

عزم دولت برای رونق بازار مسکن

✎ اخذ مالیات خانه‌های خالی از خردادماه امسال اجرا می‌شود
✎ وام خانه اولی‌ها ۲۰۰ میلیون تومان شد

ایده‌های طلایی

استفاده‌هوشمند از اطلاعات شخصی



وزیر راه و شهرسازی بار دیگر نسبت به افزایش پوپولیسم هشدار داد

بعضی نامزدها به شیوه ترامپ عمل می‌کنند

نبیست. همین‌که درگیری رخ دهد و بزرگ‌تری به دام شما بیفتد

و تن به درگیری دهد، شما در واقع به هدف خود رسیده‌اید.

ایسن همان اتفاقی است که در انتخابات سال ۱۳۸۴ رخ داد.

تأکید این یادداشت بر این نکته است که اکثر آقایانی که خود

را برای این دوره از رقابت‌ها آماده می‌کنند از درک این حقیقت

غافل مانده‌اند که با یک حرکت پوپولیستی کم‌سابقه از نظر

تاریخی در ایران و بسیار بی‌محابا از حیث آمادگی هزینه‌کردن

منابع نسل موجود و نسل‌های آتی برای پیروزی در این رقابت،

روبه‌رو هستند. معمولاً پوپولیست‌ها عناصری از چپ و راست را



به هم ترکیب و چنین وانمود می‌کنند که دارای منافع هر دو اردوگاه بدون مضار آنها هستند. لذا ضمن سر دادن شعار توزیع پول و یارانه و ساخت مسکن که رویکردی چپ‌روانه و ملازم با توسعه دولت است، شعار ضدتوسعه دولتی و ضدیت با بنگاه‌های بزرگ و مولد ارزش افزوده ملی به‌ویژه نهادهای مالی سر مخالفت می‌گذارند و چنین وانمود می‌کنند که این نهادهای ابزارهای بهره‌کشی از ملت هستند و آنها در صدد بازتوزیع منابع آنها به‌طور عادلانه در بین ملت هستند. در عین حال، آنها اینقدر هوشمند هستند که برای ممانعت از شکل‌گیری هرگونه مخالفت از سوی توده‌ها، مانع شکل‌گیری هرگونه تشکل و سندیکاهای کارگری می‌کند چون بوش (پسر)، سارکوزی، برلوسکینی و اخیراً ترامپ. نمونه شاخص اردوگاه چپ در این ارتباط استالین است و اخیراً

برقرار کنند. تگاهی به تجربه‌های پوپولیستی جهان جالب توجه است. برجسته‌ترین رهبر پوپولیستی که در قرن بیستم در غرب ظهور کرد، هیتلر بود. البته رهبران پوپولیست غربی از اردوگاه‌های راست‌گرایان افراطی بودند، همچون موسولینی یا به گفته برخی دیگر خانم تاجر. این حکم درباره نمونه‌های متاخر نیز صدق می‌کند چون بوش (پسر)، سارکوزی، برلوسکینی و اخیراً ترامپ. نمونه شاخص اردوگاه چپ در این ارتباط استالین است و اخیراً

نیز می‌توان از چاوز نام برد. توجه به روش و منطق آنان جای عبرت‌گیری فراوان دارد. به هر روی، رهبران پوپولیست عمدتاً با طبعه متوسط درگیر می‌شوند، در حالی که احساسات پوپولیستی دو سوی طیف نخیشان سنت‌گرا و توده‌های کم‌سواد و با درآمد پایین را به هم پیوند می‌دهد. در نتیجه، بسیاری از آنها موجب بر سر کار آمدن دولت‌های اقتدارگرا و مستبدان پوپولیستی شدند. فِهم فرآیندهای شکل‌گیری و گسترش حرکت‌های پوپولیستی مستلزم فِهم منطق و سازوکار جلب آرای عمومی از سوی آنهاست. آنان اساساً با بحث و استدلال مخالفند. روش کار آنان بسیار ساده، در عین حال در بسیاری از موارد مؤثر و کارساز است. البته لازمه کار این است که شخصیت رهبر پوپولیست متناسب با این گفتمان باشد وگرنه کار به این سادگی هم نیست. آنان با ساده‌سازی مسائل بسیار پیچیده و با ایجاد دوگانه‌های متوالی سیاه و سفید، مخاطب را در طول مسیر به همراه خود می‌کشند و فرصت فکر کردن را از مخاطب خود می‌گیرند. ناگاه شما ملاحظه می‌کنید، خیل عظیمی از جمعیت در یک طرف دیوار ذهنی که این جریان ایجاد کرده است قرار گرفته‌اند و آن سوی دیوار را اساساً نمی‌توانند ببینند.

برای نمونه، گفتمان انتخاباتی سال ۸۴ را به‌یاد بیاورید. رقیب مرحوم هاشمی‌رفسنجانی دو تکیه‌کلام داشت: «ما می‌توانیم» و «این شدنی» است. تا ایشان می‌خواست استدلال بیاورد که این ادعاها، بسیاری‌شان فاقد منطق است و پاره دیگری از آنها نیازمند منابع فراتر از توان و طاقت بودجه عمومی است، منطق رقیب کار کرده بود و بسا ایجاد حسن همذات‌پنداری در مخاطبان بر جان آنان نشسته بود. خیلی مهم است که بدانیم دلنشین بودن یک بحث با منطقی بودن آن تفاوت فراوان دارد.

اکسون نیز برخی از نامزدها می‌خواهند همان مدل را با چاشنی ترامپی اجرا کنند. آنها می‌گویند چرا اینقدر می‌گویید نمی‌شود، نداریم، نمی‌توانیم. هم می‌شود، هم داریم و هم می‌توانیم. حال اینکه اساساً کسی چنین چیزی نمی‌گوید. با این بیان، اینها در صددند که رقیب

را ناتوان نشان دهند و خود را توانا، بدون اینکه هیچ استدلال روشنی داشته باشند و یا منبع مشخصی را نشان دهند. البته ایسن نامزد به‌خوبی نمونه قبلی نمی‌تواند نقش ایفا کند چون، شخصیت و سوابق فردی وی در فروش شهر و انجام تخلفات متعدد با قبلی در ابتدای شروع کارش بسیار متفاوت است و ژست و بیانش هم چندان گیرا نیست. مضافاً آنکه ملت ایران در همین اخیر، طعم تلخ هشت سال حاکمیت این نوع تفکر را چشیده است و این رویکرد نمی‌تواند جذابیت دوران پیشین را داشته باشد.

در این چارچوب، بحث منطقی با این افراد در واقع درگیر شدن در منطق آنان است، بنابراین از حیث تبلیغی مهم‌ترین نکته در انتخابات پیش رو درگیر نشدن در منطق بی‌منطق این گروه است. بحث با پوپولیست‌ها، همانند اثبات نبود وجود خارجی سرباب است. آنان توانایی زائدالوصفی در طرح مسائل بی‌مبنا و عرضه ادعاهای بی‌پایان دارند. برای مقابله با آنان، توضیح ابهامات و دفاع از اقدامات کارایی چندانی ندارد. چون از حیث منطقی بطلان مدعای آنان وضوح دارد. تنها راهکار، تهاجم به منطق آنان است نه تلاش در جهت بطلان ادعای آنان. این نکته‌ای است که دوستان کمتر به آن توجه کرده‌اند.

سرعت بارگذاری اطلاعات در شبکه‌های نسل پنجم افزایش می‌یابد

۱۰۰مگابیت بر ثانیه!

طبیق استانداردهای تعریف شده، سرعت بارگذاری اطلاعات با استفاده از شبکه‌های مخابراتی نسل پنجم، از طریق هر دکل مخابراتی باید حداقل ۳۰ گیگابیت در ثانیه و سرعت آپلود یا ارسال داده‌ها با استفاده از آنها باید حداقل ۱۰ گیگابیت در ثانیه باشد. در حالی که شرکت‌های مخابراتی در تلاش برای ارتقای سرعت شبکه‌های نسل چهارم....



با تولید نخستین خودرو پس از تحریم‌ها در ایران

عصر خودروهای چینی به پایان رسید

غول‌های نفتی، چشم‌انتظار نتیجه انتخابات ایران

کارنامه تجارت خارجی کشور در فروردین‌ماه امسال منتشر شد

چین، عمده‌ترین خریدار کالاهای ایرانی

۷۴ میلیون دلار، وسایل نقلیه موتوری با حجم سیلندر ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی به ارزش ۶۴ میلیون دلار و کتچاله سویا با ۵۷ میلیون دلار بوده است.

میزان واردات به تفکیک گروه‌های کالایی

براساس بررسی‌های به عمل آمده در فروردین ماه از بین کالاهای وارد شده به کشور بیش از ۶۷ و ۱۴ صدم درصد از ارزش کل به گروه‌های کالایی واسطه‌ای اختصاص داشته است. کالاهای صرفی با ۱۷ و ۴۶ صدم درصد از ارزش در رتبه دوم و کالاهای سرمایه‌ای با ۱۵ و ۴۰ صدم درصد در رتبه سوم قرار دارند.

عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی

عمده‌ترین خریداران کالاهای ایرانی در فروردین ماه سال جاری به ترتیب شامل چین به ارزش ۶۱۵ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۴۹۷ میلیون دلار، عراق با ۲۸۸میلیون دلار، هند با ۲۴۸ میلیون دلار و جمهوری کره با ۱۵۳ میلیون دلار بوده است.

کشورهای عمده صادرکننده کالا به ایران

کشورهای عمده صادرکننده کالا به ایران در فروردین ماه به ترتیب شامل کشورهای چین با ۴۸۵ میلیون دلار، امارات متحده عربی با ۴۰۲ میلیون دلار، ترکیه با ۱۸۰ میلیون دلار، جمهوری کره با ۱۴۳ میلیون دلارو هند با ۱۳۱ میلیون دلار بوده است.

ربیعی: در زمینه ایجاد اشتغال

دولت‌های هشتم و یازدهم بهترین عملکرد را داشتند

ادامه می‌یافت امروز معلوم نبود نرخ تورم به چه رقمی می‌رسید. موفقیت دولت یازدهم در کاهش نرخ تورم و ارز و کنترل آن بود. این مقام ارشد حوزه کارافزود:فرآیند اشتغال طولانی است و نمی‌تواند در یک بازه زمانی کوتاه تحقق یابد. در روند رشدی که پیش آمده باید تلاش کنیم کیفیت رشد را بالا ببریم. تشکیل سرمایه، جذب سرمایه‌گذاری خارجی و افزایش بهره‌وری از جمله این تلاش‌ها برای تحقق رشد با کیفیت است. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: در برنامه ششم رشد ۸ درصدی پیش‌بینی شده است که در مدت پنج سال برنامه باید ۴۰درصد رشد داشته باشیم. وی تأکید کرد که به سیاست توزیعی اعتقادی ندارد و باید به سمت رشد با کیفیت برویم. ربیعی با بیان اینکه همواره نرخ بیکاری متاثر از چند اتفاق است و عوامل کلان اقتصادی بر آن تاثیر دارند، افزود: بیشترین شسب ایجاد اشتغال از سال ۱۳۹۳ بوده است. وی گفت: اتفاق میمونی که در این سال‌ها رخ داد افزایش نرخ مشارکت اقتصادی بود، زیرا امید بیشتری برای یافتن شغل ایجاد شده است. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به پنجره جمعیتی گفت: در سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۶۵ نزدیک به ۹ میلیون نفر به جمعیت کشور اضافه شد، در نیمه دوم دهه ۱۳۸۰ آنها به سن ۲۰ تا ۲۴ سالگی رسیدند که نیازمند شغل، مسکن و کالاهای بادوام بودند. بنابراین باید در این دهه پاسخ اساسی به نیازهای آنها داده می‌شد.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با بیان اینکه در بین دولت‌های گذشته دولت‌های هشتم و یازدهم بهترین عملکرد را داشتند، گفت دولت یازدهم باوجود همه دشواری‌ها توانست نرخ تورم را کنترل کند.

به گزارش ایران‌علی ربیعی روز گذشته در نخستین نشست خبری خود در تشریح برنامه‌های اشتغال دولت (آموزش‌های مهارتی، رفاه و تعاون) که در محل این وزارتخانه برگزار شد، افزود: در مسیر اشتغال که دولت یازدهم پیگیری کرد، توانستیم ۴۰۰ بنگاه را از ۲ هزار و ۱۰۰ بنگاه احیا کنیم. وی تأکید کرد: تثبیت شغل مهم‌ترین و جدی‌ترین عملکرد دولت یازدهم در حوزه اشتغال بود که توانستیم سالانه ۵۰هزار شغل را در بخش کشاورزی تثبیت کنیم. وی با بیان اینکه در بخش صنعت ریزش داشتیم، اما در واحدهای کوچک و متوسط رشد اشتغال داشتیم، تأکید کرد: اینکه عدای می‌گویند میلیون‌ها شغل از بین رفت حرفی بیپهوه است و در کل صنعت کارخانه‌ای کشور ۳میلیون و ۴۰۰هزار نفر شاغل داریم. وزیرتعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به اینکه برنامه‌های اشتغال را باید در یک روند زمانی مورد بررسی قرار داد، گفت: تا سال ۱۴۰۴ باید به تعداد ۳۱ میلیون و ۵۰۰ هزار شغل برسیم و در حال حاضر ۲۲میلیون و ۶۰۰ هزار شاغل داریم. تفاضل این دو رقم تعداد شغلی است که باید ایجاد شود.

ربیعی تأکید کرد در صورتی‌که بی‌تدبیری دولت دهم

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی-اقتصادی

پنجشنبه | ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۶ | شماره ۷۷۵ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: شتاب گستر امروز

آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعداز مشاهیر، پلاک۴۹

دفتر مرکزی: ۰۲۱-۷۲۳۲۱۲۲-۰۲۱-۷۲۳۲۱۲۰

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶/۱۶۳ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

سایت: WWW.FORSATNET.IR

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR



دومین مناظره نامزدهای دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری جمعه ۱۵ اردیبهشت ماه ساعت ۱۶:۳۰ از شبکه یک سیما به‌طور زنده به روی آنتن خواهد رفت. به گزارش «فرصت امروز»، براساس اعلام کمیسیون تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، دومین مناظره نامزدها با محوریت موضوعات سیاسی و فرهنگی برگزار می‌شود. براساس تصمیم این کمیسیون، سومین مناظره روز ۲۲ اردیبهشت و با محوریت اقتصادی برگزار خواهد شد. اجرای مناظره بر عهده مرتضی حیدری است.

انتقاد از ناهماهنگی صداوسیما در پخش برنامه‌های تبلیغاتی

دارد یا خیر؛ با این حال هم‌اکنون کمیسیون در حال بررسی است ولی به جمع‌بندی نهایی نرسیده است.»

به گزارش ایسنا، احسان قاضی‌زاده، سخنگوی کمیسیون نظارت بر تبلیغات انتخابات در مورد شکایت کاندیدایها نسبت به زمان و محتوای مطالب مطروحه در برنامه مناظره انتخاباتی اول گفت:

«کمیسیون در خصوص این مناظره صرفا تفاوت زمانی را مورد تصمیم‌گیری قرار داد؛ به این معنا که زمان کاندیدایی که بیشترین صحبت را داشته به‌عنوان ملاک در نظر گرفته می‌شود و به تناسب آن به بقیه کاندیداهایی که کمتر صحبت کردند، در مناظره دوم وقتی اختصاص داده خواهد شد.»

نماینده مردم فریمان در مجلس شورای اسلامی افزود: «در خصوص محتوا هم باید موارد را به صورت دقیق بررسی کرد که آیا ادعاهای مطرح‌شده صحت

سخنگوی کمیسیون نظارت بر تبلیغات انتخابات از ناهماهنگی صداوسیما در پخش برنامه‌های تبلیغاتی انتقاد کرد.

به گزارش ایسنا، احسان قاضی‌زاده، سخنگوی کمیسیون نظارت بر تبلیغات انتخابات در مورد شکایت کاندیدایها نسبت به زمان و محتوای مطالب مطروحه در برنامه مناظره انتخاباتی اول گفت: «کمیسیون در خصوص این مناظره صرفا تفاوت زمانی را مورد تصمیم‌گیری قرار داد؛ به این معنا که زمان کاندیدایی که بیشترین صحبت را داشته به‌عنوان ملاک در نظر گرفته می‌شود و به تناسب آن به بقیه کاندیداهایی که کمتر صحبت کردند، در مناظره دوم وقتی اختصاص داده خواهد شد.»

نماینده مردم فریمان در مجلس شورای اسلامی افزود: «در خصوص محتوا هم باید موارد را به صورت دقیق بررسی کرد که آیا ادعاهای مطرح‌شده صحت

در آستانه انتخابات ریاست جمهوری، مستند «انتهای خیابان پاسنور» در گروه «هنر و تجربه» اکران می‌شود.

به گزارش ایسنا، طبق گزارش رسیده، فیلم مستند «انتهای خیابان پاسنور» به کارگردانی محسن خان جهانی و جعفر محمدی یکشنبه ۱۷ اردیبهشت در سینما فرهنگ رونمایی می‌شود. مراسم این دیدار این مستند از ساعت ۲۰ در محل سینما فرهنگ با امضای پوستر فیلم توسط عوامل سازنده و میهمانان آغاز شده و سپس فیلم «انتهای خیابان پاسنور» برای حاضرین به نمایش درمی‌آید.

این مستند نگاهی دارد به انتخابات دوره یازدهم

روابط عمومی: ۰۲۱-۷۲۳۱۱۸
فکس تحریریه: ۰۲۱-۷۲۳۲۰۳
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
امور مشترکین: ۰۲۱-۷۲۳۲۱۷
آیین نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه:

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

سایت: WWW.FORSATNET.IR

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

وزیر اطلاعات، رسانه‌ها را از پرداختن به مباحث مضر برای اعتماد عمومی پرهیز داد و گفت: موضوع مدیران دو تابعیتی در دست بررسی است اما به‌طور کلی بیشتر لیست ۵۳ نفره قوه قضاییه اقامت کشور دیگری را دارند، نه تابعیت.

به گزارش ایرنا، حجت‌الاسلام و المسلمین سیدمحمود علوی دیروز پس از جلسه هیأت دولت گفت: این موضوع در دست بررسی است و هر زمان نتیجه مشخص شود، به دستگاه قضایی اعلام می‌کنیم. ما وارد بحث‌های رسانه‌ای بی‌خاصیت و مضر این موضوعات که به اعتماد عمومی ضرر می‌زند، نمی‌شویم.

وزیر اطلاعات ادامه داد: این آخرین صحبتی است که درباره مدیران دوتابعیتی می‌کنم چون این گونه

تیتراخبر

حجت‌الاسلام سیدابراهیم رئیسی، کاندیدای انتخابات ریاست جمهوری با حضور در مسجد جامع ایلام گفت: من از حق خودم در برابر همه حرف‌هایی که درباره‌ام زدند، گذشتم اما نمی‌توانم در برابر آنچه درباره امام رضا(ع) و انقلاب گفتند، گذشت کنم. من کسی نیستم که بتوانم از حق مردم بگذرم.

سیاست

وزیر اطلاعات: بیشتر لیست دوتابعیتی‌ها، اقامت دارند نه تابعیت

موضوعات هیچ فایده‌ای برای جامعه و کشور ندارد و نتیجه آن سوزاندن اعتماد مردم است.

علوی اضافه کرد: کلی می‌گویم که اکثر افرادی که در این لیست ۵۳ نفره اعلام شده‌اند، کسانی هستند که اقامت کشورهای خارجی دارند نه تابعیت. هیچ وقت به فردی که اقامت کشور دیگری را دارد، دوتابعیتی گفته نمی‌شود.

وی خاطر‌نشان کرد: گرین کارت، تابعیت نیست و از نظر قانون کسی با داشتن گرین کارت ممنوع نیست، اما ما به‌عنوان دستگاه اطلاعاتی روی آن حساسیت به خرج می‌دهیم.

وزیر اطلاعات گفت: بحث حساسیت اطلاعاتی با بحث منع قانونی متفاوت است.



مصطفی میرسلیم با انتقاد از قالیباف گفت: مطرح کردن بحث ۴ و ۹۶ درصود و تقسیم ملت به دو دسته، تنها یک شعار برای کوبیدن رقیب بود

جمعه

کدام رسانه‌ها بیشتر بن تخلف انتخاباتی را داشتند؟

روحانی، هفت مطلب له حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی، هفت مطلب له محمدباقر قالیباف و یک مطلب علیه و سه مطلب له اسحاق جهانگیری منتشر کرده است. همچنین خبرگزاری «فراس» سه مطلب علیه و یک مطلب له حجت‌الاسلام حسن روحانی، ۱۰ مطلب له حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی، چهار مطلب له محمدباقر قالیباف، یک مطلب له اسحاق جهانگیری و یک مطلب علیه سیدمصطفی میرسلیم منتشر کرده است. خبرگزاری «مهر» دو مطلب علیه حجت‌الاسلام حسن روحانی، یک مطلب علیه اسحاق جهانگیری، شش مطلب له حجت‌الاسلام ابراهیم رئیسی، سه مطلب له محمدباقر قالیباف و یک مطلب له سیدمصطفی میرسلیم منتشر کرده است.



امیر تالو در پستی در صفحه شخصی‌اش نوشت که شنیده خودش را تحویل پلیس خواهد داد. گویا افرادی که برای اوسند آزادی گذاشته‌اند سندشان را مطالبه کرده‌اند

فرهنگ

روایت احسان علیخانی از اعلام خبر فوتش در برنامه‌ای زنده

رفته، عادل فردوسی‌پور هم همین‌طور مسلسل‌وار در حال گرفتن شمارام است! جواب که دادم با حالتی عجیب پرسید خوبی؟! گفتم خوبم! و او شروع کرد به داد و بیداد با کسانی که آن طرف خط پیشش بودند. . . ساعت‌ها بعدش فقط جواب تلفن می‌دادم از مادر و خواهر و خاله بگیرد تا دوست و آشنا.

در ادامه امید جوان باز هم به خواندن جوک‌هایی در پرداخت که برای احسان علیخانی ساخته‌اند که اکثرشان در مورد بغض‌های او در «ماه غسل» یا به گریه انداختن همپان‌هایش بود مثل «پیغام‌گیر احسان علیخانی؛ لطفا بعد از شنبین صدای بغض پیغام بگذارید!» یا «احسان قبل از شروع برنامه‌هایش جلوی آینه، من بهتر بغض می‌کنم یا صابر ابر!»



عنوان نمایش «شماعی‌زاده» به دستور شورای نظارت و ارزشیابی اداره کل هنرهای نمایشی به «شماعی‌زاده» تغییر یافت که از ۱۷اردیبهشت در تئاتر باران به روی صحنه می‌رود

ورزش

پیشنهاد ۷۰۰ هزاردلاری کرانچار به سپاهان

مثل سپاهان که با کم شدن بودجه فصل بعد روبه‌رو شده محال است. در پاسخ به این پیشنهاد اما سپاهانی‌ها تنها با پرداخت نیمی از این مبلغ موافقت کرده و تنها راه تمدید قرارداد را موافقت کرانچار با تخفیف ۵۰ درصد از خواسته مالی دانسته‌اند. چیزی که به‌شدت از سوی مربی کروات چون مذاکرات فاضل که در ابتدای ورودش به اصفهان و آغاز مذاکرات برای جانشینی عبدالله ووسی خواستار قراردادی یک و نیم ساله به ارزش تقریبی یک میلیون دلار شده بود حلا حلالی تمدید این قرارداد برای یک فصل دیگر روی میز ۷۰۰ هزار دلار (چیزی در حدود ۲.۵ میلیارد تومان) تأکید دارد که پرداخت چنین مبلغی برای باشگاهی

هیچ ضمانتی در راه ماندن مربی کروات روی نیمکت سپاهان در لیگ هفدهم وجود ندارد. به گزارش «ورزش سه» از نصف جهان خبر می‌رسد دو طرف در مذاکراتی که با هم برای تمدید قرارداد داشتند با اختلاف فاحشی در راه مسائل مالی روبه‌رو هستند چون مذاکرات همانطور که در ابتدای ورودش به اصفهان و آغاز مذاکرات برای جانشینی عبدالله ووسی خواستار قراردادی یک و نیم ساله به ارزش تقریبی یک میلیون دلار شده بود حلا حلالی تمدید این قرارداد برای یک فصل دیگر روی میز ۷۰۰ هزار دلار (چیزی در حدود ۲.۵ میلیارد تومان) تأکید دارد که پرداخت چنین مبلغی برای باشگاهی

تیتراخبر

کنفدراسیون هندبال آسیا به دلیل پرداخت نشدن جریمه‌های سنگین، فدراسیون هندبال ایران را به خطر تعلیق مواجه کرده است. این جریمه‌ها به دلیل انصراف دو تیم ملی پسران نوجوان و دختران جوان بعد از قرعه‌کشی رقابت‌های آسیایی و همچنین عدم تعاضایی فتهه پایانی لیگ شانزدهم است.



استفاده هوشمند از اطلاعات شخصی

من به اندازه کافی پیر هستم که روزهای ابتدای ورود سرویس ایمیل به عرصه تبلیغات را به یاد آورم. آن روزها یکی از عجیب‌ترین حوادثی که در طول زندگی حرفه‌ای خود دیده‌ام، رخ داد. ایمیل‌های تبلیغاتی طولانی که برای همه افراد فرستاده می‌شد، تنها بخشی از فعالیت‌هایی بود که افراد را از تبلیغات اینترنتی بیزار کرده بود. با این حال اکنون دیگر خبری از آن دوران تاریک نیست. به عبارت دقیق، در چند سال اخیر و با پیشرفت سیستم‌های طبقه‌بندی اطلاعات به راحتی امکان دسته‌بندی افراد وجود دارد. این امر به معنای تعیین بازار هدف و ارسال هوشمندانه ایمیل به آنهاست...

بیان حقایق از سوی روابط عمومی‌ها زمینه‌ساز حضور پررنگ مردم در انتخابات

جذب یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی در صنعت گردشگری

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با مدیرعامل شرکت کیچن رز
برند ما شبیه ما می‌شود؛ پس از خودمان شروع کنیم

برندتان چه رنگی باشد؟



بازاریابی و فروش

مدیریت تبلیغات

مدیریت کسب‌وکار

اهمیت منابع درست و داوری مناسب

حرفه‌ای حاضر شو

مک دونالد، نمونه‌ای از رشد موفق یک برند در طولانی‌مدت

آگهی

بدینوسیله متهم علی دوستی که فعلا مجهول المکان می باشد اظهار می شود که جهت رسیدگی به اتهامش و دفاع از خود در پرونده ۹۴۱۴۴۴ د موضوع شکایت محسن محمود صالحی دایر بر سرقت یک ماه پس از انتشار آگهی در شعبه چهارم دادباری دادرسی عمومی و انقلاب شهرستان پردیس حاضر شود. این آگهی به استناد ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور کیفری فقط یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار نشر می شود چنانچه متهم در مهلت مقرر قانونی در این شعبه حاضر نشود تصمیم قانونی اخذ خواهد شد .

۳۲۷۲۱ بازدار شعبه ۴ دادرسی عمومی و انقلاب شهرستان پردیس

آگهی

در پرونده شماره ۹۶۰۰۱۴ شعبه سوم بازپرسی دادرسی عمومی و انقلاب ناحیه ۱۰ تهران آقای حمید ناقلی النی فرزند زهیر به موجب شکایت شاکی آقای علی جمشیدی و گزارش تحقیقات بعمل آمده توسط مرجع انتظامی و سایر قرائن و امارات موجود در پرونده به اتهام سرقت تحت تعقیب قراردارد . با توجه به معلوم نبودن محل اقامت وی و عدم امکان ابلاغ احضاریه و عدم دسترسی به او طبق ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی کیفری ، مراتب یک نوبت در روزنامه کثیرالانتشار آگهی و متهم موظف است ظرف مدت یک ماه از ابلاغ ونشر آگهی در شعبه حضور یابد در صورت عدم مراجعه و پس از انقضا مهلت مذکور رسیدگی غیابی بعمل خواهد آمد.

۳۲۷۲۵ باز پرس شعبه سوم دادرسی عمومی و انقلاب ناحیه ۱۰ تهران

آگهی

در اجرای مفاد ماده ۳۴۴ قانون آئین دادرسی کیفری ، به متهم مجهول المکان پرونده کلاسه ۹۶۰۰۷۰/۱۰۹۰ به نام آقای امین نهندیان فرد (تهمدیان فرد) فرزند جبار ابلاغ می گردد پرونده اتهامی نامبرده دایر بر ساخت و نگهداری مشروبات الکلی دست ساز به این شعبه ارجاع و سپس مقید به وقت رسیدگی سه شنبه مورخ ۹۶/۵/۳ ساعت ۱۱ صبح گردیده است . لذا به موجب این آگهی که یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار کشور چاپ و منتشر خواهد شد ، مقررات نامبرده در وقت تعیین شده فوق ، با همراه داشتن ممرک شناسایی معتبر جهت شرکت در جلسه دادرسی دادگاه و دفاع از بزه انتسابی به محل این دادگاه واقع در تهران خیابان مطهری بعد از ایستگاه مترو شهید مفتح به سمت شرق ، روبروی خیابان سلیمان خاطر مجتمع قضایی ارشاد شعبه ۱۰۹۰ دادگاه کیفری دو تهران مراجعه نمایند .بدیهی است در صورت عدم حضور متهم ، دادگاه اقبامات قانونی را معمول و غیایا پرونده را رسیدگی و تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد نمود.

۳۲۷۲۶ مدیر شعبه ۱۰۹۰ دادگاه کیفری دو تهران

آگهی احضار متهم

در پرونده شماره ۹۵۱۲۴۷/۴ شعبه چهارم بازپرسی دادرسی ناحیه ۱۰ تهران آقای علیرضا رضا پور فرزند عمران به موجب شکایت محمد جعفر جعفری خسرقی به اتهام سرقت یک صد میلیون ریال وجه نقد تحت تعقیب قرار دارد.با توجه به معلوم نبودن محل اقامت وی و عدم امکان ابلاغ احضاریه و عدم دسترسی به او ، طبق ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی کیفری ، مراتب یک نوبت در روزنامه کثیر الانتشار آگهی و متهم ظرف یک ماه احضار می شود متهم موظف است ظرف مدت یک ماه از ابلاغ حضور یابد پس از انقضا مهلت مذکور تصمیم لازم گرفته خواهد شد .

۳۲۷۲۲ باز پرس شعبه ۴ دادرسی ناحیه ۱۰ تهران

آگهی احضار متهم

آقای محمد تکلو فرزند خدامراد در پرونده شماره ۹۵۱۰۴۰/۲ به اتهام خیانت در امانت تحت تعقیب قرار دارید . به این وسیله بر اساس ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی کیفری به شما ابلاغ میشود ظرف یک ماه از تاریخ نشر آگهی در این شعبه حاضر شوید ، در غیر این صورت پس از انقضا مهلت مقرر به موضوع رسیدگی و اظهار نظر می شود .

۳۲۷۲۳ باز پرس شعبه دوم دادرسی ناحیه ۴ تهران

آگهی

در خصوص شکایت علی خاکزاد علیه خانم فرشته حاجی سید جوادی مقتضی خانم فرشته حاجی سید جوادی ظرف مدت سی روز از تاریخ نشر آگهی (یک ماه) جهت رسیدگی در شعبه نهم دادباری حاضر شود در غیر این صورت وفق مقررات اتخاذ تصمیم می گردد. متهم می تواند در معیت خود ، وکیل همراه داشته باشد در صورت عدم حضور عذر موجه خود را اعلام نماید .

۳۲۷۲۴ دادیار شعبه ۹ دادرسی ناحیه ۴ تهران

آگهی احضار متهم

بدینوسیله به متهم امیر کلاتتری که فعلا مجهول المکان می باشد ابلاغ می گردد که جهت دفاع از اتهام خود به اتهام خیانت در امانت بنا به شکایت رضا پارسا پرونده کلاسه ۹۵۰۹۹۸۲۱۴۳۳۰۱۲۳۶ ظرف یک ماه پس از انتشار این آگهی در شعبه دوم دادباری دادرسی عمومی و انقلاب ناحیه ۷ تهران سید خندان حاضر شود. این آگهی به استناد ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی کیفری مصوب ۹۲ فقط یک نوبت منتشر میگردد چنانچه متهم در مهلت مقرر قانونی در این شعبه حاضر نشود تصمیم قانونی اتخاذ خواهد شد .

۳۲۷۲۹ دادیار شعبه ۲ دادرسی ناحیه ۲ تهران

آگهی

در پرونده کلاسه۹۵۰۷۰۷/ب۷ متهم حسین کریمی به اتهامات کلاهبرداری و تحصیل از مال نامشروع تحت تعقیب قرار گرفته است با عنایت به مجهول المکان بودن و عدم دسترسی به متهم و در اجرای مقررات ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی کیفری مراتب یک نوبت منتشر و تا متهم جهت دفاع از اتهام انتسابی ظرف ۳۰ روز در شعبه حاضر گردد. بدیهی است در صورت عدم حضور مطابق مقررات رسیدگی غیابی بعمل خواهد آمد .

۳۲۷۳۰ باز پرس شعبه هفتم دادرسی ناحیه ۵ تهران

آگهی احضار متهم

بدنوسیله در اجرای ماده ۱۷۴ قانون آئین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور کیفری به متهم آقای مهدی لطیفی فرزند حسین که مجهول المکان و به اتهام کلاهبرداری رایانه ای تحت تعقیب قرار گرفته است یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار یا محلی آگهی می شود که ظرف مدت یک ماه از تاریخ درج آگهی جهت دفاع از اتهام انتسابی در پرونده کیفری به شماره ۹۶۰۰۹۹۸۲۱۷۹۲۰۰۲۶۶ مطرح در شعبه ششم بازپرسی دادرسی ناحیه ۳۱ تهران واقع در تهران خیابان شریعتی بالاتر از سه راه طالقانی نیش کوچه فرهاد ۲ حاضر درغیر اینصورت وفق مقررات مطابق مواد ۲۱۸ و ۲۱۷ همان قانون رسیدگی غیابی و اظهار نظر خواهد نمود .

۳۲۷۳۱ باز پرس شعبه ششم دادرسی ناحیه ۳۱ تهران

آگهی احضار متهم

در پرونده کلاسه ۹۶۰۰۵۵/۱۱۶۷ برای متهم مرجان اخبانی به اتهام مشارکت در کلاهبرداری از ناحیه دادسرا و باتوجه به شکایت شاکی تقاضای کیفر گردیده که رسیدگی به موضوع به شعبه ۱۱۶۷ دادگاه عمومی تهران واقع در پونک نیش نبایش ارجاع و وقت رسیدگی برای مورخه ۱۳۹۶/۴/۷ ساعت ۹ صبح تعیین گردیده است. با عنایت به مجهول المکان بودن و عدم دسترسی به متهم و در اجرای مقررات مواد ۱۱۵ و ۱۸۰ قانون آئین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور کیفری مراتب یک نوبت در یکی از جراید منتشر تا متهم از آن مطلع و جهت دفاع از اتهام انتسابی در وقت مقرر در دادگاه حاضر گردد. بدیهی است در صورت عدم حضور مطابق مقررات رسیدگی غیابی بعمل خواهد آمد.

۳۲۷۳۲ منشی شعبه ۱۱۶۷ دادگاه کیفری ۲ مجتمع قدس تهران

آگهی احضار متهم

در پرونده کلاسه ۹۶۰۰۱۰/۱۱۶۷ برای متهم مهناز کلاتری به اتهام انتقال مال غیر از ناحیه دادسرا و باتوجه به شکایت شاکی تقاضای کیفر گردیده که رسیدگی به موضوع به شعبه ۱۱۶۷ دادگاه عمومی تهران واقع در پونک نیش نبایش ارجاع و وقت رسیدگی برای مورخه ۱۳۹۶/۴/۱۰ ساعت ۹ صبح تعیین گردیده است. با عنایت به مجهول المکان بودن و عدم دسترسی به متهم و در اجرای مقررات مواد ۱۱۵ و ۱۸۰ قانون آئین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور کیفری مراتب یک نوبت در یکی از جراید منتشر تا متهم از آن مطلع و جهت دفاع از اتهام انتسابی در وقت مقرر در دادگاه حاضر گردد. بدیهی است در صورت عدم حضور مطابق مقررات رسیدگی غیابی بعمل خواهد آمد.

۳۲۷۳۳ منشی شعبه ۱۱۶۷ دادگاه کیفری ۲ مجتمع قدس تهران

آگهی احضار متهم

در پرونده کلاسه ۹۶۷/۹۴۰۰۵۹ برای متهمین محمود اسدی و احمد اسدی به اتهام فروش مال غیر از ناحیه دادسرا و باتوجه به شکایت شاکی تقاضای کیفر گردیده که رسیدگی به موضوع به شعبه ۱۱۶۷ دادگاه عمومی تهران واقع در پونک نیش نبایش ارجاع و وقت رسیدگی برای مورخه ۱۳۹۶/۴/۳ ساعت ۹ صبح تعیین گردیده است. با عنایت به مجهول المکان بودن و عدم دسترسی به متهم و در اجرای مقررات مواد ۱۱۵ و ۱۸۰ قانون آئین دادرسی دادگاه های عمومی و انقلاب در امور کیفری مراتب یک نوبت در یکی از جراید منتشر تا متهم از آن مطلع و جهت دفاع از اتهام انتسابی در وقت مقرر در دادگاه حاضر گردد. بدیهی است در صورت عدم حضور مطابق مقررات رسیدگی غیابی بعمل خواهد آمد.

۳۲۷۳۴ منشی شعبه ۱۱۶۷ دادگاه کیفری ۲ مجتمع قدس تهران

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۲۱۳۸۳۰۰۵۰۴ شعبه ۱۰۳۷ دادگاه کیفری دو مجتمع قضایی شهید قدوسی تهران (۱۰۳۷ جزایی سابق) تصمیم نهایی شماره ۹۵۰۰۲۸/۱۹۱۲۰۰۰۲۹۷۲۱۹۱۲۰۰۰۲۸ شاکي : آقای ابراهیم کنار کوهی فرزند ماندنی به نشانی شهرستان تهران — حافظ نبش رودسر مرکزی شرکت ملی نفت ط اتق ۷۱۰ متهم : آقای آویشا جعفری به نشانی اصفهان خیابان حکیم نظامی خیابان قزل باش پاساژ طبقه زیر زمین پوشاک زاله اتهام ها : ۱. توهین به اشخاص عادی ۲. افترا دادگاه پس از بررسی اوراق و محتویات پرونده ختم رسیدگی را اعلام و با استعانت از خداوند سبحان به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید . رای دادگاه در خصوص اتهام خانم آویشا جعفری فرزند محمد فاقد مشخصات بیشتر به لحاظ عدم دسترسی به وی در مراحل تحقیق دایر بر توهین به اشخاص عادی و افترا موضوع شکایت آقای ابراهیم کنار کوهی به شرح مندرج در پرونده و کیفر خواست مورخه ۹۵/۱/۱۵ صادره از دادرسی عمومی و انقلاب ناحیه ۶ تهران دادگاه با عنایت به محتویات پرونده و استحضار متهم از وقت دادگاه و ابلاغ قانونی از طریق نشر آگهی در روزنامه کثیر الانتشار آسیا مورخه ۹۵/۱۰/۲۲ و انتظار کافی و عدم حضور متهم از وقت دادگاه و ابلاغ قانونی از طریق ارائه دفاعیات لازم و موثر و شکایت شاکی و تحقیقات محصله و گزارش اولیه ضابطین و سایر قرائن و امارات موجود در پرونده از جمله تحقیقات محصله دادباری بزه انتسابی به متهم را در حد کیفرخواست به نظر مقرون به صحت تشخیص و مستندا به مواد ۶۹۷ و ۶۰۸ قانون تعزیرات اسلامی مصوب ۱۳۷۵ و ماده ۱۴۳ قانون مجازات اسلامی از بابت توهین به تحمل ۷۴ ضربه شلاق تعزیری محکوم و اعلام می نماید. رای اصداری غیابی و ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ واقعی قابل واخواهی در این شعبه و ظرف مدت ۲۰ روز پس از آن قابل تجدیدنظر خواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان تهران می باشد .

۳۲۷۳۶ رئیس شعبه ۱۰۳۷ دادگاه کیفری دو تهران

ایده‌های طلایی



استفاده از اطلاعات شخصی به صورت

هوشمند

ترجمه: علی آل علی



من به اندازه کافی پیر هستم که روزهای ابتدایی ورود سرویس ایمیل به عرصه تبلیغات را به یاد آورم. آن روزها یکی از عجیب‌ترین حوادثی که در طول زندگی حرفه‌ای خود دیده‌ام، رخ داد. ایمیل‌های تبلیغاتی طولانی که برای همه افراد فرستاده می‌شد، تنها بخشی از فعالیت‌هایی بود که افراد را از تبلیغات اینترنتی بیزار کرده بود. با این حال اکنون دیگر خبری از آن دوران تاریک نیست. به عبارت دقیق، در چند سال اخیر و با پیشرفت سیستم‌های طبقه‌بندی اطلاعات به راحتی امکان دسته‌بندی افراد وجود دارد. این امر به معنای تعیین بازار هدف و ارسال هوشمندانه ایمیل به آنهاست. آنچه در بالا توضیح داده شد، شیوه بازاریابی B2B نام دارد. با این حال علاوه براین شیوه، روشی موسوم به B2C نیز وجود دارد. در این روش از طیف‌های تک رنگ به سوی مدل‌های رنگارنگ گزار صورت می‌گیرد. به عبارت بهتر در روش B2C تمرکز شما باید روی جذب مشتریان از نقاط دور باشد. به این ترتیب باید تمام توان خود را به کار گیرید تا توجه مخاطبان را جلب کرده و آنان را از مسیرهایی مانند ۲۰ یا ۳۰ مایلی به سمت فروشگاه‌تان بکشانید. اگرچه چنین فعالیتی بسیار پرخطر به نظر می‌آید، با این حال من این ریسک را پذیرفته و آن را تجربه کرده‌ام.

ایده

ایده این شماره براساس طرح یک شرکت بازاریابی مستقیم و مشتریان آن نوشته شده است.

هنگامی که نمایشگاه REED از من برای طراحی آگهی کمپین اصلی خود دعوت به عمل آورد، به خوبی می‌دانستم که تغییر بزرگی در دنیای بازاریابی در حال رخ دادن است. IDMF، به عبارت دقیق سیستم شخصی‌سازی هوشمند اطلاعات مایکروسافت تحول بزرگی را در عرصه تبلیغات و بازاریابی به وجود آورده بود. لورین یونیک، فردی بود که توانست این سیستم را طراحی کرده و آن را در دنیای کسب‌وکار به یک پیش‌نیاز اصلی بدل سازد. بر این اساس هر شرکتی امکان طبقه‌بندی اطلاعات مشتریان و ارسال ایمیل‌های اختصاصی برای آنها را داشت. این فرصتی بود که کمتر برندی ممکن بود از کنارش به آسانی عبور کند. ایده اصلی آگهی کمپین براساس یک کمیک جذاب بود. در این کمیک داستان براساس ثبت‌نام افراد در کمپین دنبال می‌شد. فردی که وظیفه ثبت‌نام مشتریان را بر عهده داشت، با استفاده از سیستم IDMF به راحتی اطلاعات افراد را طبقه‌بندی کرده و پیام شخصی‌سازی شده‌ای را برای هر فرد ارسال می‌کرد. این درست همان فعالیتی است که من به آن تبلیغ خلاق خواهم گفت.

علاوه بر استفاده مناسب از سیستم شرکت مایکروسافت در آگهی کمپین، در ارسال ایمیل‌ها نیز کمک مؤثری از IDMF دریافت کردم. به عبارت ساده، سیستم مشتریان را در سه گروه طبقه‌بندی کرده بود؛ گروه نخست کسانی بودند که نسبت به قیمت‌ها حساسیت بالایی از خود بروز می‌دادند. گروه دوم براساس میزان وفاداری به برند و در نهایت گروه آخر با توجه به علاقه‌اش برای پرداخت آنلاین دسته‌بندی شده بود. این دسته‌بندی زیرکانه به من امکان شخصی‌سازی متن آگهی را داده بود. در واقع من می‌توانستم برای هر کدام از این گروه‌های سه‌گانه یک متن آگهی ویژه ارسال کنم. علاوه بر سیستم مایکروسافت، هنگامی که قصد تبلیغ نخستین نسل از پرینترهای چند رنگ هوشمند را داشتم، ایده من مبتنی بر نشان دادن مزیت اصلی این تکنولوژی نوین بود. بر این اساس تصویر یک مشتری که دست خود را روی پرینتر گذاشته و عکس قلب رنگی را روی بازویش چاپ کرده بود، نشان داده می‌شد. تیتراگهی نیز بسیار واضح بود: «آیا کسب‌وکار شما چنین علاقه‌مندی را به مشتریان‌تان منتقل می‌کند؟»

آنچه در عمل باید انجام دهید

- استفاده هوشمند از اطلاعات مشتریان تنها محدود به استفاده از نام کوچک آنها در ایمیل‌های ارسالی نیست. در واقع شما باید سعی کنید هرچه بیشتر از مشتریان‌تان اطلاعات کسب کنید. این کار به شما کمک خواهد کرد که تأثیر بهتری روی آنها گذاشته و کسب سودتان را تضمین کنید. با این حال توجه داشته باشید که کسب اطلاعات کاربران نباید به صورت غیرقانونی صورت گیرد.

- لازم است به تفاوت میان اطلاعات شخصی و شخصی‌سازی اطلاعات اشاره شود. در واقع اطلاعات شخصی به صورت داده‌های خام بوده و این وظیفه شماسنت که آنها را به صورت اطلاعات شخصی‌سازی شده در آورید. برای مثال ذکر نام کوچک افراد در ایمیل‌ها تنها یک عمل آزاردهنده و تکراری محسوب شده و به هیچ وجه شخصی‌سازی لقب نمی‌گیرد.



رویداد «حرفه‌ای خستگی‌ناپذیر مثل مادرم» است. استفاده از کلمه «خستگی‌ناپذیر» در این شعار کارکرد دوسویه‌ای دارد. هم تکریمی از مقام مادر است و هم قدرت بالای پرومکس را یادآوری می‌کند.

رویداد روز پدر

حتما می‌دانید به چه کسانی می‌گویید افر. افروها صاحب موهای بلند، فر و سخت هستند. پرومکس برای بهتر معرفی کردن محصولات خود، یک ایونت خیلی بزرگ و پرسر و صدا در مرکز خرید ارگ تجریش به راه انداخت. در این رویداد چند افرو معروف را دعوت کرد تا افراد حرفه‌ای با استفاده از ابزار حرفه‌ای یعنی محصولات پرومکس، به موهای آنها رسیدگی کنند و به طرز جذابی به آن شکل و مدل بدهند. این رویداد رونق خوبی داشت و مراجعه‌کنندگان به مرکز خرید را جذب خود کرد.

حالا ممکن است با خودتان فکر کنید، این فعالیت چه ربطی به روز پدر داشت. برای من هم همین سوال پیش آمد، اما بعد متوجه ادامه داستان شدم. پرومکس دو هشتگ را مشخص کرد و به دنبال‌کنندگان خود در فضای دیجیتال اعلام کرد عکس‌های‌شان از این رویداد را با هشتگ‌های #روزپدرانم و #حاضرشو با پرومکس در فضای دیجیتال منتشر کنند. پرومکس قول داد در ازای هر ۲۰ عکسی که شرکت‌کنندگان در این ایونت با این دو هشتگ در فضای دیجیتال منتشر کنند، یک هدیه به یک پدر فراموش شده در یک خانه سالمندان می‌دهد. باید منتظر زمانیم و ببینیم پرومکس در قدم‌های بعدی قرار است برای کمپین یکپارچه تبلیغاتی خود چه کارهایی انجام دهد و چگونه مراحل برندینگ خود را پیش ببرد. فعلا که نوروز و تأثیرگذاری اینفلوئنسرها و مناسبتهایی مانند روز مادر و روز پدر، فرصت مناسبی در اختیار این برند قرار داده تا نام خود را به رخ بکشد.

منبع: kafemarketing

صفحه‌های پرمخاطب در خدمت پرومکس

این روزها اینفلوئنسرها در شبکه‌های اجتماعی، بازوهای قدرتمندی به حساب می‌آیند. این افراد به خاطر تعداد بالای دنبال‌کنندگان خود می‌توانند در پراوازه کردن نام یک برند یا محصول سهم پررنگی بازی کنند. پرومکس هم از این زمین بازی غافل نمانده و از این پتانسیل به نفع خود استفاده کرده تا بتواند جامعه هدف بزرگ‌تر و فعال‌تری را پوشش دهد. با یک جست‌وجو در صفحه‌های پرمخاطب اینفلوئنسرها، تصاویر و پست‌های زیادی دیدم که انعکاس بخش‌های مختلف کمپین یکپارچه پرومکس هستند؛ عکس‌ها و سلفی‌های اینفلوئنسرها با سشوارهای جذاب پرومکس در گوشه و کنار شهر یا استیکرهایی که در مراکز خرید نصب شده‌اند و به آنها ظاهر متفاوت و سرگرم‌کننده‌ای می‌دهد.

تبلیغات آفلاین پرومکس

غافلگیری بعدی برای من وقتی بود که به داروخانه محله‌مان رفتم و استند بزرگی از پرومکس را آنجا دیدم. با خودم گفتم پس پرومکس اینجا هم هست. همانطور که یک پوستر از محصولات این برند را یکی دو روز بعد، پشت شیشه سوپرمارکتی، چند چهارراه آن‌رتر از خانه هم دیدم. در این تبلیغات دوباره تأکید شده بود بر شعار «حرفه‌ای خستگی‌ناپذیر مثل مادرم» که این دفعه به خاطر همزمانی با روز مادر حدس زدم باید به هم مرتبط باشند.

رویداد روز مادر

پرومکس در ادامه کمپین خود رویداد روز مادر را داشت که با طراحی برنهای جدید و تولید یک ویدئو آن را پوشش داد. برنهای جدید پرومکس، مخاطبان را به یک صفحه فرود اختصاصی روز مادر می‌برد و روزی نو مادر هم در شبکه‌های مختلف اجتماعی ویرال شد تا نام پرومکس هرچه بیشتر شنیده شود و در حافظه‌ها باقی بماند. همانطور که گفتم شعار این

استیکرهایی برای سلفی‌های جذاب

مردم با استیکرهایی عکس و سلفی گرفته بودند که نام برند پرومکس را داشتند. این استیکرها روی آینه سرویس بهداشتی چند مرکز خرید بزرگ و شلوغ تهران نصب شده بودند؛ مرکز خریدهایی مانند کوروش و تیراژه و لیدوما و سمرقند. شعار این استیکرها که نقشی از موی سر و صورت حرفه‌ای حاضر شوند و خستگی‌ناپذیر باشند. انتخاب شده بود. «حرفه‌ای حاضر شو» شعاری دوپهلو که هم می‌تواند من را به عنوان مخاطب خود «حرفه‌ای» خطاب کند و هم می‌تواند ترغیب کند مانند حرفه‌ای‌ها حاضر شوم. علاوه بر این متوجه شدم پرومکس برای معرفی خود علاوه بر بام تهران، نمونه سشوارها را در برج میلاد و دیزین هم نصب کرده است.

تکرار نام پرومکس در فضای دیجیتال

پرومکس تا به حال در فضای دیجیتال حضور پررنگ و مؤثری نداشته و کمتر پیش آمده که نام این برند را در شبکه‌های اجتماعی بشنوم. در حالی که با توجه به جامعه هدف این برند که عمدتاً نسل جوان هستند، این فضا می‌تواند جای مناسبی برای برندینگ پرومکس به حساب بیاید. به نظر می‌رسد با همین رویکرد و دیدگاه است که در این کمپین یکپارچه‌ای که در جریان است، فضای دیجیتال مورد توجه پرومکس قرار گرفته است.

یکی از مواردی که در این روزهای اخیر به چشم می‌آید، برنهای تبلیغاتی این برند در سایت‌های مختلف، به خصوص سایت‌های پربازدید است؛ سایت‌هایی که مخاطبان دنیای دیجیتال را در معرض نام برند قرار می‌دهند. با یک کلیک روی یکی از این دو بنر مختلف، ما به سایت پرومکس هدایت می‌شویم که آنجا می‌توانیم درباره محصولات این برند اطلاعات مورد نیازمان را بخوانیم.

علی تبار

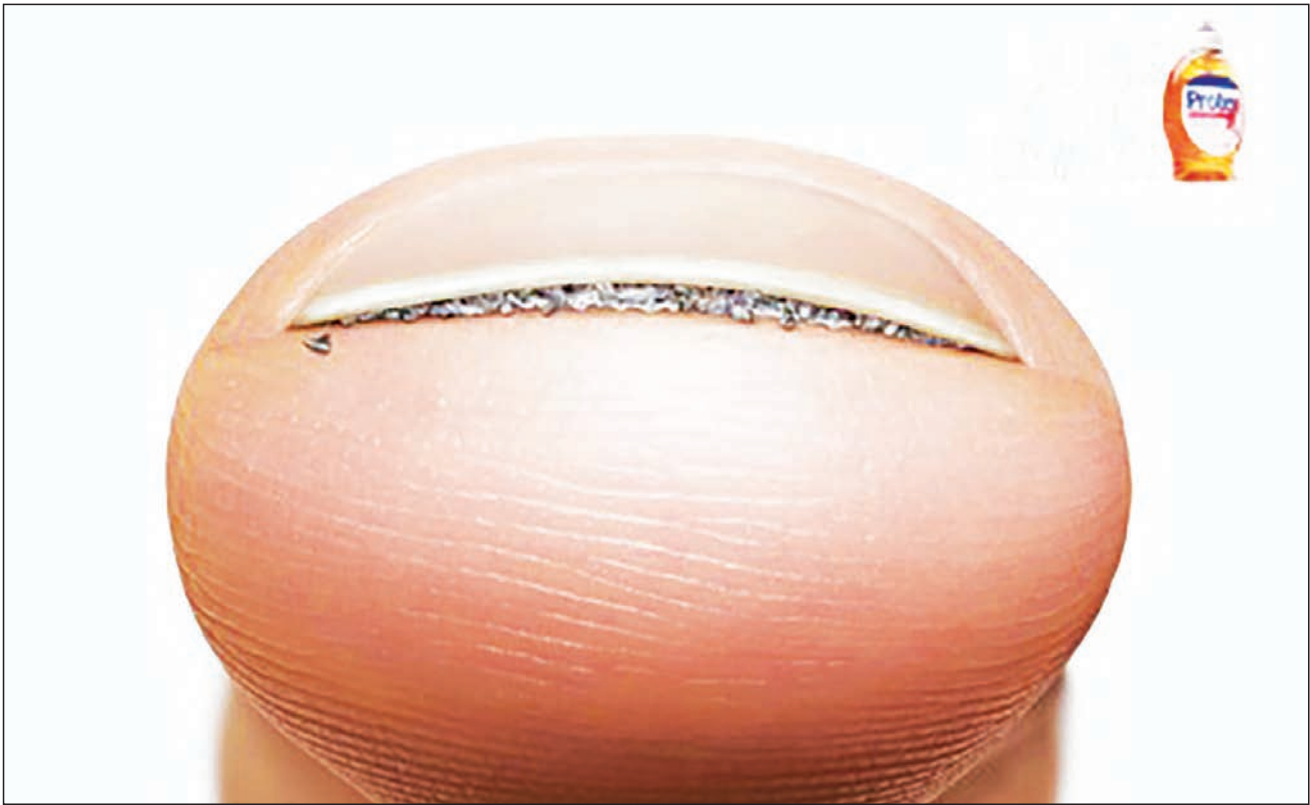
پرومکس برای معرفی برند و محصولات خود، به یک حرکت کوچک اکتفا نکرده و در قالب یک کمپین یکپارچه تبلیغاتی و با تأکید بر حرفه‌ای و بادوام بودن محصولات خود، مردم را در سطح شهر و فضای دیجیتال تشویق می‌کند که حرفه‌ای حاضر شوند و خستگی‌ناپذیر باشند. یکی از جاذبه‌های تهران، بام آن است. همه شهر زیر پای است و هیجان خوبی به همراه دارد. رفتن به بام تهران تفریح خیلی از ماست. در آخرین گشت و گذارم در بام، با یک غافلگیری ویژه برخورد کردم؛ سشوارهایی تنومند که فقط ماکت نبودند و می‌شد روبه‌روی آنها ایستاد و شبیه یک سشوار معمولی از آنها استفاده کرد.

سشوارها بر روی استندهای بزرگی نصب شده بودند؛ استندهای برند پرومکس. این برند برای معرفی محصول خود از شعار «حرفه‌ای خستگی‌ناپذیر مثل مادرم» استفاده کرده بود. سشوارها به خاطر ابعاد و رنگی که داشتند، مردم را به خود جذب می‌کردند.

عابرین با تعجب از سشوارها استفاده می‌کردند و با آنها سلفی می‌گرفتند. این حرکت پرومکس به نظرم جالب آمد و از روی عادت و علاقه شخصی، نام پرومکس را در فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی جست‌وجو کردم و نام این برند را در جاهای دیگری هم دیدم.

اینجا بود که داستان برایم جالب شد و تصمیم گرفتم درباره این حرکت پرومکس که به نظر می‌رسد یک کمپین یکپارچه باشد، پرس و جو کنم. بعد از کمی تحقیق متوجه شدم پرومکس دست به یک حرکت گوریلا مارکتینگ زده و تلاش کرده در یک زمان، چند فضای مختلف را با هم پوشش دهد.

تبلیغات خلاق



آگهی: صابون ضد باکتری Protex _ شعار: میکروب‌های پنهان شده

ایستگاه تبلیغات

اموجی‌های تویتر به مناسبت ال کلاسیکو



تویتر با هدف راه‌اندازی ابزار پیش‌بینی نتیجه دیدار رئال مادرید و بارسلونا از یک سری emoji مخصوص ال کلاسیکو رونمایی کرد. تصاویر گرافیکی ال کلاسیکو شامل چهره خندان مسی، چهره کمی جدی‌تر کریستیانو رونالدو و پیراهنی از جنس پیراهن دو تیم فوتبال می‌شدند که آخرین گزینه حتماً هواداران را مهیوت خود کرده است. طرفداران می‌توانستند قبل و در طول بازی با استفاده از هشتگ‌های مربوطه آنها را فعال کنند. با توجه به اطلاعات دریافتی از شرکت تحقیقاتی Nielsen Sports، مسابقه بین دو غول فوتبال اسپانیا بیش از ۴۰ میلیون دلار ارزش رسانه‌ای برای حامیان مالی به بار آورد. به گزارش ام بی‌بی‌تیو، تجزیه و تحلیل‌های این شرکت مشخص کرد که ارزش ترکیبی تلویزیون و رسانه‌های اجتماعی از بازی ال کلاسیکو در دسامبر سال ۲۰۱۶ میلادی برای حامیان مالی حدود ۴۲.۵ میلیون دلار بوده است. بخش‌های زنده تلویزیونی ۴۳ درصد (۱۸.۵ میلیون دلار) از رقم کلی و رسانه‌های اجتماعی ۱۲ درصد از آن را جبران کرده‌اند. در اسپانیا، رسانه‌های اجتماعی همزمان با پوشش خبری تلویزیونی این کشور از کل مسابقه همان مقدار ارزش رسانه‌ای (۵.۱ میلیون دلار) را به دست آورده‌اند. مکن بارت، مدیر بخش دیجیتال Nielsen Sports اعتقاد دارد که کمک ۵ میلیون دلاری رسانه‌های اجتماعی به افزایش ارزش کلی این مسابقه برای حامیان مالی، جاکی از میزان اهمیت یک رسانه است.

بیان حقایق از سوی روابط عمومی ها زمینه ساز حضور پر رنگ مردم در انتخابات

زهرا سلطان محمدی

کارشناس روابط عمومی



وقتی دستاوردهای نظام با صداقت و صراحت تبیین شود، اعتماد عمومی ایجاد خواهد شد و مردم با خودباوری و اعتماد به نفس برای سربلندی نظام جمهوری اسلامی ایران حضوری پرشور و گسترده در انتخابات خواهند داشت.

در بحث انتخابات، وظیفه روابط عمومی ها تبیین اقدامات دستگاه های اجرایی و انتقال مشکلات عمومی مردم به مدیران است. بیان حقایق از سوی روابط عمومی ها می تواند زمینه حضور پر رنگ مردم را در انتخابات فراهم کند، چرا که روابط عمومی ها مشاوران افکار عمومی در انتخابات هستند.

در این میان با توجه به تنوع و تعداد مطبوعات و گسترش انتشار نشریات مختلف و متفاوت و به طور کلی جایگاه شایسته رسانه ها در تنویر افکار و ایجاد فضای مناسب برای گفتگو و برخورد سالم و سازنده و همچنین اهمیتی که رسانه های گروهی در جهان امروز در ارتقای سطح آگاهی تک تک احاد بشر و تعالی فرهنگ و دانش عمومی دارند، بدون تردید رسانه های جمعی یکی از مهم ترین عوامل شکل دهنده افکار عمومی محسوب می شوند، چرا که افکار عمومی تجلی عمیق ترین خواسته ها و نیازهای یک ملت است که ناشی از مجموعه تعبیرها و تفسیرها و ارزیابی و قضاوت مردم نسبت به حوادث و وقایع روز است و رسانه ها مانند آینه، انعکاس دهنده این خواسته ها هستند.

در عصر حاضر مردم از شیوه های گوناگونی به اطلاعات دسترسی دارند و بنظر این اطلاعات از مردم موجب سلب اعتماد عمومی از روابط عمومی ها می شود و این امری جبران ناپذیر است.

روابط عمومی و رسانه ها در جایگاه اطلاع رسانی و راهبری افکار عمومی می توانند جایگاه والایی را در شکل دهی و هدایت افکار عمومی داشته باشند و این سمت ها و اهداف روابط عمومی سرآمد است. سنجش دقیق افکار عمومی، ایجاد مفاهمه بین مسئولان دستگاه و مردم و ارتباط مؤثر با رسانه ها از دیگر وظایف روابط عمومی است، بنابراین محور فعالیت رسانه ها و نهاد روابط عمومی افکار عمومی است؛ مولفه ای که تمامی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری به دنبال جذب افکار عمومی و به دست آوردن بیشترین آرا هستند.

رسانه ها اینه افکار عمومی هستند و باید در مشارکت اجتماعی و اطلاع رسانی دقیق به مردم مورد استفاده قرار گیرند.

بنابراین عرصه رسانه های جمعی باید با حساسیت ویژه ای، از ارزش های عام و تثبیت شده و همچنین مورد قبول اکثریت جامعه و نه ارزش های صنعتی گروهی خاص پاسداری کنند و برای تحقق عینی آن با سایر نهادهای فرهنگی و اجتماعی هماهنگی کرده و تمام امکانات لازم را برای حفظ کرامت انسانی مردم که در این سال های اخیر به شدت مورد بی مهری و غفلت واقع شده، به کار گیرند.

پاسخگو بودن، قانون مداری، مخاطب محوری و التزام به انتشار صحیح اطلاعات همراه با شفافیت و سرعت تأکید بر نظارت ارزیابی و سنجش مستمر بازتاب فعالیت ها به منظور کسب اطمینان از تأثیرات کیفی آنان بر مخاطبان و استقبال از نقدهای همصنفانه و بسیاری از کارکردهای دیگر از جمله شاخص های مهم روابط عمومی سرآمد است.

دستگاه های اجرایی خدماتی با تنگناهای فراوان و اقدامات چشمگیری که انجام داده اند، چنانچه این اقدامات به درستی بیان نشود، بخش عمده ای از جامعه از فعالیت ها بی اطلاع مانده و احساس می کنند که کاری انجام نشده است. بنابراین در آستانه برگزاری انتخابات ریاست جمهوری مقولاتی از قبیل افکار عمومی و پاسخگویی و شفافیت و احترام به فرودستان بیش از پیش اهمیت خود را باز می یابد و کاندیدایی پیروز نهایی این انتخابات سرنوشت ساز خواهد بود که با بهره گیری از بهترین و مجرب ترین و کارآمدترین مشاوران روابط عمومی و رسانه ای توجه افکار عمومی را با برنامه های کارشناسی، منطقی، باورپذیر و جذاب و نه شعارهای آسمان کوب توخالی و مردم فریب به طرف خود جلب کند.



برای مطالعه ۶۸۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب و کار

سوال: قصد دارم یک شرکت خدمات مهندسی راه اندازی کنم. تمیز بودن و شیک بودن شرکت در انتخاب ما به عنوان ارائه دهنده خدمات مهندسی اهمیت زیادی دارد. با توجه به اینکه منبع مالی دیگری ندارم و سرمایه ای که دارم کفاف هزینه های تجهیز شرکت، پیش پرداخت اجاره ساختمان، دکوراسیون و... را نمی دهد، آیا در یافت وام بانکی می تواند منبع تأمین مالی مناسبی برای راه اندازی این کسب و کار باشد؟

ولی دست دوم که قیمت کمتری دارند استفاده و از این طریق در هزینه های تان صرفه جویی کنید. از طرفی اگر می خواهید دفتر کار شما شیک و تمیز باشد بهتر است از خود را با هزینه کمتری آغاز کنید و سعی در بهبود کیفیت کارتان داشته باشید. لزومی ندارد میلان یا وسایلی که تهیه می کنید حتما نو باشد. شما می توانید از وسایل تمیز

و تازه تأسیس خواهد بود استفاده از وام بانکی برای تجهیزات و دکوراسیون و هزینه های اینچنینی چندان معقول نیست. پیشنهاد من به شما این است که کسب و کار خود را با هزینه کمتری آغاز کنید و سعی در بهبود کیفیت کارتان داشته باشید. لزومی ندارد میلان یا وسایلی که تهیه می کنید حتما نو باشد. شما می توانید از وسایل تمیز

زرق و برق در کسب و کار

پاسخ: اگر چه شیک بودن شرکت تأثیر مثبتی در انتخاب مشتریان دارد، اما ارائه خدمات با کیفیت پایین می تواند اثر منفی بر انتخاب مشتریان بگذارد. علاوه بر این با توجه به اینکه شرکت شما یک کسب و کار کوچک

گفت و گوی «فرصت امروز» با مدیرعامل شرکت کیچن رز

برند ما شبیه ما می شود؛ پس از خودمان شروع کنیم



برنامه ریزی، بازاریابی و برند همراه بوده و این تجربه در طراحی مدل کسب و کار، شناخت و تعریف مشتری، تبیین جایگاه رقابتی و شناخت فضای کسب و کار قابل مشاهده بوده و کمک شایانی به پیشبرد اهداف سازمان داشته است.

رقابت برندها

وی اضافه می کند: دفعه ما همواره خلأ برندهای ایرانی در لایه هایی از نیازهای مشتریان بوده که برندهای خارجی از قدرت بیشتری برخوردار بوده اند. اصولاً در صنعت غذایی برند لوکس ایرانی معیارها، جذابیت ها و ارزش هایی را که برندهای خارجی فراهم می کنند، کمترشاهد بوده ایم. به همین منظور تلاش کرده ایم با طراحی بسته بندی مناسب و خلق ارزش و کیفیت در رابطه با عملکرد محصول، ارائه گر ارزش ها، ویژگی ها و صفاتی باشیم که با برندهای خارجی کمالاً در رقابت بوده و مصرف کننده ایرانی بدون تمایل آن را انتخاب کند.

حمایت سهامداران

معماران در خصوص منابع ایجاد این کسب و کار می گویند: ما از منابع بانکی استفاده نکرده ایم و منابع مورد نیاز از طریق سهامداران تأمین شده است. اصولاً نظام بانکی، در جهت حمایت از تولید تعریف نشده است. تأمین مالی از طریق بانک ها بسیار گران است و شرایط و ضوابطی که برای پرداخت و



پله های موفقیت

وی کاربرد خاص (استفاده از گریندرهای کوچک و بزرگ)، تکنولوژی تولید (پاستوریزه به روش طبیعی، تأکید بر محصول سالم، دسترسی به شبکه فروش و کانال های توزیع، مدیریت با تجربه و خلاق و...) را از عوامل کلیدی موفقیت در مجموعه کیچن رز می داند و می افزاید: مجموعه مدیران کیچن رز سال ها است که در صنعت غذایی به عنوان مشاور فعالیت می کنند. حوزه تخصصی و تجربه آنها عمدتاً با گرایش تولید و

اهمیت منابع درست و داوری مناسب

ترجمه: علی آل علی



مشکلی که بسیاری از دانشجویان در هنگام نگارش پایان نامه با آن مواجه هستند، ارائه منابع غیر مرتبط و تحلیل نادرست مطالب در پایان نامه است. این مشکل در برخی اوقات باعث می شود دوران تحصیل یک فرد به طور وحشتناکی افزایش پیدا کرده یا دانشجو به طور کلی قید دریافت مدرک تحصیلی اش را بزند. تمامی این مشکلات از جایی شروع می شود که افراد در تحلیل پژوهش خود دچار مشکل می شوند و به تبع آن قادر به تفکیک مطالب مرتبط از غیر مرتبط نخواهند بود. با یک نتیجه گیری ساده می توان فهمید که این گروه نیاز اساسی به تقویت مهارت های تحلیل خود دارند اما این نتیجه گیری در عمل، اگر نگوییم بسیار دشوار، نیازمند تلاش فراوان است. این تلاش فراوان دقیقاً همان پیش نیازی است که در بسیاری از دانشجویان یافت نمی شود.

اگر گمان کرده اید که تنها قشر دانشجو با چنین مشکلی مواجه است، لازم است توجه شما را به رزومه های افراد متقاضی استخدام نیز جلب کنیم. اگر چه مسئله در رزومه ها دقیقاً مانند پایان نامه های آکادمیک نیست، با این حال نتیجه هر دو کار به یک اندازه فاجعه بار است. به عبارت ساده، در نگارش متن رزومه گاهی نیاز است به جملات، دیدگاه ها یا ایده های افراد دیگر (معمولاً مدیران موفق یا اعضای هیأت مدیره همان شرکت) اشاره کنید. در این میان دو ایراد اساسی ممکن است رخ دهد: نخست آنکه نقل قول معتبر نبوده و شما آن جمله را در پژوهش خود ذکر کرده اید. در این حالت اگر چه دیدگاه مورد نظر ممکن است با موضوع شغل هماهنگ باشد، اما ماهیت جعلی آن می تواند هزینه سنگینی برای شما داشته باشد. در حالت بعدی جمله شما معتبر بوده و از فرد سرشناسی نقل شده است، با این حال ارتباطی با موضوع بحث ندارد. در هر دو حالت ذکر شده، ارتکاب چنین اشتباهاتی بدون شک نقش بسیار منفی در نگرش و داوری ارزشیاب خواهد داشت. راهکار دوری از چنین خطاهایی ساده است. با این حال همانطور که در بحث دانشجویان اشاره شد، انجام آن نیازمند پشتکار است؛ عصری که در دنیای کسب و کار بسیار نادر است.

بحث بعدی که باید به آن توجه داشت، تحلیل مناسب در رزومه و مصاحبه است. در رزومه باید تحلیل کنید که به چه دلیل شرایط شما برای تصدی شغل مورد نظر مطلوب است. در این میان به هیچ وجه نباید هر نکته ای را به یکدیگر ربط داده و نتیجه دلخواهتان را استنتاج کنید. در واقع طرف مقابل شما وقت اضافی برای مطالعه دلایل بی ربطتان ندارد. داوری و نتیجه گیری امری است که نیازمند در اختیار داشتن اطلاعات مناسب و کافی است. اگر شما به عنوان یک طرف مصاحبه قادر به تحلیل درست مطالب باشید، طرف دیگر نیز می تواند به صورت منطقی دلایل و صحبت های شما را داوری کند. در ایده شماره ۲۱ اشاره کردیم که از درج اطلاعات غلط در رزومه تان خودداری کنید. ارائه اطلاعات غیر معتبر و تحلیل های نادرست نیز به نوعی در همان عنوان طبقه بندی می شود.

در پایان بحث لازم است به یک عادت عرفی در میان کارمندان اشاره کنیم. در واقع اغلب افراد در تهیه رزومه خود پیمانی را از مدیران پیشین یا همکاران خود درج می کنند که نشان دهنده شایستگی و توانایی شان باشد. در اینجا ضروری است که پیش از درج هر مطلبی آن را در اختیار افراد مورد نظر قرار داده یا حداقل آنها را از انجام چنین کاری مطلع سازید. علت این امر آن است که در برخی موارد شرکت ها اقدام به پیگیری اظهار نظر همکاران شما کرده و در صورت عدم اطلاع این افراد نام شما از لیست شرکت حذف خواهد شد. همچنین شاید برای جلب نظر شرکت مورد نظر به جای استفاده از نظر دیگران بهتر باشد توانایی های تان را در مصاحبه بروز دهید.

توصیه های حرفه ای از مدیران موفق

هنگامی که تازه تحصیلات آکادمیکم را تمام کرده بودم، یکی از دوستانی که با هم فارغ التحصیل شده بودیم، مبلغ قابل توجهی را صرف ثبت نام در کلاس های رزومه نویسی و روش تحقیق کرد. در آن هنگام این کار وی برای من بسیار تعجب برانگیز بود. به هر حال هر کسی در آن شرایط بیشتر به دنبال ورود به بازار کار است تا شرکت در کارگاه های آموزشی مختلف. با این حال در حال حاضر توصیه من به دانشجویان فارغ التحصیل آن است که پیش از اقدام برای ورود به بازار کار حتماً کلاس های رزومه نویسی را بگذرانند.



