

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

یک کارشناس بازار سرمایه:

بورس مسکن
اهرمی برای رونق بازار است

یک کارشناس بازار سرمایه گفت بورس املاک و مستغلات و امتیازات، اهرمی برای اصلاح، تعادل و شفاف‌سازی قیمت‌ها در بازار مسکن خواهد شد...

۲

۴ گزینه مهم اقتصادی مطرح است

شمارش معکوس برای رونمایی
طرح گشایش اقتصادی

در حالی شمارش معکوس برای اعلام محتوای طرح گشایش اقتصادی آغاز شده است که بسیاری از کارشناسان محتوای آن را مرتبط با پیش‌فروش نفت به مردم می‌دانند. به گزارش خبرگزاری خیران‌لاین، بررسی سخنان مسئولان دولتی نشان می‌دهد تغییراتی در حوزه اقتصادی در راستای بهبود وضعیت در راه است. سال ۱۳۹۹ در حالی آغاز شد که ایران جدا از تنگنای همیشگی ناشی از تحریم‌های ضدانسانی آمریکا، حالا با بحرانی تازه نیز روبه‌رو است؛ بحران کرونا. این بحران همه‌گیر که تمام جهان را تحت فشار قرار داده است، حالا در ابعادی وسیع‌تر اقتصاد تحریم شده ایران را با مشکلاتی عدیده روبه‌رو کرده است. بسته شدن مرزها و کاهش صادرات اتفاقی است که برای تمامی کشورهای جهان رخ داده است اما این اتفاق برای اقتصاد ایران که با تحریم‌های نفتی روبه‌روست بیاتر آن است که شرایط برای کسب درآمدهای ارزی با مشکل ویژه روبه‌روست. هرچند دولت تدابیر ویژه‌ای را برای...

۲

ساخت و تکمیل ۹۰۰ هزار واحد مسکونی
تا پایان دولت دوازدهم

۳

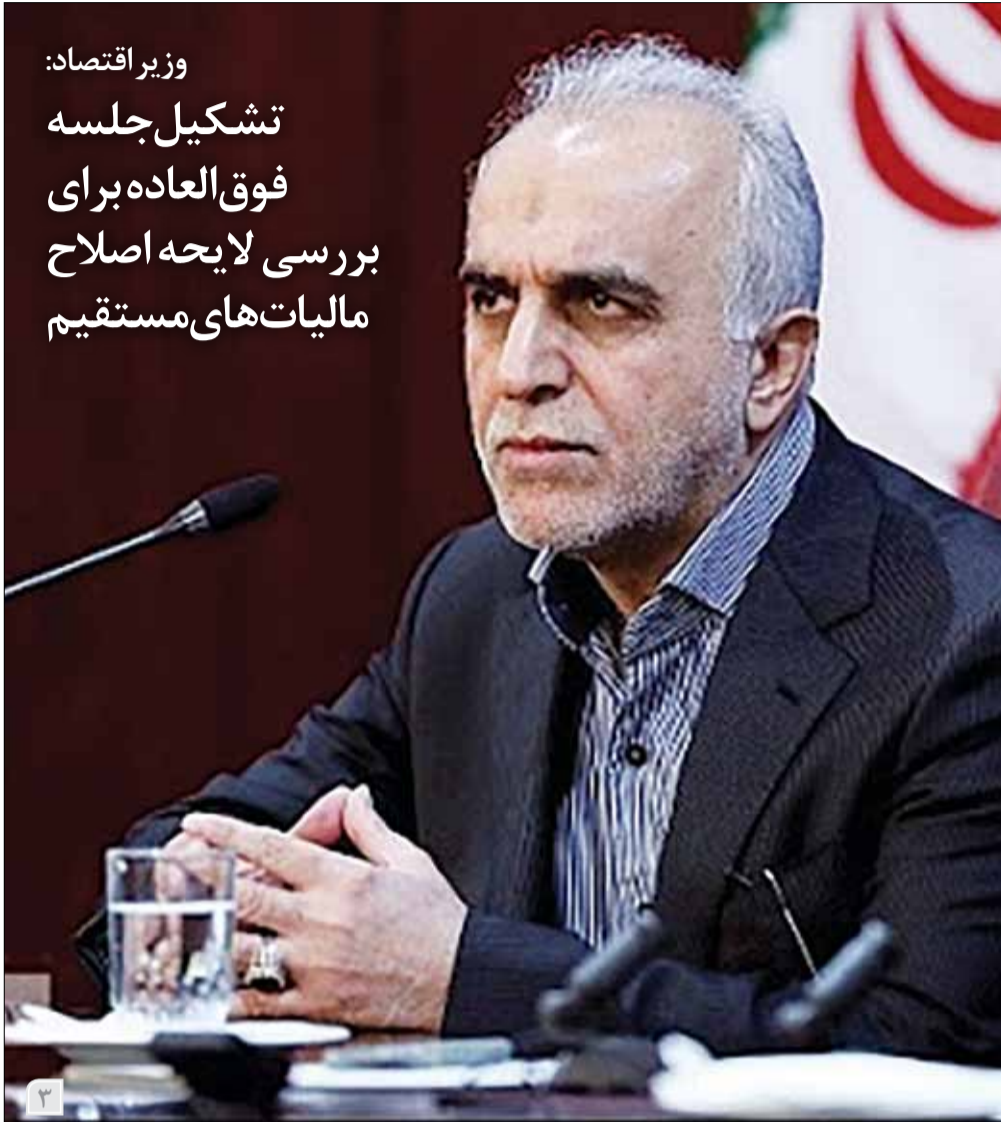
مدیریت و کسب‌وکار



|||||

- بازل کار آفرینی و ضعف آموزش
- اصول روابط عمومی مناسب در دوران کرونا
- نکاتی که از رجیس فیلبین می‌توان آموخت
- افزایش ۲۰۰ میلیون دلاری بودجه بازاریابی مک دونالد
- راهکاری برای ادامه ارتباط با مشتریان در دوران کرونا
- کاهش شدید در آمد تبلیغاتی گوگل

۸ تا ۱۶

وزیر اقتصاد:
تشکیل جلسه
فوق‌العاده برای
بررسی لایحه اصلاح
مالیات‌های مستقیم

۳

رئیس جمهوری خبر داد

تصویب کلیات طرح فروش داخلی نفت در شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا

یک سال پیش رو طراحی و تدوین شده تا دولت بتواند در عین مقابله با جنگ اقتصادی دشمنان و گذر از مشکلات و تنگناهای به وجود آمده در اثر شیوع کرونا، اقتصاد را از تکانه‌های بیرونی حفظ کرده و گشایش‌هایی را در زندگی و معیشت مردم ایجاد کند. روحانی اتکا به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های داخلی، آزادسازی و فعال کردن ظرفیت‌های نیمه فعال اقتصادی در کشور و استفاده از مشارکت مردمی را از ویژگی‌های مهم این برنامه دانست و گفت: این نقشه راه با ایجاد همکاری و هماهنگی میان همه بخش‌های فعال اقتصادی، افقی روشن برای کشور تا یک سال آینده را ترسیم خواهد کرد.

مدیریت تمام این بخش‌ها توسط وزیر امکان‌پذیر نیست بیان کرده است: در شرایط کنونی شهرداری‌ها و دهیاری‌ها زیر نظر وزارت کشور هستند حال پیشنهاد ما این است که این دو بخش به همراه حوزه مسکن، وزارت مسکن را تشکیل دهند و از سوی دیگر وزارت راه نیز تشکیل شود. هنوز مسئولان وزارتخانه از جمله محمد اسلامی وزیر راه و شهرسازی نسبت به طرح تفکیک حوزه راه از حوزه مسکن که از سوی نمایندگان مطرح شده واکنشی نشان نداده‌اند.

خدمات ضروری و پرمصرف مردم، یعنی شش گروه کالا و بیش از ۱۶۰ قلم کالا است و از تاریخ دوم مرداد ماه ۹۸ به صورت رسمی ثبت قیمت به صورت روزانه در این سامانه آغاز شده است. سامانه چهار بخش مهم شامل بخش ثبت قیمت حدود ۱۳۰ قلم کالا توسط کاربران استان‌ها به صورت روزانه، بخش نمایش عمومی قیمت کالاها و خدمات پرمصرف برای عموم مردم، بخش ثبت شکایات مردمی و رسیدگی به شکایات و بخش ثبت قیمت‌های خوداظهاری بنگاه‌های تولیدی است بنابراین به صورت روزانه قیمت حدود ۱۳۰ قلم کالا توسط ۳۱ استان و جنوب کرمان از سطح بازار مراکز استان‌ها جمع‌آوری و در این بخش از سامانه ثبت می‌شود و سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به صورت مستمر و روزانه گزارش مقایسه‌ای قیمت را با استفاده از این اطلاعات تهیه و برای دستگاه‌ها و مراجع مختلف

راستای سامان دادن به بازار سرمایه و بورس و گام مهمی برای مقابله با تحریم نفتی دشمنان دانست و با توجه به تصویب کلیات این طرح در جلسه روز گذشته شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا، اظهار امیدواری کرد پس از تصویب نهایی و تدوین شیوه اجرایی، دولت بتواند این اقدام را عملیاتی کند. رئیس جمهوری با اشاره به تدوین نقشه راه اقتصادی این ستاد برای هشتمین سال کار دولت و در راستای گشایش در معیشت مردم بر مبنای جهش تولید و بهبود محیط کسب و کار، ارتقای سرمایه‌گذاری و اشتغال گفت: این نقشه راه مجموعه منسجمی از سیاست‌های کلان در حوزه‌های مختلف اقتصادی است که برای

طرح مجدد جداسازی مسکن از راه

پیشبرد برنامه‌ها می‌دانند. عقب‌ماندگی حوزه مسکن از جمله عوارض ادغام بخش راه با بخش مسکن عنوان می‌شود. به هر ترتیب برنامه جداسازی یک بار دیگر از سوی نمایندگان مجلس مطرح شده است. رئیس کمیسیون عمران مجلس در این باره گفته است: در شرایط فعلی نمایندگان مجلس موافق این تفکیک هستند تا دو وزارتخانه بتوانند به وظایف‌شان به درستی عمل کنند. محمدرضای رضایی کوچی با بیان اینکه با وجود ۱۵ معاون وزیر و مدیرعامل در وزارت راه و شهرسازی،

در نیمه دوم تیرماه

ماسک سه‌لایه در صدر شکایات مردمی قرار گرفت

به ترتیب محصولاتی از قبیل تلویزیون، لاستیک پرایدی، یخچال فریزر، ماشین لباسشویی و در نهایت شکر از کالاهای اساسی بیشترین تعداد بازدیدکننده را به خود اختصاص داده است. وی افزود: با توجه به آمار و گزارشات ارائه شده، طی مدت سه ماهه اول سال ۱۳۹۹، بیشترین شکایات‌هایی که از مردم از طریق سامانه ۱۲۴ دریافت شده است، مربوط به گوشت مرغ تازه، شکر، برنج هندی، نان، ماسک سه‌لایه کشتار و بعد از آن تخم مرغ، لاستیک و دستکش لاتکس بوده است. این در حالی است که مطابق این آمار، طی تاریخ ۱۶ تیر تا ۳۱ تیرماه سال جاری، بیشترین شکایات واصله در حوزه کالایی ماسک سه‌لایه صنعتی، گوشت مرغ تازه، تخم مرغ، برنج هندی، شکر سفید فله و بعد از آن یخچال فریزر، نان سنگک، سیمان خاکستری و شیر کم‌چرب قرار گرفته است. وی با اشاره به اینکه سامانه ۱۲۴ شامل کالاها و

درسی که باید از حادثه انفجار بندر بیروت آموخت

پدافند غیرعامل، رعایت طرح آمایش سرزمین و خصوصاً الزامات زیست‌محیطی مناطق مذکور را لحاظ و رعایت نمی‌کنند، دغدغه‌مند هستند، که توجه ویژه متولیان امر را می‌طلبد. این رویه در ادوار مختلف وجود داشته و دادن وعده اجرایی پروژه پیش از امکان‌سنجی آن منطبق بر الزامات ذکرشده، کم و بیش در همه دوره‌ها دیده می‌شود که با هدف حل مشکلات یک منطقه، بدون بررسی دقیق، پروژه‌ای اجرا شده و مشکلات دیگری را برای آن مناطق به بار آورده است. .
احداث پروژه‌های عظیم آب‌بَر در مناطق کم‌آب، احداث صنایع دارای مقادیر متفاوت آلاینده‌گی در مناطق بکر محیط‌زیستی یا دارای کشاورزی غنی، عدم احداث طرح‌ها در مناطقی که ظرفیت‌های لازم

دشمنان، تاکید کرد: دولت به ویژه ستاد اقتصادی همواره در تلاش برای اتخاذ و اجرای سیاست‌ها و تدابیری در جهت کنترل نقدینگی و هدایت آن به مسیر درست و چرخه تولید بوده است.

رئیس جمهوری با تاکید مجدد بر اینکه دولت تا آخرین ساعت کار خود، با همه توان انجام وظیفه خواهد کرد، اظهار داشت: مردم باید از تلاش دولت برای ایجاد ثبات و آرامش در اقتصاد اطمینان خاطر داشته باشند و بدانند برای حفظ معیشت و دارایی آنان از هیچ تلاشی فروگذار نخواهیم کرد. وی طرح فروش داخلی نفت و عرضه آن در بورس انرژی را از جمله طرح‌های مبتنی بر اقتصاد مردم‌محور و اقدامی موثر در

سابق وزارتخانه می‌بود که با ادغام دو حوزه راه و شهرسازی شاهد انسجام در تصمیم‌گیری برای این دو بخش هستیم. به طور مثال در زمانی که دو وزارتخانه راه و ترابری و مسکن از یکدیگر جدا بودند بعضاً جاده‌ها، خطوط ریلی، ایستگاه‌های راه آهن یا فرودگاه‌ها کیلومترها دورتر از شهرها احداث می‌شد؛ زیرا پروژه‌محوری در تصمیم‌سازی‌ها ارجحیت داشت. در سوی مقابل، موافقان تفکیک حوزه راه از حوزه مسکن، حجیم و سنگین بودن وزارت راه و شهرسازی را مانعی برای

رئیس جمهوری از تصویب کلیات طرح فروش داخلی نفت و عرضه آن در بورس انرژی در جلسه روز گذشته شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا خبر داد و ابراز امیدواری کرد دولت بتواند پس از تصویب نهایی و تدوین شیوه اجرایی، آن را عملیاتی کند.

به گزارش ایرنا از پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست جمهوری، حجت الاسلام والمسلمین حسن روحانی روز سه‌شنبه در یکصد و پنجاه و هشتمین جلسه ستاد هماهنگی اقتصادی دولت، با اشاره به دغدغه‌های متخصصان و اقتصاددانان در زمینه حجم نقدینگی موجود در جامعه و لزوم هدایت آن به مسیر تولید و مقابله با تحریم و جنگ اقتصادی

تفکیک بخش مسکن و راه از یکدیگر که در سال‌های گذشته مطرح و با مخالفت مسئولان سابق وزارتخانه همراه بود مجدداً از سوی نمایندگان مجلس مطرح شده است. به گزارش ایسنا، جداسازی بخش مسکن از بخش راه در مجموعه وزارت راه و شهرسازی یک بار دیگر روی میز بهارستان‌نشینان قرار گرفت. این طرح پیش از این هم در مجلس دهم مطرح شد که عباس آخوندی وزیر سابق راه و شهرسازی و برخی معاونان او با این تفکیک مخالف بودند. استدلال مسئولان

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت که طی تاریخ ۱۶ تیر تا ۳۱ تیرماه سال جاری، بیشترین شکایات‌هایی که از مردم از طریق سامانه ۱۲۴ دریافت شده است، در حوزه کالایی ماسک سه‌لایه صنعتی، گوشت مرغ تازه، تخم مرغ، برنج هندی، شکر سفید فله و بعد از آن یخچال فریزر، نان سنگک، سیمان خاکستری و شیر کم‌چرب قرار گرفته است. به گزارش ایسنا، عباس تایش درخصوص عملکرد و نحوه کارکرد و فعالیت سامانه ۱۲۴ در سه ماهه اول سال جاری و نیز دو هفته پایانی ۱۶ تیر تا دوم مردادماه سال جاری، اظهار کرد: در سه ماهه اسما ۵۰۰۰ شکایت مردمی راجع به تخلفات صنعتی و غیرصنعتی از طریق سامانه ۱۲۴ استان‌ها دریافت شده است که از این تعداد ۴۰۳۸ مورد شکایت مورد رسیدگی قرار گرفته است و مابقی تحت بررسی کارشناسی از سوی مراجع ذی‌ربط

ادامه از همین صفحه

همچنین منطقه دیپلماتیک و مراکز حساس بیروت در فاصله بسیار کمی از محل نگهداری غیراصولی مواد مذکور قرار داشته تا حدی که همسر سفیر هلند در بیروت در این حادثه کشته شد و همسر و فرزند نخست وزیر لبنان در میان زخمی‌ها هستند.

در واقع، علل مختلفی دست به دست هم داده‌اند تا این حادثه تلخ روی دهد و یا آثار مخرب آن به صورت چندوجهی و مضاعف نمود پیدا کند که به مرور ابعاد و زوایای آن مشخص خواهد شد، اما تاریخ پرفراز و نشیب لبنان نشان داده که این ملت مقاوم از این آزمون سخت نیز سربلند بیرون می‌آید و رنگ و بوی نشاط و زندگی مجدداً در این شهر جاری خواهد شد، چه اینکه این فاجعه با همه ابعادش

یادداشت



جزییات تازه از توافق سران قوا برای فروش نفت به مردم

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس گفت دولت می‌تواند با استفاده از ظرفیت بازار سرمایه برای افزایش فروش نفت تراز تجاری کشور را بهبود ببخشد.

به گزارش تسنیم، محمدرضا پورابراهیمی درباره محتوای جلسه دیروز سران قوا گفت: قراردادهای آتی مربوط به بخش نفت در مقابله با تحریم، هدایت نقدینگی در جامعه و همچنین تأمین منابع مالی برای دولت در بخش‌های مختلف از اهداف طرح فروش نفت به مردم خواهد بود که در دستور کار جلسه سران قوا قرار گرفت.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: با توجه به اهمیت موضوع و ضرورتی که در فضای اقتصادی کشور مطرح است کلیات این طرح مورد توافق قرار گرفت و براساس آن دولت می‌تواند از فروش نفت و قراردادهای آتی نفت استفاده کند.

پورابراهیمی درباره فروش نفت به مردم به صورت قطعی گفت: تلاش خواهیم کرد تعهدات دولت فعلی را به آینده موکول نکنیم و فروش نفت به صورت قطعی انجام شود و مبنای تسویه ریالی در سررسید که تعهد برای دولت آینده داشته باشد منتفی است.

وی درباره تأثیر اجرای این مصوبات در اقتصاد کشور گفت: نخست می‌توانیم از ظرفیت بازار سرمایه برای کاهش فشار ناشی از تحریم‌ها در صادرات نفت خام و میعانات گازی استفاده کنیم و همچنین مجموعه پالایشگاه‌های داخلی کشور به خصوص پالایشگاه‌های کوچک از طریق تأمین خوراک در بورس انرژی را فعال کنیم.

او ادامه داد: با اجرایی شدن این مصوبات صادرات کشور رونق خواهد گرفت و ظرفیت‌های صادراتی برای ارزآوری در بهبود تراز تجاری کشور کمک خواهد کرد.

یک کارشناس بازار سرمایه:

بورس مسکن اهرمی برای رونق بازار است

یک کارشناس بازار سرمایه گفت بورس املاک و مستغلات و امتیازات، اهرمی برای اصلاح، تعادل و شفاف‌سازی قیمت‌ها در بازار مسکن خواهد شد.

به گزارش روز سه‌شنبه پایگاه خبری بازار سرمایه ایران، «کمال خاتزاده» با اشاره به راه‌اندازی بورس املاک و مستغلات و امتیازات به عنوان پنجمین بورس کشور، گفت: بیشترین ارزش دارایی اشخاص حقیقی و حقوقی در ایران املاک است و ضرورت راه‌اندازی چنین بورسی به خوبی احساس می‌شود.

وی افزود: راه‌اندازی این بورس کمک شایانی به نقدشوندگی دارایی‌های مازاد سازمان‌ها می‌کند، به طوری که می‌توانند منابع به دست آمده را صرف اتمام پروژه‌های نیمه‌تمام خود کنند، همچنین یک اهرم برای رونق بازار مسکن محسوب می‌شود. به گفته این کارشناس بازار سرمایه، نرخ تورم، رشد نرخ ارز و عوامل دیگری باعث شده تا افزایش بی‌رویه نرخ مسکن پدید آید، به عقیده بنده راه‌اندازی چنین بورسی به شفافیت و تعادل قیمت‌ها منجر خواهد شد.

خاتزاده پیرامون افزایش درصد سهام شناور آزاد شرکت‌های دولتی در بازار سرمایه توضیح داد: این اقدام یک گام موثر برای عمق‌بخشی و تأمین مالی شرکت‌ها از طرف بورس به حساب می‌آید، اما بهتر است در یک بازه مشخص، به ترتیب و براساس کشش بازار این کار انجام شود تا در روند معاملات خللی ایجاد نکند.

وی گفت: براساس برنامه‌های حمایتی دولت، رشد بازار سرمایه همچنان با شیب کمتر صعود ادامه خواهد داشت، هرچند که برخی شرکت‌ها باید تجدید ارزیابی درآیی انجام دهند و ممکن است شیب صعود کمی بیشتر شود.

خاتزاده خاطر نشان کرد: ارقام بالای موردنیاز برای سرمایه‌گذاری در بازارهای مسکن، خودرو، طلا و ... همچنین رشد بی‌رویه نرخ دلار باعث شده تا موج سهامداران نوپا وارد بازار سرمایه شوند بنابراین این تزریق منابع هم دلیلی برای ادامه رشد بازار است. این کارشناس بازار سرمایه پیشنهاد داد: بهتر است عرضه‌های اولیه با حجم اندک در اختیار سهامداران تازه وارد یا افرادی که پرتفوی کم‌تر از ۱۰۰ میلیون تومان دارند، قرار بگیرد؛ زیرا افرادی که پرتفوی سنگین‌ترین دارند، به فوری‌ت اقدام به فروش عرضه‌های اولیه کم‌سهم می‌کنند، اما سهامداران نوپا آنها را ارزنده‌تر می‌دانند و آن را حفظ می‌کنند.

۸۴ هزار واحد مدرسه به شبکه هوشمندسازی متصل می‌شوند

وزارت ارتباطات اعلام کرد ۴۰ هزار واحد مدرسه به شبکه مستقل هوشمندسازی مدارس متصل شده‌اند که تا پایان شهریور امسال این عدد به ۸۴ هزار واحد مدرسه می‌رسد.

به گزارش روز سه‌شنبه مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، پنجمین ویدئو از سری ویدئوهای «ایران هوشمند»، هوشمندسازی مدارس را روایت می‌کند.

براساس سیاست تحقق عدالت ارتباطی برای کاهش شکاف آموزشی میان دانش‌آموزان شهر و روستا و به همت بخش توسعه ارتباطات روستایی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، شبکه مستقلی تحت عنوان شبکه هوشمندسازی مدارس در سراسر کشور ایجاد شد تا دانش‌آموزان روستایی با سرعت بالا و به شکل رایگان به محتوای آموزشی دسترسی داشته باشند. این شبکه مستقل قرار است بار انتشار هر محتوایی را، بدون محدودیت حجمی و به شکل رایگان در سراسر کشور به دوش بکشد.

www.forsatnet.ir

۴ گزینه مهم اقتصادی مطرح است

شمارش معکوس برای رونمایی طرح گشایش اقتصادی



قرار نگرفته است، تأکید کرد: پیش از بررسی ابعاد کارشناسی این موضوع در جلسه امروز، نتایج آن به اطلاع عموم خواهد رسید. وی به گفتن این نکته بسننده کرد که این طرح بایستی در ارتباط با مدیریت نقدینگی و تأمین مالی باشد.

در اولین ساعات اعلام این طرح از سوی رئیس جمهوری، بسیاری از کارشناسان اعلام کردند محتوای این طرح مرتبط با پذیرش FATF است. حسین سلاح‌ورزی نائب رئیس اتاق بازرگانی ایران تأکید کرد شایعه شده محتوای این طرح مرتبط با پذیرش FATF است و سپس با اشاره به اینکه این گره با دست باز می‌شد، اعلام کرد باز کردن گره‌ی که با دست باز می‌شد با دندان، حالا به گشایش اقتصادی تعبیر می‌شود. اشاره وی به کسانی بود که برخلاف خواسته دولت و مجلس مانع از تصویب این طرح در مجمع تشخیص مصلحت نظام شدند.

این گمانه‌زنی حرف و حدیث‌ها را بالا برد به طوری که حمید حسینی تأکید کرد این گشایش نمی‌تواند مرتبط با FATF باشد چراکه بعید است مخالفان از مواضع خود عقب بنشینند. علیرضا معزی، معاون ارتباطات و اطلاع‌رسانی دفتر رئیس جمهوری اما تعبیری جالب‌تر را در این خصوص به کار برد و در تویییتی نوشت «گرچه خبر مهم اقتصادی که رئیس جمهور از آن سخن می‌گوید درباره لوایح مرتبط با FATF نیست، اما ای کاش آنها که برخلاف نظر دولت و مجلس وقت، راه را بر آن بستند، دریابند که در گمانه‌زنی فعالان اقتصادی و شهروندان، تصویب لوایح چهارگانه و جای نداشتن در لیست سیاه FATF، «گشایش اقتصادی» محسوب می‌شود.»

اینچنین بود که کم کم پرونده گمانه‌زنی درباره اف‌ای‌تی‌اف بسته شد تا در سخت‌ترین شرایط ایران همچنان در لیست سیاه اف‌ای‌تی‌اف باقی بماند، اما برخی از دست‌یابی به توافقاتی برای آزادشدن پول‌های بلوکه

رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات اتاق ایران:

تسهیل قوانین برای پیشرفت اقتصادی ضروری است

تسهیل شرایط بازاریابی به عمل آورد تا محصولات ایرانی در بازارهای خارجی جایگاه خود را بازیابد، وی پیشنهاد داد: کاهش مالیات حقوق و دستمزد که توسط کارفرمایان پرداخت می‌شود، می‌تواند در این شرایط به فعالیت بنگاه‌های اقتصادی کمک کند.

به گفته طلایی، همکاری بیشتر سازمان تأمین اجتماعی با بنگاه‌های اقتصادی برای عبور از شرایط سخت کنونی ضروری است و دولت باید کمک‌های بیشتری برای عبور از بحران با هدف بنگاه‌های کوچک و متوسط در نظر بگیرد.

رئیس کمیسیون فوای اتاق ایران تأکید کرد: تأمین ارز برای تولیدکنندگان یکی از بزرگ‌ترین معضلات آنهاست و در نتیجه تأمین مواد اولیه و تجهیزات مورد نیاز تولید هم سخت‌تر شده‌است. به گفته طلایی، سرعت‌گردش نقدینگی در کشور کاهش یافته و مشکلات زیادی برای تولیدکنندگان ایجاد کرده است و بانک‌ها کوچک‌ترین توجهی به دستورالعمل‌های دولت نشان نمی‌دهند و شاید با رعایت برخی مسائل بتوان به بنگاه‌های اقتصادی کشور کمک کرد.

محمدرضا طلایی گفت: صادرکنندگان غیرنفتی کشور برای بازگشت ارز به کشور مشکلات فراوانی دارند، تولیدکنندگان برای عرضه محصولات‌شان با کاهش تقاضا روبه‌رو شده‌اند که باید نسبت به فراهم‌سازی فرصت توسعه صادرات برای استمرار فعالیت آنها، اقدام شود.

رئیس کمیسیون فوای اتاق بازرگانی ایران افزود: وزارت امور خارجه باید فعالیت‌های بیشتری را برای بهبود روابط با دیگر کشورها و

در حالی شمارش معکوس برای اعلام محتوای طرح گشایش اقتصادی آغاز شده است که بسیاری از کارشناسان محتوای آن را مرتبط با پیش‌فروش نفت به مردم می‌دانند .

به گزارش خبرگزاری خبرآنلاین، بررسی سخنان مسئولان دولتی نشان می‌دهد تغییراتی در حوزه اقتصادی در راستای بهبود وضعیت در راه است. سال ۱۳۹۹ در حالی آغاز شد که ایران جدا از تنگنای همیشگی ناشی از تحریم‌های ضدانسانی آمریکا، حالا با بحرانی تازه نیز روبه‌رو است؛ بحران کرونا.

این بحران همه‌گیر که تمام جهان را تحت فشار قرار داده است، حالا در ابعادی وسیع‌تر اقتصاد تحریم شده ایران را با مشکلاتی عدیده روبه‌رو کرده است. بسته شدن مرزها و کاهش صادرات اتفاقی است که برای تمامی کشورهای جهان رخ داده است اما این اتفاق برای اقتصاد ایران که با تحریم‌های نفتی روبه‌روست بیانگر آن است که شرایط برای کسب درآمدهای ارزی با مشکل ویژه روبه‌روست.

هرچند دولت تدابیر ویژه‌ای را برای بازگشت ارز حاصل از صادرات غیرنفتی اندیشیده است، اما در عین حال همچنان وضعیت ورود ارز به دلیل تحریم‌های بانکی و ... با مشکلاتی خاص روبه‌روست. حالا اما سران قوا طرحی را تدارک دیده‌اند که به طرح گشایش اقتصادی موسوم است.

اصل داستان اما چیست؟

چندی پیش وقتی همتی، رئیس کل بانک مرکزی با این پرسش درباره محتوای طرح روبه‌رو شد ترجیح داد پاسخی کلی را رسانه‌ای کند. وی گفت: در جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی موضوع طرح گشایش اقتصادی مطرح خواهد شد و مورد بررسی قرار می‌گیرد. همتی با تأکید بر اینکه هنوز ابعاد کارشناسی این طرح مورد بررسی

اساسنامه شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی بررسی شد. معاون برنامه‌ریزی وزیر نفت اظهار کرد: ما در نشست‌های متعدد به صورت رسمی اعلام کردیم آماده هرگونه همکاری برای واگذاری سهام پالایشگاه‌ها هستیم و هم‌اینک نیز از این تریبون خدمت همه مردم و مسئولان اعلام می‌کنم به هر روشی که وزارت امور اقتصاد و دارایی تشخیص دهد چه به صورت صندوق ETF، چه به صورت بلوکی و چه دانش‌بنیان» است.

آمادگی وزارت نفت برای واگذاری سهام پالایشگاه‌ها به روش وزارت اقتصاد

تعداد بسیار بسیار محدودی از سهام پالایشگاه‌ها هستیم. همواره در مکاتبات و دیدارهایی که با همکاران‌مان در وزارت اقتصاد و سازمان خصوصی‌سازی داشته‌ایم این موضوع را اعلام و تأکید کردیم به هر طریقی تشخیص می‌دهند سهام به مردم واگذار شود. وی افزود: پس از مصوبه مجلس در قالب بودجه ۹۹ نشست‌های متعددی میان وزارت نفت و سازمان خصوصی‌سازی برگزار و راهکارهای مختلف واگذاری سهام پالایشگاه‌ها در قالب قانون و مقرراتی که وجود دارد و همچنین



چگونه دلار کمتر از ۲۰ هزار تومان می‌شود؟



در صرافی‌های بانکی

قیمت دلار ۲۱ مرداد ۱۳۹۹ به ۲۱ هزار و ۴۸۰ تومان رسید

قیمت هر دلار آمریکا (اسکناس) دیروز سه‌شنبه ۲۱ مرداد در صرافی‌های بانکی به ۲۱ هزار و ۴۸۰ تومان رسید. به گزارش خبرنگار مهر، صرافی‌ها دیروز هر دلار را ۲۱ هزار و ۳۸۰ تومان خریداری کردند. همچنین دیروز قیمت خرید هر یورو در صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۱۳۰ تومان و قیمت فروش آن ۲۵ هزار و ۲۳۰ تومان بود.

قیمت طلا کاهش یافت به گزارش خبرنگار فرصت امروز، قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار دیروز تهران به ۱۰۳۳۰۰۰۰ ریال رسید که نسبت به روز گذشته ۳۳۰۰۰۰ ریال کاهش را نشان می‌داد. قیمت طلای ۲۴ عیار نیز با کاهش ۴۴۰۰۰۰ ریالی نسبت به روز گذشته به ۱۳۷۸۰۰۰۰ ریال رسید. قیمت هر مثقال طلای دیروز در بازار تهران نیز ۴۴۸۳۰۰۰۰ ریال بود که در مقایسه با روز گذشته ۱۳۸۰۰۰۰ ریال کاهش را نشان می‌دهد.

قیمت سکه طلای جدید دیروز ۱۰۶۰۰۰۰۰۰ ریال بود که نسبت به دیروز ۱۷۹۰۰۰۰۰ ریال کاهش قیمت داشت. سکه بهار آزادی نیز ۱۰۵۵۰۰۰۰۰ ریال معامله شد. براساس همین گزارش قیمت نیم سکه نیز به ۵۳۰۰۰۰۰۰ ریال، ربع سکه به ۳۱۰۰۰۰۰۰ ریال و سکه گرمی نیز به ۱۶۵۰۰۰۰۰ ریال رسید.

همچنین همزمان با تقویت ارزش دلار و در حالی که سرمایه‌گذاران روی طرح محرک مالی دولت آمریکا و اثرات افزایش تنش بین آمریکا و چین در آستانه مذاکرات تجاری مهم این هفته متمرکز شده‌اند قیمت طلا روز سه‌شنبه شاهد کاهش بود. به گزارش خبرگزاری تسنیم به نقل از رویترز، قیمت هر اونس طلا با ۰.۴۵ درصد افت به ۲۰۱۸ دلار و ۱۸ سنت رسید. قیمت فلز زرد در معاملات آبی روز گذشته برای تحویل در ماه دسامبر با نیم درصد افت به ۲۰۲۹ دلار و ۵۰ سنت رسید.

شاخص ارزش دلار در برابر سید ارزهای رقیب دیروز با ۰.۱ درصد رشد به نزدیکی بالاترین رقم یک هفته اخیر رسید و سبب گران شدن طلا برای خریداران شد که با ارزش‌های غیردلاری خرید می‌کنند. در تازه‌ترین تحولات روابط تنش آلود آمریکا و چین، دولت یکن تحریم‌هایی را علیه ۱۱ شهروند آمریکایی از جمله چند چهره جمهوری خواه اعمال کرده است. این تحریم‌ها در واکنش به تحریم‌های وضع شده از جانب واشنگتن علیه مقامات هنگ کنگ و چینی به اجرا گذاشته می‌شود. استیون منوچین، وزیر خزانه‌داری دولت آمریکا گفته شرکت‌های چینی و سایر کشورها که از استانداردهای حساسی تبعیت نکنند تا پایان سال ۲۰۲۱ از حضور در بازار بورس آمریکا منع خواهند شد. رهبران کنگره و مقامات دولت ترامپ روز دوشنبه گفتند آماده از سرگیری مذاکرات بر سر بسته کمک مالی مقابل به کرنا هستند، اما گفت وگوها همچنان با بن بست مواجه است. براساس تازه‌ترین آمارها تاکنون بیش از ۲۰ میلیون نفر در سراسر جهان به ویروس کرنا مبتلا شده‌اند و نزدیک به ۷۳۲ هزار نفر جان خود را از دست داده‌اند. چارلز ایوانز رئیس فدرال رزرو شیکاگو گفت، بحران اقتصادی ناشی از همه‌گیری کرنا بیش از همه به طبقه کارگر لطمه زده و سیاست‌گذاران باید با اتخاذ سیاست‌های مبتکرانه به افشار آسیب‌پذیر کمک کنند.

کار انجام دهد، بلکه باید میزان قابل ملاحظه‌ای تزریق ارز به بازار صورت بگیرد تا این سطح مقاومتی شکسته شود. وی ادامه داد: اکنون تنها منبع تامین ارز در بازار صادرات غیرنفتی است که رئیس بانک مرکزی باید اعلام کند که به طور دقیق نرخ ارز باید چقدر باشد و این نرخ چه تاثیری بر صادرات غیرنفتی کشور خواهد گذاشت، زیرا یکی از انگیزه‌های اصلی صادرکنندگان غیرنفتی برای صادرات زیاد شدن نرخ ارز است که کاهش آن می‌تواند این صادرات را متاثر کند. این استاد دانشگاه در پایان سخنانش اظهار کرد: اگر بانک مرکزی معتقد است که نرخ فعلی ارز مناسب نیست باید به مردم و بازار سیگنال بدهد که نرخ مناسب چقدر باید باشد و با شرایط فعلی اقتصاد همخوانی داشته باشد. همچنین، این نرخ به صادرات غیرنفتی لطمه نزد، زیرا اگر صادرات غیرنفتی هم لطمه ببیند دیگر منبعی برای تامین ارز واردات کالاها نخواهیم داشت.

با توجه به کاهش نرخ ارز و تاکید رئیس کل بانک مرکزی بر اینکه نرخ کنونی واقعی نیست و مردم شاهد کاهش نرخ ارز در روزهای آینده خواهند بود، یک کارشناس اقتصادی ضمن بیان اینکه بانک مرکزی باید نرخی که برای ارز واقعی می‌داند را اعلام کند، به بررسی اینکه چگونه دلار می‌تواند کمتر از ۲۰ تومان باشد، پرداخت. به گزارش ایسنا، تیرماه سال جاری بود که بازار ارز میزان نرخ‌های قابل توجهی شد که رئیس کل بانک مرکزی علت آن را کاهش صادرات در پی بسته شدن مرزها به دلیل شیوع ویروس کرنا اعلام کرد تا اینکه سرانجام برای مدتی این بازار آرام گرفت، اما مجدد در این روزها بازار ارز روند کاهشی به خود گرفته و روز گذشته نرخ دلار با کاهش قیمت چشمگیری مواجه شد و به کانال ۲۰ هزار تومان برگشت. وضعیت بازار ارز در شرایطی با این نوسانات مواجه شده است که هم‌تای تا زمانی که نرخ واقعی ارز را رقمی بسیار پایین‌تر از قیمت فعلی آن در بازار دانسته و از تلاش برای به کارگیری همه ابزارها برای متعادل‌سازی نرخ ارز خبر داده است. رئیس کل بانک مرکزی همچنین معتقد است که مسئله ارز تنها جنبه اقتصادی ندارد و دارای ابعاد امنیتی، سیاسی و اقتصادی نیز است که سایر نهادهای کشور باید ما را در کنترل نرخ ارز حمایت کنند. علاوه بر این، هم‌تای به مردم وعده داده که در روزهای آینده شاهد کاهش قیمت‌ها در بازار ارز خواهند بود. در این زمینه کامران ندری به عنوان یک تحلیلگر اقتصادی در گفت و گو با ایسنا، توضیح داد: نرخ ارز گرچه در کنترل تورم موثر است اما کنترل آن به دلیل تحریم‌ها با سختی مواجه شده است، زیرا پیش از تحریم‌ها عمده توان بانک مرکزی برای کنترل بازار ارز به ارزش‌های صادرات نفتی مربوط بود که اکنون این توان کم شده است. باید از یک ابزار جایگزین در این زمینه استفاده شود که آن نرخ بهره بانکی است و به اعتقاد من تاکنون بانک مرکزی از این ابزار برای کنترل نرخ ارز استفاده مناسبی نکرده است.

به گفته ندری، فعلا شواهدی که در بازار وجود دارد حاکی از آن است که کانال ۲۰ تا ۲۱ هزار تومان یک سطح مقاومتی جدی در بازار ارز است که بانک مرکزی برای کاهش آن با مدیریت انتظارات نمی‌تواند کاری انجام دهد، بلکه باید میزان قابل ملاحظه‌ای تزریق ارز به بازار صورت بگیرد تا این سطح مقاومتی شکسته شود. وی ادامه داد: اکنون تنها منبع تامین ارز در بازار صادرات غیرنفتی است که رئیس بانک مرکزی باید اعلام کند که به طور دقیق نرخ ارز باید چقدر باشد و این نرخ چه تاثیری بر صادرات غیرنفتی کشور خواهد گذاشت، زیرا یکی از انگیزه‌های اصلی صادرکنندگان غیرنفتی برای صادرات زیاد شدن نرخ ارز است که کاهش آن می‌تواند این صادرات را متاثر کند. این استاد دانشگاه در پایان سخنانش اظهار کرد: اگر بانک مرکزی معتقد است که نرخ فعلی ارز مناسب نیست باید به مردم و بازار سیگنال بدهد که نرخ مناسب چقدر باید باشد و با شرایط فعلی اقتصاد همخوانی داشته باشد. همچنین، این نرخ به صادرات غیرنفتی لطمه نزد، زیرا اگر صادرات غیرنفتی هم لطمه ببیند دیگر منبعی برای تامین ارز واردات کالاها نخواهیم داشت.

آگهی برگزاری فراخوان عمومی مناقصه عمومی (ارزبایی کیفی و فنی)

فراخوان شماره: ۲۰۹۹۰۹۲۴۲۱۰۰۰۱۸ شماره مجوز: ۱۳۹۹/۲۲۷۷

شرکت گاز استان هرمزگان در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله‌ای خرید سه عدد بال ولو ۱۶ اینچ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکار واجد شرایط به شرح ذیل واگذار نماید:

- موضوع مناقصه: خرید سه عدد بال ولو ۱۶ اینچ
- مدت قرارداد: ۶۰ روز تقویمی
- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف: بندرعباس - بلوار گاز - شهرک فجر - شرکت گاز استان هرمزگان - دفتر امور قراردادهای - تلفن ۰۷۶۳۲۱۹۷۲۳۶
- مهلت زمانی دریافت اسناد فراخوان: ۷ روز پس از تاریخ انتشار نوبت آگهی
- مهلت زمانی ارسال پاسخ فراخوان: ۱۴ روز پس از اتمام مهلت دریافت اسناد
- به این مناقصه پیش پرداخت تعلق نمی‌گیرد.
- به منظور ارزیابی مالی پیشنهادهای از دستورالعمل تعیین دامنه قیمت‌های متناسب پیشنهادی وزارت نفت استفاده می‌گردد.
- حداقل رتبه قابل قبول جهت شرکت در مناقصه: قراردادن در لیست تامین کنندگان مورد تایید شرکت نفت (وندور لیست سامانه EP)

ضمناً کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۲

روابط عمومی شرکت گاز استان هرمزگان

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شماره مجوز: ۱۳۹۹/۲۴۴۱

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد خدمات مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید:

شماره مناقصه	۹۹/۸۸۴ (تجدید آگهی)
موضوع مناقصه	بیمه شخص ثالث و بدنه خودروهای شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	ریال ۸۳۴/۰۰۰/۰۰۰
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۰۲/۱۳۳۴/ت/۰۵۰۶۵۹ مورخ ۹۶/۰۹/۲۲ هیأت وزیران می‌باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	ریال ۱۶/۶۶۷/۹۰۲/۷۵۶
آخرین مهلت بازگذاری و ارسال مستندات (ارزیابی کیفی و فنی)	۹۹/۶/۵ تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط
آخرین مهلت تحویل پاکت پیشنهادهای مالی	۹۹/۷/۱ تاریخ گشایش پاکت پیشنهادهای مالی
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر، شهرستان عملویه، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، ساختمان اداری مرکزی ستاد - امور پیمانها

مناقصه گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن ۲۷۵۶ - ۰۷۳۳۱۳۱۲۷۶۱ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۵/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۵/۲۲

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات

پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات (مرکز تحقیقات مخابرات ایران)

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۹۹/۱/ع

پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات در نظر دارد نسبت به واگذاری "انجام امور خدمات عمومی، نظافت، آبدارخانه، تاسیسات، پشتیبانی و خودرویی پژوهشگاه، بصورت حجمی" با مشخصات و شرایط مندرج در اسناد بصورت مناقصه عمومی و انعقاد قرارداد با اشخاص حقوقی دارای توانایی و تجربه علمی و عملی مرتبط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. لذا از کلیه شرکت‌های خدماتی مرتبط که دارای گواهینامه تائید صلاحیت معتبر در این زمینه از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بوده و توانمندی لازم جهت انجام امور محوله را دارند تقاضا می‌شود پس از نشر آگهی، به سامانه فوق مراجعه و پس از طی مراحل مندرج در سامانه، اقدام به شرکت در مناقصه نمایند.

لازم به ذکر است پیشنهادهای آرسالی باید سه ماه از تاریخ آخرین روز تسلیم پیشنهادهای اعتبار داشته باشد.

- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: روز سه‌شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۵/۲۱ ساعت ۸:۰۰
- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹:۰۰ روز دو شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۰
- مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۶:۰۰ روز شنبه تاریخ ۱۳۹۹/۶/۲۹
- میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانت نامه بانکی به مبلغ ۱۰۷۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال.
- هزینه آگهی از برنده مناقصه دریافت می‌شود.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف (اصل ضمانتنامه بانکی): تهران - انتهای خیابان کارگر شمالی - روبروی سازمان انرژی اتمی - ساختمان اصلی - طبقه همکف - امور مناقصات - واحد مناقصات: آقای نیک منش ۰۲۱-۸۴۹۷۷۴۲۴ - نشانی سایت مناقصه گزار: www.ITRC.AC.IR مرکز تماس پشتیبانی سامانه: ۰۲۱-۴۱۹۳۴-۲۷۳۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام در سامانه: ۸۵۱۹۳۷۶۸ و ۸۸۹۶۹۷۳۷ - ۰۲۱ اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش "ثبت نام / پروفایل تامین کننده / مناقصه گر" موجود است.

پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات (مرکز تحقیقات مخابرات ایران)



افزایش هزینه چرخه تولید؛ علت افزایش قیمت مرغ

سرپرست معاونت بازرسی، نظارت و حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان علت افزایش ۵۰ درصدی قیمت گوشت مرغ گرم را رشد هزینه‌های چرخه تولید دانست.

داریوش صفاری در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه قیمت گوشت مرغ در ستاد تنظیم بازار کشور ۱۵ هزار تومان تعیین شده است، افزود: کارگروه تنظیم بازار استان‌ها مجاز به افزایش ۵۰ درصدی قیمت گوشت مرغ جدای از قیمت مصوب کارگروه تنظیم بازار کشور هستند که به علت افزایش هزینه چرخه تولید، توزیع و تأمین گوشت مرغ، قیمت هر کیلو گوشت مرغ گرم برای مصرف‌کننده نهایی به ۱۵ هزار و ۷۵۰ تومان افزایش پیدا کرد. وی همچنین قیمت گوشت مرغ منجمد برای مصرف‌کننده نهایی را ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان عنوان کرد و ادامه داد: قیمت یک کیلو گوشت مخلوط گوسفندی نر ۸۲ هزار تومان، گوشت ران و سردست گوسفندی نر بدون دنبه و قلوگاه ۱۱۵ هزار تومان همچنین قیمت گوشت قزمز منجمد تنظیم بازاری ۵۷ هزار و ۵۰۰ تومان است که این قیمت‌ها آخرین قیمت مصوب در کارگروه تنظیم بازار استان است.

بازار کالاهای اساسی و دارای اولویت زیر ذره‌بین بازرسان صمت یزد

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان یزد از برگزاری طرح نظارتی ویژه اقلام دارای اولویت و کالاهای اساسی در استان تا دهم شهریورماه خبر داد.

«محمدرضا علمدار یزدی» در این باره گفت: این طرح در راستای بخشنامه‌های استانی و برنامه‌ریزی‌های انجام شده، با محوریت تشدید نظارت و بازرسی بر کالاهای اولویت‌دار و اقلام اساسی از جمله گوشت قرمز، گوشت مرغ، تخم مرغ، شکر، میوه و تره‌بار، لبنیات، لوازم خانگی، لاستیک، سیمان، ماسک و اقلام بهداشتی از دهه دوم مردادماه آغاز شده و تا دهم شهریورماه ادامه دارد.

وی افزود: ایجاد ثبات و آرامش در بازار، افزایش رضایتمندی مردم و ارتقای اعتماد عمومی، ایجاد زمینه مناسب برای تأمین و توزیع مایحتاج عمومی و جلوگیری از هرگونه احتکار و امتناع از عرضه به قصد گرانفروشی یا اضرار به جامعه پس از اعلام ضرورت عرضه از سوی مراجع قانونی، از جمله مهمترین اهداف نظارتی این طرح در نظر گرفته شده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان خاطر نشان کرد: بازرسان این سازمان در هماهنگی با سایر نهادها و دستگاه‌های ذی‌ربط با انجام بازرسی‌های هوشمند در دو نوبت صبح و عصر بر وضعیت بازار کالا و خدمات مشمول در مراحل تأمین، توزیع، ارائه خدمات و قیمت متناسب با نیاز بازار نظارت می‌کنند.

وی برخورد با تخلفات در راستای افزایش امنیت اقتصادی، رسیدگی فوری، دقیق و کارشناسی به شکایات و گزارش‌های مردمی را از جمله موارد دیگری دانست که با قید فوریت در دستور کار این سازمان قرار گرفته است.

به گزارش ایسنا و به نقل از روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان یزد، علمدار یزدی در پایان نیز یادآور شد: ستاد خبری این سازمان طی سامانه تلفنی ۱۲۴ آماده دریافت گزارشات شهروندان است.



و معتقدند که صادرات منجر به نوسان قیمت در بازار داخل می‌شود. او با بیان اینکه خرید فعلی پشتیبانی امور دام راهگشای بازار نیست، گفت: پشتیبانی امور دام برای امر خرید، گوساله با وزن ۶۰۰ کیلو را در نظر گرفته است، در حالی که هم‌اکنون دام با اوزان ۹۰۰ کیلو و یک تن روی دست دامداران مانده است که انتظار می‌رود پشتیبانی امور دام اقدام به خرید و ذخیره‌سازی کند. پوریان در پایان از انباشتگی ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار رأس گوساله و ۲ تا ۲.۵ میلیون رأس دام سبک در دامداری‌ها خبر داد.

عنوان متولی امر باید اقدام به خرید دام با وزن بالا از تولیدکننده کند تا با رسیدن به فصل پاییز، امکان پرور جدید وجود داشته باشد. پوریان متوسط قیمت هر کیلو گوساله زنده با اوزان تا ۶۰۰ کیلو را ۲۵ تا ۲۶ هزار تومان و دام سبک با اوزان بالای ۵۰ کیلو را ۳۸ تا ۳۹ هزار تومان و اوزان کمتر را ۴۰ هزار تومان اعلام کرد. رئیس شورای صادرکنندگان دام ادامه داد: با توجه به انباشتگی دام در واحدهای دامداری طی نامه‌ای به وزارت جهاد کشاورزی خواستار صادرات دام با اوزان بالا شدیم که مسئولان با این امر مخالفت کردند

پوریان از انباشتگی ۲ تا ۲.۵ میلیون رأس دام در دامداری‌ها خبر داد و گفت قیمت کنونی هر کیلو دام سبک ۴۰ هزار تومان است. منصور پوریان، رئیس شورای صادرکنندگان دام زنده در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه بازار دام تعریفی ندارد، اظهار کرد: با توجه به ازدیاد عرضه در برابر تقاضا، دامداران با مشکل انباشت دام در واحدها رو به رو هستند. او افزود: در شرایطی که دامداران با انبوه دام رو به رو هستند و مسئولان با صادرات دام زنده مخالف هستند، پشتیبانی امور دام به

ذخایر کالاهای اساسی کشور مطلوب است

به حد اطمینان و وفور این کالا رسیده است و در حال حاضر میزان موجودی در حد مطلوب است. براساس این گزارش، یکی از برنامه‌های شرکت بازرگانی دولتی ایران در خرید و واردات کالاهای اساسی، حمل مستقیم از بنادر به مقصد و حمل با پایانه ریلی است که با اجرای برنامه‌های حمل که صرفه‌جویی در هزینه‌های حمل را موجب شده، در حال عملیات است. عملیات تخلیه کالاهای واردشده به بنادر نیز بلافاصله پس از پهلوگیری انجام می‌شود که نه تنها در واردات جریمه تأخیر در تخلیه (Demurrage) دریافت نشده، حتی در برخی از موارد به دریافت تشویقی (Dispatch) منجر شده است.

چابهار نیز برای این امر در سال جاری افزایش فعالیت داشته است. عضو هیأت مدیره شرکت بازرگانی دولتی ایران اضافه کرد: بندر شهید بهشتی چابهار یکی از مبادی ورودی کالاهای اساسی در سال جاری است که با گسترش فعالیت آن، امسال تا پایان تیرماه میزان کالای واردشده به کشور از این بندر ۱۰ درصد بیشتر از کل واردات سال گذشته از همین مبدأ است. طالبی گفت: خرید و واردات کالاهای اساسی توسط شرکت بازرگانی دولتی ایران در راستای اجرای تکالیف ذخایر راهبردی کشور که به تصویب شورای امنیت ملی رسیده، انجام می‌شود و با برنامه‌ریزی‌های خوبی که در این زمینه انجام شده کشور

عضو هیأت مدیره شرکت بازرگانی دولتی ایران گفت به اندازه کل کالای اساسی واردشده به کشور در سال ۹۸، طی چهار ماه امسال، کالا وارد کشور شده و از لحاظ موجودی در شرایط مطمئنی به سر می‌بریم. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان به نقل از وزارت صمت، امیر طالبی گفت: در چهار ماهه سال ۱۳۹۹ میزان ورود کالاهای اساسی مانند برنج، روغن و شکر، ترخیص و ذخیره‌سازی آن از مقدار کل تأمین این کالاها در سال ۹۸ پیشی گرفته است. طالبی عنوان کرد: برای تأمین کالاهای اساسی از ظرفیت کلیه بنادر شمالی و جنوبی استفاده کرده‌ایم و از نکات قابل توجه این بوده است که بندر شهید بهشتی

آغاز طرح پیشگیری از سرقت پسته در راور

دادستان راور افزود: اجرای این طرح به صورت همه‌جانبه و در همه ابعاد پیش‌بینی شده است که با همکاری اداره صنعت، معدن و تجارت، اتاق اصناف، اتحادیه پسته‌داران، بخشداران، شهرداری‌ها، دهیاری‌ها، کشتاورزان، مدیران تلمبه‌ها، شورای تأمین، نیروی انتظامی و امنیتی و شورای پیشگیری از وقوع جرم اجرا می‌شود. وی ادامه داد: امیدواریم بتوانیم این طرح که همه ابعاد آن دیده شده است را به طور کامل اجرایی کنیم. فرح‌بخش با بیان اینکه در این طرح یکی از همکاران قضایی ما همراه

دادستان عمومی و انقلاب شهرستان راور از آغاز طرح پیشگیری از سرقت پسته و ساماندهی نگهداران باغات کشاورزی در این شهرستان خبر داد. به گزارش ایسنا به نقل از قوه قضائیه، ابوالفضل فرح‌بخش با اعلام اینکه طرح پیشگیری از سرقت پسته تا پایان مهرماه سال جاری در راور ادامه دارد، اظهار کرد: کلیه نیروهای انتظامی و با همکاری مردم، دیده‌بانان پیشگیری و ستاد حفاظت اجتماعی دادگستری شهرستان راور، گشت‌های خود را مداوم و مستمر ادامه خواهند داد.





توانمندی دانش بنیان ها مدیریت تالابها را ارتقا می دهد

توانمندی شرکت های دانش بنیان در حوزه های گوناگون به کار می آید. تقویت ارتقای مدیریت منابع طبیعی تالابها در کشور یکی از این حوزه ها است.

نشست مشترکی میان نادرفلی ابراهیمی، دبیر ستاد توسعه فناوری های آب، خشکسالی، فرسایش و محیط زیست معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و حسین سرگزی، معاون محیط زیست دریایی سازمان حفاظت محیط زیست برگزار شد.

در این نشست سرگزی، مدیر پروژه ارتقای مدیریت جامع منابع طبیعی تالاب هامون درباره اقدامات انجام شده در این حوزه گزارشی ارائه داد و راهکارهای رسوخ فناوری بررسی شد.



دریچه

پیوستی برای تبدیل نیاز به ارزش افزوده

برای استفاده از این ظرفیت ها و توسعه توانمندی فناوریانه شرکت های دانش بنیان و داخلی از طریق یادگیری فناورانه، معاونت «نظامنامه پیوست فناوری و توسعه توانمندی های داخلی در قراردادهای بین المللی و طرح های مهم ملی» را تدوین و پیشنهاد کرد که این طرح نوآورانه در ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی به تصویب رسید.

هدف از پیاده سازی این نظام، رسوخ فناوری و نوآوری های بخش دانش بنیان به بخش های مهم و راهبردی اقتصاد از جمله صنعت و همچنین توانمندی در خلق ارزش افزوده از طریق محصول دانش بنیان و دانش فنی بومی است.

برای تحقق کامل و پیاده سازی این نظام، نیاز به ضرورت ها و لازمه هایی بود که در راستای توسعه فناوری های توسعه نرم افزار اطلس فناوری در پروژه های مهم و کلیدی، همچنین تنظیم راهنمای تدوین برنامه توسعه توانمندی های فناوری در کنار ارائه گزارش از نتایج عملکرد سازمان های تحقیقاتی دولتی بخشی از اقدامات بستر این نظامنامه به شمار می رود. نظامنامه پیوست فناوری در ارائه گزارش تأمین مالی مقید و گزارش مدل های سرمایه گذاری به همراه الگوی یادگیری و همچنین ایجاد بانک اطلاعاتی از قراردادهای مهم ملی نیز در همین راستا انجام شده است. در کنار این گام ها، پیگیری ها برای همکاری با ذی نفعان حوزه دانش بنیان گام دیگری بود که در قالب این نظامنامه صورت گرفته است. همچنین پیگیری پیوست فناوری و جریان سازی در این حوزه و پررنگ ساختن معاونت علمی و فناوری در زمینه پیوست در شورای اقتصاد و توسعه همکاری های چندجانبه در زمینه پیوست فناوری با سازمان برنامه و بودجه در همین راستا صورت گرفته است. تدوین برنامه توسعه توانمندی های فناوری و مهندسی برای پیشبرد موضوعات کلیدی با همکاری سایر بخش های معاونت بخش دیگری از اقدامات در زمینه توسعه پیوست فناوری در کشور است که توسعه تولید، بازار داخل و صادرات تجهیزات پزشکی از طریق تفاهنامه های منعقدشده با وزارت بهداشت و هیأت امنای صرفه جویی ارزی را به همراه داشته است.

همچنین تلاش برای توسعه بازار و زیست بوم غذای سالم با همکاری ستاد توسعه زیست فناوری و پیگیری و تدوین برنامه توسعه توانمندی های فناوری و مهندسی حوزه حمل و نقل ریلی درون شهری، پیگیری تدوین برنامه توسعه توانمندی های داخلی در صنعت توربو ماشین، گام های جدی برای تدوین نسخه اولیه پیوست فناوری با استفاده از توان مشاوران و همکاری ستادهای توسعه فناوری در زمینه نیروگاه خورشیدی، نیروگاه سیکل ترکیبی، زیاله سوز، آب شیرین کن، کشتی، دارو و هلیکوپتر از دیگر اقداماتی است که در راستای تحقق نظام نوآوری صورت گرفته است.

سهم ناچیز اقتصاد دریا در تولید ناخالص ملی کشور

منصوری نسب خاطر نشان کرد: توسعه صنعت گردشگری در ایجاد رشته های دریایی رویکرد بسیار مناسبی است که دانشگاه فنی و حرفه ای می تواند با برنامه ریزی و سرمایه گذاری مناسب در بخش دریا علاوه بر درآمدزایی و آرزواری برای هزاران نفر اشتغال ایجاد کرد. وی تأکید کرد: به کارگیری علم و فناوری توأم با مهارت در توسعه بهره روری کمی و کیفی از دریا تأثیرگذار است. امیرحیاتی، رئیس دانشکاه فنی و حرفه ای استان مازندران عنوان کرد: دانشگاه فنی و حرفه ای نگاه ویژه ای به کارآفرینی و اشتغال دارد و توانسته است در این راستا قدم های موثری بردارد. حسن زارع، رئیس دانشکده فنی و حرفه ای محمودآباد نیز ضمن تشکر از حضور آموزشگران و دانشجویان دانشگاه فنی و حرفه ای استان های مازندران و بوشهر در این وبینار، بر استمرار چنین رویدادهایی در جهت اشتراک گذاری تجربیات تأکید کرد. در ادامه پرویز باورصاد، پایه گذار استانداردهای آموزشی سازمان بنادر و دریانوردی، مهرشاد کوهستانی، مدیرعامل شرکت بازرگانی دریایی مهفامارین در حوزه دریا و آموزش های دریایی مطالبی را بیان کردند.

وبینار «گفتمان مهارتی و اقتصاد کرانه ای، نگاهی به تأثیر دانشگاه فنی و حرفه ای در کارآفرینی دریایی» با محورهای علوم دریایی، منابع طبیعی دریا، اقتصاد و مدیریت دریا و مهندسی دریا برگزار شد. به گزارش ایستنا، اکبر منصوری نسب، رئیس دانشکاه فنی و حرفه ای استان بوشهر گفت: کشور ایران با قرارگیری در مجاورت خلیج فارس، دریای عمان و دریای خزر از موهبتی بزرگ برخوردار است، در حقیقت دریا به عنوان یک موهبت الهی در تسخیر انسان است. وی با بیان اینکه ما از اقتصاد دریا کم بهره برده ایم، افزود: ما آنطوری که باید و استفاده از دریا متناسب بود از آن بهره نبرده ایم، در شرایطی که موقعیت بسیار خوبی را در این زمینه داریم و باید بیشتر بهره ببریم، متناسفانه سهم اقتصاد دریا در تولید ناخالص ملی کشور در حالت خوش بینانه بسیار ناچیز است. رئیس دانشگاه فنی و حرفه ای استان بوشهر دریا را اقتصادی پردرآمد و اشتغال زا توصیف کرد و گفت: اقتصاد دریا اقتصادی بزرگ است و ایران با داشتن ظرفیت های فراوان در این بخش هم می تواند مشکلات بیکاری را مرتفع سازد و هم گام هایی در جهت توسعه کشور بردارد.



تسلا احتمالاً به دنبال ساخت ساعت هوش

می شود. اسنادی که شرکت نروژی به FCC می دهد؛ به گزارش زومیت، اسناد جدید FCC نشان می دهد تسلا در یک پروژه توسعه ساعت هوشمند، همکاری دارد. سؤال مهم این است که چرا شرکت تحت مدیریت ایلان ماسک باید وارد صنعت گجت های پوشیدنی شود؟ آیا برنامه های جدید، ارتباطی با مدل اصلی کسب و کار یعنی توسعه خودروهای برقی دارد؟

از مدت ها پیش شایعه ها و ادعاهای متعددی مطرح می شوند که تصمیم تسلا مبنی بر ورود به شاخه جدیدی از کسب و کار را مطرح می کنند. اخبار جدید نشان می دهد شرکتی نروژی به نام Xplora که روی ساخت ساعت هوشمند برای کودکان تمرکز دارد، یک سند ثبتی FCC ارائه کرده است. در این سند، نام تسلا به عنوان همکاری ساخت ساعت دیده

ظاهر تسلا برنامه هایی جدی برای توسعه ساعت هوشمند دارد و وارد همکاری های عملیاتی شده است، اما چرا این شرکت باید حوزه پوشیدنی های هوشمند را هدف قرار دهد؟ به گزارش زومیت، اسناد جدید FCC نشان می دهد تسلا در یک پروژه توسعه ساعت هوشمند، همکاری دارد. سؤال مهم این است که چرا شرکت تحت مدیریت ایلان ماسک باید وارد صنعت گجت های پوشیدنی شود؟ آیا برنامه های جدید، ارتباطی با مدل اصلی کسب و کار یعنی توسعه خودروهای برقی دارد؟

از مدت ها پیش شایعه ها و ادعاهای متعددی مطرح می شوند که تصمیم تسلا مبنی بر ورود به شاخه جدیدی از کسب و کار را مطرح می کنند. اخبار جدید نشان می دهد شرکتی نروژی به نام Xplora که روی ساخت ساعت هوشمند برای کودکان تمرکز دارد، یک سند ثبتی FCC ارائه کرده است. در این سند، نام تسلا به عنوان همکاری ساخت ساعت دیده

راه اندازی شهرک استارت آپی حوزه کشاورزی

سیدعلی مختاری، مدیر پروژه کسب و کارهای نوپای وزارت جهاد کشاورزی روز گذشته در رویداد جذب سرمایه در حوزه کشاورزی که به صورت آنلاین در محل صندوق نوآوری و شکوفایی برگزار شد، عنوان کرد

کشاورزی در دنیا، آخرین بخش اکوسیستم نوآفرینی محسوب می شود، اما در وزارت جهاد کشاورزی دو سالی است که پروژه راه اندازی کسب و کارهای نوپا شروع به کار کرده و مستقیماً زیر نظر وزیر فعالیت می کنند.

به گزارش مهر، معاون توسعه مدیریت و منابع سازمان جهاد کشاورزی با تأکید بر اینکه این وزارتخانه توجه ویژه ای به حوزه نوآفرینی بخش کشاورزی داشته است، بیان کرد: در برنامه های جدید وزیر جهاد کشاورزی تحول گسترده ای در اکوسیستم نوآوری کشاورزی پیش بینی شده به طوری که راه اندازی شهرک استارت آپ های کشاورزی در کشور یکی از این برنامه ریزی هاست. وی اظهار کرد: مسئله ما در گسترش فناوری کشاورزی، وجود سرمایه گذار است؛ سرمایه گذاری که پول هوشمند

داشته باشد و بداند که چه کاری می تواند انجام دهد. وی با اشاره به یکی دیگر از فعالیت های جهاد کشاورزی در زمینه نوآفرینی در این حوزه خاطر نشان کرد: در حال حاضر مرکز نوآوری کشاورزی را با سرمایه گذاری خصوصی در کرج ایجاد کردیم که توسط یک شرکت ایرانی - آلمانی راه اندازی شده؛ این بدان معناست که بودجه هایی که قرار بود در اروپا خرج شود در کشور صرف توسعه نوآوری کشاورزی می شود. مختاری با تأکید بر اینکه برای اجرای این برنامه ها کمتر نیاز به مکاتبه وجود دارد و به صورت خود کار انجام می شوند، عنوان کرد: این نشان دهنده بلوغ اکوسیستم نوآوری است و در شبکه سازی خودش به موفقیت نزدیک می شود؛ در این شبکه طوری ورود پیدا کردیم که اکنون یک بازیگر مؤثر هستیم. وی افزود: برنامه های ما در



حوزه توسعه کسب و کارهای نو و توسعه نوآفرینی در وزارت کشاورزی محورهای دارد که فرهنگ سازی، توانمندسازی، تسهیلگری و نهادسازی چهار محور اساسی این برنامه هاست.

دو واگن کامل از هفت واگن قطار مترو که دربرگیرنده بدنه، تزئینات داخلی، کابین راهبر، سیستم تهویه، بوزی، بخش هایی از سیستم رانش، موتور و دیگر فناوری های اصلی قطار مترو بود که مجموعاً ۴۷ درصد از کل قطار را تأمین کرده است. این پروژه با مشارکت ۲۰ مجموعه از سازندگان مختلف که بیشتر دانش بنیان هستند رونمایی شد و تا پایان سال ۹۹ یک رام قطار هفت واگنه مترویی ساخت داخل، مورد بهره برداری قرار خواهد گرفت. در کنار این دستاوردهای فناورانه و افزایش عمق ساخت داخل در حمل و نقل ریلی، مشارکت استراتژیک میان

اعضای زنجیره تأمین در راستای تولید داخل و افزایش سهم بسترهای لازم برای توسعه ساختار تضمین کیفیت و ایجاد مرکز تست و راه اندازی در صنعت ریلی نیز فراهم شد.

مهندسی ریلی، افزایش اشتغال، صرفه جویی ارزی، کاهش ۲۰ درصدی قیمت تمام شده ساخت واگن مترو در فاز تولید انبوه و توسعه حمل و نقل عمومی و هوای پاک را هم به دنبال دارد. در رونمایی ابتدایی این طرح

مهندسی ریلی، افزایش اشتغال، صرفه جویی ارزی، کاهش ۲۰ درصدی قیمت تمام شده ساخت واگن مترو در فاز تولید انبوه و توسعه حمل و نقل عمومی و هوای پاک را هم به دنبال دارد. در رونمایی ابتدایی این طرح دو واگن کامل از هفت واگن قطار مترو که دربرگیرنده بدنه، تزئینات داخلی، کابین راهبر، سیستم تهویه، بوزی، بخش هایی از سیستم رانش، موتور و دیگر فناوری های اصلی قطار مترو بود که مجموعاً ۴۷ درصد از کل قطار را تأمین کرده است. این پروژه با مشارکت ۲۰ مجموعه از سازندگان مختلف که بیشتر دانش بنیان هستند رونمایی شد و تا پایان سال ۹۹ یک رام قطار هفت واگنه مترویی ساخت داخل، مورد بهره برداری قرار خواهد گرفت. در کنار این دستاوردهای فناورانه و افزایش عمق ساخت داخل در حمل و نقل ریلی، مشارکت استراتژیک میان

اعضای زنجیره تأمین در راستای تولید داخل و افزایش سهم بسترهای لازم برای توسعه ساختار تضمین کیفیت و ایجاد مرکز تست و راه اندازی در صنعت ریلی نیز فراهم شد.

دانش بنیان ها آمدند تا صنایع کشور را با کمک فناوری های نوین و ظرفیت های داخلی رونق دهند؛ توانمندی هایی که پیش از شکل گیری زیست بوم فناوری و نوآوری حلقه مفقوده صنایع کشور بودند. یکی از

صنایع متنوع از این ظرفیت ها، صنعت ریلی کشور است. سال گذشته بود که تفاهمی به امضا رسید تا با این هم افزایی چندجانبه، پروژه داخلی سازی واگن مترو در کشور محقق شود. در این نگاه مشترک بازیگران اصلی این حوزه که ستاد توسعه فناوری قضایی و حمل و نقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، شورای اسلامی شهر تهران و شهرداری هستند به میدان آمدند تا این صنعت همه گیر از خط تحریم ها عبور و نیاز کشور را با اتکا به توان داخلی تأمین کند. این طرح مشترک با گذشت یک سال و بهره گیری از ظرفیت های داخلی و دانش بنیانی

در ریل افتاد و قرار است از تأمین ۲۸ درصدی نیازهای داخلی به تأمین ۸۵ درصدی برسد. این پروژه در کنار شکل دهی زیست بوم حمل و نقل ریلی و توسعه زنجیره تأمین این صنعت، چشم انداز توسعه مرکز طراحی و



برگزاری وبینار آموزشی تخصصی کارآفرینی پروری معلمان

وبینار آموزشی تخصصی کارآفرینی پروری معلمان از مردامه جاری به صورت مجازی در سایت توان هفت در حال برگزاری است. به گزارش ایسنا، مدیر خانه جوان با اعلام این خبر، اظهار کرد: اولین دوره جامع کارآفرینی پروری معلمان در کشور با هدف تربیت مربی در عرصه شیوه‌های آموزشی نوین و کارآفرین پروری به همت تیم تخصصی خانه جوان وابسته به سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری اصفهان در پروژه توان هفت آغاز به کار کرد. فاطمه اکبرزاده اظهار کرد: این دوره شامل ۵۰ ساعت آموزشی در تطبیق بودمان سرفصل‌های کارآفرینی در هنرستان‌ها و دبیرستان‌ها بوده که توسط تیم‌های کارشناسی این حوزه از جمله موسسات و انجمن‌های کارآفرینی، اداره کل آموزش و پرورش استان اصفهان و تیم خانه جوان تدوین شده است.



یادداشت

کالبدشناسی کارکردی شناخت

سعید سمناپان / استاد دانشگاه تربیت مدرس

ورنیکه فرستاده می‌شود تا معنای کلمات استخراج شود. ناحیه بروکا اطلاعات حسی را دریافت و با اعمال قواعد زبانی، آن را به طرح‌های حرکتی گفتاری یا نوشتاری تبدیل می‌کند. قبل از کشفیات ورنیکه دو نظریه در مورد عملکرد مغز وجود داشت. یکی قشر مغز را موزاییکی از نواحی عملکردی مجزا در نظر می‌گرفت و دیگری هر عمل شناختی را نتیجه عملکرد همه قشر می‌دانست. مدل ورنیکه علاوه بر اینکه به درک اساس بیولوژیکی زبان کمک کرد، به طور عمومی‌تر دو دیدگاه مزبور را با هم آشتی داد. او پیشنهاد کرد که پایه‌ای‌ترین کارکردهای شناختی مانند کارکردهای ساده حرکتی و ادراکی توسط یک ناحیه خاص مغز پردازش می‌شود و کارکردهای پیچیده‌تر حاصل ارتباط و تعامل چند ناحیه است بنابراین ورنیکه اولین کسی بود که ایده پردازش توزیعی در مغز را که امروزه یکی از ارکان علوم اعصاب است، مطرح کرد. مدارهای عصبی با کارایی شگفت‌انگیزی اطلاعات را در سطوح مختلف پردازش کرده، فعالیت نورونی به تجربه شناختی و احیانا به پاسخ رفتاری منجر می‌شود. علاوه بر این، فعالیت مدارهای عصبی می‌تواند به تغییرات پایا در این مدارها منجر شود و این تغییر در پردازش‌های آتی مورد استفاده قرار گیرد، فرآیندی که یادگیری نام دارد. مطالعه مدارهای عصبی و چگونگی پردازش اطلاعات در آنها حوزه‌ای از علوم اعصاب را تشکیل می‌دهد که به علوم اعصاب سیستمی معروف است و سهم عمده‌ای در درک مبانی عصب‌شناختی شناخت دارد.

ثبت فعالیت نورونی به روش خارج سلولی در حیوانات حین انجام تکلیف، تصویربرداری کارکردی از مغز حیوانات یا انسان، دستکاری فعالیت مغزی با استفاده از تحریک الکتریکی یا مداخله دارویی و اخیراً استفاده از فناوری اپتوژنتیک از مهمترین روش‌های مورد استفاده عصب‌شناسان سیستمی است.

یکی از سوالات پایه عصب‌شناسان این است که آیا کارکردهای شناختی توسط قسمت خاصی از مغز انجام می‌شود یا کل مغز در آن درگیر است؟ در نیمه‌های قرن ۱۹، پاول بروکا جراح فرانسوی، مشاهده کرد که بیماران مبتلا به نقص تکلم در اثر سکته، قادر به تکلم نیستند در حالی که می‌توانند مفاهیم و معانی زبان را کاملا بفهمند. این اختلال ناشی از نقص حرکتی در عضلات دهان، حلق یا تارهای صوتی نبود و شخص می‌توانست کلمات منفرد را ادا کند، ولی قادر به ادای جملات کامل نبود. مطالعه مغز این بیماران پس از فوت آنها نشان داد که ناحیه‌ای در نیمکره چپ مغز در قسمت خلفی قطعه پیشانی آنها (موسوم به ناحیه بروکا) دچار ضایعه شده است.

حدود یک دهه بعد یک دانشمند آلمانی به نام کارل ورنیکه مقاله‌ای را در مورد بیماری منشر کرد که قادر به تکلم بودند، ولی توانایی درک زبان را نداشتند. این بیماران دچار ضایعه در قسمت خلفی قطعه گیجگاهی خود در محل اتصال قطعات پس سری و آهیانه‌ای بودند. این کشف به همراه یافته‌های بروکا منجر به ارائه مدلی برای عصب زیست‌شناسی تکلم شد که امروزه هم معتبر است.

در مدل پیشنهادهای ورنیکه زبان شامل دو بخش حسی و حرکتی است که در دو قسمت مجزای قشر مخ پردازش می‌شوند. بخش حرکتی که ایجاد گفتار را برعهده دارد در مجاورت و جلوی قشر حرکتی در قطعه پیشانی قرار دارد. بخش حسی که ادراک کلمات را برعهده دارد در ناحیه قطعه گیجگاهی در مجاورت قشر شنوایی در قطعه گیجگاهی و قشر ارتباطی در قشر آهیانه‌ای(ناحیه‌ای از قشر که اطلاعات حسی-بیکری، بینایی و شنوایی را تلفیق می‌کند) قرار دارد. اطلاعات شنیداری و دیداری مربوط به کلمات ابتدا در قشرهای شنوایی و بینایی پردازش و سپس در ناحیه ارتباطی به یک رمز مشترک شنیداری-دیداری تبدیل و به ناحیه

تقلید از تفکر انسان؛ فراتر از مغز می‌رویم

اقتصاد، قانون و قضا، تولید، برقراری امنیت و تفسیر داده‌ها خدمت‌رسانی کند. شاید تا به حال متوجه این موضوع نبوده باشید، ولی همین حالا هم توسط هوش مصنوعی ضعیف یا ANI محاصره شده‌ایم. ماشین‌هایی که عادات جست‌وجوی شما در گوگل را ردگیری می‌کنند و براساس هزاران متغییر مختلف تبلیغات مناسب را برای شما به نمایش درمی‌آورند، براساس ANI های ابتدایی ساخته شده‌اند که در طول زمان سلاقی شما را یاد می‌گیرند. اما پیوستن ایران به لیست دارندگان فناوری هوش مصنوعی یکی از اولویت‌هایی است که سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری هم بارها بر آن تاکید کرده است. به گفته وی، فناوری هوش مصنوعی به اقتدار کشورها گره خورده است و در آینده نزدیک ضامن امنیت ملی آنها است. به همین علت این مبحث باجدیت در معاونت علمی دنبال می‌شود. ستاری معتقد است که افزایش سرمایه‌گذاری در این بخش ضروری است و باید با وجود توانمندی‌های موجود در کشور، این فناوری در حد قابل قبولی توسعه یابد. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی ریاست جمهوری هم به عنوان یکی از متولیان این حوزه در تلاش است تا این فناوری کاربردی و حیاتی را در کشور توسعه دهد. گسترش و فراهم کردن زیرساخت‌های آن هم به یکی از اولویت‌های ستاد تبدیل شده است. این ستاد با تمرکز بر روی فناوری‌های نوظهور، به حوزه هوش مصنوعی و بلاکچین ورود کرده است. توسعه فناوری‌های نوظهور و تحول‌آفرین در بخش دیجیتال و هوشمندسازی و حمایت از ناوران و کارآفرینان دانش‌بنیان مهم‌ترین هدفی است که در این ستاد پیگیری می‌شود. ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تلاش است تا با استفاده از ابزارهای نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات در این عرصه گام‌های جدی برداشته شود.

هوش مصنوعی یکی از فناوری‌های پیچیده‌ای است که دنیا را متحول کرده است. این فناوری برای نخستین بار سال ۱۹۶۵ میلادی به عنوان یک دانش جدید در دنیا مطرح شد. فناوری که فکر می‌کند اما نه به پیچیدگی تفکر انسان. این نوع تفکر که ساخته دست بشر است سعی می‌کند از مدل تفکر انسان الگوبرداری کند. البته هنوز دنیا تا رسیدن به نقطه مطلوب استفاده از هوش مصنوعی فاصله دارد. اما برخلاف تصور عموم بسیاری از کارهای روزانه مردم با استفاده از این فناوری ناشناخته انجام می‌شود. کارهایی مانند جست‌وجوی اینترنت یا گشت و گذار در صفحات شبکه‌های اجتماعی و ... همه با کمک این فناوری میسر شده است. استفاده از این فناوری آنقدر با زندگی مردم مانوس شده و درهم آمیخته است که تقریباً هیچ کسی این موضوع را احساس نمی‌کند و ندانسته از این فناوری نوین استفاده می‌کند. این موضوع هم به یک دلیل اتفاق می‌افتد؛ اینکه کسی نمی‌داند هوش مصنوعی دقیقاً چیست و چه می‌کند. همین عدم شناخت هم برخی گمانه‌زنی‌ها درباره خطرناک بودن این فناوری را بیشتر کرده است. اینکه این فناوری قرار است جای انسان را بگیرد و خطرات امنیتی برای کشورها ایجاد کند، اما از آنجایی که آینده از آن هوش مصنوعی خواهد بود بهتر است به جای نگران بودن در مورد هوش مصنوعی یاد بگیریم که چه کارهایی را می‌توانیم با آن انجام دهیم و بدون ترس به استقبال این فناوری پیچیده و کاربردی برویم. هنوز هم هوش مصنوعی آذنان را به سمت روایات‌های سخنگو و شبیه به انسان می‌برد. تصور این است که هوش مصنوعی فقط همان روایات‌های بی‌احساس و گاهی ترسناکی هستند که برای راحت‌تر شدن کارها به مدد آمده‌اند و قرار است نقش انسان در زندگی روزمره را کم کنند. اما این فناوری کاربردی به کمک انسان آمده است تا در حوزه‌های مختلفی مانند سلامت، کسب و کار، آموزش و پرورش،



همند با همکاری یک شرکت نروژی است

باشد. شاید خرید شرکت، با هدف در اختیار گرفتن استعدادهای متعدد آنها و استفاده از تجربه‌های توسعه ساعت هوشمند باشد. از طرفی اگر این پیش‌بینی را در نظر بگیریم، ارائه درخواست برای FCC (که با هدف عرضه محصول در ایالات متحده انجام می‌شود) عجیب به نظر می‌رسد. یکی از نظریه‌های دیگر ادعا می‌کند که شاید تسلا تصمیم به استفاده از پلتفرم ساعت هوشمند Xplora دارد. تاکنون توسعه‌دهنده‌های متفرقه متعددی اپلیکیشن‌های مخصوص ابل واج توسعه داده‌اند که قابلیت کنترل ماشین‌های تسلا را دارند. از آنجاکه تسلا در خودروهای Model Y و Model ۳ استفاده از گوشی هوشمند را به جای کلید مرسوم خودرو در نظر دارد، شاید تصمیمی هم بر توسعه راهکار انتخابی با ساعت هوشمند داشته باشد. در نهایت هنوز نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی از دلیل همکاری تسلا با شرکت نروژی بیان کرد.

ارائه می‌کند، شامل معرفی یک نماینده برای تبادل اطلاعات می‌کنند که نماینده مذکور، از طرف می‌کند. فعالیت آنها را به والدین می‌دهند. متنی آماده را هم به کودکان می‌دهند. خصوص کودکان، کاملاً عجیب به نظر می‌رسد. بدون اهداف همکاری تسلا با شرکت نروژی بد تسلا، شرکت Xplora را خریداری کرده

راه‌اندازی سفته دیجیتال گامی در راستای تحقق دولت الکترونیک

با همکاری نهادهای مربوطه در حال حاضر این خدمت در اختیار بانک ملی قرار گرفته و صرفاً گام اول آن، ارائه تسهیلات به کسب و کارهای آسیب‌پذیر از کرونا است که در نهایت به کل متقاضیان تعمیم داده می‌شود. وی اعلام کرد: کسب و کارهای آسیب‌پذیر که شامل نگاهاهای بزرگ و صنوف کوچک است، پیش‌تر در سامانه کارای وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ثبت نام کرده و لیست آنها به همراه میزان تسهیلات موردنظر در اختیار بانک‌ها قرار گرفته است. رئیس مرکز فناوری اطلاعات و اقتصاد هوشمند وزارت اقتصاد و دارایی با اشاره به اینکه بانک ملی درخواست‌کننده ارائه این خدمت بوده و زیرساخت‌های این بانک برای این تحول آمادگی کامل داشت، تصریح کرد: این خدمت معطوف به بانک ملی نیست و هر بانک دیگری که تصمیم به ارائه تسهیلات به کسب و کارهای آسیب‌پذیر از کرونا دارد، می‌تواند درخواست خود را به مرکز فناوری اطلاعات و توسعه هوشمند ارسال کند تا پس از بررسی زیرساخت‌های فنی آن شامل اتصال صحیح و چگونگی انجام فرآیند تخصیص و ابطال نسخه الکترونیکی سفته، این سرویس در اختیار آن قرار خواهد گرفت.

علی عبداللهی در جلسه کمیسیون عالی تنظیم مقررات مرکز ملی فضای مجازی با اشاره به جهش دیجیتالی دنیا به دلیل همه‌گیری ویروس کرونا گفت وزارت امور اقتصادی و دارایی در راستای چشم‌انداز و حرکت به سمت اقتصاد هوشمند، به دنبال تسهیل در ارائه خدمات، کاهش مراجعات حضوری و در نهایت تحقق دولت الکترونیک که از تاکیدات شورای عالی فضای مجازی کشور است، ارائه تسهیلات به کسب و کارهای آسیب‌پذیر را طبق مصوبه دولت و کمیته ملی مبارزه با کرونا در اولویت برنامه‌های خود قرار داده است. به گزارش مهر، وی با ارائه گزارش فرآیند و عملکرد تخصیص سفته الکترونیک و در راستای آن ارائه تسهیلات در کمتر از ۲۴ ساعت، افزود: برای ارائه تسهیلات به متقاضیان باید در مرحله نخست احراز هویت صورت گرفته و پس از امضای قرارداد میان دو طرف، تضامین ارائه شود که با توجه به فرآیند طولانی و نیاز به مراجعات متعدد و همچنین مستندسازی مدارک، ارائه سفته الکترونیکی برای متقاضیان در نظر گرفته شد. عبداللهی با بیان اینکه سفته زیرمجموعه خزانه‌داری و همچنین دارای حق تمیر سازمان امور مالیاتی است، تاکید کرد:



و رعایت کف عرضه در بورس کالا رعایت‌شود، نوردکار می‌تواند در شرایط برابر رقابت قرار گیرد و قیمت‌ها متناسب با عرضه و تقاضا در بازار، روند منطقی‌تر به خود می‌گیرد.

گلابه نوردکاران نسبت به قیمت فولاد در بورس

گرفتن شمش فروخته شده به نوردکار در شهر بورماه با توجه به قیمت تمام‌شده شمش به علاوه ارزش افزوده و کرایه حمل برای نوردکار هر کیلو شمش ۹ هزار و ۴۰۰ تومان قیمت‌گذاری می‌شود.

«احمد رضوی‌نیک» گفت شمش فولادی در بورس کالا بیشتر از میانگین قوب جهانی به شکل عرضه حداقلی، غیرواقعی قیمت‌گذاری می‌شود که نشان از اعمال رانت دارد که نوردکاران از آن بی‌بهره‌اند.

وی معتقد است: اکنون نوردکار باید یا محصولش را زیر قیمت بفروشد یا نقدینگی خود را به نوعی در بازار برای جبران ضرر در گردش قرار دهد و یا به دلیل خریداری مواد اولیه گران، تولید خود را با قیمت بالا به فروش برساند. رضوی‌نیک یادآور شد: موضوع گرانفروشی فولادسازان توسط نوردکاران به واحدهای نظارتی انعکاس یافته و هتسدار داده شده، اما اقدام عاجلی به نفع زنجیره تولید فولاد انجام نشده است. وی تصریح کرد: چنانچه مصوبه‌های ستاد تنظیم بازار در رابطه با قیمت‌گذاری و رعایت کف عرضه در بورس کالا رعایت‌شود، نوردکار می‌تواند در شرایط برابر رقابت قرار گیرد و قیمت‌ها متناسب با عرضه و تقاضا در بازار، روند منطقی‌تر به خود می‌گیرد.

به گزارش ایرنا، وی مدعی شد که فولادسازان تمایلی به صادرات ندارند و سعی می‌کنند در بورس کالا به میزان ۲۰ تا ۲۵ درصد از تولیدات خود را به فروش برسانند و بقیه را در بازار آزاد به نوردکاران بفروشند. رضوی‌نیک یادآور شد: رویه عملکرد فولادسازان باعث شده تولید نهایی آنها برای مصرف‌کننده اصلی با افزایش قیمت روبه‌رو شود. وی گفت: فولادسازان با اعمال راهبرد خود در بورس کالا مواد اولیه را ۳۵ درصد بالاتر از محصول نهایی در داخل می‌فروشند و عرضه حداقلی را در برنامه خود دارند. رئیس انجمن مزبور اضافه کرد: تولیدکنندگان فولاد نسبت به افزایش قیمت‌ها در آینده تضمین و گارانتی می‌گیرند و با در نظر



تیک تاک به صف مبارزان دیپ فیک پیوست

به قلم: نیک استات / خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

در حال حاضر تیک تاک به یکی از تیزرهای اصلی اکثر رسانه‌ها تبدیل شده است. در واقع اتفاقات جنجالی زیادی برای این شرکت در چند ماه اخیر رخ داده است که از این بین تحریم‌های آمریکا و تلاش برای خرید این برند توسط مایکروسافت، از جمله مهمترین آنها محسوب می‌شود. در این رابطه این شبکه برای عقب نماندن از سایر رقبای خود اعلام کرده است که در به‌روز رسانی بعدی خود، اقدام به شناسایی و حذف ویدئوهای دیپ فیک خواهد کرد. در واقع تکنولوژی کیبی برداری از چهره افراد مشهور، به یکی از تهدیدهای جدی سایبری تبدیل شده است. در این راستا ضروری است که شبکه‌های اجتماعی به عنوان بستر اصلی پخش این موارد، اقدامات لازم را انجام دهند. نکته جالب این است که این شبکه از مدت‌ها قبل امکان درج تبلیغات سیاسی را نیز ممنوع کرده است. به همین خاطر نیز به عقیده صاحب‌نظران، این شرکت در مسیر بسیار خوبی قرار دارد. حال باید دید که این ادعا در عمل تا چه اندازه می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد.

منبع: theverge.com

موافقت بیل گیتس با خرید تیک تاک

به قلم: اینیانگ چوی خبرنگار

بیل گیتس در جدیدترین مصاحبه خود ضمن تشریح آخرین وضعیت واکسن وپروس کرونا، به احتمال خرید شبکه اجتماعی تیک تاک توسط مایکروسافت نیز واکنش نشان داد. در واقع با توجه به این امر که او بنیانگذار این شرکت محسوب می‌شود، بدون شک نظر او برای بسیاری از افراد و مدیران حال حاضر، اهمیت بالایی دارد. وی در این رابطه اعلام کرده است که با توجه به آمارهای بسیار خوبی که تیک تاک به ثبت رسانده است، خرید آن یک اقدام کاملاً هوشمندانه خواهد بود. وی در این رابطه به تجربه اینستاگرام اشاره کرد که در حال حاضر دلیل اصلی موفقیت‌های فیس‌بوک محسوب می‌شود و سودآوری فوق‌العاده‌ای را برای مارک زاکربرگ به همراه داشته است، با این حال وی نسبت به اقدامات رئیس جمهور آمریکا آقای ترامپ نیز واکنش نشان داد. در واقع وی برای لغو تحریم‌های خود اعلام کرده است که تیک تاک باید به برندی آمریکایی فروخته شود. این مسئله برای آقای گیتس بسیار عجیب بوده و چنین اقدامی را غیرحرفه‌ای عنوان کرد. در واقع حاشیه‌های به وجود آمده می‌تواند باعث شود که خرید این شبکه، به یک چالش جدی تبدیل شود. همچنین وی در ادامه صحبت‌های خود اعلام کرد که به هر ترتیب ممکن است این خرید انجام شود و یا شاهد اتفاقی دیگر باشیم. به همین خاطر نباید تمرکز اصلی مدیران مایکروسافت، به این موضوع معطوف شود. این امر می‌تواند شرکت را از مسیر رو به رشد خود، دور نگه دارد. حال باید دید که این اظهار نظر، تا چه اندازه می‌تواند روند خرید را تسریع نماید.

منبع: businessinsider.com

هشدار FBI به کاربران ویندوز ۷

به قلم: جانانان گریک / خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

FBI به عنوان بزرگ‌ترین سازمان اطلاعات و امنیت جهان در جدیدترین بیانیه خود، هشدار می‌دهد که کاربران ویندوز ۷ داشته است. در واقع بیشترین استفاده از این نسخه قدیمی که پشتیبانی از آن در ابتدای امسال کنار گذاشته شده است، توسط سازمان‌ها انجام می‌شود. علت اصلی این امر نیز قدیمی بودن سیستم‌ها است که باعث شده است تا به‌روز رسانی نسخه ویندوز، امری دشوار باشد. در این راستا توصیه شده است که اقدامات لازم برای نوسازی تجهیزات انجام شود. این امر بدون شک هزینه به مراتب کمتری را در مقایسه با زمانی خواهد داشت که مورد حمله یک یا چند هکر قرار بگیرد. در واقع وضعیت امنیت این سیستم عامل در حال حاضر به حدی پایین است که استفاده از آن، باعث خواهد شد تا اطلاعات شرکت، حتی در اختیار هکرها نباشد چندان حرفه‌ای نیز قرار گیرد. در واقع تجربه به‌روز نکردن ویندوز XP که باعث شد که چند سال قبل، اطلاعات بسیاری از افراد در اختیار کلاهبردارها قرار گیرد، باعث شده است تا هشدار جدی از سوی یک نهاد امنیتی، ابلاغ شود. حال باید دید که این اقدام، تا چه اندازه مورد توجه سازمان‌ها قرار خواهد گرفت.

منبع: techrepublic.com

ویدئوکنفرانس ۲۰ هزار نفری امکان جدید

مایکروسافت

به قلم: آنتونی اسپادافورا / خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

مایکروسافت با توجه به استقبال از سرویس ویدئوکنفرانس خود به نام تیمز، امکان حضور همزمان ۲۰ هزار نفر را فراهم کرده است، با این حال امکان تعامل برای تمامی آنها وجود نداشته و این افراد صرفاً بازدیدکننده خواهند بود. در واقع در شرایط حال حاضر که هنوز برای وپروس کرونا، واکنشی ارائه نشده است، وجود چنین تکنولوژی‌ای کاملاً ضروری خواهد بود. تحلیلگران در این رابطه عقیده دارند که ویدئوکنفرانس‌های آنلاین، جایگزین انواع کنفرانس‌ها تا چند سال آینده خواهد بود. تحت این شرایط با توجه به شرایط بازار، به نظر می‌رسد که مایکروسافت نتواند خود را به عنوان برند نخست در این زمینه مطرح سازد. تحت این شرایط باید منتظر واکنش سایر رقبا نظیر اسلک برای از دست ندادن بازار باشیم.

منبع: techradar.com

شروع دوباره فعالیت بازاریابی با بودجه کلان

افزایش ۲۰۰ میلیون دلاری بودجه بازاریابی مک دونالد



آنلاین مشتریان شهرت بسیار زیادی دارد. مسئولان مک دونالد در طول ماه‌های اخیر ارزیابی دقیقی از شیوه فعالیت و دیجیتالی شدن و المارت داشته‌اند. با این حساب سرنوشت مشابهی در انتظار مک دونالد خواهد بود.

افزایش بودجه بازاریابی از سوی مسئولان مک دونالد در نیمه دوم سال جاری روی خواهد داد. این امر به معنای افزایش ۳۹ درصدی هزینه بازاریابی هر ماه در مقایسه با سال گذشته خواهد بود. تجربه بازاریابی مک دونالد در دوران کرونا فراز و فرودهای بسیار زیادی داشت. همین امر بسیاری از مشتریان مک دونالد را نگران کرده است. بازاریابی منظم و روند مداوم بازاریابی در ماه‌های آتی خیال بسیاری از مشتریان این برند را راحت خواهد کرد.

امروزه بدون بازاریابی مداوم امکان موفقیت پایدار برنده وجود ندارد. مسئولان ارشد مک دونالد به خوبی این نکته را مدنظر دارند. همین امر موجب جهت‌گیری آنها به سوی افزایش شدید بودجه بازاریابی‌شان شده است. پیش‌بینی مک دونالد نسبت به ماه‌های آتی امکان بازگشایی ۷۵ درصد از کل ظرفیت رستوران‌هایش است. این نکته بستگی بسیار زیادی به روند مهار شیوع کرونا در ماه‌های پیش رو دارد. اگر برنامه مک دونالد به خوبی پیش برود، به زودی شاهد فعالیت بخش قابل توجهی از شعبه‌های این برند خواهیم بود. این امر صرف هزینه بازاریابی بیشتر از این راه هم توجیه خواهد کرد بنابراین شاید در ادامه سال جاری بودجه بازاریابی مک دونالد از این هم بیشتر شود.

کلمه: افزایش ۲۰۰ میلیون دلاری بودجه بازاریابی مک دونالد

شرح: مک دونالد در طول دوران تعطیلی ناشی از شیوع کرونا شرایط بسیار دشواری را پشت سر گذاشته است. این امر موجب افزایش انگیزه مدیران ارشد شرکت برای بازاریابی قدرتمندتر شده است.

خدمات به صورت دیجیتالی خواهد بود. کمپنی‌سکی به عنوان مدیرعامل مک دونالد از مدت‌ها پیش بر روی ضرورت ارائه خدمات به صورت دیجیتالی تاکید داشته است. شیوع وپروس کرونا این انگیزه را به شدت تقویت کرده است بنابراین در ادامه سال جاری شاهد تلاش‌های متعدد برند مک دونالد برای ارائه خدمات به صورت دیجیتالی خواهیم بود.

تجربه دوران کرونا نقش مهمی بر روی اخذ فناوری دیجیتال از سوی مک دونالد داشته است. بدون شک این برند در طول سال‌های اخیر کاهش شدید درآمد، مانند آنچه در دوران کرونا روی داد، را تجربه نکرده بود. همین امر مواجهه با بحران کرونا را حساس ساخت. مک دونالد در طول ماه‌های اخیر ۹۰ درصد از فروش‌اش به صورت ثبت سفارش دیجیتال صورت گرفته است. این امر به معنای تقویت قابل توجه زیرساخت‌های دیجیتال این برند در طول ماه‌های گذشته است. بدون تردید کمتر برندی توانایی ایجاد تحول سریع، مانند مک دونالد، را دارد. با این حساب شاید در نیمه دوم سال جاری نسخه جدیدتری از مک دونالد را مشاهده نماییم.

بازگشایی مجدد کسب و کارها جان تازه‌ای به فعالیت مک دونالد داده است. بدون شک قوانین سختگیرانه بازار ایالات متحده همچنان سطح درآمد کسب و کارها را پایین نگه خواهد داشت، اما همین درآمد اندک نیز پس از ماه‌ها تعطیلی راهگشا است. مک دونالد اکنون فقط ۲ هزار شعبه از ۱۴ هزار شعبه در دسترس‌اش را بازگشایی کرده است. این امر همراه با ضرورت رعایت فاصله اجتماعی به معنای پذیرش مشتریان بسیار اندک به صورت حضوری است. چنین تجربه‌ای بسیاری از برندها را به سوی ارائه خدمات دیجیتال سوق داده است. مک دونالد نیز در این جریان به دنبال پیاده‌سازی طرحی مانند المارت است. خرده‌فروشی و المارت به دلیل ارائه خدمات دیجیتال برای خرید

به قلم: رایبرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

مک دونالد در طول دوران تعطیلی ناشی از شیوع کرونا شرایط بسیار دشواری را پشت سر گذاشته است. این امر موجب افزایش انگیزه مدیران ارشد شرکت برای بازاریابی قدرتمندتر شده است. بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر شرایط مالی دشواری را پشت سر گذاشته‌اند. مک دونالد در این میان شرایط به نسبت بهتری دارد. این امر ناشی از بودجه اضطراری آنها برای شرایط خاص است. وضعیت درآمد مک دونالد در طول دوران اوج شیوع کرونا در بدترین وضعیتش در طول ۶۵ سال گذشته قرار داشت. همین امر برای ارزیابی انگیزه مضاعف این برند در دوران بازگشایی کسب و کارها کافی است. بر اساس آخرین اظهار نظر رسمی مسئولان مک دونالد بودجه بازاریابی آنها برای نیمه دوم سال جاری ۲۰۰ میلیون دلار افزایش پیدا کرده است، با این حساب ما در ادامه سال جاری شاهد کمپین‌های بازاریابی متعدد از سوی این غول دنیای فست‌فود خواهیم بود.

بسیاری از برندها در طول ماه‌های اخیر به دلیل شرایط مالی بد قید بازاریابی و تبلیغات را زده‌اند. این امر در مورد کوکاکولا و یونیلور به خوبی قابل مشاهده است. استراتژی از غول‌های دنیای میان‌بیانگر شجاعت تیم مدیریتی‌اش برای بازاریابی شرایط است. اکنون زمان مناسبی برای مک دونالد در راستای بازاریابی تاثیرگذاری و هیجان‌انگیز است. بسیاری از غول‌های عرصه فست‌فود هنوز هیچ برنامه مشخصی برای بازاریابی و تبلیغات در ادامه سال جاری ندارند، با این حساب مک دونالد امکان بهره‌مندی از شرایط بهینه کنونی را خواهد داشت. هدف اصلی برند مک دونالد در ادامه سال جاری بر روی تبلیغات و ارائه

به قلم: رایبرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

درآمد تبلیغاتی گوگل در طول ماه‌های اخیر به شدت از شیوع وپروس کرونا تاثیر پذیرفته است. بسیاری از کسب و کارها در طول ماه‌های اخیر نرخ کسب سود بسیار پایینی را تجربه کرده‌اند. این امر با توجه به کاهش تمایل برندها برای تبلیغات و بازاریابی در پی شیوع وپروس کرونا قابل درک است. امروزه بسیاری از غول‌های دنیای آنلاین در زمینه ارائه خدمات تبلیغاتی فعالیت دارند. توپیتز، فیس‌بوک، آمازون و اسنپ چت مهمترین برندهای فعال در این زمینه محسوب می‌شوند. نکته مهم در این میان شهرت و وسعت عملکرد بیشتر گوگل در مقایسه با سایر رقباست. بر این اساس گوگل در طول سال‌های اخیر بیشترین همکاری با برندها برای توسعه تبلیغات را داشته است. گوگل مانند تمام رقبایش در زمینه ارائه خدمات تبلیغاتی تاثیر به شدت نامطلوبی از تعطیلی موقت کسب و کارها پذیرفته است. این امر سود گوگل را در سال جاری نزدیک به ۸ درصد کاهش داده است. شاید این درصد در نگاه نخست بسیار اندک به نظر برسد، اما گوگل در طول ۲۶ سال فعالیت در عرصه تبلیغات آنلاین تا به حال چنین سقوط درآمدی را

تجربه نکرده بود. توسعه سریع پلتفرم بیوتیوب یکی از مزیت‌های اصلی گوگل در زمینه تبلیغات محسوب می‌شود. بر این اساس گوگل سرمایه‌گذاری بسیار زیادی برای ارائه خدمات تبلیغاتی به برندها در بیوتیوب کرده است. این پلتفرم در بازه زمانی شیوع کرونا تمام جذابیت و کارایی‌اش برای برندها را از دست داد. اکنون بسیاری برندها به آهستگی در حال تجدید فرآیند بازاریابی و تبلیغات‌شان هستند. بدون شک گوگل تا مدت‌ها توانایی بازگشت به دوران طلایی تبلیغاتش را نخواهد داشت. گزارش موسسه GroupM در مورد وضعیت درآمد تبلیغاتی گوگل بیانگر کاهش ۲۶ درصدی در طول یک ماه گذشته به نسبت بازه زمانی مشابه در سال ۲۰۱۹ است.

وضعیت عرصه تبلیغات در طول ماه‌های اخیر فراز و نشیب بسیار زیادی داشته است. گوگل در ابتدا شیوع وپروس کرونا را به معنای کاهش شدید سودش در کوتاه مدت تلقی کرد. این امر پس از گذشت یک ماه تا حدودی تغییر کرد. در این بازه زمانی برخی از برندها اقدام به تبلیغات و بازاریابی محدود کردند. چنین امری امیدواری در میان مدیران ارشد گوگل را افزایش داد، با این حال امیدواری‌های موردنظر کاملاً مقطعی بود. پس از رونق نسبی عرصه تبلیغات بازهم شاهد کاهش

منبع: marketingdive.com

ایستگاه بازاریابی

بهبود سطح مشتری مداری
با ۵ ویدئوی آموزنده

به قلم: امیلی کارول نویسنده حوزه کسب و کار
مترجم: امیر آل علی

اگر در گذشته افراد محکوم به مطالعه کتاب‌های طولانی برای فهم برخی از نکات بودند، امروزه شیوه‌های یادگیری بسیار متنوع شده و شما با یک ویدئو چند دقیقه‌ای، می‌توانید اطلاعات لازم را دریافت نمایید. در واقع در جهان حال حاضر، افرادی موفق هستند که از راهکارهای موجود برای صرفه‌جویی در زمان خود به عنوان مهمترین دارایی، استفاده کنند. در این راستا مهم‌ترین بخش برای هر برندی، مشتری است. تحت این شرایط ضروری است تا همواره راهکارهای خوبی را برای ارتقای سطح رضایت آنها از برند خود داشته باشید. در همین راستا پنج ویدئوی را مورد بررسی قرار خواهیم داد که در سال ۲۰۲۰، بهترین توصیه‌های ممکن را به همراه داشته است.

۱- بررسی رضایت مشتری و دلیل اهمیت آن
مدت زمان: ۸ دقیقه

در این ویدئو به موضوعی پرداخته شده است که بسیاری از برندها از آن غافل هستند. در واقع بسیار مهم است که در کار خود، تحقیقات گسترده‌ای را داشته باشید، با این حال سنجش میزان رضایت مشتری به صورت مداوم را می‌توان مهم‌ترین اقدام شما دانست. این امر باعث خواهد شد تا شما بتوانید در صورت بروز مشکل و یا درگیر شدن با یک روند نزولی، تصمیمات جدید را اتخاذ نمایید. در این راستا همواره این نکته را به خاطر داشته باشید که هر اقدامی، یک محدوده زمانی مشخصی را داشته و تاکید بیش از حد، باعث خواهد شد تا مخاطب به سمت برندهای رقیب، متمایل شود. در نهایت ضمن ارائه مثال‌هایی از برندهای موفق در این زمینه، برخی از تکنیک‌ها و ابزارهای سنجش نیز معرفی شده است.

۲- بهترین روش‌های سنجش رضایت مشتری
مدت زمان: ۷ دقیقه

تا چه اندازه نسبت به روش‌های سنجش رضایت مشتری آگاهی دارید؟ در این رابطه پرسش مستقیم ایده چندان جذابی نبوده و افراد را در معذوریت قرار می‌دهد. در واقع هدف هر برندی باید رسیدن به موفقیت باشد در این رابطه ظاهر سازی، هیچ مشکلی را برطرف نخواهد کرد. به همین خاطر توصیه می‌شود که نسبت به روش‌های مختلف آگاهی داشته باشید تا بتوانید در این زمینه، کاملا درخشان ظاهر شوید. در نهایت نیز برخی از مهم‌ترین فاکتورهای رضایت مشتری‌ها و راهکارهای خارج شدن از بحران‌ها، بررسی شده است.

۳- اصل در اجرای سیاست نظرسنجی
مدت زمان: ۵ دقیقه

ایجاد نظرسنجی یکی از سیاست‌های بسیار مهم محسوب می‌شود که ضمن افزایش اطلاعات شما، به بهبود ارتباط با مشتری نیز منجر می‌شود. در این راستا ۱۱ اصل وجود دارد که ضمن موفقیت شما خواهد بود. برای مثال رعایت اصل اختصار در کنار ارزشمندبودن سوالات، از جمله آنها محسوب می‌شود.

۴- نیاز مشتری
مدت زمان: ۸ دقیقه

با توجه به این امر که در سال ۲۰۲۰، وارد یک دهه جدید شده‌ایم، بدون شک تغییراتی را شاهد خواهیم بود که در رفتار مشتریان نیز تاثیرگذار است. تحت این شرایط بسیار مهم است که آینده‌نگری داشته باشیم. این امر باعث خواهد شد تا شناس موفقیت بالاتری را داشته باشیم. در کنار این موضوع، به بررسی تجربیات موفق و ناموفق برخی از برندها نیز در جلب رضایت مشتری در چند سال اخیر پرداخته شده است که بدون شک بسیار آموزنده خواهد بود.

۵- بهترین ابزارهای نظرسنجی در سال ۲۰۲۰
مدت زمان: ۲ دقیقه

در این ویدئوی کوتاه شما با بهترین ابزارهای نظرسنجی و تحلیل پاسخ‌ها، آشنا خواهید شد. در واقع این امر که تحلیل‌های لازم انجام شود و براساس آن استراتژی‌هایی مشخص گردد، امری است که برای بسیاری از افراد دشوار بوده و در این رابطه تکنولوژی می‌تواند کمک بسیار خوبی باشد. در کنار این موضوع، روش کار با هر یک از آنها نیز به صورت گام‌گام توضیح داده شده است.

منبع: business2community.com



راهکاری برای ادامه ارتباط با مشتریان در دوران کرونا



به قلم: چنل تزو کارشناس بازاریابی و کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

هنگام برنامه‌ریزی برای رویدادهای مختلف باید به نکات متعددی توجه داشت. بسیاری از برندها در شرایط عادی اقدام به برنامه‌ریزی برای برگزاری رویدادهای حضوری می‌کنند. این امر شامل تعیین یک مکان مشخص برای اجرای مراسم است. شیوع ویروس کرونا در طول ماه‌های اخیر بسیاری از برنامه‌های جاری برندها را با مشکل مواجه کرده است. این امر شامل برگزاری انواع رویدادها نیز می‌شود. امروزه اغلب برندها به دنبال برگزاری مراسم‌های کاری به صورت آنلاین هستند. مزیت اصلی این شیوه امکان جلوگیری از شیوع بیشتر کرونا و همچنین کاهش هزینه‌های جاری برند است.

امروزه برگزاری همایش‌های حضوری هزینه بسیار زیادی برای برندها دارد. بنابراین جهت گیری به سوی گونه آنلاین همایش‌ها گزینه منطقی در میان کسب و کارها محسوب خواهد شد. هدف اصلی ما در مقاله کنونی بررسی شیوه‌های برگزاری مراسم‌های تجاری به صورت آنلاین است. بر همین اساس در ادامه به بررسی نکات مختلف در این حوزه خواهیم پرداخت.

انتخاب الگوی همایش برند

برگزاری همایش فقط معطوف به یک نوع خاص نیست. امروزه اغلب برندها توانایی انتخاب گونه‌های مختلف همایش را دارند. مزیت اصلی این امر امکان بازاریابی و جلب نظر انواع مشتریان علاقه‌مند به کسب و کار برندهاست. برخی از الگوهای رایج همایش شامل اختصاص چند روز پشت سر هم برای گفت‌وگو و پیرامون بحث‌های متعدد، اختصاص زمانی کوتاه برای مصاحبه با یک مهمان مهم یا ایجاد بسترهای مناسب برای تعامل هرچه بیشتر مخاطب با مهمان و دست‌اندرکاران برگزاری همایش است.

مسئله مهم در نخستین بخش برگزاری همایش آنلاین انتخاب درست گونه‌اش است. اگر شما در این زمینه با مشکل مواجه باشید، تا پایان برگزاری مراسم هدف اصلی‌تان برای مخاطب هدف نامعلوم خواهد بود. به این ترتیب شما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را نخواهید یافت. اشتباه اصلی اغلب برندها برای تعامل با مخاطب هدف عدم بیان دقیق هدف‌شان از برگزاری همایش است. این امر همیشه موجب کاهش استقبال کاربران از برگزاری همایش‌ها خواهد شد بنابراین استراتژی شما پس از تعیین ماهیت مراسم باید معطوف به اطلاع‌رسانی دقیق باشد.

تعیین اهداف اصلی

پیگیری اهداف متعدد از طریق برگزاری همایش کاری همیشه ایده مناسبی نیست. بسیاری از کسب و کارها توانایی دستیابی به اهداف متعدد را ندارند. این امر به دلیل محدودیت در منابع روی می‌دهد بنابراین شما باید حداکثر تمرکزتان بر روی محدودسازی اهداف‌تان داشته باشید. این امر در ابتدا بسیار دشوار خواهد بود. برندها در هر صورت تمایل به تعقیب اهداف متعدد دارند. نکته مهم در این میان انتخاب بین تعقیب اهداف متعدد یا تمرکز بر روی یک یا دو هدف محدود و دستیابی به آن است. مزیت اصلی این امر امکان برنامه‌ریزی برای کسب موفقیت در حوزه کسب و کار است.

یکی از مثال‌های مناسب برای برگزاری همایش توجه به فعالیت‌های

تعامل با مخاطب هدف در قالب همایش‌های آنلاین

باشند، تعداد کاربران حاضر در مراسم شما افزایش خواهد یافت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد بنابراین شما باید آماده بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف باشید.

• همکاری با اینفلوئنسرها: همکاری با اینفلوئنسرها اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف در بازه زمانی پیش از برگزاری همایش را ندارند. همین امر همکاری با افراد تاثیرگذار را ضروری می‌سازد. اینفلوئنسرها همیشه توانایی بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارند. برندها برای جلب نظر مشتریان به رویدادهای مختلف‌شان از توانایی تاثیرگذاری اینفلوئنسرها استفاده می‌کنند بنابراین شما باید به دنبال جلب نظر اینفلوئنسرهای مناسب با ماهیت کسب و کارتان برای همکاری باشید.

• استفاده شبکه‌های اجتماعی: پوشش همایش برند در شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسیار زیادی دارد. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون استفاده از شبکه‌های اجتماعی را ندارند. این نکته فقط مربوط به برگزاری همایش‌های کاری نیست. شما باید در تمام مراحل فعالیت برندتان از چنین الگویی استفاده نمایید. در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست خواهید داد. پوشش زنده همایش برند از طریق شبکه‌های اجتماعی گزینه بسیار مطلوبی برای گسترش دامنه مخاطب هدف محسوب می‌شود. شما در غیر این صورت توانایی تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از کاربران شبکه‌های اجتماعی را از دست خواهید داد.

ایجاد تمایز میان برندها با رقبا

فعالیت در زمینه برگزاری همایش آنلاین فقط مربوط به برند شما نیست. امروزه برندهای بسیار زیادی در زمینه برگزاری همایش‌های آنلاین فعالیت دارند. بنابراین شما باید دست به انتخابی منطقی در زمینه استفاده از تکنیک‌های مختلف بزنید. توصیه نخست ما در این میان تلاش برای ایجاد تمایز میان برندتان با دیگر رقباست. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما توانایی ایجاد تمایز میان برندتان با دیگران را نداشته باشید، در عمل مورد بی‌توجهی گسترده مخاطب قرار خواهید گرفت.

امروزه همایش‌های آنلاین بسیار زیادی در سطح جهان برگزار می‌شود، اما کاربران فقط به تعداد محدودی از آنها توجه دارند. این نکته برای استفاده بهینه از بودجه در دسترس برندها اهمیت بسیار زیادی دارد بنابراین شما پیش از هرگونه تصمیم‌گیری برای استفاده از بودجه برند به فکر این نکته مهم باشید.

پوشش فاصله میان برندها و مشتریان با همایش آنلاین

شیوع ویروس کرونا فاصله قابل توجهی میان برندها و مشتریان‌شان ایجاد کرده است. این امر اغلب برندها را در شرایط دشواری قرار داده است. وقتی مشتریان شما را در اطراف‌شان مشاهده نمی‌کنند، تمایل بسیار اندکی برای تعامل با مخاطب هدف خواهند داشت. این نکته باید مدنظر برندها قرار داشته باشد. اگر شما تمام فعالیت‌های بازاریابی‌تان را تعطیل نمایید، پس از بازگشایی کسب و کارها دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت. بسیاری از مشتریان پس از یک ماه بی‌خبری از یک برند به طور کامل آن را فراموش می‌کنند بنابراین شما مسیر بسیار دشواری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در پیش دارید.

منبع: myasbn.com

۵ کلمه‌ای که شناس فروش شما را افزایش خواهد داد

۲-مزیت

بدون شک هر فردی تمایل دارد که بهترین خرید ممکن را داشته باشد. به همین خاطر استفاده از کلمه مزیت، کاملا مورد انتظار خواهد بود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که مزیت‌های شما باید کاملا درست و مطابق با واقعیت باشد. در غیر این صورت تنها نتایج مقطعی را به دست خواهید آورد. در این راستا از مقایسه محصول و برند خود با سایر موارد موجود در بازار نیز غافل نشوید. در واقع هر اقدامی برای نمایش مزیت‌ها، کاملا الزامی خواهد بود.

۳-اجتناب

مخاطب باید به این باور برسد که شما دلسوز آنها هستید تا به شما اعتماد نماید. در این رابطه توصیه برای انجام ندادن برخی از اقدامات، بسیار مهم خواهد بود. برای مثال اگر در زمینه فروش پارچه فعالیت دارید، توصیه می‌شود که راز شناخت یک پارچه مرغوب را آموزش دهید. این امر باعث خواهد شد تا رابطه خوبی شکل گیرد و مهارت شما به اثبات برسد. در واقع در کنار توصیه به انجام برخی از اقدامات، شما باید فهرستی از ممنوعات را نیز در اختیار مخاطب خود قرار دهید تا سریعاً به مشتری تبدیل شوند.

۴-زیرا

مخاطب تمایل دارد تا دلایل اقدامات شما را بداند. شما باید در این رابطه بتوانید پاسخ‌های مناسبی را بدهید. برای مثال یکی از رایج‌ترین

سوالات این است که چرا باید یک محصول خریداری شود؟ در این رابطه شما باید بتوانید پرسش‌های احتمالی را پیدا کرده و برای پاسخ دادن به آن آمادگی لازم را داشته باشید. در واقع مکث و یا پاسخ‌هایی که قانع‌کننده نیستند، بدترین اتفاقی است که می‌تواند برای یک بازاریاب رخ دهد. در این راستا فراموش نکنید که شما برای هر ادعای خود باید حداقل یک دلیل را داشته باشید تا مخاطب به خوبی قانع شود.

۵-رفع

در نهایت مشتری باید بداند که محصول شما کدام نیاز آنها را برطرف خواهد کرد. در این رابطه فراموش نکنید که برخی از نیازها تاکنون مورد توجه قرار گرفته نشده است. به همین خاطر شما باید دیدگاه افراد را به سمتی سوق دهید که موردنیاز شما است. بدون شک هنگامی که مخاطب بداند که با خرید محصول یک نیاز آنها رفع خواهد شد، نسبت به خرید تمایل بیشتری را پیدا خواهند کرد.

در نهایت فراموش نکنید که شما برای بازاریابی یک محصول، زمان زیادی را در اختیار نخواهید داشت. در این راستا الزامی است که تمرین خوبی داشته باشید تا سریعاً بتوانید تاثیرگذاری لازم را در مخاطب خود ایجاد نمایید. همچنین این موارد تنها پنج مورد اصلی بوده و شما برای ارتقای سطح خود می‌توانید موارد به مراتب بیشتری را یاد بگیرید.
منبع: business2community.com

نکاتی که از رجیس فیلبین می توان آموخت

به قلم: برایان ادمانسون کارآفرین
مترجم: امیر آل علی

یکی از بهترین راهکارها برای متحول کردن زندگی، یادگیری از افراد موفق جهان است. در این رابطه یکی از بهترین الگوها، آقای فیلبین است. وی عنوان رکورد گینس را برای بیشترین طول مدت اجرا در تاریخ به دست آورده و به نظر بسیاری از افراد، بهترین مجری تاریخ محسوب می‌شود. در کنار این موضوع او حضوری موفق در چند فیلم سینمایی را داشته است. اگر چه ممکن است شما در حوزه مجری‌گری فعالیت نداشته باشید، با این حال برخی از جنبه‌های این شخصیت، بدون شک برای هر حوزه‌ای کاربردی خواهد بود، با این حال چه دلیلی باعث شده است تا وی همواره مخاطب خود را به وجود بیاورد. در این راستا به بررسی پنج نکته‌ای خواهیم پرداخت که با تحلیل این شخصیت بزرگ، به دست آمده و منجر به تحول زندگی من شده است.

۱- همواره در بالاترین سطح آمادگی باشید

حتی در سنن بالا نیز رجیس فیلبین تمرین خود را به صورت منظم ادامه می‌داد. در واقع اطرافیان او در مصاحبه‌هایی عنوان کرده‌اند که عادت‌های کاری، برای وی هیچ‌گاه به پایان نرسید. در واقع بسیار مهم است که افراد در کار خود دچار غرور نشده و همواره به دنبال یادگیری بیشتر باشند. در نهایت فراموش نکنید که یک عملکرد مناسب، حاصل تلاش و تمرین مداوم است. به همین خاطر نباید تصور کنید که در این رابطه تنها مسئله استعداد مطرح است.

۲- داستان‌سرایی استفاده کنید

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که داستان‌سرایی تنها به حوزه تبلیغات و تولید محتوا اختصاص دارد. این امر در حالی است که شما می‌توانید از این سیاست برای بهبود روابط خود نیز استفاده نمایید. بدون شک برای موفقیت در هر حوزه‌ای حتی زندگی شخصی، توانایی ارتباط برقرار کردن و نفوذ بر دیگران، بسیار مهم خواهد بود. در این راستا انتقال مفاهیم در قالب داستان، یکی از مواردی است که باعث خواهد شد تا شخصیت شما، کارزیمای بیشتری نیز داشته باشد. در واقع تاثیر داستان حتی از ارائه آمار و ارقام نیز بالاتر است.

۳- روابط طولانی‌مدت ایجاد نمایید

یکی از قابلیت‌های مثبت رجیس فیلبین، توانایی او در زمینه ایجاد روابط طولانی‌مدت است. در واقع وی به سادگی قادر است که روابط خود با همکاران را حفظ کند. این امر باعث می‌شود تا تیم او حتی در بدترین شرایط نیز حفظ شود. در واقع اگر چه همواره توصیه می‌شود که برای موفقیت، حتما تیم خوبی را برای خود ایجاد نمایید، با این حال به نظر من مهم‌تر از این اقدام، توانایی حفظ تیم است. به همین خاطر ضروری است تا اعتماد تیم خود را به دست آورید و اجازه ندهید که هیچ اتفاقی، زمینه‌ناپودی آن را به همراه داشته باشد.

۴- حس خوب و راحتی را در افراد ایجاد نمایید

اگر بخواهیم مهمترین دلیل محبوبیت فوق‌العاده آقای فیلبین در بین مخاطبان را نام ببریم، بدون شک توانایی وی در ایجاد حس فوق‌العاده مثبت و احساس راحتی، گزینه بدون رقیب خواهد بود. در واقع وی در کار خود به نحوی با مخاطب رفتار می‌کند که آنها هیچ‌گاه احساس بدی را تجربه نکرده و این امر شخصیت او را بسیار دوست‌داشتنی کرده است. این امر درست اقدامی است که هر فردی در محیط کاری خود نیز باید مورد استفاده قرار دهد. در واقع افراد محبوب، با کمترین مشکلات در کار خود مواجه خواهند شد. در این راستا رجیس فیلبین توانایی این را داشته است که حتی شرایط پیچیده را با یک عبارت طنز، بار دیگر در مسیر موردنظر خود قرار دهد.

۵- به کار خود علاقه داشته باشید

در نهایت هیچ یک از این موارد امکان‌پذیر نخواهد بود مگر آنکه شما نسبت به کاری که انجام می‌دهید، تمایل بسیار بالایی داشته باشید. در واقع علاقه به کار باعث می‌شود تا انگیزه کافی برای چندین سال فعالیت در بالاترین سطح را داشته باشید. به همین خاطر تفاوتی ندارد که تا به امروز چند شغل مختلف را امتحان کرده‌اید، بدون شک تا زمانی که مورد اصلی پیدا نشده است، شما باید جست و جوی خود را ادامه دهید. بدون شک پس از پیدا کردن مورد اصلی، مفهوم کار برای شما دگرگون خواهد شد و هر روز اقدامی را انجام می‌دهید که جزو بزرگ‌ترین علایق شما محسوب می‌شود.

منبع: entrepreneur.com



اصول روابط عمومی مناسب در دوران کرونا



داشتن بنابراین باید اندکی شکیبایی بیشتر به خرج دهید. هر چه دامنه مطالعه شما بیشتر باشد، امکان اجرای کمپین روابط عمومی بهتری را خواهید داشت.

۴- توجه به محدودیت‌های زمانی

دوران کرونا برای همیشه پابرجا نخواهد ماند. این بحران نیز مانند بسیاری از بحران‌های دیگر در یک یا دو روز رفع خواهد شد. نکته مهم استفاده از بازه زمانی جاری برای نمایش تعهد کسب و کارمان به مشتریان است. امروزه مشتریان انتظارات بسیار زیادی از برندها دارند بنابراین شما باید به خوبی نسبت به انتظارات آنها پاسخ دهید. در غیر این صورت مشتریان به سرعت به سراغ برندهای دیگر خواهند رفت. طراحی برنامه بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف در بازه زمانی کنونی اهمیت بسیار زیادی دارد. اغلب اوقات فرآیند روابط عمومی با بازاریابی شباهت بالایی دارد بنابراین شما امکان استفاده از اطلاعات دست اول موردنیاز برای حوزه بازاریابی به منظور ساماندهی استراتژی روابط عمومی را خواهید داشت.

۵- توجه به رسانه‌های دیجیتال

روابط عمومی از طریق رسانه‌های سنتی همیشه پاسخ مناسب برای برندها نیست. گاهی اوقات شما باید با رسانه‌های تازه نیز هماهنگی قابل ملاحظه‌ای داشته باشید. این امر شامل حضور فعال در فضای شبکه‌های اجتماعی و تأمل نزدیک با کاربران است. مزیت اصلی این روند امکان بیان ایده‌های مختلف و مشارکت با مشتریان در حوزه‌های مختلف خواهد بود.

امروزه مشتریان دیگر به رسانه‌های سنتی توجه زیادی ندارند بنابراین شما باید هر چه سریع‌تر نسبت به تغییر شیوه فعالیت در حوزه روابط عمومی اقدام نمایید. بسیاری از برندها به دلیل تأخیر در این فرآیند مشکلات بسیار زیادی را متحمل می‌شوند.

ویروس کرونا شرایط دشواری برای برندها پدید آورده است. مهمترین مسئله در این میان توجه به بخش روابط عمومی برای نجات کسب و کارمان است. حفظ ارتباط با مخاطب هدف در طول دوران کرونا اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر شما نیز علاقه‌مند به حفظ ارتباط برندان با مخاطب هدف هستید، باید از همان ابتدا نسبت به توجه به حوزه روابط عمومی اقدام نمایید. در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی در زمینه تعامل با مشتریان خواهید داشت.

منبع: prdaily.com

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی و ضرورت ویرایش محتوا

گرایشی نامناسب از سوی برندها محسوب می‌شود. ذهنیت خالق یک محتوای بازاریابی با نظر و سلیقه دیگران تفاوت زیادی دارد. توصیه ما در این بخش استفاده از نظرات دیگران برای ویرایش محتوای بازاریابی است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد بنابراین شما در صورت همکاری با اعضای بخش‌های دیگر برند برای ارزیابی و ویرایش محتوای موردنظران نتیجه بسیار بهتری دریافت خواهید کرد.

۲- ضرورت تعدیل شوخی‌ها

استفاده از عنصر طنز در فرآیند بازاریابی اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها با استفاده از همین نکته دست به خلق محتوای جذاب و تعاملی می‌زنند. مهمترین مسئله در این میان خطرهای ناشی از شوخی‌های نامناسب است. اگر شوخی برند شما حساسیت‌برانگیز باشد، به احتمال فراوان واکنش شدید مخاطب هدف را به همراه دارد. برخی از برندها در طول سال‌های اخیر به دلیل استفاده از شوخی‌های نامناسب با شرایط نامطلوبی مواجه می‌شوند. یکی از نکات مهم در زمینه استفاده از شوخی‌ها در محتوای بازاریابی اطمینان از عدم حساسیت گروه‌های مختلف نسبت به آن است. بسیاری از برندها در عمل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون استفاده از شوخی‌های جذاب را ندارند. توصیه ما در این بخش مرور کمپین‌های ناموفق در زمینه استفاده از شوخی‌های مختلف است. شما به این ترتیب آگاهی وسیعی از نکات حساسیت‌برانگیز پیدا خواهید کرد.

به قلم: ایی اکاتر کارشناس روابط عمومی

ترجمه: علی آل علی

زمانی که ویروس کرونا در سطح جهانی توسعه پیدا کرد، بسیاری از برندها هنوز نسبت به عمق فاجعه آگاهی نداشتند. قطع ارتباط مستقیم میان برندها و مشتریان برای بیش از پنج ماه حادثه‌ای عجیب به نظر می‌رسد. بی‌تردید بسیاری از برندها انتظار چنین حادثه‌ای را نداشتند بنابراین واکنش آنها در قبال چنین اتفاقی متفاوت بود. بدون تردید پوشش رسانه‌ای نسبت به اتفاقات برند در شرایط کرونایی اهمیت بسیار زیادی دارد. امروزه مشتریان انتظار آگاهی از وضعیت برندها در هر شرایطی را دارند بنابراین شما مسئولیت بسیار سنگینی در قبال اطلاع‌رسانی وضعیت برندان دارید. این امر از نظر تعامل با مشتریان اهمیت بالایی دارد بنابراین شما باید توجه ویژه‌ای به آن داشته باشید. ما در ادامه به بررسی برخی از مهمترین نکات روابط عمومی و آگاهی‌بخشی رسانه‌ای در دوران کرونا به منظور استفاده هر چه بهتر برندها خواهیم پرداخت.

۱. اولویت مردم در پوشش رسانه‌ای

پوشش رسانه‌ای از سوی برندها فقط مربوط به دنیای کسب و کار نیست. بسیاری از کسب و کارها در عمل فقط به دنبال جلب نظر مشتریان به وضعیت کسب و کارشان هستند. مهمترین نکته در این میان تعامل میان برندها با مشتریان‌شان براساس نیازهای جاری‌شان است. اگر شما توانایی اطلاع‌رسانی و توجه به وضعیت مشتریان را نداشته باشید، به سرعت از سوی مشتریان فراموش خواهید شد بنابراین باید استراتژی درستی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در پیش بگیرید.

امروزه توجه به وضعیت مشتریان در تعامل با مشکلات ناشی از شیوع ویروس کرونا اهمیت بسیار زیادی دارد. برخی از برندها در عمل توانایی جلب نظر مخاطب هدف‌شان را ندارند. این امر ناشی از عدم تمایل برای آگاهی از وضعیت آنهاست. اگر شما نیز چنین وضعیتی در عرصه کسب و کار دارید، باید به سرعت نسبت به تغییر گرایش برندان اقدام نمایید. در غیر این صورت در ادامه مسیر کسب و کار با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهید شد. اغلب برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به شناخت سلیقه آنها دارند بنابراین شما باید چنین مرحله‌ای در زمینه روابط عمومی و بازاریابی را جدی تلقی نمایید.

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com

ترجمه: علی آل علی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همیشه همراه با احساس خطر نسبت به بارگذاری محتوای نامناسب است. امروزه سطح رقابت در شبکه‌های اجتماعی به شدت افزایش یافته است. حضور شمار بالایی از برندها در این فضا به خوبی بیانگر ضرورت بهبود مهارت و توانایی بازاریابی برندهاست. یکی از نکات مهم در این میان توانایی بازاریاب‌ها برای ویرایش محتوا پیش از انتشارشان است. بسیاری از اوقات برندها محتوای خام و اولیه‌شان را بدون هرگونه بازنگری در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌کنند. این امر اغلب مشکلات قابل توجهی برای برندها به همراه دارد.

اگر شما تجربه همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای را داشته باشید، اغلب آنها پیش از انتشار محتوای‌شان اقدام به ویرایش دقیق آن خواهند کرد. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر برند شما توانایی تولید محتوای جذاب را نداشته باشد، بدون تردید خبری از تعامل سازنده مشتریان با شما نخواهد بود. ما در این مقاله نگاهی کوتاه به مهمترین تکنیک‌های ویرایش محتوای بازاریابی پیش از انتشارشان در شبکه‌های اجتماعی خواهیم داشت.

۱. ویرایش چندباره محتوا

ویرایش محتوا یک فرآیند چندبخشی است. اغلب بازاریاب‌ها پس از مشاهده نهایی محتوا اقدام به بارگذاری آن می‌کنند. این امر

نشانه‌های نیاز به باز آفرینی برنامه بازاریابی

به قلم: توماس گر یفین کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل علی

مدیریت کسب و کار هرگز کار ساده‌ای نیست. شما به عنوان مدیر یک کسب و کار باید بخش‌های مختلف برندگان را مورد توجه قرار دهید. گاهی اوقات مدیران بخش بازاریابی باید به سرعت نسبت به نیاز به تغییر استراتژی آگاهی پیدا کنند. این امر ناشی از سطح رقابت بالا در عرصه بازاریابی و نیاز به تغییرات مداوم از سوی برندهاست. اگر برند شما برای چند سال متوالی استراتژی بازاریابی یکسانی را پیگیری نماید، به احتمال فراوان در نهایت با شکست مواجه خواهد شد. همین امر نیاز به استفاده از الگوهای بازاریابی تازه را پدید می‌آورد.

تعامل با مشتریان و سرگرم ساختن آنها بخشی از وظیفه تیم بازاریابی هر شرکتی است. این امر فقط در صورت تولید محتوای جذاب و کارایی استراتژی بازاریابی برندها امکان پذیر خواهد بود. هدف ما در این مقاله بررسی راهکارها و شیوه‌های جلب نظر مخاطب هدف در حوزه بازاریابی است. ما در این راستا بر روی اهمیت به‌روز رسانی و تحول استراتژی بازاریابی برندها تاکید داریم. بر همین اساس در ادامه به بررسی پنج نشانه ضروری برای تغییر الگو و استراتژی بازاریابی برندها خواهیم پرداخت.

کاهش مداوم ترافیک سایت

سایت رسمی برندها پایگاه مهمی برای جلب نظر مخاطب هدف محسوب می‌شود. اغلب برندها در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف از سایت رسمی استفاده می‌کنند. بارگذاری آخرین اخبار و کمپین‌های بازاریابی ایده مناسبی برای فعالیت در سایت برند محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان توجه به آمارهای سایت برند است. اگر سایت شما توانایی جلب ترافیک بالا را نداشته باشد، به سرعت باید نسبت به تغییر الگوی بازاریابی‌تان اقدام نمایید. شما برای تولید محتوای بازاریابی هزینه بسیار زیادی را صرف می‌کنید بنابراین انتظار نتیجه مناسب از فرآیند بازاریابی طبیعی خواهد بود. امروزه عرصه کسب و کار دارای رقابت بسیار زیادی است. مهمترین نکته در این میان شناخت سلیقه مخاطب هدف برای تولید محتوای جذاب است. اگر شما سلیقه مشتریان‌تان را به خوبی مورد شناسایی قرار ندهید، امکان تاثیر گذاری بر روی آنها فراهم نخواهد شد. این نکته در میان تمام برندها و کسب و کارهای مختلف مشترک است. وقتی کاربران سایت شما را به سرعت ترک می‌کنند، بدون تردید مشکلی در تولید محتوا یا بازاریابی شما وجود دارد بنابراین نخستین نشانه از عملکرد نامناسب سایت رسمی یک برند ناتوانی در افزایش ترافیک سایت خواهد بود. شما با مشاهده این عامل باید به سرعت نسبت به تغییر الگوی بازاریابی برندگان اقدام نمایید. در غیر این صورت فرآیند ریزش مخاطب‌تان به سرعت ادامه خواهد یافت. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر شما به سرعت نسبت به شناخت سلیقه مخاطب هدف و تغییرات آن اقدام نکنید، شکست در حوزه بازاریابی امری طبیعی خواهد بود.

افزایش تعداد لغو عضویت در خبرنامه

خبرنامه یکی از ابزارهای بازاریابی مهم برای برندها محسوب می‌شود. امروزه اطلاع‌رسانی سریع و کاربردی به مخاطب هدف اهمیت بالایی دارد. اغلب رسانه‌ها و کانال‌های ارتباطی عمومی پر از محتوای گوناگون است. این امر خطر نادیده‌نگاری محتوای خبری برندها از سوی کاربران را به همراه دارد. سرویس‌های ایمیل به دلیل توجه مداوم کاربران همیشه گزینه بازاریابی مناسبی محسوب می‌شوند. این امر در مورد برندها به معنای ضرورت راهاندازی خبرنامه است. وقتی یک برند خبرنامه رسمی دارد، امکان جلب نظر مشتریان وفادار را خواهد یافت. امروزه اغلب کاربران علاقه‌مند به عضویت در خبرنامه برندها جزئی از مشتریان وفادار آنها هستند.

وقتی یک برند شمار بالایی عضو خبرنامه داشته باشد، معنای آن موفقیت در زمینه بازاریابی و فروش است. نکته ترسناک در این میان ریزش شدید اعضای خبرنامه برند است. اگر اعضای خبرنامه برند شما در طول ماه‌های اخیر به سرعت ریزش داشته‌اند، باید آن را نشانه‌ای مبنی بر فقدان کارایی در فرآیند بازاریابی‌تان قلمداد نمایید. بسیاری از برنامه‌های بازاریابی در طول زمان نیاز به تجدیدنظر دارند بنابراین تعجب بیش از اندازه در برابر کاهش کارایی یک استراتژی بازاریابی امری منطقی نخواهد بود. وظیفه اصلی هر برند در مواجهه با کاهش انگیزه مشتریان برای عضویت در خبرنامه تلاش برای بازآفرینی استراتژی بازاریابی خواهد بود. این امر اغلب اوقات در صورت ناتوانی برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید به سرعت مدنظر قرار گیرد. برندهای موفق همیشه در پی به‌روز رسانی وضعیت فعالیت‌شان هستند. این امر به معنای ارزیابی مداوم عملکرد استراتژی بازاریابی و به‌روز رسانی آن در صورت نیاز است.

کاهش تعامل در شبکه‌های اجتماعی

تعامل برندها با مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی امر تازه‌ای محسوب نمی‌شود. استراتژی بازاریابی بسیاری از برندها شامل بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف در شبکه‌های اجتماعی است. این استراتژی در طول سال‌های اخیر بدون تغییر باقی مانده است. بسیاری از برندها در تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف بودجه‌های کلان برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی تعیین می‌کنند.

نشانه اصلی نیاز به بازآفرینی استراتژی بازاریابی در این بخش کاهش تعامل میان برند شما با مخاطب هدف است. کاربران تا وقتی یک برند جذابیت خاصی برای آنها نداشته باشند، اقدام به تعامل با آن خواهند کرد بنابراین کاهش سطح تعامل آنها با مشتریان به معنای افول جذابیت شما خواهد بود. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. وقتی جذابیت شما کاهش پیدا می‌کند، باید به سرعت آن را تقویت نمایید. سرعت عمل در این بخش اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر شما دیگر به فکر بازآفرینی فرآیند بازاریابی برندگان باشید، توانایی تاثیر گذاری دوباره بر روی مخاطب هدف را از دست خواهید داد. امروزه بسیاری از برندها به دلیل ناتوانی برای ارزیابی به موقع کاهش جذابیت‌شان برای مخاطب هدف با مشکلات بازاریابی متعددی مواجه می‌شوند. با این حساب شما باید به سرعت نسبت به هر گونه مشکل و اخلاقی در فرآیند بازاریابی‌تان واکنش نشان دهید.

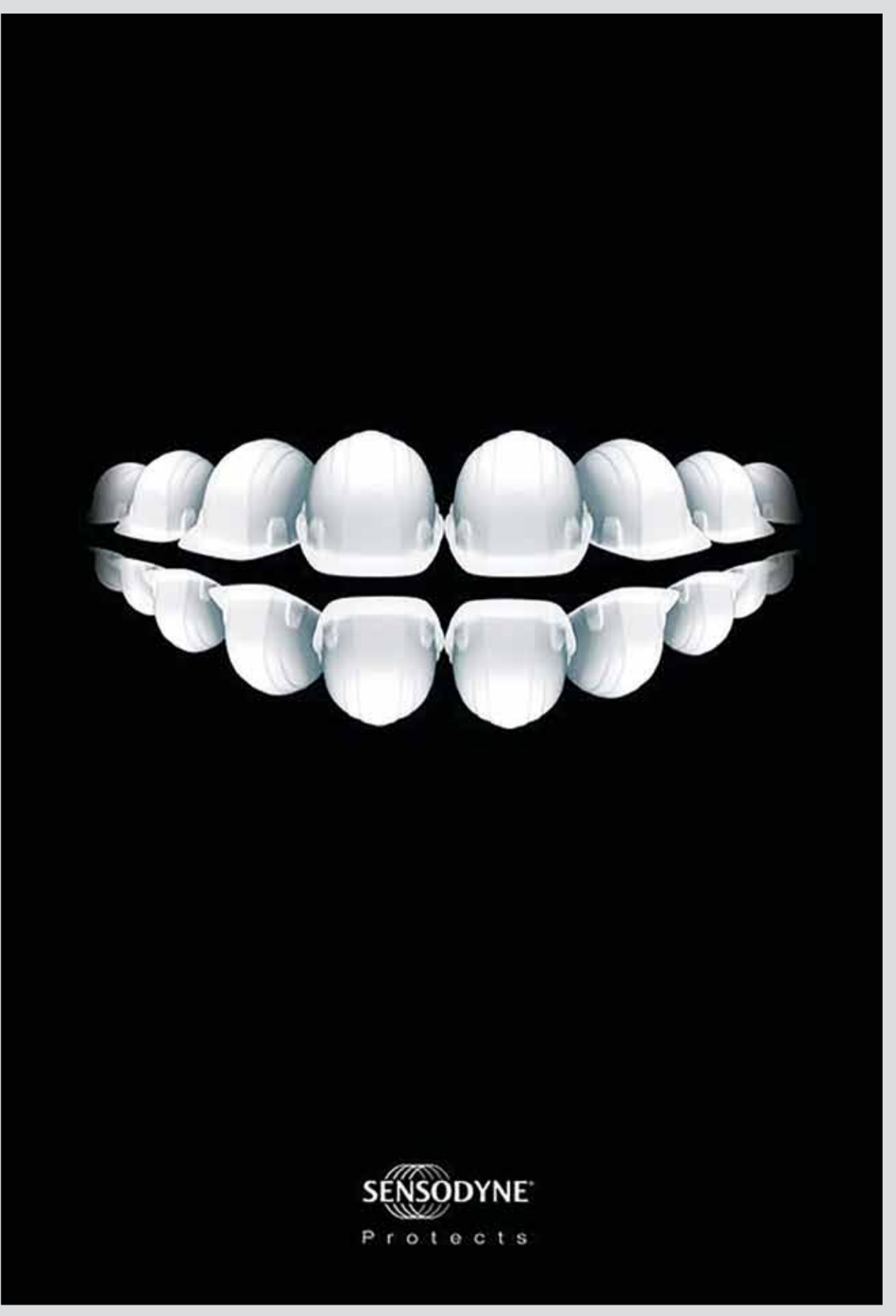
گفت‌وگوهای اندک در فوروم

فوروم سایت‌ها اهمیت بسیار زیادی برای آگاهی از انتقادات مشتریان نسبت به عملکرد برند دارد. اغلب کاربران در فضای فوروم سایت رسمی یک برند انتقادات دقیق و بدون تعارفی را بیان می‌کنند. این امر بیانگر ضرورت توجه به فضای فوروم سایت‌ها از سوی برندهاست. وقتی میزان تعامل کاربران با برندها در فوروم سایت‌های معتبر کاهش پیدا می‌کند، نشانه مهمی مبنی بر ضرورت توجه به استراتژی بازاریابی مشاهده خواهد شد. امروزه بسیاری از برندها نسبت به تعامل با مخاطب هدف در فوروم سایت رسمی‌شان یا دیگر سایت‌های معتبر توجه چندانی ندارند. همین امر موجب کاهش سطح تعامل آگاهی برندها نسبت به واکنش واقعی مشتریان به کمپین بازاریابی‌شان است. اگر شما رابطه نزدیکی با مشتریان‌تان نداشته باشید، آگاهی از زمان مناسب برای تغییر الگوی بازاریابی برندگان بسیار دشوار خواهد بود.

ناتوانی در بیان استراتژی برای دیگران

آخرین نشانه نیاز به تغییر استراتژی بازاریابی ناتوانی رئیس بخش بازاریابی یا هر کدام از اعضای تیم برای بیان ایده‌شان به دیگران است. ایده‌های بازاریابی در ابتدا بسیار ساده هستند بنابراین اگر شما از همان ابتدا توانایی بیان ایده‌تان به دیگران را ندارید، باید به فکر بازآفرینی اساسی‌اش باشید. بسیاری از برندها پس در عمل ایده‌های بازاریابی بسیار پیچیده‌ای دارند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. هر چه توانایی شما برای بیان ساده ایده و استراتژی بازاریابی‌تان به دیگران بیشتر باشد، توانایی نهایی بهتری برای تاثیر گذاری بر روی آنها خواهید داشت. یک استراتژی بازاریابی مناسب در عین سادگی توانایی تاثیر گذاری بالایی بر روی مخاطب هدف دارد بنابراین شما با مشاهده هر گونه مشکلی در زمینه رعایت سادگی یا تاثیر گذاری در حوزه بازاریابی نیاز به تجدیدنظر در ایده آن خواهید داشت.

منبع: business.com



به سادگی یک لبخند می توان بر استرس غلبه کرد

شغل‌های استرس‌زایی باشند، با این وجود، حتی موقعی که پشت تلفن با مشتری‌های بالقوه خود صحبت می‌کنید، حفظ کردن حالت لبخند یا هر حالت دیگری که نشاتگر رضایت و خوشحالی شما باشد، می‌تواند باعث بهتر شدن روحیه شما شود و شما احساسات بهتری تجربه کنید. به عنوان مثال اگر هفته‌ای که گذرانید، چندان موفقیت‌آمیز نبوده، کافی است تنها برای دلخوشی خودتان هم که شده، حتی شده برای یک روز، بهترین لباس خود یا خوشرنج‌ترین‌شان را بپوشید. این تغییرات اگر چه کوچک و مصنوعی به نظر می‌رسند، اما می‌توانند باعث شوند شما حس بهتری پیدا کنید و روز بهتری پیش رو داشته باشید. فروش به صورت ذاتی کاری استرس‌زاست زیرا شنیدن پاسخ منفی در آن زیاد اتفاق می‌افتد. هر کسی هم که صاحب یک کسب و کار است، چه فعالیتی که می‌کند، یا عمل حقیقی فروش سرر و کار داشته باشد و چه نداشته باشد، عملاً به صورت مداوم در حال فروشنده‌گی است. صاحب یک کسب و کار، در حقیقت تجسم شرکت خود است. به همین علت است که باید به هر شیوه‌ای که امکان دارد، روحیه خود را بالا و شاداب نگه دارید.

توماس پین می‌گوید: «من کسانی را دوست دارم که در مشکلاتی که برایشان به وجود می‌آید، می‌توانند لبخند بزنند، در مشکلات عزم خود را جزم می‌کنند، و با فکر کردن شجاعت‌شان را بالا می‌برند. کوچک بشدن، کاری است که ذهن‌های کوچک انجام می‌دهند. افرادی که قلبی سرشار از پایداری دارند و وجدان‌شان بر اعمال‌شان صحنه می‌گذارد، تا پایان عمر، آرزوهای‌شان را دنبال خواهند کرد.»

منبع: INC/ucan

برای مدت کوتاهی لبخند بزنید. این کار هم باعث می‌شود موقعیتی که در آن قرار دارید را بهتر تحمل کنید و هم ممکن است برای سلامتی قلب شما مفید باشد.»

بهتر است نظرات دکتر ایمی کادی از دانشگاه هاروارد را هم در رابطه با این موضوع مدنظر قرار دهیم. کادی اظهار می‌کند تغییرات جزئی در حالت فیزیکی ما کمک می‌کند تا تغییرات بزرگی در مدل زندگی و نوع رهبری ما پدیدار شود. او اعتقاد دارد حالت‌های فیزیکی ما نوع تفکر ما نسبت به خودمان و دنیایی که در اطراف‌مان قرار دارد را تا حد زیادی مشخص می‌کند. به عنوان مثال، می‌توانید خودکار را طوری در دهان‌تان نگه دارید که دهان و لب‌های شما به شکل یک لبخند در بیاید. با آنکه در ظاهر عجیب است، اما شکل دادن صورت به حالت خوشحالی و لبخند زدن، حقیقتاً باعث خوشحالی شما می‌شود. البته مفهوم این حرف این نیست که ما باید با یک نقاب مصنوعی از لبخند، به این طرف و آن طرف برویم و به همدیگر نگاه کنیم ولی تحقیقاتی که امروزه از نظر علمی صورت می‌گیرند، اشاره به این موضوع دارند که می‌توانیم احساسات و رفتار خود را کنترل و دستکاری کنیم. این به این معناست که احساسات ما الزاماً وابسته به شرایط محیطی یا ژنتیکی ما نیست. جالب اینجاست که سایر افراد هم به لبخند ما واکنش نشان خواهند داد. کارول لینگزی، متخصص زبان بدن، می‌گوید مطالعات نشان داده‌اند که قاضی‌هایی که در دادگاه‌ها هستند، برای افرادی که لبخند می‌زنند، مجازات‌های کمتری در نظر می‌گیرند.

اما این آمار چه کمکی به فروشندگان می‌کند؟ شغل‌هایی که حرفه‌شان طوری است که در طول روز شما را با پاسخ‌های منفی زیادی روبه‌رو می‌کنند، می‌توانند

نت کینگ کول در سال ۱۹۵۴ یک آهنگ معروف منتشر کرد با نام «لبخند بزن». او در آغاز این آهنگ اینطور می‌گفت: «با اینکه قلبت ناراحت است، لبخند بزن، حتی اگر قلبت شکسته، باز هم لبخند بزن. وقتی آسمان را ابر پوشانده، اگر در ناراحتی‌ها و ترس‌ها لبخند بزنی در سلامت خواهی بود. لبخند بزن تا شاید فردا آفتاب را دیدی که بیرون آمده و به روی تو می‌تابد.» این شعر ممکن است خیلی رمانتیک به نظر بیاید، ولی مجله کسب و کار هاروارد از تحقیقات بزرگی خاطر‌نشان کرده است که می‌تواند گواهی بر مدعای احساس در این آهنگ باشد. مجله کسب و کار هاروارد به تازگی متن کوتاه و جالبی را چاپ کرده است که به جمع‌بندی مقاله‌ای که نویسنده آن تارا کرافت فیل و ساسارا پرسمن از دانشگاه کانزاس هستند، پرداخته است. این مقاله بررسی می‌کند که حالت‌های مختلف چهره در زمان استرس چه تاثیراتی دارد. فیل در این مقاله بیان کرده است: «ضرب‌المثل‌های قدیمی مانند grin and bear it به معنای لبخند بزن و تحمل کن، لبخند زدن، هم یکی از شاخص‌های مهم غیر کلامی خوشحالی است و هم به عنوان درویی است که برای تمام استرس‌ها و رویدادهای پر تنش زندگی به تمام افراد پیشنهاد می‌شود.»

این جمله شاید کمی مبالغه‌آمیز باشند، با این حال، فیل و پرسمن بدون آنکه از جزئیات تحقیق خود حرفی بزنند، می‌گویند لبخند زدن در برهه‌ای که پر از تنش و اضطراب است، می‌تواند میزان واکنش بدن به استرس را واقعا کم کند؛ چه فرد مدنظر حس خوشحالی داشته باشد و چه نه. پرسمن در این باره می‌گوید: «دفعه بعدی که در ترافیک ماندید یا مدل دیگری از استرس را تجربه کردید، تلاش کنید