌شان بهبود پیدا کند، بازدهی‌شان به طور قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

- ۵۸ درصد هم عقیده دارند بهبود تجربه کاری، سرمایه‌گذاری روی سرمایه‌های انسانی شرکت است و به سرعت تمام هزینه‌ها را جبران می‌کند.

- ۴۵ درصد کارمندان هم معتقد بودند رضایت شغلی با کیفیت محصول نهایی ارتباط مستقیم دارد.

ایجاد فرهنگ مثبت (۱۸ درصد)، اعطای مزایای مالی بیشتر (۱۱ درصد)، احترام و پاداش‌ها (۱۰ درصد)، دادن اختیار بیشتر (۹ درصد) و فرصت پیشرفت شغلی (۷ درصد) از جمله راهکارهایی است که کارفرمایان می‌توانند تجربه کاری و رضایت شغلی کارمندان‌شان را بهبود دهند.

نتایج تحقیقات حاکی از آن است، کارمندان به فرهنگ سازمانی نسبت به مزایای مالی اهمیت بیشتری می‌دهند. البته ارزش‌های مورد انتظار در هر گروه سنی متفاوت است.

- نسل جوان بیشتر به دنبال فرصت برای پیشرفت شغلی هستند. (۴۶ درصد)

- بازه سنی دهه‌های ۶۰ تا ۸۰ میلادی تمایل بیشتری به مزایای مالی دارند. (۴۴ درصد)

- متولدین سال‌های جنگ جهانی دوم هم بیشتر دنبال اهداف و انتظارات روشنی از نقش خود در شرکت هستند. (۴۰ درصد)

اگر می‌خواهید بهره‌وری کارمندان و کسب‌وکار تان را افزایش دهید به‌عنوان یک مدیرعامل، برنامه منظمی برای بازدید و اطلاع از بخش‌های مختلف سازمان تدوین کنید. شک نکنید تا زمانی که به موانع فعالیت و بهره‌وری کارمندان پی نبرید، پیشرفت، بازدهی و رونقی که انتظار دارید را مشاهده نخواهید کرد و بسیاری از برنامه‌ریزی‌هایی که در جهت بهبود کسب و کار تان انجام داده‌اید بی‌نتیجه خواهد ماند.

منبع: inc/ucan

شاید به عنوان یک مدیر از عملکرد کارمندان خود ناراضی باشید اما باید بدانید، هر جایگاهی احساس و درک متفاوتی دارد. کارآفرینان تا وقتی که خود را جای کارمندان نگذارند، نمی‌توانند به ایرادات و موانع موجود پی ببرند.

مدیرعامل یک شرکت تصمیم گرفت خود را جای کارمندان بگذارد و با درک مشکلات و دغدغه‌های‌شان به بعضی موانع اصلی کار پی برد. به این منظور تغییر ظاهر داد و یک روز کاری با حضور در بخش‌های مختلف شرکت، زمانی را کنار کارمندان سپری کرد. او متوجه مسائلی شد که تا پیش از این برای او قابل درک نبود، چرا که تنها از جایگاه یک مدیرعامل به آنها نگاه کرده بود. بعد از کسب این تجربه، از کارمندان خود که بدون کمترین چشم‌داشتی، تلاش بی‌وقفه داشتند قدردانی کرد.

شاید شما هم به این فکر بیفتید مانند مدیرعامل مذکور با ظاهری میسدل وارد شرکت تان شوید، خود را کارآموز معرفی کنید و به بخش‌های مختلف سر بزنید، همچنین می‌توانید با مدیر بخش منابع انسانی تماس بگیرید و سؤالاتی درباره بیمه سلامت و فرصت‌های آموزشی بپرسید یا اگر به عنوان مدیر خردفروشی فعالیت دارید، فردی امین و مورد اعتماد را برای بررسی وضعیت موجود به عنوان مشتری به آنجا بفرستید، اما باید بدانید برای اینکه بتوانید از زاویه دید کارمندان و کارکنان تان به مسائل شغلی نگاه کنید حتماً هم نیاز نیست با لباس متفاوت و صورت گریم‌کرده، در نقش دیگری ظاهر شوید بلکه باید بتوانید به‌عنوان مدیر یک شرکت راهی برای دیدن کسب و کار خود از دید کارمندان تان پیدا کنید.

راهکارهایی برای درک مسائل از جایگاه کارمندان به نظر تان کارمندان شما احساس واقعی‌شان نسبت به شغل‌شان چیست؟ به نظر تان هر روز همان‌گونه رفتار می‌کنند که وقتی شما کنار آنها حضور دارید؟ واقعاً فکر می‌کنید در نبود شما و در خلوت خودشان چه رفتاری دارند؟

برای اینکه بتوانید از زاویه دید کارکنان تان به ماجرا نگاه کنید بهتر است کمی هم سراغ روش‌های کلاسیک مدیریت بروید. برای مثال:

- به طور منظم به بخش‌های مختلف سازمان بروید و به شکایت و گله‌های کارمندان گوش کنید.

- نظر کارمندان را در مورد موانعی که سر راه بهره‌وری بیشتر قرار دارد، جویا شوید.

- به پیشنهادها و ایده‌ها گوش کنید.

نکته: البته قبل از هر کاری، باید سعی کنید اعتمادشان را به دست آورید. تا وقتی کارمندان از امنیت شغلی خود و حسن نیت شما مطمئن نشوند، تنها تعریف و تمجید می‌شنوید و هیچ پیشنهاد و انتقادی از جانب آنها دریافت نخواهید کرد.

اهمیت نگاه کردن به مسائل کارمندان از زاویه دید خودشان به گفته اسکات هارتلی، مدیرعامل کمپانی Sunsuper، همان‌گونه که کسب و کارها باید از سلیقه مشتریان آگاه باشند، باید بتوانند با کارمندان‌شان همدلی کنند، نگرش کارمندان‌شان را هم درک کنند و از زاویه دید آنها به مسائل نگاه کنند.

او می‌گوید مدیران باید ببینند آیا برای ایجاد تجربه لذت‌بخش کاری که به اندازه کافی مشوق کارمندان برای ماندن در شرکت و حمایت از آن باشد به قدر کافی تلاش کرده‌اند؟

گفته‌های هارتلی بعد از گزارش نظرسنجی سازمان YouGov



## استقرار پلتفرم مبتنی بر بلاک چین در بانک بزرگ کره‌ای

سختگوی بانک شینهان می‌گوید: پیش از اینکه این فرآیند مبتنی بر بلاک چین را طرح‌ریزی و ارائه کنیم، هیچ ضوابطی برای نگهداری و مدیریت سوابق مالی و محاسباتی این قراردادها وجود نداشت؛ لذا به دلیل اینکه فعالان بازار خودشان اقدام به نگهداری این سوابق می‌کردند، حتی باوجود اینکه بررسی‌های مجددی هم صورت می‌گرفت، باز هم اشکالاتی در زمان محاسبه نرخ‌ها پیش می‌آمد و محل اختلاف می‌شد.

حال این سامانه جدید بانک شینهان، با کاهش دفعات چک‌ها و بررسی‌های متقابل و هر بار اخذ تاییدیه، فرآیند انعقاد قراردادهای سوابق نرخ بهره را تسهیل کرده است. اگرچه کمالات خود بانک در لایه دیگری، نتایج محاسبات را مجدداً آزموده و ارزیابی می‌کند.

پیاده‌سازی و عرضه نهایی این سامانه هم زمانی صورت می‌گیرد که پس از آزمون‌های فراوان و اخذ بازخوردهای مطلوب، کارکرد و پایداری آن برای اولیای بانک محرز شود.

دومین بانک بزرگ کره جنوبی در صد راهاندازی یک سامانه مبتنی بر فناوری بلاک چین است تا خطاهای انسانی را به حداقل برساند. بانک شینهان (Shinhan) در نظر دارد فرآیندهای انعقاد قراردادهای سوابق نرخ بهره (IRS) را در قالب یک سامانه مبتنی بر بلاک چین مکانیزه کند. بنا به اخبار محلی کره جنوبی، پیاده‌سازی سامانه در آبان‌ماه اتمام یافته است.

به گزارش زومیت، ضوابط قراردادهای IRS کمی پیچیده است. IRS نوعی قرارداد آتی است که نرخ بهره به توافق طرفین قرارداد در شرایطی قابل تغییر و جابه‌جایی به‌نحوه است که نرخ اولیه، ثابت و نرخ شناسایی هم اعمال می‌شود. در حقیقت دو یا چند طرف با ملحق شدن به قرارداد، متعهد می‌شوند پرداخت‌ها به یکدیگر را براساس افزایش یا کاهش نرخ بهره، انجام دهند. چنین قراردادی به طرف‌های خود این امکان را می‌دهد تا در محاسبه ریسک بهتر عمل کرده و برای پرداخت بدهی‌های آتی برنامه‌ریزی بهتری داشته باشند.

## کارآفرینی و نوآوری برنامه راهبردی دانشگاه امیرکبیر است

مختلف آموزش و پرورش و صنعت، اظهار کرد: به نظر من هر دو وزارت علوم و آموزش و پرورش یک هدف را دنبال می‌کنند، از این رو بازدهی‌های دانش‌آموزان در واحدهای کارآفرینی انگیزه‌های لازم را برای کارآفرینی در آنها ایجاد می‌کند.

دکتر فاطمه مهاجرانی، رئیس مرکز ملی استعدادهای درخشان و دانش‌پژوهان نیز در این نشست گفت: وزارتخانه‌های علوم و آموزش و پرورش هر دو مأموریت‌های مشترکی دارند لازم است که با هم ارتباط بیشتری داشته باشند.

وی خاطر نشان کرد: علی‌رغم چنین رویکردی دانشگاه صنعتی امیرکبیر تجربه خوبی را برای ادامه همکاری‌ها ایجاد کرد.

مهاجر با اشاره به برگزاری دوره‌های آموزشی برای مرکز استعدادها درخشان، یادآور شد: ما معتقدیم آموزش یک بسته است که تنها یاد دادن یکسری راه حل‌ها و تکنیک نیست و باید همه حوزه‌ها را در بر گیرد.

رئیس دانشگاه صنعتی امیرکبیر با تاکید بر اینکه امروز زمان توجه صرف به برنامه‌های آموزشی گذشته است، گفت کارآفرینی و نوآوری از جمله برنامه‌های راهبردی دانشگاه به شمار می‌رود.

به گزارش مهر به نقل از دانشگاه صنعتی امیرکبیر، دکتر احمد معتمدی در مراسم امضای تفاهم‌نامه میان دانشگاه صنعتی امیرکبیر با مرکز استعدادهای درخشان با بیان اینکه امروزه زمانی نیست که تنها به برنامه‌های آموزشی اکتفا شود و موضوعات کارآفرینی فراموش شود، گفت: این موضوعات در برنامه‌های راهبردی دانشگاه است به گونه‌ای که با همه مشکلات سرمایه‌گذاری‌های خوبی در حوزه کارآفرینی داشتیم.

وی با تاکید بر اینکه این سرمایه‌گذاری‌ها ادامه دارد، خاطر نشان کرد: از ۱۰ واحد فناوری به ۱۲۳ واحد رسیدیم که این امر به دلیل افزایش درخواست‌ها بوده و با این افزایش درخواست نیاز به افزایش بیشتر ظرفیت‌ها داریم. معتمدی با اشاره به همکاری‌های این دانشگاه با بخش‌های



## کمپین تبلیغاتی فقط انجام بده

فقط انجام بده «just do it» یکی از شعارهای تبلیغاتی مشهور است، اما این عبارت چیزی بیش از یک عبارت اندیشمندانه بوده و پایه و اساس همان چیزی است که برندهای بزرگ انجام می‌دهند. در سال ۱۹۸۷، اژانس تبلیغاتی نایک، آگهی کوتاه جدیدی برای شرکت تولید کرد. این تبلیغ از نقش شرکت نایک به‌عنوان اولین شرکت ابداع‌کننده و حامی سبک دویدن آرام، تجلیل می‌کرد. تصاویر خیره‌کننده‌ای از مسیر دانشگاه اورگان گرفته شد. تصاویری از دوندگان معروف از جمله استیو پرفونتاين که به طرز غم‌انگیزی در ۲۵ سالگی درگذشت، در تبلیغات نشان داده شد. او با صدای بلند می‌گفت: «انقلاب فیتنس که آمریکا را تغییر می‌دهد، از اینجا شروع می‌شود.» معنای آگهی، بحث‌برانگیز و قابل توجه به نظر می‌رسید در واقع هم همین‌طور بود؛ اما زمانی که در مقابل جمعیتی بیش از هزار نماینده فروش در جلسه سالیانه نایک به نمایش گذاشته شد، با سکوت مواجه شد. این واکنشی نبود که مؤسس شرکت نایک یعنی فیل نایت در پی مشاهده آن باشد.

اسکات بدبوری، رئیس وقت مارکتینگ نایک، در همایش برند جهانی جدید بیان کرد که نایک به‌جای تجلیل از مشتری، از خود و محصولات خود تجلیل کرد و این مشکل اصلی نایک در تبلیغاتش بود. بدبوری این‌گونه بیان می‌کند: «شاید این تبلیغ خودخواهانه‌ترین تبلیغی بود که یک شرکت می‌توانست به نمایش بگذارد.» دو هفته بعد یادداشتی از بدبوری ارسال شد و از کانون‌های تبلیغاتی درخواست کرد که نقطه دسترسی را برای مشتریان نایک گسترش دهند. اژانس وایدن+کندی، با یک سری آگهی‌های ساده که ورزشکاران رشته‌های مختلف را در حال شنا کردن، انجام حرکات کششی، دویدن و پریدن نشان می‌داد، کار را به دست گرفت.

یک آگهی، یک قهرمان مسابقات سه‌گانه زن را نمایش می‌داد. در آگهی دیگر، یک دهنده ۸۰ ساله دیده می‌شد. آگهی دیگر، یک بسکتبالیست حرفه‌ای را نشان می‌داد. همه آن‌ها با عواطف و هیجان زیادی در مورد کاری که انجام می‌دادند و جرابی انجام آن، صحبت می‌کردند و پس‌از آن، مردم را از طریق تلویزیون با جمله «فقط انجام بده» دعوت به انجام آن کارها می‌کردند. همان‌طوری که بدبوری می‌نویسد، «فقط انجام بده» دعوت به انجام آن کارها می‌کردند. همان‌طوری که بدبوری می‌نویسد، فقط انجام بده در مورد کفش‌های ورزشی نبود، بلکه در مورد ارزش‌ها بود. در مورد محصولات نبود، بلکه در مورد خصلت‌ها بود.



کمپین تبلیغاتی «فقط انجام بده»، ۱۰ سال به‌صورت پیوسته فعالیت داشت و می‌توان از آن به‌عنوان مثال برجسته‌ای از چگونگی پیروزی هیجان فروش نسبت به فروش محصولات یاد کرد. نایک به‌جای اینکه به شما بگوید که چگونه محصولاتش عملکرد برتر و نوآوری بیشتری را به شما ارائه می‌دهند، این امکان را به ورزشکاران می‌داد تا خودشان با جملات بسیار عاطفی، تجربه استفاده از این کفش‌ها را بدون آنکه نامی از نایک برده شود، با طرفداران‌شان در میان بگذارند. به‌محض اینکه آگهی‌ها برای اولین بار منتشر شدند، مردم با نایک تماس گرفتند و پیام‌هایی برای شرکت مبنی بر اشتراک احساسات‌شان نسبت به این نوع از تغییرات و پیروی از جمله «فقط انجام بده»، گذاشتند. آن‌ها بیان می‌کردند که چگونه فیتنس را شروع کرده‌اند، کارهای بد را ترک کرده‌اند، ارتباطات بد را کنار گذاشته‌اند و برای تغییر زندگی خود، از آن جاذبه عاطفی سه‌کلمه‌ای الهام گرفته‌اند.

این جمله آنقدر ماندگار بود که تا به امروز مردم خالکوبی‌های فقط انجام بده را روی بدن خود حک کرده‌اند. ما انسان‌ها، موجوداتی عاطفی هستیم. تصمیمات خریدمان را براساس چگونگی تأثیر محصولات بر احساسات‌مان می‌گیریم. به همین دلیل است که برندهای بزرگ از طریق ایجاد روابط عاطفی صمیمانه با مشتریان به موفقیت دست پیدا می‌کنند. محصول یا نیاز عاطفی من را برآورده می‌سازد (من می‌خواهم احساس سلامتی و موفق بودن را داشته باشم) یا اینکه دسترسی به یک هویت فردی که می‌خواهم تجربه کنم را به ارمان می‌آورد (من یک ورزشکار هستم).

ویژگی‌های محصول معمولاً در مقابل این‌گونه از روابط عاطفی، در درجه دوم اهمیت قرار دارد و مدیران برندهای بزرگ بدین ترتیب برنامه‌ریزی و اقدام می‌کنند. آن‌ها ابتدا هویت برندشان را با کمک ارزش‌های عاطفی شکل می‌دهند و از کارایی محصول برای حمایت از آن ارزش‌ها استفاده می‌کنند. سپس، روابط بلندمدت با مشتری را در مقابل فروش‌های کوتاه‌مدت در اولویت قرار می‌دهند، زیرا می‌دانند مشتریانی که با برند، ارتباط عاطفی دارند، ارزشمندتر هستند و در نهایت از برندشان و نه از محصولات، برای ارزیابی و مقیاس‌گذاری کسب‌وکار خود استفاده می‌کنند.

تمرکز آن‌ها بر روابط عاطفی، موجب نوآوری‌های محصول و گسترش برند می‌شود. علاوه بر این، آن‌ها همواره این سؤال را مطرح می‌کنند که ما واقعاً مشغول انجام چه کسب‌وکاری هستیم؟ در این نمونه، نایک به دنبال آن بود تا فقط به‌عنوان یک برند که به دنبال تولید کفش‌های ورزشی است، شناخته نشود به همین دلیل وارد حوزه گسترده‌تری از الهام‌بخشی به مردم شد تا تبدیل به چیزی شوند که امیدوارند باشند. با این نوع تعهد برای ایجاد روابط عاطفی، برندهای بزرگ همیشه انتظارات مصرف‌کننده را بازتعریف می‌کنند و هنجارهای سنتی صنعت خود را به چالش می‌کشند.

منبع: **hormond**

## چگونه برند شخصی‌مان را به عنوان یک کار آفرین توسعه دهیم؟

رازهای برندسازی شخصی



خواهد کرد. نکته مهم در این میان امکان جلب نظر تمام مخاطب‌های دو برند به هدف اصلی کسب‌وکار شماست. در هر صورت ماهیت فعالیت هر دو برند در یک کسب‌وکار و صنعت خواهد بود.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

نکته جالب بازاریابی در مورد داشتن دو اکانت امکان به اشتراک‌گذاری و به نوعی تبلیغ متقابل میان برندهاست. به این ترتیب در صورت تولید محتوایی جذاب از سوی یکی از برندها در صفحه برند دوم نیز می‌توان آن محتوا را بازنشر داد. با این حال پیش از رسیدن به چنین نقطه‌ای از موفقیت در مدیریت دو اکانت‌مان باید تلاش زیادی در راستای جلب نظر مخاطب انجام دهیم. در غیر این صورت عملکرد ما هرگز مورد پسند مخاطب قرار نخواهد گرفت.

منبع: **inc**

به قلم: پریان هارت مؤسس برند **Flackable** و بازاریاب دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

از همان ابتدای دوران حرفه‌ای فعالیتیم به عنوان یک کارآفرین همیشه به دنبال ایجاد و توسعه یک برند حرفه‌ای و جذاب بوده‌ام. با این حال زمانی که در سال ۲۰۱۴ از شغلم به منظور تاسیس اژانس شخصی خود در حوزه روابط عمومی خارج شدم، فرصت پیش‌آمده را موقعیتی مناسب برای هدایت ایده‌های خود در زمینه برندسازی به مرحله‌ای بالاتر یافتیم.

حقیقت این است که به عنوان یک کارآفرین تازه‌کار شما به سرعت آزادی عمل کافی و انعطاف مورد نیاز برای مدیریت برند شخصی‌تان را خواهید یافت. چنین آزادی عمل و انعطافی هرگز پیش از این در اختیار شما به عنوان کارمند موسسه یا شرکتی دیگر نبوده است. به این ترتیب شما آزادی عمل وسیعی در زمینه تعیین استراتژی‌های آنلاین برندسازی، معرفی چهره‌های متفاوت از شرکت‌تان به مخاطب و همچنین تعیین مسئول‌های مختلف برندتان خواهید داشت. مهمتر از همه اینها، شما فرصت صحبت با مخاطب‌های‌تان از جانب برند خود را خواهید یافت.

در حالی که تاسیس برند تازه و شخصی برای بسیاری از افراد لذت‌بخش و هیجان‌انگیز است، بسیاری از مردم آن را ترسناک و شروع زندگی حرفه‌ای سخت قلمداد می‌کنند. نکته مهم در این میان حفظ اعتماد به نفس و تلاش برای استفاده از این فرصت در راستای توسعه برند شخصی و ترجمه اهداف حرفه‌ای‌مان به زبانی قابل درک برای مشتریان است.

## ۲ برند همیشه بهتر از یک برند هستند

هنگامی که من شرکت خود را تاسیس کردم، برخلاف بسیاری از صاحبان اژانس‌های روابط عمومی، آن را مطابق با نام خانوادگی‌ام «اژانس ارتباطی هارت» یا «اژانس روابط عمومی برایان هارت» نام‌گذاری نکردم. دلیل این کار در وهله نخست عدم علاقه من به شروع کار برند درست مانند سایر رقبا بود. همچنین تمرکز اصلی من در زمینه خلق برندم بازنمایی تصویری کامل از تیم شرکت و کار گروهی درون آن بود. بی‌تردید نام‌گذاری یک برند براساس نام موسس آن به هیچ وجه چنین حسی را منتقل نخواهد کرد. در نهایت نیز هدف اصلی من از تاسیس برند شخصی‌ام رشد آن در کنار برند اصلی و کمک به توسعه ارتباط آن با مخاطب هدف بود.

توسعه و مدیریت دو برند مجزا به صورت هم‌زمان به شما فرصت دو برابر ساختن دستیابی‌تان به مخاطب در فضای دیجیتال را می‌دهد. همچنین میزان دیده شدن شما از سوی مخاطب نیز تا حد زیادی افزایش خواهد یافت. به عنوان مثال، اکنون شما با داشتن دو برند دارای دو اکانت توئیتر، اینستاگرام و لینکدین خواهید بود. با توجه به تفاوت برندهای شما هر کدام از آنها طیف متفاوتی از کاربران را به خود جلب

## ایستگاه بازاریابی

## ۲۱ راهکار افزایش شانس فروش محصول در اینستاگرام (۱)

به قلم: کارلو پاسیس نویسنده حوزه بازاریابی و فروش  
مترجم: امیرالعلی

اینستاگرام از جمله شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود که به علت محیط کاربری و قابلیت‌های جذاب خود، نرخ رشد بسیار سریعی را تجربه کرده است. حضور کاربران میلیونی در این شبکه باعث شده است تا برندهای بسیاری توجه خود را متمرکز آن کنند. در واقع امروزه اینستاگرام در صدر مقاصد برندها برای فعالیت‌های تبلیغاتی و تجاری، محسوب می‌شود. با توجه به حضور شرکت‌های مختلف در آن، لازم است تا به شیوه‌ای حرفه‌ای فعالیت کنید. در واقع شما تنها برند فعال در اینستاگرام نیستید و این امر باعث می‌شود تا نیازمند راهکارهای مختلفی برای ارتقای سطح کاری خود باشید. در همین راستا و در ادامه به بررسی ۲۱ راهکار ثابت شده و کاربردی برای افزایش شانس فروش محصولات شما، خواهیم پرداخت.

## ۱- اطلاعات کافی در قسمت بیو درج کنید

تفاوتی نمی‌کند که پیج شما بسته و یا در معرض دید عموم قرار داشته باشد، بدون شک نخستین چیزی که بازدیدکنندگان با آن مواجه خواهند شد، قسمت بیو شما است. در این رابطه توجه داشته باشید که حتی پروفایل نیز بخشی از این قسمت محسوب می‌شود. به همین خاطر لازم است تا تصویری را قرار دهید که به خوبی معرف شرکت شما باشد. در این رابطه لوگوی شرکت بهترین گزینه موجود محسوب می‌شود. همچنین ضروری است تا اطلاعات کافی در رابطه با نوع کسب‌وکار و ویژگی‌های خود ذکر کرده و حتماً پل‌های ارتباطی کافی را درج کنید. در این رابطه لازم است تا اولویت درستی را داشته باشید و اول از همه به درج کردن آدرس سایت رسمی خود بپردازید. بدن شک شما در صفحه خود نمی‌تواند تمامی نیازهای خود را به بهترین شکل ممکن پوشش دهد. به همین خاطر توصیه می‌شود تا ارتباط خود را با سایت رسمی حفظ کنید. در نهایت توجه داشته باشید که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند روی میزان ترافیک سایت نیز تاثیر مثبتی را داشته باشد.

## ۲- صفحه خود را از حالت شخصی خارج کنید

اگرچه شخصی‌سازی صفحه مزیت‌هایی را به همراه خواهد داشت، با این حال توجه کنید که شما یک صفحه کاملاً تجاری محسوب می‌شوید و این امر به این معنا است که شما به دنبال کنندگان حداکثری نیاز پیدا خواهید کرد. در این رابطه توجه داشته باشید که حتی ایجاد یک بیو کاملاً جامع و جذاب، ممکن است افراد را به دنبال کردن شما قانع نکند. به همین خاطر لازم است تا امکان بازدید از تمامی مطالب وجود داشته باشد. همچنین فراموش نکنید که در اینستاگرام قابلیت‌های فراوانی برای به اشتراک‌گذاری و دسته‌بندی مطالب وجود دارد که تنها زمانی سودمند خواهد بود که امکان بازدید همگان از پیج شما فراهم باشد.

## ۳- ویدئوهای از تجربه‌های مشتریان با محصولات برند خود را منتشر کنید

جلب اعتماد افراد، از جمله بزرگترین چالش‌هایی است که در فروش اینترنتی با آن مواجه خواهید شد. در واقع افراد برای اطمینان از مفید بودن خرید خود، نیازمند اعتماد کافی به برند شما خواهند بود که این امر با توجه به عدم امکان ارتباط مستقیم با محصول، نیازمند فعالیت بیش تر است. اگرچه برخی در این رابطه معتقدند که این امر اقدامی کاملاً دشوار است، با این حال واقعیت این است که تفاوت چندانی میان جلب اعتماد در نمایندگی‌های فروش و به صورت مستقیم با فروش اینترنتی وجود ندارد. در واقع شما می‌توانید با انتشار ویدئوهایی از بررسی محصول و نظر و تجربه واقعی مشتریان در مواجهه با آن، افراد را نسبت به کیفیت و کارایی محصول خود به اطمینان لازم برسانید. با این حال توجه داشته باشید که این امر باید همواره با یک تیم پشتیبانی مناسب همراه باشد تا تمامی سوالات افراد در کسری از ثانیه پاسخ داده شود. در آخر فراموش نکنید که در این رابطه به هر میزانی که از جذابیت و قدرت بیشتری برخوردار باشید، به همان میزان نیز شانس ماندگاری شما در ذهن مخاطب افزایش پیدا خواهد کرد.

## ۴- اصل سادگی را فراموش نکنید

اگرچه کیفیت بالای کار شما نظیر ارسال تصاویر کاملاً حرفه‌ای، از جمله الزامات جذب نگاه کاربران محسوب می‌شود، با این حال توجه داشته باشید که اصل مهمتر این است که اقدامات شما تابع یک نظم و قانون درست باشد. در واقع عدم وجود برنامه‌ای درست برای اقدامات شما تنها باعث آزار دیدن مخاطبان شما خواهد شد.

به همین خاطر لازم است تا تمامی اقدامات شما، طبق یک برنامه و جدول زمانی درست باشد. همچنین این امر که ضمن حفظ کیفیت کار خود، از پیچیدگی بیش از حد نیز جلوگیری کنید، از جمله عواملی خواهد بود که به جذب حداکثری مخاطب کمک بسیاری خواهد کرد. همچنین لازم است تا مراحل خرید محصول را تا حد امکان کوتاه و ساده کنید تا مخاطب در این رابطه نیز با مشکلی مواجه نشود. در آخر فراموش نکنید که یک تجربه جذاب و راحت خرید، از جمله اصل‌های مهمی است که باعث خواهد شد تا افراد به خرید مجدد از برند شما ترغیب شوند.

## ۵- تبلیغات خود را با فصل‌های مختلف هماهنگ سازید

وجود تنوع و هماهنگی با شرایط مختلف، از دیگر مواردی است که به جذابیت کار شما خواهد افزود. در این رابطه با نگاهی به برندهای بزرگ و فعال در اینستاگرام، به این نکته پی خواهید برد که آنها به اصل تنوع کافی در اقدامات خود به خوبی توجه کرده و برای هر فصل، استراتژی‌های مختلفی را دارند. علت این امر نیز به این خاطر است که هر فصل از سال از ویژگی‌هایی برخوردار خواهد بود که در صورت توجه کافی به آن می‌توانید به جذابیت اقدامات خود بیفزایید. همچنین فراموش نکنید که ایجاد چالش‌ها و مسابقات عکاسی با محصول و نظایر آن نیز از دیگر اقدامات مرسوم و کاملاً جذاب محسوب می‌شود.

ادامه دارد ...

منبع: wishpon

## استراتژی دژ یا دفاع از موقعیت

استراتژی‌های بازاریابی برای مرحله رشد بازار (۵)



فرصت‌های موجود فراروی رقبا را، برای متمایز کردن خود از طریق طراحی و عرضه محصولاتی مشابه اما با ویژگی‌های ظاهری و فنی و عملکرد بهتر، محدود کند. ممکن است شرکت پیشگام هم چنین تلاش کند تا به منظور دل‌سرد کردن رقبا از رقابت بر سر قیمت‌ها، هزینه‌های واحد خود را کاهش دهد. شرکت پیشگام باید قدم‌هایی بردارد تا نه تنها محصول خود را بهبود بخشد، بلکه دیدگاه مشتریان نسبت به آن را نیز بهتر کند. وقتی که رقبا وارد بازار یا آماده ورود به آن می‌شوند، تاکید عملیات پیشبرد فروش و تبلیغات شرکت می‌باید از تحریک تقاضای اولیه به سمت ایجاد تقاضای گزینشی و آگاهانه برای نام تجاری شرکت تغییر کند. برای انجام این کار، شرکت پیشگام می‌باید جاذبه‌هایی خلق کند که منافع و ویژگی‌های ظاهری نام تجاری شرکت را پررنگ‌تر کند. در حالی که شرکت پیشگام تلاش‌های پیشبرد فروش خود را با هدف تحریک دیر پذیرندگان محصول جدید به آزمایش آن ادامه می‌دهد، برخی از آن تلاش‌ها ممکن است معطوف ترغیب مشتریان فعلی به تکرار خریدهای خود شود. مثلاً ممکن است کوبن‌های جایزه‌ای داخل بسته‌بندی یک کالا قرار داده شود که مشتری با بهره‌گیری از آن مشتریان از کارکنان فروش خود به جای آن نمایندگی‌ها استفاده کنند. در خصوص کالاهای صنعتی، برخی فعالیت‌های کارکنان فروش از تلاش برای جلب مشتریان جدید باید معطوف خدمات‌رسانی به مشتریان جدید شود. شرکت‌هایی که برای معرفی محصول جدید خود به نمایندگی‌های مستقل اتکا کرده‌اند، ممکن است تصمیم بگیرند که برای تمرکز بیشتر فعالیت‌های فروش خود روی خدمات‌رسانی به مشتریان از کارکنان فروش خود به جای آن نمایندگی‌ها استفاده کنند. شرکت‌هایی که از کارکنان فروش خود برای معرفی محصول جدید خود استفاده می‌کنند ممکن است نیروهای فروش خود را در گروه‌های خاص متمرکز کرده روی صنایع یا بخش‌های مشتری مهم سازماندهی کنند یا اینکه ممکن است نمایندگی‌های حساب‌های کلیدی یا تیم‌های حساب یا مشتری چندکاره، را مأمور خدمات‌رسانی به بزرگ‌ترین مشتریان خود کنند. سرانجام که، هنگام رشد بازار یک شرکت پیشگام می‌تواند جایگاه خود را از طریق توجه بیشتر به خدمات پس از فروش تقویت کند. رشد سریع در تقاضا نه تنها می‌تواند فراتر از توانایی آن شرکت در تولید محصولی با کیفیت برتر باشد بلکه می‌تواند توانایی شرکت را در خدمات‌رسانی به مشتریان کاهش دهد. این امر می‌تواند هم موجب از دست رفتن مشتریان موجود شود، هم باعث می‌شود که آنها با بدگویی و تبلیغات زبانی منفی درباره شرکت، توانایی آن را در جذب و جلب مشتریان جدید به شدت کاهش دهند، بنابراین مرحله رشد محصول اغلب مستلزم سرمایه‌گذاری بیشتر شرکت برای افزایش

حامد هدهدی

روانکاو فروش ایران

اساسی‌ترین و مهم‌ترین استراتژی دفاعی، عبارت است از تقویت پیوسته یک جایگاه قوی کسب‌شده- برای ایجاد استحکاماتی غیرقابل نفوذ که بتواند حملات رقیبی فعلی یا آتی را دفع کند. این استراتژی، تقریباً بخشی است از تلاش‌های یک شرکت پیشگام جهت حفظ جایگاه خود در بازار. با پشتیبانی و حمایت از جایگاه قوی‌ای که قبلاً کسب شده است، این شرکت می‌تواند رضایت مشتریان فعلی را بهبود بخشد و در همان حال جذابیت محصول جدیدش را برای مشتریان جدیدی با نیازها و مشخصاتی مشابه نیازها و مشخصات مشتریانی که زودتر محصول جدید را پذیرفته‌اند، افزایش دهد. وقتی که مشتریان فعلی و بالقوه نیازها و تمایلات نسبتاً همگن و یکسانی دارند و در بازاری انبوه، مشتریان موجود در آن بازار به خوبی از محصول شرکت آگاهی دارند و آن را بر محصولات مشابه موجود در بازار ترجیح می‌دهند، آنگاه تقویت جایگاه شرکت کاری است معقول و منطقی. در برخی بازارهای همگن، تنها کاری که برای حفظ سهم بازار برتر شرکت می‌باید انجام داد، پیروی از یک استراتژی دفاع از موقعیت و اجرای دقیق و مناسب آن است. هر کاری که یک شرکت می‌تواند انجام بدهد تا رضایت، وفاداری و میل مشتری به خرید دوباره محصول‌های شرکت افزایش یابد؛ باید به آن شرکت کمک کند تا از مشتریان فعلی شرکت حمایت کند و بر جذابیت محصول آن شرکت برای مشتریان جدید بیفزاید. در ذیل برخی از اقدامات خاص مناسب اجرای این دو فعالیت به تفصیل مورد بررسی قرار می‌گیرد.

اول: اقداماتی جهت بهبود و افزایش رضایت و وفاداری مشتری: توسعه و گسترش سریع بازده لازم برای عقب‌نماندن یک شرکت پیشگام از یک بازار در حال رشد اغلب می‌تواند منجر به بروز مشکلاتی از حیث کنترل کیفیت برای آن شرکت شود. همین که کارخانه‌ها و کارگاه‌های جدید، تجهیزات و کارکنان جدید در خط تولید به خدمت گرفته می‌شوند، مشکلات و دردسرهای جدید در فرآیند تولید ظاهر می‌شوند. بنابراین، شرکت پیشگام باید به کنترل کیفیت حین این مرحله توجه خاصی کند. بیشتر مشتریان تجربیات مثبت محدودی، در رابطه با نام تجاری جدید دارند- اگر اصلاً تجربه و خاطراتی داشته باشند- که تا حدی ناراحتی و دل‌سردی آنها را هنگامی که انتظاراتشان کاملاً برآورده نمی‌شود، جبران کنند. شاید راحت‌ترین و مشهورترین راهی که یک شرکت پیشگام بتواند جایگاه خود را تقویت کند این باشد که به تغییر و بهبود در محصول خود ادامه دهد. این کار می‌تواند

ادامه دارد. . .

## درس‌هایی که در دوره‌های آموزشی کسب‌وکار نمی‌آموزید(۱)

مدارس کسب‌وکار به شما در راه‌اندازی کسب‌وکار کمک می‌کنند و راهکارهای لازم را ارائه می‌دهند، اما لازم است بعضی ترندها را خودتان فرا بگیرید.

مدارس کسب‌وکار درس‌های خوبی به شما می‌آموزند که بیشتر متمرکز بر برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری استراتژیک هستند. معمولا مدارس کسب‌وکار، نظریه‌های آکادمیک و پیاده‌سازی آن‌ها روی مسائل واقعی را آموزش می‌دهند، اما صرف‌نظر از اینکه اساتید شما تا چه اندازه درخشان هستند یا دوره آموزشی تا چه اندازه حرفه‌ای است، هیچ مدرسه‌ای تمام نکات موردنیاز را به شما آموزش نمی‌دهد.

بسیاری از نکات و مسائل را باید خودتان از طریق آزمون‌وخطا یاد بگیرید. بعضی از مهم‌ترین درس‌هایی که از کسب‌وکار موفق می‌آموزید (و همین‌طور درس‌های زندگی)، از تجربه به‌دست می‌آیند. بنابراین اگر به‌دنبال راه‌اندازی یک کسب‌وکار موفق هستید، سعی کنید ۲۵ نکته ذیل را به‌آموخته‌های خود اضافه کنید.

### ۱. چگونه رهبر بهتری باشید

عملکرد رهبرهایی که مدرک MBA دارند، لزوما بهتر از رهبرهایی که این مدرک را ندارند نیست. براساس یکی از بررسی‌های مجله کسب‌وکار هاروارد روی ۱۰۰ نفر از بهترین مدیران عامل جهان، تنها ۲۴درصد از آن‌ها مدرک MBA داشتند. رهبرهای موفق باید از نقاط قوت و ضعف خود آگاه باشند و حس مثبتی را به محیط اطراف خود منتقل کنند. این نکته را در کلاس درس آموزش نمی‌دهند.

### ۲. هیچ مسیر مستقلی برای موفقیت وجود ندارد

هیچ فرمول مشخصی برای موفقیت وجود ندارد. برای رسیدن به رویاها باید مسیر خود را دنبال کنید. هیچ‌کس (هیچ معلم، راهنما یا حتی رهبر میلیاردر کسب‌وکار) نمی‌تواند راه رسیدن به بهترین آینده را به شما بگوید. باید خودتان به‌دنبال راه‌حل بروید. تصورات شخص دیگر را نمی‌توان کپی کرد یا مجدداً از آن‌ها استفاده کرد.

### ۳. ایجاد روابطی که به پیشرفت کمک می‌کنند

براساس یک سخن معروف، موفقیت به آنچه می‌دانید وابسته نیست، بلکه به آنچه که هستید وابسته است. هر کسب‌وکار موفق براساس روابط خوب ساخته می‌شود. اگر به‌دنبال موفقیت هستید، باید در مهارت‌هایی مثل ایجاد شبکه و ساخت گروه با افراد دیگر به مهارت برسید. به این صورت می‌توانید به مکان‌های مناسب دعوت شوید و افراد مناسب را ملاقات کنید.

### ۴. چگونه یک رابط مؤثر باشید

نحوه انتقال پیام می‌تواند روی انعقاد یک قرارداد یا از بین رفتن یک فرصت تأثیر بگذارد. برقراری ارتباط منجر به توسعه روابط کاری خوب می‌شود و این روابط کاری برای افزایش بازدهی و دلگرمی گروه ضروری است. بعضی افراد، رابط‌های خوبی هستند در حالی که برخی دیگر باید برای بهبود مهارت‌های ارتباطی خود کار کنند. باین‌حال، این بحث به‌دندرت در کلاس‌های کسب‌وکار پوشش داده می‌شود.

### ۵. هر تعامل یک مذاکره است

شاید استراتژی‌های مذاکره را در کلاس‌های کسب‌وکار آموخته باشید اما اجرای آن‌ها در زمان واقعی و در زندگی واقعی کاملا متفاوت است. هرگاه با شخصی در کسب‌وکار ارتباط برقرار می‌کنید به‌صورت رسمی یا غیررسمی در حال مذاکره هستید. وقتی مذاکره به‌خوبی به پایان رسید، دو طرف با رضایت جلسه را ترک می‌کنند و آماده تجارت با یکدیگر می‌شوند.

### ۶. روش تأسیس یک کسب‌وکار جدید

مدارس کسب‌وکار، مراحل ساخت یک کسب‌وکار را به شما آموزش می‌دهند؛ یعنی روش پژوهش، ارائه یک طرح، دستیابی به بودجه، انتخاب یک ساختار مناسب و موارد دیگر، اما نکات دیگری را باید در یک کسب‌وکار جدید در نظر بگیرید که در کلاس‌ها آموزش داده نمی‌شوند. روش یافتن سرمایه، شوق سرمایه‌گذار برای سرمایه‌گذاری روی ایده‌ها و رسیدن به اولین فروش بر عهده شما است.

### ۷. اهمیت نزاکت و رفتار

اغلب افراد رفتارهای خوب را در زمان کودکی از والدین خود می‌آموزند، اما اساتید کسب‌وکار تا چه اندازه بر اهمیت رفتار مناسب هنگام معامله با مشتری تأکید می‌کنند؟ مسائل ساده‌ای مثل به زبان آوردن نام مشتری، انجام به‌موقع کارها، سر قول ماندن و تشکر تأثیر زیادی بر موفقیت شما خواهند داشت.

### ۸. چگونه بهترین افراد را استخدام کنید

هر کارآفرین به‌دنبال استخدام یک تیم برجسته است. مدیران منابع انسانی به‌دنبال تصحیح این فرآیند هستند، اما تصمیم‌گیری در مورد گزینه مناسب همیشه با ترندهایی همراه است که نمی‌توان آن را در هیچ فرمولی جای داد.

### ۹. چگونه از اشتباهات خود درس بگیرید

یکی از دشوارترین درس‌هایی که در کارآفرینی یاد می‌گیرید این است که شکست، اجتناب‌ناپذیر است. گاهی اوقات معامله‌ها محکوم به شکست هستند. همه‌چیز تغییر می‌کند، بازار دچار نوسان می‌شود یا ایده شما به نتیجه نمی‌رسد، اما باز هم باید راهی برای جلو رفتن پیدا کنید. کارآفرین‌ها باید به چارچوب‌بندی شکست‌های خود بپردازند، از اشتباهات خود درس بگیرند و برای نوبت بعدی آماده شوند.

### ۱۰. بازاربازی در دنیای فناوری

در دنیای دیجیتال، فناوری با سرعت بالایی در حال تغییر است که بر روش کسب‌وکار بازار تأثیر می‌گذارد. در این عرصه به‌سرعت متغیر، مدارس کسب‌وکار نمی‌توانند هم‌پای گرایش‌های بازاربازی دیجیتال پیش بروند. کارآفرینان همیشه باید به‌دنبال راه‌حل‌های جدیدی باشند و خود را به‌روز نگاه دارند.

### ۱۱. چگونه با مشتری ارتباط برقرار کنید

روش فروش شما به آنچه می‌فروشید وابسته است. مراکز آکادمیک اغلب اوقات یک گام مهم در ارتباط با مشتری را فراموش می‌کنند؛ مهارت شنیدن سخنان مشتری به‌درستی، در شکل‌گیری روابط مؤثر است.

ادامه دارد ...

منبع: ENTREPRENEUR/zoomit



# ۱۲ نکته موثر برای داشتن یک کسب و کار موفق

که قبل از شروع کارتان و هزینه کردن پول، دانش آن را به‌دست بیاورید.

### ۴. مشتریان خود را بشناسید

قبل از صرف پول در آن زمینه، سعی کنید بفهمید که آیا مردم واقعا حاضر هستند برای خدمات یا محصولات شما هزینه‌ای پرداخت کنند. این کار ممکن است مهم‌ترین مرحله‌ای باشد که باید از آن گذر کنید. نسبت به اعتبار بازار خود به اطمینان برسید. به طور خاص تر، غیر از خانواده و دوستان‌تان چه کسانی خدمات و محصولات شما را خریداری می‌کند؟ اندازه بازار هدف‌تان را تعریف کنید. تعیین کنید که مشتریان‌تان چه کسانی هستند و چرا به کالا یا خدمات شما نیاز دارند. آیا خدمات یا محصول شما مربوط به زندگی روزمره آنها است؟ شما می‌توانید مقالات صنعتی مختلف، داده‌های سرشماری و سایر اسناد را برای کسب اطلاعات بیش تر بخوانید. با این وجود، روش مؤثر و مهم برای به‌دست آوردن اطلاعات، پرسیدن مستقیم از بازار/ مشتریان هدف و سپس گوش دادن به آنها است. اگر می‌خواهید یک کسب و کار موفق داشته باشید، باید از همین حالا روابط خود را به طور جدی تقویت کنید.

### ۵. یک شرکت راه‌اندازی کنید

راه‌اندازی یک شرکت چیزی شبیه به بار آوردن فرزندان است. شما می‌دانید که چه کاری را باید انجام بدهید و در حال انجام چه کاری هستید، اما فرزندان‌تان دقیقا به دستورات شما عمل نمی‌کنند. شرکت همین شرایطی دارد. افتان و خیزان پیش خواهید رفت و در میانه راه نیز کسب تجربه خواهید کرد. در نقطه شروع، ممکن است بارها و بارها با شکست روبه‌رو شوید. نقطه اصلی شروع یک شرکت، متقاعد کردن دیگران برای باور کردن شماست پیش از آن‌که بی‌خیال شما شوند.

### ۶. سرمایه‌گذار جذب کنید

به منظور دریافت پول برای راه‌اندازی شرکت‌تان، به هر سرمایه‌گذار بالقوه‌ای فکر کنید. اگر ایده شما عملی و بالقوه باشد، آنها برای سرمایه‌گذاری پول‌شان در حیطه کاری شما تمایل خواهند داشت. فقط یک ارائه پاورپوینت برای توضیح این‌که چرا باید در حیطه مورد علاقه شما، از جمله هر بخشی از طرح کسب و کارتان سرمایه‌گذاری کنند، آماده کنید. در مورد سود ناخالصی که برآورد کرده‌اید و درصد سودی که به آنها می‌رسد، صحبت کنید.

ابتدا در مقیاس کوچک و با یک گروه کوچک از مشتریان کارتان را شروع کنید؛ به این ترتیب کسب و کارتان بدون سرمایه‌گذاری کردن مبالغ هنگفت شروع می‌شود. چنین روندی ممکن است بهترین مسیر برای شما باشد.

### ۷. کمک و راهنمایی بگیرید

شبکه‌ای از افراد مورد اعتماد ایجاد کنید تا هر زمانی که به کمک نیاز دارید، به آنها مراجعه کنید. هنگامی که در مورد چیزهایی که می‌خواهید خلق کنید، تصمیم می‌گیرید باید گروهی از افراد مورد اعتماد را انتخاب کنید؛ کسانی که می‌توانید ایده‌های‌تان را با آنها به اشتراک بگذارید یا در صورت قرار گرفتن در حالت ایستایی و بدون پیشرفت، با آنها تماس بگیرید. این افراد نباید در آن سطح از موفقیت که خودتان توقع دارید باشند. همچنین، ضرورتی ندارد که در هیات مشاوره حضور داشته باشند. آنها باید باتجربه باشند. هر کسی می‌تواند یک کارآفرین باشد، اما هر کارآفرینی موفق نیست. فقط سعی کنید با افرادی در ارتباط باشید که بر آنچه که شما در حال تجربه کردن‌اش هستید، پیش‌تر غلبه کرده‌اند.

### ۸. خودتان شانس‌تان را بالا ببرید

هیچ‌کدام از ما نمی‌توانیم نقش شانس را در زندگی انکار کنیم. شانس نقش مهمی در موفقیت دارد؛ با این حال، هرچه سخت‌تر تلاش کنید، خوش‌شانس‌تر خواهید بود.

هر کاری که انجام می‌دهید، حتی اگر شغل مورد نظرتان نیست، همیشه سعی کنید بیش‌ترین تلاش‌تان را به کار بیندید. در صورت امکان هر روز صبح نخستین فرد در محل کار باشید و آخرین فردی باشید که در انتهای روز کارتان را ترک می‌کنید. اعتقاد بر این است که کار و تلاش زیاد می‌تواند بیش از رزومه‌تان برای‌تان شانس ایجاد کند.

### ۹- سرسخت باشید

هنگامی که پای راهنمایی‌هایی درباره نحوه تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق به میان می‌آید، سرسختی و پایداری در واقع کمک‌تان می‌کند به نتایج مطلوبی دست پیدا کنید. سرسخت باشید و اجازه ندهید که چیزی شما را مایوس کند یا سبب شود که دست از تلاش بردارید؛ این در واقع یکی از نکات مهم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق است که باید همواره در ذهن داشته باشید. سرسختی و پایداری به عنوان یکی از ویژگی‌های اصلی هر شخص موفق است و فقط مختص کارآفرینان نیست. در واقع، اگر به لحاظ ذهنی و فیزیکی برای مدت‌زمان طولانی به مسیرتان ادامه ندهید و از تلاش بسیار و شکست‌های‌تان بترسید و هدف نهایی‌تان را از یاد ببرید، موفق نخواهید شد.

به عبارت دیگر، سرسختی به معنای مقاومت در برابر شکست نیست. در حقیقت، افرادی که این نوع تفکر را دارند اغلب از شکست هراس دارند. شما باید درک کنید که شکست فقط گام دیگری برای موفقیت است. بنابراین، از حرکت مداوم در مسیر خودتان دست برندارید. مهم نیست که چه اتفاقی می‌افتد، بهترین کار این است که روز به روز جلوتر بروید.

### ۱۰. سطح انتظارات‌تان را پایین بیاورید

این مورد منفی به نظر می‌رسد، اما برای کسانی که تازه‌کار خود را آغاز کرده‌اند ضرورت دارد. بیش‌ترین موفقیت‌ها، موفقیت‌های یک‌شبه نیستند. شما ممکن است در مورد بعضی از موفقیت‌هایی که یک شبه به‌دست آمده‌اند چیزهایی شنیده باشید اما هیچ‌کس واقعیت پشت آنها و داستان کامل را در مورد آنها نمی‌داند. حدس و گمان در مورد اینکه آدم‌های دیگر چگونه به موفقیت رسیدند، تنها تلف کردن زمان ارزشمندتان است. خوب است اگر بتوانید انتظارات خود را در مورد موفقیت سریع و بدون تلاش پایین بیاورید و بعد کسب و کارتان را با فشار کمتری انجام دهید.

### ۱۱. یک تصویر تجاری مثبت را متصور شوید

برای این‌که به یک کارآفرین موفق تبدیل شوید، باید وقت بگذارید و یک احساس مثبت و همچنین تصویری به یاد ماندنی روی افرادی که با شما کار خواهند کرد، مانند مشتریان، سرمایه‌گذاران و مشارکت‌کنندگان، ایجاد کنید. صاحبان کسب و کار خانگی باید از مسیر خود بیرون بیایند و تلاشی آگاهانه را برای طراحی یک تصویر حرفه‌ای از کسب و کارشان به کار بینند. تعداد زیادی از صاحبان کسب و کار دارای فروشگاه‌های ظریف، دفاتر زیبا یا نمایشگاه برای تحت تأثیر قرار دادن مشتریان و شگفت‌انگیز نشان دادن دورنمای خود ندارند. در عوض، بیشتر آنها زمانی که در حال ساخت و حفظ یک تصویر خوب و حرفه‌ای برای کسب و کار خود هستند، روی خلاقیت، تخیل و توجه به جزئیات حتی کوچک تکیه می‌کنند.

از سوی دیگر، با یک تصویر حرفه‌ای، شما همواره شهرت خود را حفظ خواهید کرد. در واقع، شهرت چیزی است که به واسطه محترم شمردن وعده‌های‌تان به‌دست می‌آید. به غیر از تصویر کسب و کار، ثبات در ارائه محصول/خدماتی که ارائه می‌دهید یکی دیگر از جنبه‌های کلیدی است که می‌تواند به شما در ایجاد شهرت و نام نیک کمک کند.

### ۱۲. هنر مذاکرات حرفه‌ای

هنر مذاکره یکی از مهم‌ترین نکات در مورد سوال چطور کارآفرین شویم است که قبل از شروع کار باید بدانید. با استفاده روزانه از این مهارت، در آن خیره شوید. همیشه در ذهن داشته باشید که تسلط بر هنر مذاکره بدین معناست که شما می‌توانید یک موقعیت برد- برد را سازماندهی کنید. موقعیت برد - برد به این معنا است که افراد درگیر در کسب و کار خود احساس خواهند کرد که انگار برنده شده‌اند، چیزی که پایه و اساسی برای ایجاد روابط تجاری سودآور و بلندمدت است. به نکات قیدشده در این نوشتار برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق فکر کنید. این نکات به شما کمک می‌کنند تا مهارت‌هایی را که در زندگی حرفه‌ای خود برای پیشبرد اهداف‌تان لازم دارید، به‌دست بیاورید. امیدواریم این نکات در مورد شیوه‌های تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق بتواند برای نیازهای شما مفید باشد.

منبع: vcool/bazdeh







### مارکتینگ پلن: ۵ قدم در یک برنامه بازاریابی ساده

۱.شناسایی مزیت‌های محصول -تمامی مزیت‌ها را بنویسید توجه داشته باشید: تمامی مزیت‌هایی که برای مشتری وجود داره، نه فقط ویژگی‌های محصول مثال: ویژگی‌های تلویزیون مانند ابعاد، اتصال به اینترنت و … اگرچه براساس ویژگی محصول انتخاب صورت می‌گیرد، اما براساس ویژگی محصول خرید انجام نمی‌شود. مثال: سایت فروش بلیت هواپیما ویژگی محصول: توضیحات در مورد پروازها، مقایسه قیمت‌ها و … مزیت: در آن توضیحاتی در مورد مکان‌های توریستی آمده است. ۲.تشخیص مشکلاتی که محصول شما آن را حل می‌کند ۳.احساسات را تحریک کنید (احساسات مانند: ترس، غرور، شادی، گناه، حسادت و …) همانطور که در قبل هم اشاره شد انتخاب‌ها منطقی و براساس ویژگی‌هاست، اما نکته کلیدی این است که: خریدها براساس احساسات انجام می‌شود. درسته که ما به ویژگی‌ها توجه و انتخاب‌هایی منطقی می‌کنیم، اما دلیل اصلی خرید بر پایه احساس انجام می‌شود. با یک مثال سعی می‌کنم بهتر توضیح بدهم. محصول: بیمه عمر انتخاب‌ها براساس ویژگی‌هاست. عقلانی و منطقی اما خرید بر چه اساسی است؟ خرید هم براساس احساسی مانند ترس برای خانواده شکل می‌گیرد. ۴.شناسایی مخاطب هدف – اطلاعات مربوط به مشتری ایده‌آل (پرسونای مخاطب) را بنویسید (جنسیت، سن، درآمد، وضعیت تاهل، شغل، سفر، فرزندها، روش زندگی، محل زندگی، مسکن، علایق و تفریح …) این اطلاعات با جزئیات بیشتر می‌تواند دقت شما را بیشتر کند

جزییاتی مانند:

- اهل رستوران رفتن است؟ خودش آشپزی می‌کند؟ چه نوع غذایی دوست دارد؟
- چه کتاب‌هایی مطالعه می‌کند؟
- چگونه جست‌وجو می‌کند؟ چگونه آموزش می‌بینند؟ و …
- حضور داشتن در مکان‌هایی که مخاطب حضور دارد
- در کجا می‌توان این افراد را پیدا کرد؟
- برای تفریح به کجا می‌رود؟
- وقت خود را بیشتر در کجا می‌گذراند؟
- کجا خرید می‌کند؟
- کدام رستوران می‌رود؟
- اهل کدام شبکه‌های اجتماعی هست؟ در کدام گروه‌ها عضو هست؟
- چه مجلات و روزنامه‌هایی مطالعه می‌کند؟
- از این طریق می‌توانید در جایی باشید که تعداد زیادی از مخاطبین شما هستند. نکاتی در مورد قدم‌های عملیاتی
- در این مرحله با سه C سرو کار داریم:
- Create. پیشنهادهای مناسب (Offers)
- Capture. گرفتن و نگه داشتن سرخ‌ها(leads)
- Convert. فروش (To Sales)

مثال: فروش ipad

برای تولید سرخ از مخاطبین هدف چه چیزهایی را می‌توان پیشنهاد داد؟

دادن اطلاعاتی که به دنبال آن هستند. مانند مقایسه ipad با دیگر وسایل. مقایسه ipad های مختلف با هم.

توجه داشته باشید که یک مشتری نیازهای مختلفی دارد که باید به آن توجه کرد، مانند:

- نیاز به اطلاعات
- نیاز به فکر کردن
- نیاز به زمانی برای تصمیم‌گیری و خرید و …

و در این مراحل نیاز به همراهی شما دارد تا بتواند مراحل قیف فروش را طی کرده و خرید انجام شود.

استفاده از نمونه برنامه بازاریابی به شما کمک می‌کند. شاید به نوعی دیکته می‌کند که چگونه برنامه بازاریابی خود را شروع کنید.

<b>منبع:</b> <span>ibazaryabi</span>
--------------------------------------

### نحوه تدوین استراتژی رقابتی کسب و کار

مهم‌ترین رویکرد یک کسب و کار استراتژیک، برنامه‌ریزی جهت مزیت رقابتی بلندمدت آن کسب و کار در محیط بازار است. مزیت رقابتی پایدار به یک شرکت امکان می‌دهد تعداد کافی مشتریانی را جذب کند که کالا و خدمات شرکت را به‌صورت پایدار به سایر شرکت‌ها ترجیح دهند. این تقاضای پایدار برای محصولات یک شرکت عامل اصلی سودآوری در بلندمدت است. در ادامه به بیان چهار رویکرد استراتژیک جهت به دست آوردن جایگاهی فراتر از رقبا می‌پردازیم؛

۱. توسعه مزیت مبتنی بر هزینه: دستیابی به هزینه‌های پایین‌تر از رقبا می‌تواند یک مزیت رقابتی پایدار را ایجاد کند، چراکه هزینه‌های پایین‌تر این امکان را برای شرکت فراهم خواهد کرد که قیمتی پایین‌تر از رقبا ارائه کند و یا حاشیه سود بیشتری نسبت به رقبا داشته باشد.

۲. ایجاد مزیت مبتنی بر تمایز: شرکت‌های دنبال‌کننده تمایز باید مستمراً به دنبال نوآوری‌های جدید باشند، تلاش مستمری برای افزایش حیثیت نام تجاری داشته باشند و با بکوشند برای دفاع از خود در مقابل رقبایی که تلاش می‌کنند از ویژگی‌های محصولات پیشنهادی شرکتی که با موفقیت از استراتژی تمایز استفاده کرده تقلید کنند، به سطوح بالاتری از خدمات ارزش‌افزا دست یابند.

۳. تمرکز بر یک گوشه بازار در یک صنعت: بسیاری از شرکت‌ها به‌جای آنکه به دنبال کل خریداران یک صنعت باشند، از طریق برآورده کردن نیازها و خواسته‌های بخش کوچکی از خریداران آن صنعت، مزیت رقابتی کسب کرده‌اند.

۴. توسعه نقاط قوت رقابتی بی‌مانند: اغلب اوقات دستیابی به یک مزیت رقابتی بادوام نسبت به رقبا، بیشتر به ایجاد قوت و توانمندی‌های بارزش رقابتی در منابع بستگی دارد تا به آنچه برای داشتن یک محصول متمایز لازم است. رقبای باهوش می‌توانند تقریباً همواره ویژگی‌های یک محصول مشهور را تقلید کنند ولی دستیابی به تجربه و فوت‌وفن یا منابع تخصصی که یک شرکت آن را طی مدت طولانی رشد داده و تکمیل کرده است، بسیار دشوار تر است.

<b>منبع:</b> <span>hormond</span>
-----------------------------------

# فرصت امروز

### روزنامه مدیریتی – اقتصادی

**| چهارشنبه | ۲۱ آذر ۱۳۹۷ | شماره ۱۲۱۸ | صفحه ۱۶ |**

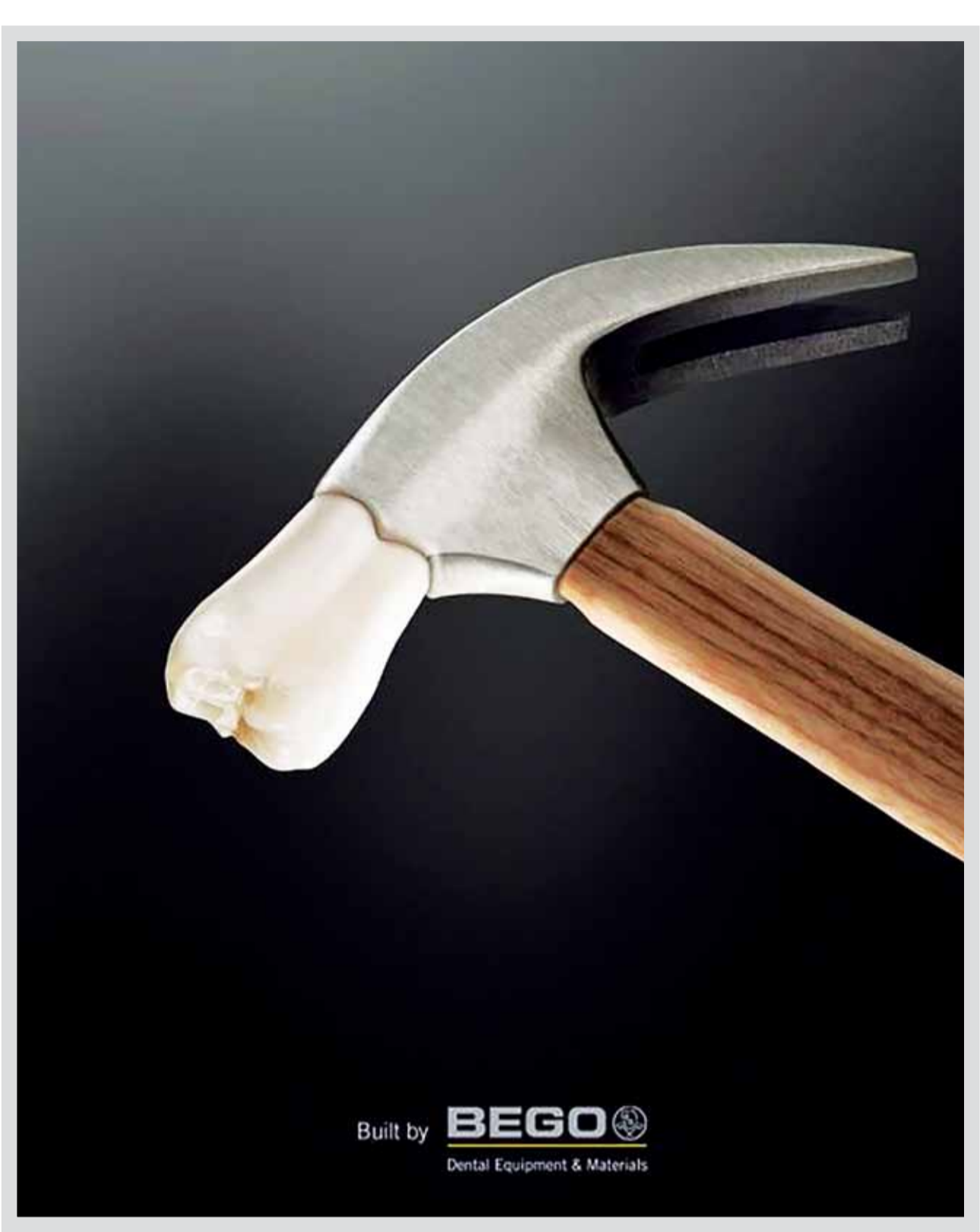
**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
**مدیر مسئول و سردبیر:** محمدرضا قدیمی
**چاپ:** هنر سرزمین سبز
**دفتر مرکزی:** میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک۴۹

**دفتر مرکزی:** ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲
**روابط عمومی:** ۸۸۸۹۵۶۷۲
**فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹
**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۹۳۶۶۵۱
**امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

### تبلیغات خلاق



### مسیر موفقیت

## شغل‌های پردرآمد با سرمایه کم در بازار کاری ایران

این مسئولیت و بستن قرارداد با شخص مورد نظر یک کار جدید را شروع کنید، برای انجام درست این امر احتیاج به یک روابط عمومی قوی و تجربه زیاد دارید، باید بدانید چه چیزی مناسب و ایده آل مراسم است و تهیه و زمان‌بندی آن به چه صورت انجام گیرد.

**وب هاستینگ فروش فضای اینترنتی**

سایت‌هایی که همه روزه در حال خدمات‌رسانی به شما هستند همگی متشکل از چندین بخش هستند، تصاویر، اسناد و … برای دسترسی به این تصاویر و فایل‌ها به مراجعه‌کنندگان نیاز است که رایانه‌ای روی شبکه اینترنت این فایل‌ها را در خود نگهداری کند، کسانی می‌توانند این شغل را انتخاب کنند که تا حدودی آشنایی به این فضا و نوع عملکرد آن داشته باشند و از همه مهم‌تر سرعت اینترنت مناسبی در اختیار داشته باشند، این کار به صورت دورکاری و با کمترین میزان رفت و آمد انجام می‌شود که خود باعث سود خوبی از این کار می‌شود.

**تولید صیفی‌جات**

در دنیای ماشینی این روزها کمتر مواد ارگانیک و طبیعی در اختیار مردم قرار می‌گیرد، داشتن یک باغچه و انجام کارهای باغبانی نه‌تنها روحیه شادی به شما خواهد بخشید بلکه می‌تواند موجب تولیداتی تازه و بازارپسند باشد. صیفی‌جاتی نظیر سبزی‌های مختلف، گوجه و… همه می‌توانند با کمترین هزینه کاشته شوند و به سوددهی قابل توجهی برسند. این کار با کمترین متراژ قابل اجراست و با آبیاری قطره‌ای می‌تواند محصولی ارگانیک و طبیعی را به دست مشتری برساند.

**ملک‌یاب**

کمتر کسی دیگر برای خرید و فروش خانه و آپارتمان خود املاک‌های مختلف را کند و کاو می‌کند، اکثرا با اولین املاکی که تفاهم می‌رسند تا در وقت خود صرفه‌جویی کرده باشند و از این کار کسالت‌بار رهایی یابند، با کمی تحقیق در دور و اطراف و املاک و خانه‌های مورد نظر می‌توانید واسطه‌ای بین فروشنده و خریدار و املاک باشید، طوری که شما به عنوان یک دستیار و همه‌کاره برای آنها کار انجام دهید و حقوق دریافت کنید تا هم در وقت آنها صرفه‌جویی کرده باشید و هم خود به عنوان یک شغل دارای درآمد باشید.

**منبع:** ucan

#### شبکه‌های اجتماعی

با پیشرفت دنیای تکنولوژی و دنیای دیجیتال کسب و کارها هم رنگ و بویی جدید به خود گرفتند، شبکه‌های مجازی با داشتن تعدادی زیادی مخاطب می‌توانند بستر مناسبی برای خرید و فروش هر نوع کالایی را فراهم آورند، کانال‌های پر مخاطب تلگرام، صفحه‌های پر بازدید اینستاگرام، سایت‌های پرطرفدار و … همگی راه‌های جذب مشتری هستند که می‌توانند حتی با تبلیغ در آنها کسب درآمد کرد. همه اینها منوط به استفاده درست از این شبکه‌های اجتماعی است.

#### تولید محتوا

همه محصولات و موضوعات احتیاج به یک راهنمای استفاده و خرید دارند، چطور در کنار کالاهای فیزیکی هنگام خرید یک بروشور وجود دارد و با توضیحات کلامی به مخاطب اطلاعاتی را ارائه می‌دهد، در دنیای دیجیتال و اینترنت هم باید اینگونه متن‌ها نوشته و عرضه شوند، کسی که عهده‌دار تولید محتوا است باید با مهارت و نوشتاری خاص مخاطب را جذب و به طرف محصول و هدف خود بکشاند. این تولید محتوا به جز در دنیای مجازی می‌تواند در روزنامه‌ها و مجلات و دفترچه‌های راهنما نیز بسط پیدا کنند.

#### نمایندگی فروش

یکی از مهارت‌های مهم در عرضه کالای مورد نیاز بحث روی متقاعد کردن برای خرید و تخفیف گرفتن است که به طور عامیانه به چانه زدن معرفی می‌شود. همیشه در هر معامله‌ای دو طرف حضور دارند، خریدار و فروشنده، نمایندگی فروش با اتصال این دو طرف به یکدیگر سعی دارد هم محصول شرکتی که نمایندگی آن را به عهده دارند به فروش برسانند و هم بتوانند با متقاعد کردن طرف خریدار سودی خوب را نصیب خود کنند. در راه این شغل پیشرفت‌های زیادی قابل پیش‌بینی است به طوری که می‌تواند در صدر یکی از شغل‌های درآمدزا قرار گیرد.

#### مشاور برگزاری مراسم

برگزاری یک مراسم علاوه بر استرس‌های خاص خودش و حضور در آن احتیاج به یک بلده‌کار دارد که بداند چه چیزی مورد نیاز است و چه کارهایی باید انجام شود. اگر شما هم اهل برگزاری مهمانی‌های بزرگ هستید و تجربه‌ای در این زمینه دارید می‌توانید با عهده‌دار شدن