

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



دیوان عدالت اداری مصوبه دولت در افزایش تعرفه واردات خودرو را باطل کرد

دیوان عدالت اداری در حکمی، رأی موقت ابطال مصوبه دولت در افزایش تعرفه واردات خودروها را صادر و دولت را موظف به توقف اجرای تعرفه‌های جدید واردات خودرو کرد. بر این اساس دولت موظف شده است تا زمان صدور حکم قطعی از سوی دیوان، تعرفه واردات...

۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان هزینه خرید اوراق

وام مسکن ارزان شد

در ماه‌های اخیر قیمت اوراق تسهیلات مسکن با شیب بسیار ملایمی کاهش یافته و به رقم ۷۲ هزار تومان رسیده است با این حساب زوج‌های تهرانی برای گرفتن وام مسکن ۱۰۰ میلیون تومانی باید ۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، هزینه خرید تسه کنند. به گزارش ایسنا، این روزها قیمت اوراق تسهیلات مسکن در فرابورس ایران از حدود ۷۱ هزار تومان تا حدود ۷۲ هزار و ۷۰۰ تومان متغیر است. برخلاف ماه‌های گذشته که فاصله کمترین قیمت تسه تا بیشترین قیمت آن بیش از ۵ هزار تومان بود، در این مدت اوراق تسهیلات مسکن تفاوت قیمت چندانی با یکدیگر نداشتند. بر این اساس، امتیاز تسهیلات مسکن اردیبهشت ۱۳۹۶ حدود ۷۲ هزار و ۶۰۰ تومان داد و ستد شد و اوراق تسه اسفند ۱۳۹۶ حدود ۷۱ هزار تومان بود. از آنجایی که زمان زیادی از سررسید شدن...

اسکناس در دست مردم کم شد

حجم نقدینگی از ۱۴۴۵ هزار میلیارد تومان گذشت

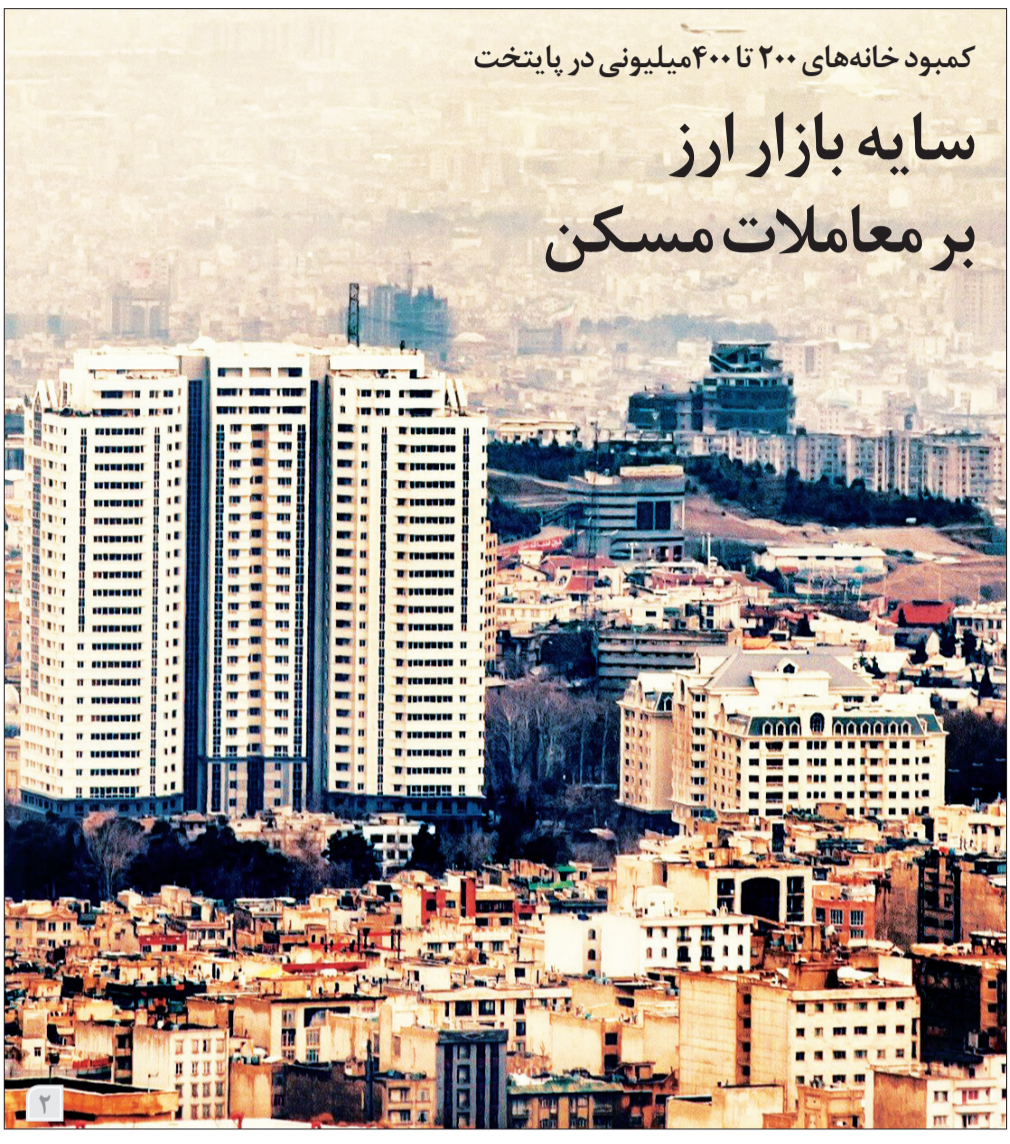
مدیریت و کسب و کار



استیوونزباک از فرمول ساده خود برای خوشبختی می‌گوید

- ۲۰ راهکار ساده برای مدیریت زمان
- از روش‌های سنتی بازاریابی غافل نشوید!
- کلید فروش موفقیت‌آمیز در خود فرآیند فروش نهفته است
- فراتر از برند سازی؛ وقتی خود شما یک برند هستید
- روش‌های کاهش هزینه تبلیغات
- ۶ گام کلیدی برای خلق ایده‌های نو در برندسازی

۸ تا ۱۶



کمبود خانه‌های ۲۰۰ تا ۴۰۰ میلیونی در پایتخت

سایه بازار ارز بر معاملات مسکن

یادداشت

دست‌انداز دعاوی تجاری

بمانجان ندیمی
کارشناس اقتصادی

آخرین ماده قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار، قوه قضاییه و دولت را مکلف می‌کند تا اقدامات قانونی لازم را برای تنظیم آیین دادرسی تجاری و تشکیل دادگاه‌های تجاری به عمل آورند. اما در تبصره این ماده عنوان شده که تا زمان تأسیس دادگاه‌های تجاری، جرایم مرتبط با فعالیت‌های تجاری و اختلافات بین بخش خصوصی و دستگاه‌های اجرایی بر حسب مورد در شوراهای حل اختلاف یا شعب خاصی که رؤسای دادگستری استان‌ها با رعایت صلاحیت محلی در حوزه‌های قضایی تعیین می‌کند، رسیدگی می‌شود. با گذشت بیش از پنج سال از تصویب این قانون، ماده مذکور نیز مانند برخی دیگر از مواد قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار هنوز به اجرا درنیامده و دعاوی تجاری همچنان بر اساس آیین‌نامه دادرسی مدنی و در دادگاه‌های عمومی مورد بررسی قرار می‌گیرند. البته در فاصله سال‌های ۱۳۰۴ تا ۱۳۰۹، محکمه تجارت در کنار سایر...

برنامه جدید بیل گیتس برای نجات کره زمین

انرژی‌های پاک، بازار جدید نخبگان فناوری

گرفته شده است اما در اولین نقشه آزمایشی تبدیل هوا به سوخت قرار است از تجهیزات به شکل گسترده‌ای استفاده شود و این افزایش استقرار پروژه کمک می‌کند. مرحله بعدی این پروژه افزایش بودجه و تجاری کردن فرآیند با استفاده از برق کم کربن است. هولمز در این رابطه گفت: «از هوا به سوخت» آینده است، چون یک‌صدم سوخت‌های زیستی آب و زمین لازم دارد و در هر جایی می‌تواند ساخته شود، اما برای اینکه این پروژه کار کند، باید هزینه‌های نفت اندکی کمتر شود و این نیازمند این است که کشورها از مالیات کربن استفاده کنند. در همین حال ۷ هزار کیلومتر دورتر، در بریتانیا مرکز تحقیقاتی دریافت و نگه‌داشتن کربن بریتانیا هم به دنبال چیز مشابهی است، آنها دنبال راه‌های مختلفی برای تولید انتشار منفی هستند، این دفتر تنها باقی‌مانده از دفتر دریافت و انبار کربن در بریتانیا است که تا سال ۲۰۱۵ دیوید کامرون از آن به شدت حفاظت کرد.

این مرکز تحقیقاتی توسط دانشگاه شیلد با ۲.۷ میلیون دلار از پول دولت اداره می‌شود و به دنبال بهترین راه برای دریافت دی‌اکسید کربن موجود در هواست، چیزی که به آن انتشار منفی می‌گویند. به گفته گیبینز، محقق اصلی این پروژه، انتشار منفی برای اینکه بریتانیا در زمینه انتشار گازهای گلخانه‌ای به هدف خود برسد حیاتی است. در واقع مدت‌هاست که جهان به دنبال راهی برای مقابله با تغییر اقلیم است و برای این موضوع کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای کافی نیست و باید میزان انتشار منفی شود. یعنی باید کربن جذب شده بیش از میزان منتشر شده باشد، با این وجود تعداد کمی از این گونه مراکز در دنیا وجود دارد که انتشار منفی تولید کند.

البته این پروژه‌ها منتقدانی هم دارد، اندرسون محقق تغییر اقلیم در نروژ معتقد است این فناوری‌ها هنوز عملیاتی نشده‌اند و روشی هوشمندانه‌تر از کاهش انتشار سوخت‌های فسیلی نیست. در مقاله‌ای که به تازگی در مجله ساینس منتشر شده دو دانشمند اقلیمی گفتند که مخالف این فناوری‌ها نیستند اما باید فرض کرد که چنین اتفاقی نمی‌افتد.

تغییر اقلیم دانشمندان را واداشته تا از روش جدیدی برای مقابله با انتشار گازهای گلخانه‌ای استفاده کنند. به گزارش خبر آنلاین، به جز چند لوله نامنظم، پمپ، مخزن، رآکتور، دودکش و مجرا هیچ چیز دیدنی در منطقه صنعتی بیرون شهرستان اسکوامیش در غرب کانادا وجود ندارد، اما این وسایل شاید بتوانند حرکت دنیا به سمت تغییر اقلیم را متوقف کنند. این اتفاق می‌تواند کاری کند دیوید کیف، فیزیکدان سوپر استار دانشگاه هاروارد، بیل گیتس موسس و نورمان مورای ادواردز تاجر ماسه‌های نفتی، بیش از چیزی که تاکنون رویایش را داشتند پول دریاورند. ایده بزرگ اما ساده است: خارج کردن کربن از اقتصاد جهان، با جذب گاز دی‌اکسید کربن مستقیم از هوا توسط فن‌های بزرگ و ماده شیمیایی اختراعی برنامه بعدی این افراد هم تبدیل این گاز به کربن خالص و بنزین مصنوعی است تا سوخت کشتی‌ها، هواپیماها و کامیون‌های جهان تأمین شود. هدف این پروژه این است که جذب مستقیم هوا، الکترولیز کردن آب و تلفیق سوخت‌ها سوخت‌های هیدروکربن مایعی با قیمتی کمی بیشتر از سوخت‌های فسیلی در مقیاس جهانی تولید شود. این منجر به ایجاد انقلابی در صنعت جهانی حمل و نقل می‌شود، صنعتی که یک‌سوم سوخت‌های فسیلی منتشر شده در جهان را تولید می‌کند.

شاید هر کدام از این فناوری‌ها به تنهایی چیز جدیدی نباشند، ولی تلفیقی از اینها در معیار صنعتی پیشگامانه خواهد بود. این پروژه برای شرکت مهندسی کربن است، شرکتی که در سال ۲۰۰۹ توسط کیت با پول‌هایی مورای و گیتس ساخته شد و هر روز چیزی حدود یک تن کربن خالص جذب می‌کند و آن را به هوا برمی‌گرداند. اما اکنون، شرکت مهندسی کربن از مرحله‌ای دیگر عبور کرده است و قصد دارد با استفاده از هیدروژن جذب شده از آب، الکتروستیه و دی‌اکسید کربن هوا به شکل مستقیم مخلوطی از بنزین و دیزل تولید کند، نام این فرآیند «از هوا به سوخت» است.

جنوف هولمز، یکی از مسئولین این شرکت در این رابطه می‌گوید: «از هوا به سوخت فناوری است که می‌تواند وضعیت را تغییر دهد، تاکنون مقیاس کمی از سوخت مصنوعی از دی‌اکسید کربن و هیدروژن

بازار ۱۲۳ تریلیونی در بافت فرسوده

اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت صنعت و معدن و تجارت، وزارت امور اقتصادی و دارایی، وزارت علوم و تحقیقات، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی، شرکت آب و فاضلاب و نیروهای مسلح نیز برای حضور در این جلسه حضور خواهند داشت. هوشنگ عشایری، سرپرست شرکت عمران و بهسازی شهری در این باره می‌گوید: از الان تا شهریورماه ۱۳۹۷ که پیش‌بینی می‌کنیم طرح پیشگام آغاز شود، مدلی در نظر گرفته‌ایم که به‌عنوان پشتوانه این طرح است. بدین صورت که اراضی دولتی در اختیار خود را که از قبل خریداری کرده‌ایم در اختیار توسعه‌گران قرار دهیم و آنها شروع به ساخت و ساز می‌کنند.

عشایری در پاسخ به سؤال ایسنا که چه نوع مدل اقتصادی برای توسعه‌گران در نظر گرفته‌اید، گفت: مدل اقتصادی این است که برای زمین هیچ‌گونه ارزش‌گذاری اولیه تعیین نمی‌کنیم. زمین را در یک فضای رقابتی در اختیار توسعه‌گران قرار می‌دهیم. آنها در این فضا قیمت پیشنهادی ساخت را به ما می‌دهند. کسی که کمترین قیمت پیشنهادی را بدهد برنده فعالیت در آن محله خواهد شد. او ادامه داد: پس از اینکه پروژه به اتمام رسید مطالبه توسعه‌گر از ما، میزان هزینه‌ای که بر اساس قیمت‌ها داده به اضافه ۱۸ درصد سود خواهد بود. قیمت کارشناسی خانه‌ای که ساخته شده را تعیین می‌کنیم و بر اساس هزینه‌ای که کرده به اضافه ۱۸ درصد به او پرداخت می‌کنیم، اگر چیزی باقی ماند برای دولت است اگر هم چیزی نماند ما به هدف خود که ارتقای کیفیت محله است رسیده‌ایم. اگر هم توسعه‌گران اضافه بر ارزش ریالی پروژه هزینه کرده باشند ما به صورت نقد یا غیرنقدی از اراضی دیگر خود به آنها پرداخت خواهیم کرد.

به گفته عشایری، با این روش ما عملاً به توسعه‌گران تضمین سود می‌دهیم. یعنی به‌جز سود پیمانکاریش، ۱۸ درصد را تضمین می‌کنیم. هیچ‌گونه ریسک سرمایه‌گذاری به آنها تحمیل نمی‌شود و فقط ریسک فروش باقی می‌ماند. خوشبختانه با تسهیلات ۸ درصدی که برای مدل تقاضا پیش‌بینی کرده‌ایم و حدود ۳۰۰ هزار نفر که در صندوق پس‌انداز مسکن یکم ثبت‌نام کرده‌اند نشان می‌دهد تقاضا وجود دارد و این ریسک هم به نوعی از بین رفته است.

را تشکیل می‌دهد. بر اساس آمار، تا سال ۱۴۰۵ حدود ۵.۳ میلیون خانه برای زوج‌های جوان نیاز داریم. یک کمبود تاریخی هم داریم که از طریق فروش ۱.۳ میلیون مسکن خالی موجود می‌تواند تأمین شود. از سوی دیگر نیاز به بازسازی ۳.۸ میلیون مسکن داریم. مجموع این ارقام می‌گوید تا ۱۴۰۵ باید ۹ میلیون مسکن تأمین شود. حامد مظاهریان - معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی - با اشاره به ۱۴۰ هزار هکتار بافت فرسوده و ناکارآمد شهری می‌گوید: این عدد به قدری بزرگ است که حدود دو برابر مساحت تهران را شامل می‌شود. از یک طرف اشاره می‌کند که چه میزان بافت‌های در خطر داریم و از سوی دیگر نشان می‌دهد فرصت سرمایه‌گذاری در این مناطق وجود دارد. این بافت‌ها حدود ۳۰ درصد جمعیت ایران را تشکیل می‌دهند. مثلاً در مشهد ۱.۳ میلیون نفر در بافت‌های ناکارآمد زندگی می‌کنند. هدفی که مجلس برای ما تعیین کرده این است که تا پایان برنامه ششم حدود نیمی از بافت‌های ناکارآمد، نوسازی شود که ۱۲۳ هزار میلیارد تومان بودجه نیاز دارد.

اما پنجشنبه ۱۹ بهمن‌ماه هم‌زمان با دهه فجر، جلسه ستاد ملی بازآفرینی شهری پایدار با موضوع «آغاز برنامه ملی بازآفرینی شهری امید در استان‌های کشور» با ریاست حجت‌الاسلام والمسلمین روحانی رئیس‌جمهور در محل وزارت راه و شهرسازی برگزار خواهد شد. از سال ۱۳۹۲ تاکنون جلسات ستاد ملی بازآفرینی شهری پایدار به بررسی همه‌جانبه مشکل بافت‌های ناکارآمد شهری اختصاص دارد. به موجب سند مذکور، برای بررسی ابعاد مختلف موضوع نمایندگانی از وزارت ارتباطات و فناوری، معاونت امور زنان و خانواده ریاست جمهوری، وزارت نیرو، شرکت ملی گاز ایران، وزارت آموزش و پرورش، وزارت ورزش و جوانان، وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، قوه قضاییه، کمیسیون مجلس شورای اسلامی، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، وزارت کشور، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، بانک مرکزی، شهرداری تهران، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران، سازمان حفاظت از محیط‌زیست، سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، وزارت دادگستری، وزارت

هدفی که مجلس برای دولت تعیین کرده این است که تا پایان برنامه ششم حدود نیمی از بافت‌های ناکارآمد، نوسازی شود که ۱۲۳ تریلیون تومان بودجه نیاز دارد و بخش خصوصی می‌تواند با حضور مؤثر در این بافت‌ها این بازار بزرگ را به خود اختصاص دهد. به گزارش ایسنا، هم‌زمان با آغاز به کار طرح بازآفرینی شهری «امید» که امروز با حضور رئیس‌جمهور انجام می‌شود، روز سه‌شنبه اقدامی تقویتی توسط بانک مسکن برای کاهش ۱۵.۱ درصدی نرخ سود اوراق مسکن در بافت فرسوده انجام شد و این نرخ از ۱۷.۵ درصد به ۱۶ درصد رسید. مدت بازپرداخت آن هم از ۱۲ به ۱۵ سال افزایش پیدا کرد. دولت تدبیر و امید از ابتدای سال ۱۳۹۲ تصمیم به نوسازی بافت‌های ناکارآمد گرفته، اما منابع کافی در اختیار ندارد و بخش خصوصی نیز به دلیل عدم توجیه سرمایه‌گذاری، هنوز رغبت چندانی برای ورود به این موضوع نشان نداده است. بعضی بانک‌ها نیز بنا به گفته میرصادقی، مدیرعامل سازمان نوسازی شهر تهران همکاری لازم را انجام نمی‌دهند؛ دستورالعمل‌هایی که با سیاست‌های کلی نظام بانکی و چشم‌اندازهای حاکمیت در نوسازی بافت فرسوده تناقض داشته و باعث روندهای طولانی و بعضاً کند اداری به‌خصوص در سطح شعب می‌شود، از عمده مشکلات سازمان نوسازی با بانک‌های عامل است. با توجه به لزوم خیز بوند کشور، نوسازی بافت‌های فرسوده حیاتی است. بر این اساس دولت‌های یازدهم و دوازدهم مدل‌هایی را برای تحقق این هدف ترسیم کرده و شاکله آنها در قالب طرح «پیشگام» ارائه شد که با تصویب آن در لایحه بودجه پیشنهادی سال ۱۳۹۷ احتمالاً از شهریورماه شاهد آغاز آن خواهیم بود.

از اواخر سال ۱۳۹۴ در راستای مصوبه دولت مبنی بر نوسازی بافت‌های فرسوده از ۸ مدل برای اجرای سیاست‌های نوسازی و مقاوم‌سازی مناطق ناکارآمد استفاده می‌شود که تفاهم‌نامه با سازمان ملی زمین و مسکن، توافق با بنیاد مسکن برای نوسازی شهرهای زیر ۱۰۰ هزار نفر، توافق‌های ضمنی با انبوه‌سازان (که البته هنوز به شکل جدی اجرایی نشده است)، مشارکت با خیرین مسکن‌ساز، مشارکت با شهرداری برای دریافت بسته‌های تشویقی و حمایتی، صندوق خیرین بازآفرینی شهری، اولویت ساکنان مناطق پرخطر و تعاونی‌های خودیار محلی، رؤس اصلی آن

آگهی مناقصه خریدی نوبت اول
پیک مرحله ای
مناقصه شماره ۳۵-۹۶
۷۶۵

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

نگاه



مدیرعامل شرکت سیدگردان سرمایه ایرانیان تأکید کرد

ثبات قیمت حامل‌های انرژی به نفع اقتصاد و بورس

به گفته مدیرعامل شرکت سیدگردان سرمایه ایرانیان موضوعی که باید در خصوص افزایش قیمت حامل‌های انرژی در نظر گرفت این است که همه صنایع درگیر مسئله حمل و نقل هستند، بنابراین با گران نشدن حامل‌های انرژی مانند بنزین و گازوئیل اثر آن روی همه بخش‌های اقتصادی دیده می‌شود. مصطفی صفاری، مدیرعامل شرکت سیدگردان سرمایه ایرانیان درباره نقش قیمت حامل‌های انرژی در اقتصاد و بازار سرمایه، به سنا، گفت: در نگاه اول با ثبات قیمت حامل‌ها تنها نمادهای پالایشگاهی اثر می‌پذیرند. درآمد پالایشی‌ها به صورت کارمزدی است، یعنی نفت را می‌خرند و بعد محصولات حاصل از آن را به دولت می‌فروشند، در نتیجه سودآوری این گروه در گروه قیمت خرید نفت و قیمت فروش حامل‌های انرژی است، در نتیجه قیمت حامل‌ها تعیین‌کننده صرف سود و زیان شرکت‌های پالایشی نیست. صفاری ادامه داد: در صنعت پالایشی کارمزد تعیین‌کننده است، به طوری که در برخی ادوار با وجود اینکه قیمت حامل‌های انرژی پایین بود، اما پالایشی‌ها سودهای خوبی می‌کردند. وی با بیان اینکه سیاست‌های دولت در تعیین کارمزدها در میزان سودآوری شرکت‌های پالایشی اثرگذار است، اظهار کرد: نمی‌توانیم به صراحت بگوییم قیمت حامل‌ها باعث افزایش یا کاهش درآمد پالایشی‌ها می‌شود بلکه سیاست‌های وزارت نفت تعیین‌کننده میزان سودآوری شرکت‌های پالایشی است.

صفاری خاطر نشان کرد: نکته مهم این است که با مسأله مجلس برای افزایش قیمت حامل‌ها، در سال آینده شاهد شوک تورمی در صنایع نخواهیم بود و با تثبیت قیمت ارز نیز رخداد غیر قابل پیش‌بینی و غیر قابل کنترلی رخ نمی‌دهد. وی در پایان به بودجه ۹۷ اشاره کرد و گفت: چنانچه معافیت مالیاتی افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی درآمدها انجام شود برای شرکت‌های بزرگ زیان‌ده اثر جدی خواهد داشت. روز دوشنبه در مجلس درباره این موضوع صحبت شده و قرار است برای پاره‌ای از اصلاحات به کمیسیون تلفیق برود.

جهش ۳۸۹ واحدی شاخص بورس در آخرین روز کاری هفته

بورس تهران سر در گم نرخ ارز

نوسان نرخ ارز در این روزها سبب شده فعالان بازار سهام شاهد روندی منطقی در داد و ستدهای بازار سرمایه نباشند. این موضوع در مقطعی باعث ایجاد هیجان در معامله‌گران و گاهی موجب کم‌تحریکی آنها می‌شود. چنانچه روز سه‌شنبه قیمت سهام در بورس تهران همزمان با کاهش قیمت سهام در بورس‌های دنیا با افت مواجه شد و عده‌ای معتقد بودند نگرانی‌ها از کاهش قیمت نفت سبب فشار عرضه و پایین آمدن قیمت‌ها بوده است.

اما فعالان بازار سرمایه همچنان نگران از بازار پرتوسان ارز در این روزها با تردید بیشتری دادوستد می‌کنند. نرخ ارز می‌تواند مقدار سود شرکت‌هایی که مواد اولیه‌شان با ارزهای خارجی خریداری می‌شود را دستخوش تغییر کند. این موضوعات با ریسک‌های سیستماتیک که در این سال‌ها همواره بازار سرمایه ایران را تحت تأثیر قرار داده درهم آمیخته و معامله‌گران بازار سهام را در دادوستدهای خود مردود کرده است. این مسئله سبب شده در این روزها بازار سهام روند مشخصی را در پیش نگیرد و بازیگران این بازار تا حدودی در تصمیمات خود بلاتکلیف باشند.

اما شاخص بورس روز چهارشنبه با رشد ۳۸۹ پله‌ای در جایگاه ۹۸ هزار و ۳۱۷ واحدی قرار گرفت. به گزارش ایرنا، در معاملات آخرین روز کاری هفته یک میلیارد و ۳۷۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش سه هزار و ۵۵۳ میلیارد ریال در ۶۱ هزار و ۲۶۲ نوبت خرید و فروش شد.

بررسی شاخص‌های اصلی بازار سرمایه نشان می‌دهد شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) که در آن ارزش سهام شرکت‌های بزرگ اثر بیشتری بر شاخص می‌گذارد ۱۲۴ واحد و شاخص کل



(هم وزن) که در آن ارزش و وزن همه شرکت‌های بزرگ و کوچک در محاسبه شاخص کل، یکسان در نظر گرفته می‌شود، ۳۰ واحد رشد کرده است. شاخص قیمت (هم وزن) که بیانگر سطح عمومی قیمت سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس است، ۲۲ واحد و شاخص آزاد شناور که بیانگر آن بخش از سهام شرکت‌هاست که قابل معامله در بورس باشد، ۴۹۷ واحد بالا رفته است. شاخص بازار اول که به شرکت‌هایی اختصاص دارد که از نظر سرمایه، سودآوری و درصد سهام آزاد شناور شرایط بهتری دارند، ۳۷۱ واحد و شاخص بازار دوم بورس ۳۳۲ واحد رشد کرد.

فملی (ملی صنایع مس)، پترول (گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان) و فخوز (فولاد خوزستان) در معاملات روز چهارشنبه بیشترین تأثیر مثبت را رشد شاخص داشتند، اما مبین (پتروشیمی مبین)، وامید (گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید) و رمینسا (مینا) از بالاترین تأثیر منفی برخوردار بودند.

ریزش نرخ اوراق تسهیلات مسکن در فرابورس فرابورس ایران معاملات آخرین روز کاری خود در این هفته را با رشد ۱۷ واحدی (۱،۵ درصدی) شخاص و خرید و فروش ۲۵۲ میلیون ورقه به ارزش یک‌هزار و ۳۶۳ میلیارد ریال به پایان رساند.

در روزهای گذشته، آیفکس (شاخص فرابورس) روندی نزولی داشت اما روز چهارشنبه ۱۷ واحد افزایش یافت که متأثر از سبزشی نامادهای مورد معامله در گروه‌های پالایشی، پتروشیمی و فلزات اساسی بود.

بر این اساس، گروه فلزات اساسی در معاملات روز گذشته صدرنشین بورس شد. در این گروه ۹۲ میلیون سهم به ارزش ۲۸۵ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی به ارزش ۲۷۹ میلیارد ریال و خودرو به ارزش ۲۲۷ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص داد. در رده چهارم، گروه کانی‌های فلزی با معاملاتی به ارزش ۸۱ میلیارد ریال جای گرفت.

گروه فرآورده‌های نفتی با معاملاتی به ارزش ۶۹ میلیارد ریال رده پنجم را از آن خود کرد. نمادهای فولاد (فولادامپارک)، تاپیکو (سرمایه‌گذاری نفت و گاز تأمین)،

معاملات روز گذشته صدرنشین بورس شد. در این گروه ۹۲ میلیون سهم به ارزش ۲۸۵ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی به ارزش ۲۷۹ میلیارد ریال و خودرو به ارزش ۲۲۷ میلیارد ریال جایگاه‌های بعدی را به خود اختصاص داد. در رده چهارم، گروه کانی‌های فلزی با معاملاتی به ارزش ۸۱ میلیارد ریال جای گرفت.

در پیچه



مدیرعامل بورس تهران اعلام کرد آمادگی بورس برای عرضه شرکت‌های بانک‌ها و صندوق‌های بازنشستگی

مدیرعامل بورس تهران اعلام کرد: این بورس آماده است در تسریع اجرای برنامه‌های دولت به منظور عرضه و تأمین مالی شرکت‌های زیرمجموعه بانک‌ها، بنیادها و صندوق‌های بازنشستگی نقش مؤثری را ایفا کند. به گزارش سنا، حسن قالیباف‌اصل افزود: بورس با زیرساخت‌های فنی مناسب و گستردگی جغرافیایی کشور، طی ۱۶ سال گذشته در انجام برنامه‌های گسترده خصوصی‌سازی و واگذاری‌های اصل ۴۴ بسیار مؤثر بوده و از آمادگی لازم برای میزبانی سهام صدها شرکت زیرمجموعه بانک‌ها، بنیادها و صندوق‌های بازنشستگی برخوردار است. کارنامه بورس اوراق بهادار تهران در فرآیند خصوصی‌سازی شرکت‌های مشمول اصل ۴۴ و پذیرش شرکت‌های خصوصی بیانگر ارتقای سطح تأمین مالی از درگاه بورس تهران، رشد و توسعه عمق بازار در سطح کشور است. تالارهای منطقه‌ای که توسط بورس تهران ایجاد، حمایت و توسعه یافته‌اند، بازوی اجرایی قوی برای افزایش ضریب نفوذ در سطح کشور و مشارکت در عرضه و تأمین مالی شرکت‌های فوق و هلدینگ‌های آنهاست.

مدیرعامل بورس تهران به آمار واگذاری‌ها در ۱۶ سال گذشته از طریق بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: از سال ۱۳۸۰ مجموع واگذاری‌های خصوصی‌سازی بالغ بر ۱۴۴ هزار میلیارد تومان است که ۹۷ هزار میلیارد تومان آن معادل ۶۷ درصد از طریق بازار سرمایه انجام شده است. قالیباف اصل افزود: جایگاه منحصر به فرد بورس تهران در فرآیند خصوصی‌سازی معیار مناسبی برای سنجش جایگاه و توانمندی بورس اوراق بهادار تهران برای عرضه و تأمین مالی شرکت‌های دولتی و غیردولتی و زیرمجموعه‌های بانک‌ها، بنیادها و صندوق‌های بازنشستگی است.

مدیرعامل بورس تهران به اشاره به سخنان وزیر اقتصاد در مورد اولویت دولت در خصوصی‌سازی از طریق بورس تأکید کرد و گفت: با توجه به فراهم بودن زیرساخت‌های مناسب در بورس، تهران آماده میزبانی از صندوق‌ها و شرکت‌های تابعه وزارت رفاه است و این امر می‌تواند به تأمین مالی و شفاف‌سازی و ارتقای عملکرد شرکت‌های تابع منجر شود.

فخر فاطمی کرامی باد - بهره‌برداری از ۱۷ پروژه آبرسانی به روستاهای استان اصفهان - تامین آب شرب سالم و پایدار برای ۱۸۰۰۰ نفر - با اعتباری بالغ بر ۷۸۰۰۰ میلیون ریال. Includes a grid of 17 project photos and descriptions for various regions like Ardakan, Yazd, Isfahan, etc.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای - شرکت توزیع نیروی برق استان کهگیلویه و بویراحمد در نظر دارد اجناس ذیل را از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید. Includes a table with columns: ردیف, عنوان مناقصه, مقدار کالا, واحد کالا, نوع مناقصه, کم و کیف مناقصه, محل تأمین اعتبار, مشخصات فنی کالا, مدت اجرای تعهد, مبلغ تضمین (میلیون ریال). Includes a list of 9 items for purchase.

تولید



به تولیدات صادراتی «یارانه سود» تعلق می‌گیرد؟

وزارت صنعت، معدن و تجارت به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد کرده است که در صورت موافقت پیشنهاد، تخصیص «یارانه سود تسهیلات به واحدهای تولیدی صادرات‌گرا» ارائه شود. به گزارش ایسنا، در بودجه سال ۱۳۹۷ پیش‌بینی شده است که واحدهای تولیدی صادرات‌گرا بتوانند از منابع بانکی سرمایه ثابت و سرمایه در گردش با نرخ‌های ارزان‌تر بهره‌بردار شوند. این در حالی است که سال ۱۳۹۶ با ترکیبی از منابع موجود در صندوق توسعه ملی و بانک‌های عامل تا حدود ۱۳.۵ درصد نرخ سود تسهیلات اعطایی به واحدهای تولیدی صادرات‌گرا کاهش یافت. هرچند که این مسئله در سال جاری مدنظر قرار گرفته، اما در راستای بهبود وضعیت واحدهای تولیدی صادرات‌گرا کافی نبود و باید قدم‌های بزرگ‌تری برای بخش مذکور برداشت که بر همین اساس وزارت صنعت، معدن و تجارت به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد داده است تا تخصیص یارانه سود تسهیلات اعطایی برای واحدهای تولیدی صادرکننده را ارائه کند. باید خاطر نشان کرد که چندی پیش نیز وزیر صنعت، معدن و تجارت خواستار تصویب تسهیلاتی در قالب بودجه سال ۱۳۹۷ در مجلس شورای اسلامی شد تا بخش خصوصی کشور به همراه تشکلهای صادراتی بتوانند با کمک دولت به سمت ایجاد شرکت‌های بزرگ صادرکننده حرکت کنند.

محمد شریعتمداری پس از نشستی با اعضای کمیسیون صنایع و معدن مجلس شورای اسلامی خواستار شد تسهیلاتی در قالب بودجه سال ۱۳۹۷ تصویب شود تا بخش خصوصی کشور و اتاق‌های بازرگانی، صنایع، معدن و کشاورزی ایران به همراه تشکلهای صادراتی تخصیص بتوانند با حمایت نظام و دولت و از طریق منابع حمایتی و مشوق‌هایی که در اختیارشان قرار می‌گیرد به سمت ایجاد شرکت‌های بزرگ صادرکننده حرکت کنند.

به‌طور حتم باید شرایطی در کشور فراهم شود که واحدها، بنگاه‌ها و شرکت‌های صادرکننده در اندازه‌های متوسط و بزرگ در کشور بیشتر به وجود آیند، چراکه ایجاد توقعی مربوط به اینکه همه واحدهای تولیدی کوچک و بزرگ خودشان بتوانند محصولاتشان را به بازارهای خارجی صادر کنند مقدور نیست و اگر هم مقدور شود باعث رقابت مخرب در بازارهای بین‌المللی خواهد شد. در صورت تحقق هدف مذکور مشوق‌هایی شامل حال کسانی که از طریق شرکت‌های بزرگ صادرکننده محصولات خود را به کشورهای خارجی ارسال می‌کنند، خواهد شد. تا این شرکت‌ها نیز بیشتر و قوی‌تر شکل بگیرند. همچنین استفاده از کمک‌های فنی برای پرداخت یارانه سود تسهیلات اعطایی به واحدهای تولیدی صادرات‌گرا یکی دیگر از کارهایی است که باید مدنظر قرار گیرد و اینگونه کمک‌ها هم برای سرمایه در گردش و هم برای تحقیق و توسعه این واحدهای تولیدی و صادراتی تاثیرگذار خواهد بود. به گزارش ایسنا، در سال گذشته طرح رونق تولید اقتصادی با پرداخت تسهیلاتی معادل ۱۷ هزار میلیارد تومان ۲۴ هزار واحد تولیدی صنعتی و کشاورزی در دست‌سور کار قرار گرفت و در سال جاری نیز این طرح به عنوان مکمل طرح قبلی در جهت پرداخت تسهیلات به ۲۰ هزار واحد تولیدی مدنظر قرار گرفته است. نکته قابل اشاره اینکه براساس آخرین آماري که در اختیار ایسنا قرار گرفته، از زمان آغاز طرح رونق تولید تا پایان دی‌ماه امسال ۱۱۷ هزار و ۷۵۰ میلیون ریال تسهیلات به واحدهای تولیدی پرداخت شده که رقمی حدود ۵۹ درصد از تسهیلات ۲۰۰ هزار میلیون ریالی در نظر گرفته شده است. علاوه بر طرح رونق تولید در سال جاری قرار بر این بود که طرح ۱۰ هزار میلیارد تومانی برای نوسازی و بهسازی ۵۰۰۰ واحد صنعتی و نیز طرح ۱۰ هزار میلیارد تومانی به منظور حمایت از تولید و اشتغال ۱۰ هزار بنگاه اقتصادی و تأمین مالی ۶۰۰۰ واحد نیمه‌تمام با پیشرفت فیزیکی حداقل ۶۰ درصد، به عنوان سه بسته حمایتی از تولید کشور در سال ۱۳۹۶ در دستور کار قرار گیرد.

۵۰۰ معدن متروکه در کشور فعال می‌شود

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور گفت ۵۰۰ معدن متروکه در کشور فعال می‌شود. به گزارش ایسنا، راضیه لک در دیدار با استاندار لرستان، اظهار کرد: از ابتدای دولت تدبیر و امید موضوع صنایع در دست‌سور کار وزیر قرار گرفته است و امکان توسعه معدن فلزی و غیرفلزی وجود دارد. رئیس سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور تصریح کرد: سازمان زمین‌شناسی با کمک استان باید اولویت کار را مطالعات، اکتشاف معدن و فعال کردن معدن متروکه قرار دهد. لک اضافه کرد: ۵۰۰ معدن متروکه در کشور وجود دارد که تعدادی از آنها در استان لرستان هستند که باید فعال شوند. امسال وزارت صنعت و هلدینگ‌های سرمایه‌گذاری‌اش به دنبال این هستند تا ۵۰۰ واحد معدن غیرفعال را با سرمایه‌گذاری فعال کنند. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: سازمان زمین‌شناسی از نظر تجهیزات و امکانات وضعیت مطلوبی دارد و ۸۵ درصد نیروی انسانی آن متخصص است. لک با اشاره به اب کارست افزود: نیاز شدید و روزافزون کشور به آب، منجر به برداشت و مصرف بیش از حد آب از منابع زیرزمینی شد که این امر موجب بروز مشکلات زیست‌محیطی زیادی شد که نمونه بارز آن نشست زمین در نقاط مختلف کشور است. در حال حاضر مهم‌ترین معضل و مشکل کشور آب است. علاوه بر مدیریت آب باید منبع جدیدی برای تأمین آن در نظر گرفته شود که می‌توان از آب کارست به جای آب چاه‌ها استفاده کرد.

خریداران خارجی کالاهای ایرانی ۲میلیارد دلار اعتبار می‌گیرند



معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران گفت که ۲ میلیارد دلار برای اعتبار خریدار تخصیص داده شده است که بر این اساس می‌توانیم به افرادی که از ایران کالا خریداری می‌کنند فاینانس ارائه دهیم. به گزارش تسنیم، معبودی، معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران در نشست خبری در محل سازمان توسعه تجارت اظهار کرد: ۲۱ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان از مانده تسهیلات بانک توسعه صادرات است که ۸۳ درصد آن ارزی و مابقی آن به صورت ریالی پرداخت می‌شود. وی افزود: در سال ۹۶، پنج هزار و ۸۵۰ میلیارد تومان تسهیلات پرداخت شده است که این رقم رشد ۵۰ درصدی را تجربه کرده است.

معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران ادامه داد: در حال حاضر ۱۳۲ بانک در ۵۶ کشور جهان ارتباط بانکی داریم که مبادلات مالی نیز با آنها در حال انجام است. معبودی افزود: حمایت از نوسازی و بازسازی شرکت‌های تولیدی (صادرات‌محور) در دستور کار است که این امر می‌تواند منجر به صادرات شود و کیفیت کالاهای تولیدی ما را بالا می‌برد. معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران در بخش دیگری از صحبت‌های خود به قراردادهای فاینانس برای تقویت تولیدات داخلی صادرات‌محور اشاره کرد و گفت: فاینانسی با اگزیم بانک کره با رقمی بالغ بر ۸ میلیارد یورو و بانک چینی با رقم ۱۰ میلیارد یورو و اوربانک اتریش با رقم یک‌میلیارد یورو تفاهم شده است.

معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران در واقع نقشه راه صادراتی‌مان به حساب می‌آید و در آن مشخص شده است که در کدام کشورها می‌توانیم حضور بیشتری داشته باشیم و اولویت صادراتی ما و همچنین جواز صادراتی که پرداخت می‌شود در آن مطرح است. وی تصریح کرد: ۲ میلیارد دلار برای اعتبار خریدار تخصیص داده شده است که بر این اساس می‌توانیم به افرادی که از ایران کالا خریداری می‌کنند فاینانس ارائه دهیم. معبودی افزود: اولویت‌ها در بسته حمایتی ذکر شده همچنین صنایع و کشورهای دارای اولویت در این بسته وجود دارند که می‌توانند زمینه اشتغال در داخل را فراهم کند. وی ادامه داد: در حال حاضر ۱۳۲ بانک در ۵۶ کشور جهان ارتباط بانکی داریم که مبادلات مالی نیز با آنها در حال انجام است. معبودی افزود: حمایت از نوسازی و بازسازی شرکت‌های تولیدی (صادرات‌محور) در دستور کار است که این امر می‌تواند منجر به صادرات شود و کیفیت کالاهای تولیدی ما را بالا می‌برد. معاون امور بین‌الملل بانک توسعه صادرات ایران در بخش دیگری از صحبت‌های خود به قراردادهای فاینانس برای تقویت تولیدات داخلی صادرات‌محور اشاره کرد و گفت: فاینانسی با اگزیم بانک کره با رقمی بالغ بر ۸ میلیارد یورو و بانک چینی با رقم ۱۰ میلیارد یورو و اوربانک اتریش با رقم یک‌میلیارد یورو تفاهم شده است.

صادرکنندگان در برابر نوسانات نرخ ارز بیمه می‌شوند

نرخ ارز زیان می‌بینند توسط صندوق ضمانت صادرات ایران حمایت می‌شوند، به‌طوری که تا ۳۰ درصد زیان شامل فرانشیز شده و برعهده خود صادرکننده است، اما ضرر بیشتری از ۳۰ درصد تا ۳۰ درصد برعهده صندوق بوده و صندوق خسارات بیمه‌گذار را از نوسانات نرخ ارز پرداخت می‌کند. وی در پاسخ به تسنیم که چه زمانی این مصوبه اجرایی می‌شود، گفت: این مصوبه اکنون به مرحله اجرا درآمده است و صندوق جبران خسارت می‌کند.

قابل توجه سرمایه‌گذاران صندوق سرمایه‌گذاری اندیشه زرین پاسارگاد

طبق تصمیمات مجمع صندوق در تاریخ ۱۳۹۶/۱۰/۰۳ و تأییدیه سازمان بورس و اوراق بهادار مفاد بند ۱۰-۳ امیدنامه صندوق تغییر یافت. برای مشاهده جزئیات بیشتر و متن کامل صورت‌جلسه به آدرس تارنمای صندوق مراجعه فرمایید.
<http://www.azpfund.com>

قابل توجه سرمایه‌گذاران صندوق سرمایه‌گذاری مشترک اندیشه فردا

طبق تصمیمات مجمع صندوق در تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۵ و تأییدیه سازمان بورس و اوراق بهادار مفاد بند ۱۰-۳ امیدنامه صندوق تغییر یافت. برای مشاهده جزئیات بیشتر و متن کامل صورت‌جلسه به آدرس تارنمای صندوق مراجعه فرمایید.
<http://www.andishefardafund.com>

اخبار



وزیر کشور: قاچاق کالا به ۱۱.۵میلیارد دلار کاهش یافت

وزیر کشور با اشاره به افتتاح ایکس‌ری‌های جدید کامیونی در گمرک گفت حجم قاچاق کالا به ۱۱.۵ میلیارد دلار کاهش یافت. به گزارش تسنیم، رحمانی فضل‌ی، وزیر کشور در حاشیه مراسم افتتاح ایکس‌ری‌های کامیونی در گمرک شدید رجایی گفت: این ایکس‌ری‌ها سه مرحله‌ای بوده و قابلیت الصاق اطلاعات اسکن‌شده به کوتاژ و اظهارنامه را دارد. وی افزود: در گمرکات کشور تلاش می‌شود تا ایکس‌ری‌های کامیونی مستقر شده و به این ترتیب قاچاق کالا از مبادی رسمی کنترل شود. وزیر کشور ادامه داد: در قاچاق از مبادی غیررسمی به ویژه در حوزه کوله‌بری مصوبات خوبی در هیأت دولت تصویب شده و ساماندهی کوله‌بری از یک استان آغاز شده و ۶۰ تا ۷۰ درصد کوله‌بری ساماندهی شده است. وی با اشاره به کاهش قاچاق کالا به ۱۱ و نیم میلیارد دلار گفت: باید تلاش شود قاچاق کالا به کشور به رقم به صفر برسد.

حذف مالیات بر ارزش افزوده از واردات چای، به نفع تولید داخل نیست

رئیس سازمان چای گفت که حذف مالیات بر ارزش افزوده از واردات چای، قدرت رقابت‌پذیری از تولید داخل را می‌گیرد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمدولی روزبهان، رئیس سازمان چای کشور در نشست خبری که به مناسبت دهه فجر برگزار شد، با اشاره به اینکه حذف مالیات بر ارزش افزوده از واردات چای به نفع تولید داخل نیست، اظهار کرد: با وجود آنکه در سال‌های اخیر مالیات بر ارزش افزوده چای داخلی حذف شد، اما این اقدام می‌تواند قدرت رقابت‌پذیری تولید داخل را تحت‌الشعاع خود قرار دهد. وی افزود: دولت امسال به منظور حمایت از تولید داخل یکصد و ۲۷ میلیارد تومان یارانه به جایکاران پرداخت کرد، چراکه میزان بارندگی، تولید و هزینه‌های کارگری کشور نسبت به کشورهای تولیدکننده بالاتر است. روزبهان با اشاره به اینکه کمتر از ۸ هزار تن چای تولیدی امسال در انبارها باقی است، گفت: با توجه به آنکه فصل زمستان، ماه‌های فروردین و اردیبهشت پرمصرف‌ترین فصل چای است، نگرانی مبنی بر فروش چای تولیدی وجود ندارد، چراکه حداقل در ایام عید ۳ هزار تن چای به مصرف می‌رسد. وی همچنین شایعات اخیر مبنی بر باقی‌ماندن ۱۵ هزار تن چای در انبارها را رد کرد.

رئیس سازمان چای در بخش دیگر سخنان خود درباره آخرین وضعیت چای‌های سنوواتی باقی‌مانده در انبارها بیان کرد: برخی چای‌های سنوواتی باقی‌مانده در انبارها مربوط به سال‌های ۷۹ تا ۸۲ و بخش دیگر مربوط به سال‌های ۸۶ تا ۸۸ است. وی ادامه داد: چای‌های سنوواتی مربوط به سال ۷۹ تا ۸۲ به سبب پرداخت تسهیلات به کارخانه‌های چای، توسط بانک ملی تحت اختیار این بانک است که با صدور مجوز دولت از مجموع ۳۰ هزار تن حدود ۳ هزار تن آن تحت نظارت دستگاه مسئول با نرخ ۲ هزار و ۷۹۰ تومان جهت مصارف صنعتی از کشور خارج شدند. روزبهان با اشاره به اینکه چای سنوواتی سال‌های ۸۶ تا ۸۸ در اختیار تعاون روستایی است، بیان کرد: هم‌اکنون حدود ۲۰ هزار تن چای در انبارهای تعاون روستایی باقی است که البته این میزان در گذشته بیشتر بوده است. این مقام مسئول درباره آخرین وضعیت پرداخت مطالبات جایکاران، گفت: امسال ۱۰۸ هزار تن برگ سبز چای با ارزش بالغ بر ۲۰۳ میلیارد تومان از جایکاران خریداری شد که تاکنون ۱۸۷ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان معادل ۸۹ درصد بهای برگ سبز تحویلی، پرداخت شده است. روزبهان در ادامه بیان کرد: ۵۰۰ هزار نفر از تولید چای امرار معاش می‌کنند که این امر بیانگر اهمیت تولید این محصول است. وی با اشاره به دلایل اهمیت تولید چای گفت: ایجاد اشتغال مولد، نبود امکان کشت دیگر در ارتفاعات باغات، ایجاد صنایع جانبی و محصولات دارای افزوده، نیمه‌کاران و استراتژیک بودن را می‌توان از دلایل اهمیت تولید چای برشمرد.

آکهی دعوت مجمع عمومی عادی سالیانه صاحبان سهام شرکت پاکت سازان اسپندار - سهامی خاص (در حال تصفیه) به شماره ثبت ۵۱۸۸۸۳ و شناسه ملی ۱۰۵۹۰۰۴۴۲۹۲

بدینوسیله از کلیه صاحبان سهام شرکت پاکت سازان اسپندار - سهامی خاص (در حال تصفیه) دعوت می‌شود تا در جلسه مجمع عمومی عادی سالیانه که در ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۶/۱۲/۰۷ در محل دفتر مرکزی شرکت واقع در: تهران، خیابان شهید لویسانی فرسی، بین خیابان آریا و آقایی، پلاک ۱۱۲ طبقه ششم تشکیل می‌گردد، حضور بهم رسانند.

دستور جلسه:

- ۱- استماع گزارش هیئت مدیره و بازرس قانونی.
- ۲- بررسی و تصویب صورت‌های مالی برای سال مالی منتهی به ۱۳۹۶/۰۹/۳۰
- ۳- انتخاب بازرس قانونی.
- ۴- انتخاب روزنامه گیر انتشار.
- ۵- سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی باشد.

سید هادی موسوی - مدیر تصفیه شرکت پاکت سازان اسپندار

قطعه‌سازان جور چه کسانی را می‌پردازند

سایبا و ایران خودرو جز تولید دو محصول پر فروش خود و مونتاژ چند خودروی بی کیفیت چینی که با دستان خودشان به خودشان تحمیل شد ابتکار خاصی طی سال‌ها حضور در عرصه صنعت نداشتند.

به گزارش سایت شفاف، سند چشم‌انداز، صنعت خودروسازی را در سال ۱۴۰۴ با تیراژ ۳ میلیون خودرو منصوب است. در کنار این موضوع قطعه‌سازان نیز با تولید ۳۱ میلیارد دلار قطعه باید در مسیر سند چشم‌انداز گام بردارند که از این نرخ تولید ۶میلیارد صرف واردات خواهد شد، اما در چندماه اخیر وارداتی بی‌رویه قطعات چینی نه تنها رسیدن به مرز این پیش‌بینی را غیرممکن می‌کند بلکه کنار رفتن ۱۰خودرو از خط تولید که ۷۰درصد قطعه‌سازی را شامل می‌شود قطعه‌سازی را در مرز ورشکستگی قرار می‌دهد. خودروسازان با بدی کلان به بخش قطعه‌سازی روبرو هستند. تولید برخی محصولات جدید که قرار است به زودی در جاده‌های ایران آفتابی شوند و البته با قدرت خرید مردم سازگاری داشته باشد یکی از عواملی است که می‌تواند خودروسازان را مجاب کند که به این وسیله هزینه تولید خود را کم کنند. دو احتمال درباره افزایش واردات قطعات چینی در بازار ایران وجود دارد؛ اولین احتمال اینکه حضور رقبای چینی کیفیت قطعات ایرانی را بیشتر به چشم خریداران می‌نمایاند که البته این موضوع کمتر به ذهن می‌رسد، زیرا وارد کردن قطعه یا به خواست خودروسازان انجام می‌شود یا اینکه دلالت‌ها این کار را انجام می‌دهند. احتمال دوم اینکه خودروسازان با قطعات چینی و استفاده از آن در محصولات خود، خود را زیر دین قطعه‌سازان نمی‌برند تا شاید مجبور نشوند در ازای بدی‌های خود بخشی از سهام خود را به قطعه‌سازان واگذار کنند.

مسیر پیش روی خودروسازان و قطعه‌سازان به یک اراده قوی برای پی‌موندن نثار دارد. تصمیمات دولتی در خصوص اختصاص دادن یا ندادن ارز مبادله‌ای به برخی صنایع تولیدی سبب شده قطعه‌سازان متضرر شده و ۹۸ درصد تولیدات خود را با ارز آزاد تهیه و روانه بازار کنند. در چنین شرایطی افزایش قیمت قطعات داخلی را در مقایسه با برخی قطعات چینی شاهد هستیم که می‌تواند در گردش سرمایه قطعه‌سازان تأثیرگذار باشد. از طرفی خودروسازان با سناریوی قطعات چینی بازگرد اول در نرسیدن به هدف سند چشم‌انداز خواهند بود. توجیه ناکارآمدی مدیران خودرویی می‌تواند عدم تعامل درست با قطعه‌سازان باشد.

خودروسازان باید به تولید ۳ میلیون دستگاه خودرو در سال ۱۴۰۴ برسند که البته در بهترین شرایط هم این کار شدنی نیست زیرا هنوز ما با تولید در سال ۹۰ هم فاصله داریم و به علاوه نیاز به تولید و طراحی پلنفرم‌های جدید خودرویی ما و توقف تولید پراید و پژو در سال ۹۷ سبب خواهد شد تیراژ تولید خودرو در شرایط ایده‌آل از نصف کمتر نشود. قطعه‌سازان چرخه‌ای هستند که با ایجاد اشتغال در حوزه‌های مختلف یکی از ستون‌های استوار اقتصاد در چند دهه اخیر بوده‌اند هرچند که موفقیت‌های آنان به نام خودروسازان سند می‌خورد اما باید اعتراف کرد تا همین جای کار هم اگر قطعه‌سازان نبودند، خودروسازان معلوم نبود چه وضعیتی داشتند. سایبا و ایران خودرو جز تولید دو محصول پر فروش خود و مونتاژ چند خودروی بی‌کیفیت چینی که با دستان خودشان به خودشان تحمیل شد، ابتکار خاصی طی سال‌ها حضور در عرصه صنعت نداشتند.

انتقاد معاون وزیر صنعت از بی‌توجهی به نوسازی خودروهای فرسوده در سال‌های گذشته

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت نوسازی خودروهای فرسوده کشور موضوع بسیار مهمی است که در سال‌های گذشته به‌خوبی مورد توجه قرار نگرفته و نتیجه این مسئله حضور و تردد خودروهایی با عمر بالا در ناوگان حمل و نقل کشور و آلودگی شدید هوا، به‌ویژه در کلانشهرهاست.

به گزارش پایگاه خبری «عصرخودرو»، «منصور مظلومی» با اشاره به برنامه‌ریزی برای طرح جایگزینی ۲۰۲ هزار و ۵۰۰ خودروی فرسوده در سه سال آینده؛ با تأکید و دستور رئیس‌جمهوری، مقرر شده وزارت نفت در این زمینه همکاری و حضور جدی داشته و تأمین مالی این پروژه عظیم (مگا پروژه) را به انجام برساند. رئیس هیأت عامل سازمان توسعه و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) گفت: برای تحقق این مهم، بخش قابل توجهی از ظرفیت صنایع داخلی به کار گرفته شده و منابع مورد نیاز آن از محل صرفه‌جویی در مصرف سوخت تأمین می‌شود که منافع زیست‌محیطی را نیز به دنبال خواهد داشت. وی خاطر نشان کرد: تعداد خودروهای جایگزین شده در سه سال اجرای طرح، ۲۰۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه است که منابع اختصاص یافته توسط دولت معادل قطعات منفرجه خودرو (بیش از ۷ میلیارد دلار) برآورد شده است. مظلومی ادامه داد: مقرر شده وزارت نفت از محل فروش نفت خام و سایر فرآورده‌ها و بر اساس مکانیسمی که خودش طراحی می‌کند، بخشی از منابع مالی آن را تأمین کند. وی این اقدام وزارت نفت را گامی مهم و بزرگ توصیف کرد و اظهار داشت: خودروسازان داخلی و همچنین بخش خصوصی، توان تأمین مالی این طرح را ندارند.

اخبار

قطعه‌سازان ایرانی به شبکه جهانی قطعه‌سازی متصل می‌شوند

معاون توسعه صنایع حمل و نقل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) از برنامه‌ریزی برای اتصال قطعه‌سازان ایرانی به شبکه جهانی قطعه‌سازی در پنجمین همایش بین‌المللی صنعت خودروی تهران خبر داد. به گزارش ایرنا، «پژداد اعتمادی» دبیر در نشست خبری پنجمین همایش بین‌المللی صنعت خودرو در محل سازمان افزود: صنعت خودروسازی در تولید ناخالص داخلی کشورهای پیشرفته رتبه سوم گردش مالی را پس از نفت و بانکداری داراست و بر این اساس به عنوان لگوموتیو صنعتی ایران اهمیت ویژه‌ای دارد. به گفته این مقام مسئول، یک خودرو از قطعات زیادی تشکیل شده و زنجیره تأمین وسیعی دارد که با خود اشتغال‌زایی و به چرخش درآوردن سرمایه را به دنبال داشته و جزو صنایع استراتژیک است.

وی یادآور شد: پس از اجرای برجام اتفاقات خوبی در صنعت خودروی کشور رخ داد و این صنعت طی دو سال گذشته رشد قابل توجهی را تجربه کرد.

معاون ایلدرو تصریح کرد: با این حال، صنعت قطعه‌سازی کشور همگام با خودروسازی رشد نداشت و در این همایش به دنبال وصل کردن قطعه‌سازان کشورمان به شبکه جهانی تأمین قطعه هستیم.

اعتمادی یادآوری کرد: بیش از ۸۵ درصد یک خودرو از قطعات آن تشکیل می‌دهد که شامل ۲۵ تا ۳۰ درصد قطعات پلاستیکی، ۲۰ درصد قطعات لاستیکی و بقیه قطعات فولادی و آلومینیومی است.

آغاز مذاکره با پتروشیمی‌ها

وی با اشاره به خام‌فروشی در صنعت پتروشیمی، از آغاز مذاکرات با مدیران این صنعت برای در اختیار قرار دادن مواد اولیه مورد نیاز در قطعه‌سازی به‌ویژه مواد پلیمری و پلاستیکی خبر داد. معاون ایلدرو خاطر نشان کرد: کاهش هزینه قطعات مصرفی و در نتیجه کاهش قیمت تمام‌شده و ارتقای رقابت‌پذیری خودروهای داخلی از این محل متصور است، البته مشروط به اینکه خارجی‌ها نیز فناوری‌های روز این قطعات را به ایران منتقل کنند. وی ابراز امیدواری کرد با قراردادهای سرمایه‌گذاری مشترک (جویندنی وچج) با خارجی‌ها که به‌ویژه پس از برجام اجرایی شده است، امکان بهره‌رسانی صنعت قطعه‌سازی فراهم شود.

چشم‌انداز تولید خودرو در سال ۱۴۰۰

اعتمادی در ادامه با اشاره به برنامه‌ریزی صنعت خودرو برای سال ۱۴۰۰، اظهار داشت: در این سال قرار است بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو در کشور تولید شود که ۲۰۰ هزار دستگاه محصولات جدید ایران خودرو و پژو، ۱۵۰ هزار دستگاه محصولات جدید شرکت‌های سایبا و سیتروئن و ۳۰۰ هزار دستگاه محصولات جدید رون خواهد بود. وی اضافه کرد: همگی این خودروها از فناوری‌های روز برخوردار خواهند بود و بر همین اساس صنعت قطعه‌سازی کشور نیز به همان نسبت باید رشد یابد و به‌روز شود. معاون توسعه صنایع حمل و نقل ایلدرو بیان داشت: تا سال ۱۴۰۰ همچنین تعداد ۷۰۰ هزار دستگاه از خودروهای فعلی حاضر در کشور با ارتقای کیفی و فناوری به تولید ادامه خواهند داد و علاوه بر این، برای ۵۰۰ هزار دستگاه دیگر نیز ظرفیت وجود دارد که باید تصمیم بگیریم با چه محصولات پیشرفته‌تری از این پتانسیل استفاده شود. وی در پایان از تدوین نهایی استراتژی صنعت خودروی کشور با مشارکت یک شرکت معتبر آلمانی خبر داد.

واردات قطعات چینی خودرو به‌اسم تولید داخل تسهیلات با سود ۲۰ درصد تولید داخل را بی‌معنی می‌کند

نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن گفت درحالی‌که باید قطعات از بازار داخلی تهیه شود اما تأمین‌کنندگان و تولیدکنندگان قطعات محصولات خود را از چین تأمین می‌کنند. فریدون احمدی در گفت‌وگو با خبرنگاری خانه ملت، در خصوص داخلی‌سازی خودروهای تولید در کشور، اظهار داشت: مقرر شده تولیدات مشترک صنعت خودروسازی از ۲۰ درصد داخلی‌سازی در یک بازه زمانی به ۳۰ درصد و بالاتر حرکت کنند، اما در واقعیت مکانیزم قوی که تضمین کند میزان داخلی‌سازی در حال صورت گرفتن است وجود ندارد. نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه در بسیاری از موارد که گفته می‌شود برخی خودروها ۳۰ تا ۳۰ درصد داخلی‌سازی شده‌اند این گونه نیست، گفت: باید قطعات از بازار داخلی تهیه شود اما تأمین‌کنندگان و تولیدکنندگان قطعات محصولات خود از چین تأمین می‌کنند. وی با تأکید بر اینکه تضمینی وجود ندارد که قطعات مورد استفاده در محصولات تولیدی صنعت خودروسازی کشور ساخت داخل باشد و حمایت‌های مناسبی نیز از قطعه‌سازان داخلی در زمینه ورود تکنولوژی صورت نمی‌گیرد، عنوان کرد: قیمت تمام شده، هزینه تولید و بوروکراسی اداری در داخل کشور زیاد است و با تسهیلات ۲۰ درصد نمی‌توان تولید کرد و تولید داخل معنا و مفهومی ندارد. نماینده مردم زنجان و طرم در مجلس شورای اسلامی با اشاره به اینکه تضمین این مسئله نیازمند یک سازوکار مناسب است اما متأسفانه دولت در صنعت خودروسازی تصدی‌گری می‌کنند، ادامه داد: دولت اگر در جایگاه سیاست‌گذار حضور داشت و کنترل اجرائی این سیاست‌ها را در دست می‌گرفت شاید موفقیت‌های بیشتری در این زمینه حاصل می‌شد، اما با این روش نتایج خوبی حاصل نمی‌شود.



کاهش تعرفه واردات خودرو را خواستار شده‌اند. هیأت رئیسه مجلس هم این موضوع را به تأخیر همراه شد ولی به زودی در جلسه کمیسیون صنایع به آن رسیدگی شود. طبق برنامه چهارم توسعه، تعرفه واردات خودرو می‌بایست به صورت تدریجی کاهش می‌یافت و طی سال ۸۹ به ۵۰ درصد می‌رسید اما طی سال‌های گذشته غالباً شاهد ثبات یا افزایش تعرفه واردات خودرو بوده‌ایم که هرچند گفته می‌شود با هدف حمایت از تولید داخل صورت گرفته اما در واقع این حمایت‌ها نتیجه مثبتی برای صنعت خودروسازی کشور نداشت است. طبق مصوبه جدید دولت، خودروهای با حجم موتور ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی‌سی که تاکنون تعرفه واردات آنها ۴۰ درصد بوده است از این به بعد مشمول تعرفه ۵۵ درصدی می‌شوند و در مورد خودروهای با حجم موتور ۱۵۰۰

کاهش تعرفه واردات خودرو را خواستار شده‌اند. هیأت رئیسه مجلس هم این موضوع را به تأخیر همراه شد ولی به زودی در جلسه کمیسیون صنایع به آن رسیدگی شود. طبق برنامه چهارم توسعه، تعرفه واردات خودرو می‌بایست به صورت تدریجی کاهش می‌یافت و طی سال ۸۹ به ۵۰ درصد می‌رسید اما طی سال‌های گذشته غالباً شاهد ثبات یا افزایش تعرفه واردات خودرو بوده‌ایم که هرچند گفته می‌شود با هدف حمایت از تولید داخل صورت گرفته اما در واقع این حمایت‌ها نتیجه مثبتی برای صنعت خودروسازی کشور نداشت است. طبق مصوبه جدید دولت، خودروهای با حجم موتور ۱۰۰۰ تا ۱۵۰۰ سی‌سی که تاکنون تعرفه واردات آنها ۴۰ درصد بوده است از این به بعد مشمول تعرفه ۵۵ درصدی می‌شوند و در مورد خودروهای با حجم موتور ۱۵۰۰

و به این ترتیب تخفیف گمرکی واردات قطعات خودرو شامل حال شرکت‌های پژو و رنو فرانسه خواهد شد و با اعمال محدودیت برای خودروهای وارداتی، بازار خودروی ایران بیش از پیش در انحصار خودروسازان فرانسوی قرار خواهد گرفت.

در عین حال، احتمالاً این تخفیف گمرکی در ازای داخلی‌سازی محصولات مشترک صورت خواهد گرفت اما تجربه نشان داده که فرانسوی‌ها تد طولانی در دور زدن مصوبات داخلی‌سازی خودروها دارند و در شرایط فعلی نیز برخی قطعه‌سازان نسبت به عدم توجه فرانسوی‌ها به قطعه‌سازان ایرانی در تولید محصولات جدید شاکی هستند و می‌گویند پژو و رنو توجهی به داخلی‌سازی قطعات ندارند.

مطرح شدن بحث احتمال توقف تولید ۹۰ و ساندررو در سال آینده از سوی مدیرعامل

خودروهای بالای ۴۰ هزار دلار مانده در گمرک ترخیص خواهند شد

برآورد شده بدون مشکلی خاص، مجوز ورود خواهند گرفت تا عده‌ای بتوانند با توجه به رانت به‌وجود آمده سرمایه کلان را به جیب بزنند.

به گزارش پرسس خودرو، در این بین اما ورود خودروهای یاد شده، ابهاماتی نیز به همراه داشت، به‌طوری‌که مشخص نبود خودروهای بالای ۴۰ هزار دلار با چه میزان تعرفه وارد کشور می‌شدند؟ یا اینکه خودروهای مدل ۲۰۱۵ یا ۲۰۱۶ موجود است، دولت در نظر دارد ترخیص این‌گونه خودروها را طی طرح دوفوریته در جلسه هیأت دولت مورد تصویب قرار دهد تا تنها مانع موجود نیز برطرف گردد.

ورود این تعداد خودرو به گمرکات کشور و همزمانی آن با توقف ثبت‌سفارش شبهات زیادی را به‌وجود آورد، به‌طوری‌که برخی از رانت اطلاعاتی تعداد محدودی از واردکنندگان در این زمینه خبر دادند و برخی دیگر نیز بر مجوز یک شبه واردات خودروهای مذکور پس از ابلاغ مصوبه هیأت دولت تأکید داشتند. حال به‌نظر می‌رسد که خودروهای مانده در گمرک نیز که تعداد آنها بیش از ۱۳ هزار دستگاه

دیوان عدالت اداری مصوبه دولت در افزایش تعرفه واردات خودرو را باطل کرد

دیوان عدالت اداری در حکمی، رأی موقت ابطال مصوبه دولت در افزایش تعرفه واردات خودروها را صادر و دولت را موظف به توقف اجرای تعرفه‌های جدید واردات خودرو کرد. بر این اساس دولت موظف شده است تا زمان صدور حکم قطعی از سوی دیوان، تعرفه واردات خودروها به محصولات متضرر از توقف واردات خودروهای هیبریدی پایین است ضمن آنکه در مصوبه هیأت دولت موضوع حمایت از تولید داخل تبیین و اعلام نشده است. دستور موقت دیوان عدالت اداری در پی شکایتی قهری مدنی بر خسارت جبران‌ناپذیر و ضرر زیان به عموم جامعه در پی افزایش تعرفه واردات خودروها صادر شده است. طرف شکایت این پرونده، هیأت‌وزیران به‌عنوان

مصوب‌کننده افزایش تعرفه واردات خودرو است. یک وکیل پایه یک دادگستری در زمینه این حکم گفت: «بر اساس قانون، احکام و دستورات دیوان عدالت اداری لازم‌الاجرا است و عدم اجرای این دستور موقت موجب انفصال از خدمت متخلف به مدت شش ماه تا یک سال و جبران خسارت وارده خواهد شد. به این ترتیب با صدور این دستور، دولت موظف است اجرای تعرفه جدید واردات خودرو به کشور را متوقف کند و خودروها با تعرفه پیشین وارد شود. این روند تا اعلام حکم قطعی دیوان اجرا خواهد شد.»

وی در مورد پیش‌بینی خود در زمینه حکم قطعی دیوان در این پرونده گفت: «قضاوت در این زمینه آسان نیست اما به‌طور معمول حکم قطعی در چنین

مجاز به اخذ تعرفه‌های جدید و افزایش یافته واردات خودرو نیست. اساس دستور دیوان عدالت اداری بر مبنای قانون مصوب سال ۱۳۷۱ است که به‌موجب بخشی از آن، تعرفه واردات خودرو باید در راستای حمایت از تولید داخلی باشد و این در حالی است که موضوع حمایت از تولید داخل و رقیابت با محصولات داخلی در خودروهای وارد شده به کشور و به‌ویژه خودروهای هیبریدی پایین است ضمن آنکه در مصوبه هیأت دولت موضوع حمایت از تولید داخل تبیین و اعلام نشده است. دستور موقت دیوان عدالت اداری در پی شکایتی قهری مدنی بر خسارت جبران‌ناپذیر و ضرر زیان به عموم جامعه در پی افزایش تعرفه واردات خودروها صادر شده است. طرف شکایت این پرونده، هیأت‌وزیران به‌عنوان

کارگاه برندینگ

BRAND

استراتژی پیام برند

۶ گام کلیدی برای خلق ایده‌های نو در برندسازی

استراتژی پیام برند به برندهای بی‌شماری کمک کرده است که با موفقیت جایگاه‌سازی کنند. با انتخاب پیام برند مناسب شما در ذهن مخاطبان، با آن پیام شناخته می‌شوید و به این صورت در ذهن مصرف‌کنندگان جایگاه خود را می‌سازد. وقتی پیام برند خود را مشخص کنید (چه به عنوان تازمه وارد یا میراث‌دار یک صنعت در بازار هدف) صاحب یک ایده مرتبط در ذهن مخاطبان هدفی خواهید شد که قصد دارید به آنها دست یابید و این ایده تضمین می‌کند که این مصرف‌کنندگان می‌دانند با توجه به پیام برند شما چه انتظاراتی باید از آن داشته باشند.

آیا برند شما می‌تواند صاحب یک ایده باشد؟ بله. حتی اگر در بخش‌بندی ذهن مشتریان در طبقه خوبی قرار ندارید، می‌تواند خودتان را از طریق شناسایی شکاف موجود در چشم‌انداز رقابتی و تلاش برای ایجاد ارتباطات برای پر کردن آن، منحصر به فرد کنید و خبر خوب آن است که این فرآیند لزوماً طولانی و زمان‌بر نیست.

در ادامه شش گام کلیدی برای خلق ایده‌های نو در برندسازی برای تبدیل شدن به آنچه می‌توانید یا آنچه باید در بخشی از بازار که در آن فعالیت می‌کنید، باشید، آورده شده است.

۱- تحلیل پیام برند رقبا

رقبای خود را در صنعتی که در آن مشغول هستید، بشناسید. پیام برند آنها را مطالعه کنید و ببینید چه جنبه‌ای از نیازهای موجود در صنعت شما را پوشش داده‌اند. ببینید پیام رقیب بر چه چیزی تأکید دارد و آیا آنچه بر آن تأکید دارند جذابیت لازم را دارد یا خیر. همچنین بفهمید هدف رقیب از پیام برندشان چیست. در واقع باید بفهمید آنها چه منظوری را می‌خواهند برسانند و تمرکزشان را بر چه چیزهایی قرار داده‌اند.

۲- نگاهت پیام برند

وقتی یک تحلیل پیام ساده بر هر یک از رقیب انجام دادید، سپس آنها را در شبکه‌هایی بر اساس صفات غالب در بازار و بخش‌بندی‌های آن، تقسیم‌بندی کنید. حتی می‌تواند آنها را فقط در یک طیف خطی قرار دهید یا اگر رقبای متعددی دارید از طرح پراکندگی کامل (full - out scatter) استفاده کنید. اگر می‌خواهید خیلی کامل عمل کرده باشید می‌توانید برای هر یک از رقیب از نقطه‌های بزرگ و کوچکی استفاده کنید که نشان دهنده سهم بازار کلی آنها از دید شما باشد.

۳- بازرسی پنهان

به دنبال جاهایی باشید که رقبای تان شکست خورده‌اند، آنگاه می‌توانید تعیین کنید فرصت منحصر به فرد برای ساخت پیام برند کجا نهفته است. در واقع در این گام شما با بررسی نقاط ضعف و قوت رقیب می‌توانید فرصت‌هایی را شناسایی کنید که رقیب به آن پاسخ ندهاند یا به درستی به آن پاسخ ندهاند در نتیجه می‌توانید تمرکز خود را بر آن موقعیت‌ها بگذارید.

۴- تراز (تنظیم) ارزش‌های برند

سعی کنید ارزش‌های برند بیشتری را تحت پوشش قرار دهید. البته این بدان معنا نیست که برای هر جهت عمل کنید و از هر دری سخنی بگویید، چرا که در این صورت کنترل و پاسخگویی به تمام آنها دشوار خواهد بود، اما هدف خود را به طرق مختلف پوشش دهید، تا فضای خدمت‌دهی را برای رقیب سخت‌تر کنید. در واقع باید سعی کنید تمام حداقل‌های موجود در صنعت خود را پاسخ دهید تا در مقایسه با رقیب کامل به نظر بیایید.

۵- ساختن ماهیت برند

حالا حوزه خود را محدود کرده‌ایم. هنوز یک بیانیه موقعیت، شعار، ویژگی برند، شخصیت برند، یک راهنمای سبک و دیگر عناصر ضروری پیام را در اختیار نداریم، اما نقطه شروع را پیدا کرده‌ایم. با توجه به مراحل قبلی حالا می‌دانیم پیام برند ما باید شامل چه چیزهایی باشد، اما هنوز کارهای زیادی برای انجام دادن وجود دارد و باید تمام المان‌های یاد شده را متناسب با پیام برند بسازیم.

۶- آزمون ارتباط پیام برند

حالا که استراتژی پیام برند خود را دارید، ممکن است مایل باشید به وسیله آزمون ارتباط پیام برند، از اینکه پیام شما به اندازه کافی مرتبط است اطمینان کسب کنید. هر پیامی که انتخاب می‌کنید باید مرتبط‌ترین پیام با مخاطبانی باشد که شما سعی دارید به آنها دست یابید. اگر شما صاحب ایده‌ای باشید که برای هیچکس جذابیتی به همراه ندارد، در نتیجه وقتی به دنبال محصول می‌آیند به گفته‌های شما توجه نخواهند کرد. در نتیجه برای حصول اطمینان از اینکه پیام انتخابی تأثیر مورد نظر را خواهد داشت انجام این گام از اهمیت بالایی برخوردار است.

انجام این مراحل می‌تواند مسیری آسان برای انتخاب بهترین استراتژی پیام برند باشد، مشروط به آنکه با دقت و با استفاده از اطلاعات درست صورت گیرد.

منبع: belovedmarketing

فرا تر از برند سازی؛ وقتی خود شما یک برند هستید



با این مقدمه، می‌توان گفت تشخیص یک برند از محصولات و خدمات تولیدی کار آسانی نیست؛ حالا برندها همان کالا و خدماتی هستند که تولید می‌شوند و بالعکس.

برای توضیح این روند، شرکت‌های تجاری را مثال می‌زنیم که نشان داده‌اند برند آنها از فعالیت‌های تولیدی‌شان جدا نیست. شرکت‌های پیشگام، حقیقت وجودی‌شان را با مصداق عینی برندشان می‌دانند.

اجازه بدهید هنر تان به زندگی تان راه پیدا کند

وقتی الزی الوفره، در سال ۲۰۱۳ برند مد زنان خود را تأسیس کرد، می‌خواست جلوه‌های هنرش را به زندگی بنیانند. امروز، هنر او در تمام محصولات و طراحی‌های این شرکت جلوه می‌کند. اگر الوفره در این نقطه متوقف می‌شد، می‌توانستیم بگوییم او فقط می‌خواست سبکی متفاوت به مشتریان عرضه کند، ولی شرکت او تا جایی پیش رفت که امروزه حتی بزرگ‌ترین طراحان مد هم لباس‌ها و تزئینات تولیدی او را می‌پوشند. محصول تولیدی او همان هنرش بود یا به عبارتی، برند و تولیدات زیر نفوذ هنر او جان می‌گرفتند.

بگذارید تفکر واقعی تان در محصولات تان دیده شود

آزی آکارو، زنی آمریکایی آفریقایی بود که دو دختر کوچک با رنگ پوست مختلف داشت. او متوجه شد تنوع عروسک‌های تولیدی کارخانه‌ها خیلی کم است. او نخستین عروسک‌های Ikuzi را با این هدف ساخت که می‌خواست هرکدام از دخترانش عروسکی شبیه خودشان داشته باشند، با همان رنگ پوست و همان فرم مو. حقیقت یک شرکت همین است، راستی خودش را در محصولات نمود می‌دهد. همانطور که می‌بینیم، امروزه آکارو نویسنده و بنیان‌گذار یکی از معروف‌ترین برندهای محصولات دخترانه دنیا است.

برندتان باید چرخه تکامل خود را طی کند

جسیکا اکستروم کارورز، پزشک مؤسسه بیماری‌های خاص بود که پس از معاشرت با کودکان سرطانی که به خاطر شیمی‌درمانی موهای خود را از دست داده بودند، به فکر افتاد هدیه‌های متنوعی برای روحیه دادن به این کودکان تهیه کند. متأسفانه چنین محصولی به‌طور خاص وجود نداشت؛ پس او خودش مقدمات تولید این هدیه‌ها را فراهم کرد و وارد عمل شد. برند او یک سیکل کامل را پشت سر گذاشت: نیت و انگیزه، ایده، فرآیند تولید، فروش و در نهایت رسیدن به هدف اولیه.

مأموریت شرکت را از محصولات خود جدا نینیند

شروع تولید صندوق‌های فلیپ فلاپ، در طول دوران جنگ و برای رفع نیازهای دوره‌ای آن زمان بود. امروزه نمود نوستالژیک اهداف قدیمی در صندوق‌های این شرکت دیده می‌شود. شرکت و محصولات آن چنان جایگاهی نزد مردم دارند که هرگز با کلمات قابل بیان نیستند. محصولات این شرکت، از صندوق گرفته تا لباس و پوشاک، در کشورها و توسط مردمی تولید می‌شود که از جنگ و خشونت‌های آن آسیب دیده‌اند. ایده اصلی شرکت این است: «اعتقاد به پایداری، عزت و خلایق مشتریان که حتی در تجارت هم در پی صلح هستند.» این شرکت، واقعیت خود را با دنیا به اشتراک گذاشته است.

از مرزهایی که دیگر شرکت‌ها برای خودشان تعیین کرده‌اند فراتر بروید

اگر از این شرکت‌ها بپرسید چرا برندی ساخته‌اند که فراتر از فعالیت‌های بازاریابی معمول پیش می‌رود، به شما خواهند گفت این کار حقیقت هدف آنها است. آنها هم وقتی شرکت خود را تأسیس کرده‌اند حتماً ایده‌های تبلیغاتی خودشان را داشته‌اند، ولی از تجارت به‌عنوان وسیله‌ای برای نمود نیتی بزرگ‌تر استفاده کرده‌اند. آنها مرز هدف‌هایی که سایر

خوب و بد برندتان را بپذیرید

شما می‌توانید در وب‌سایت خود از کلمات زیبا استفاده کنید، یا تجربیات بد مشتریان را به نحوی پنهان کنید و روی آن یک گرافیک لوکس بگذارید، ولی همه این موارد هم جزئی از برند شما هستند. شما نباید همیشه برندتان را کامل و بی‌عیب و نقص نشان دهید. مشتریان همیشه در پی حقیقت هستند و آن را پیدا می‌کنند. صداقت شما ارزشی بالاتر برای‌تان به همراه می‌آورد.

منبع Entrepreneur/zoomit

ایستگاه تبلیغات

ADS

روش‌های کاهش هزینه تبلیغات

اجرای یک برنامه تبلیغاتی، مستلزم صرف هزینه است، از این رو تبلیغات به‌عنوان یکی از سرفصل‌های مالی سازمان‌ها و شرکت‌ها محسوب می‌شود. هزینه‌های تبلیغاتی مشکلی است که تمام شرکت‌ها خصوصاً شرکت‌های تجاری کوچک با آن مواجهند. بسیاری از این شرکت‌ها برای جذب و حفظ مشتریان خود به تبلیغات وابسته‌اند. با وجود این، هزینه انجام تبلیغات مؤثر و مستمر خصوصاً در شرایط کنونی بازار و اقتصاد برای بسیاری از این شرکت‌ها طاقت‌فرسا و کمرشکن است. به همین دلیل شرکت‌های تجاری همواره به دنبال راهکارهایی هستند که ضمن معرفی خود و تحت تأثیر قرار دادن مشتریان بتوانند هزینه‌های تبلیغاتی خود را نیز تا حد معقولی کاهش دهند. پیدا کردن یک شریک تبلیغاتی مناسب، کاهش تعداد دفعات پخش تبلیغات و روابط عمومی، از جمله این راهکارهاست و به شما به‌عنوان مدیر یک شرکت تجاری یا سرپرست بخش تبلیغات و بازاریابی می‌تواند در کاهش هزینه‌های تبلیغاتی بسیار کمک کند که در ادامه به اختصار به آنها می‌پردازیم:

شریک تبلیغاتی

سعی کنید تبلیغات‌تان را با تبلیغات شرکت دیگری همراه کنید. به‌طور مثال به جای اینکه شرکت شما برای مدت زمان معینی صفحه آخر هفته‌نامه‌ای را برای تبلیغات خود خریداری کند، بهتر است با دادن یک آگهی نصف صفحه، آن را با یک شرکت تجاری دیگر شریک شوید یا اینکه اجازه دهید آنها با شما شریک شوند. به عبارت دیگر، تبلیغات خود را با تبلیغات آنها همراه کنید. به این ترتیب هزینه تبلیغات شما نصف می‌شود. با اینکه ممکن است به این ترتیب تا حدودی تأثیر و پاسخ مورد انتظار از تبلیغات‌تان کاهش یابد، ولی این بهترین روش برای تداوم تبلیغات در بازه زمانی طولانی‌تر و صرفه‌جویی در هزینه است. باید توجه داشت که شریک و همراه تبلیغاتی شما از رقیب یا شرکت‌هایی نباشد که بنا به دلایلی تمایل ندارند با آنها مرتبط شوند و در این ارتباط نظرات‌های ضروری را اعمال کنید.

کاهش تعداد دفعات پخش آگهی تبلیغاتی

اثربخشی تبلیغات معمولاً براساس دو معیار مورد سنجش قرار می‌گیرد: میزان فراگیری (Reach) فراوانی تکرار (Frequency).

میزان فراگیری به معنای تعداد افرادی است که تبلیغ شما را می‌بینند، بنابراین تبلیغی که میزان فراگیری آن کم و دفعات تکرار آن بیشتر است منجر به آن می‌شود که تبلیغ شما را یک گروه نسبتاً کوچکی از مشتریان بالقوه به تعداد دفعات بیشتری مشاهده کنند. میزان فراگیری باید دست نخورده بماند، چراکه شما یک گروه خاص از مشتریان بالقوه می‌توانید انتخاب می‌کنید. تنها به این دلیل که گمان می‌کنید احتمال دارد آنها محصول یا خدمت شما را خریداری کنند، در حالی که ممکن است آنها در نهایت از شما خرید نکنند، بنابراین نباید حق مساوی را از تمامی مشتریان بالقوه، سلب و تنها تبلیغات خود را برای عده‌ای خاص پخش کنید. بنابراین اگر شما ناگزیر به قربانی کردن یکی از این دو معیار باشید بهتر است فراوانی تکرار را انتخاب کنید. به‌طور مثال برنامه تبلیغاتی شما در رادیو می‌تواند از ۱۲ هفته به ۱۰ هفته کاهش یابد، یا به جای شش بار در روز می‌تواند دفعات پخش آگهی شما به پنج بار در روز کاهش یابد، اما استفاده از رادیو برای پخش تبلیغات به دلیل وسعت فراگیری این رسانه نباید تغییر کند.

توجه به روابط عمومی

تبلیغات گران است، اما روابط عمومی هزینه‌ای ندارد و رایگان تمام می‌شود. با این وجود اسپانسر شدن یا پخش اخبار در مورد شرکت، محصولات یا خدمات آن از طریق رسانه‌های عمومی بسیار بیشتر از انجام تبلیغات مستقیم تأثیرگذار است. چاپ یک مقاله در ارتباط با کسب‌وکار شما در روزنامه، یا پخش یک برنامه تلویزیونی در این زمینه بسیار بهتر از تبلیغات مستقیم است، چراکه اعتبار بیشتری نزد مخاطبان و مشتریان بالقوه دارد. در صورتی که امکان انجام چنین فعالیت‌هایی را در قالب روابط عمومی داشته باشید، به‌راحتی می‌توانید بخشی از برنامه‌ها و فعالیت‌های تبلیغاتی خود را کاهش دهید و در عین حال تأثیر مثبت بیشتری در ذهن مخاطبان خود بگذارید، بنابراین برقراری تماس مستمر با رسانه‌ها و خبرگزاری‌های محلی و ارائه اطلاعاتی در مورد فعالیت‌های تجاری شرکت‌تان نظیر اعلام میزان کل فروش و سود شرکت در بازه زمانی معین، برنامه‌های توسعه محصول یا بازار یا سایر جریاناتی که مربوط به کسب‌وکار‌تان است و برای مشتریان و مخاطبان مورد نظر شما نیز جالب توجه است، به شما کمک می‌کند تا با توسعه فعالیت‌های‌تان در حوزه روابط عمومی، نیاز کمتری به انجام تبلیغات مستقیم داشته باشید و به این ترتیب ضمن اینکه به‌طور غیرمستقیم و مؤثرتر خود را به مشتریان معرفی می‌کنید، به میزان قابل‌ملاحظه‌ای در هزینه‌هایی که باید صرف انجام تبلیغات شود نیز صرفه‌جویی می‌کنید.

تبلیغات خلاق

ADS



بازاریابی نوین



۷ کاری که بازاریابان محتوایی موفق به طری متفاوت انجام می دهند

بر اساس آمار، حدود ۲۸ درصد از کل بودجه بازاریابی سازمان‌ها روی بازاریابی محتوایی هزینه می‌شود، بنابراین می‌توان این‌طور نتیجه‌گیری کرد که بازاریابی محتوایی به یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های مورد نیاز شرکت‌ها تبدیل شده است. البته این را نیز باید مدنظر داشت که تمامی بازاریابان محتوا به یک اندازه موفق نیستند. شما ممکن است ۲۸ درصد از بودجه بازاریابی شرکت را دریافت کنید، اما شما در استفاده از این بودجه چقدر مؤثر هستید؟

تحقیق از مخاطبان

همه چیز با درک مخاطبان و مشتریان آغاز می‌شود و موفق‌ترین بازاریابان محتوا دقیقاً همان کسانی هستند که این مرحله را جدی می‌گیرند. بیشترین بازاریابان محتوا با یک پرسنا مشتری کار را آغاز می‌کنند یا تحقیقاتی را انجام می‌دهند تا ببینند که چه کسانی احتمالاً از سایت آنها بازدید خواهند کرد. اما موفق‌ترین بازاریابان محتوا می‌خواهند که همه چیز را در مورد مشتریان خود بدانند. این بازاریابان می‌خواهند که نیازها، خواسته‌ها، نحوه گذراندن زمان و موارد مورد نیاز مشتریان در محتوا را بدانند، اما نکته مهمی که باید بدانید این است که بازاریابان محتوایی موفق، تحقیق خود را بر پایه حدس‌ها و گمان‌ها استوار نمی‌کنند، بلکه آنها حدسیات خود را به چالش می‌کشند تا بتوانند به حقیقت نزدیک‌تر شوند.

سرمایه‌گذاری

آیا آن ۲۸ درصدی که در بخش فوق به آن اشاره کردیم را به یاد دارید؟ بازاریابان محتوایی موفق این مقدار از سرمایه را به‌طوری متفاوت هزینه می‌کنند. آنها در مقایسه با همکاران متوسط خود، روی مقادیر کمتری از محتوای باکیفیت بالا سرمایه‌گذاری می‌کنند. سرمایه‌گذاری روی محتوای کم حجم نمی‌تواند مزایای زیادی برای یک کسب‌وکار داشته باشد، زیرا همانطور که پیش‌تر هم گفته‌ایم، مقالاتی که بتوانند تمامی زوایای یک مشکل را به‌صورت کامل پوشش دهند، معمولاً رتبه و بازدید بیشتری را کسب می‌کنند.

شبکه‌سازی

برخی از بازاریابان محتوا ترجیح می‌دهند تا تمام زمان خود را به تولید محتوا و انجام کارهای مرتبط با تولید محتوا صرف کنند. هرچند ممکن است فکر کنید این سبک از گذراندن زمان بیشترین بهره‌وری را دارد. اما موفق‌ترین بازاریابان محتوا بخشی از زمان خود را روی شبکه‌سازی حرفه‌ای نیز صرف می‌کنند. رویکردهای محتوایی برای بازاریابی محتوایی وجود دارد و هیچ‌کدام از آنها را نمی‌توان مطلقاً غلط یا مطلقاً صحیح و بدون نقص دانست. یادگیری از دیگران، کار کردن با وبلاگ نویسندگان مهمان، افزایش شبکه انتشار محتوا و دریافت بازخورد در مورد صنایع مشابه تماماً مواردی ضروری برای شما هستند.

به حداکثر رساندن ارزش

شما ترجیح می‌دهید که ۱۰۰ هزار تومان برای یک وعده غذایی هزینه کنید یا ترجیح شما بر این است که همین مبلغ را برای سرویسی بپردازید که سه وعده غذایی روزانه قابل پیش‌بینی و واضح است، زیرا تفاوت هزینه‌ها بسیار بالاست، اما نکته این است که بازاریابان موفق می‌دانند که چگونه از منابع مالی خود حداکثر بهره را ببرند و برای هر قطعه محتوایی تولیدی، چگونه بیشترین ارزش را تولید کنند. آنها تولید محتواهای همیشه سبز را اولویت‌بندی و این محتواها را دائماً تبدیل و بازبینی می‌کنند تا بیشترین برگشت سرمایه را از آن کسب کنند.

تولع

بازاریابان محتوایی موفق فقط به یک نقطه از تجربه و تخصص بسند نمی‌کنند، حتی اگر در آن بهترین باشند. آنها سعی می‌کنند که در نوع محتواهای تولیدی خود تنوع داشته باشند و فرمت‌های بصری مانند تصاویر و ویدئوها را نیز در محتواهای خود به‌کار گیرند. این بازاریابان محتوا همچنین از اهمیت پست‌های میهمان نیز غافل نمی‌شوند و روی آن سرمایه‌گذاری ویژه‌ای می‌کنند. استفاده از رویکرد تنوع در محتوا می‌تواند موجب حفظ علاقه کاربران و البته حفاظت از بازاریابان در برابر تغییرات ناگهانی در علاقه خوانندگان شود.

آزمایش

وقتی بیشتر بازاریابان به یک الگوی کارساز می‌رسند، آنها به همین الگو وفادار و پایبند باقی می‌مانند. برای مثال، اگر آنها در طول هفته تعداد مشخصی پست تولید کنند، در یک استایل و با یک موضوع مشخص، آنها تمایل به تکرار این رویکر پیدای می‌کنند تا از این طریق بتوانند از بازگشت سرمایه مطمئن باشند. اما برای بازاریابان محتوایی موفق، این حفظ مثبت بازگشت سرمایه کافی نیست و آنها می‌خواهند که این بازگشت سرمایه را بهبود دهند. به خاطر همین است که بازاریابان محتوایی موفق همیشه در حال آزمایش رویکردهای متفاوت هستند. این البته یک ریسک است و همیشه ممکن است با موفقیت همراه نباشد، اما باعث ممانعت از به دام افتادن بازاریابان در یک روتین خسته‌کننده می‌شود.

آنالیز

نکته پایانی که باید بدانید این است که بازاریابان محتوایی موفق، موفقیت خود را بر اساس فاکتورهای ذهنی مورد ارزیابی قرار نمی‌دهند. آنها به اعداد متکی هستند. آنها برای حصول اطمینان از موفقیت استراتژی خود همواره به آنالیز و بررسی‌های دقیق تکیه می‌کنند. آنها همواره بر این عقیده نیستند که مخاطبان‌شان از محتوا لذت می‌برند، بلکه مستقیماً این موضوع را از خوانندگان جویا می‌شوند. آنها قبل از انجام هرگونه تغییر، بررسی‌های دقیقی را از شرایط موجود انجام می‌دهند.

کلید فروش موفقیت آمیز در خودفرآیند فروش نهفته است



فروش موفقیت‌آمیز و پایدار به مشتریان ثابت و وفادار از ایده‌آل‌های هر شرکت و فروشندگانی است. بیایید با حقیقت روبه‌رو شویم. فروشندگان عاشق قرارداد بستن و معامله برای فروش هستند، چراکه این‌گونه انگیزه می‌گیرند و کمسیون فروش دریافت می‌کنند. همه هیجان فروش به همین قرارداد بستن است. بسیاری از تیم‌های فروش، مدیران فروش و گزارش‌های فروش حول محور قرارداد بستن در فروش می‌چرخند، اما حقیقت غم‌انگیز این است که قرارداد بستن تنها اولین گام به سوی حفظ امیدوارانه روابط طولانی‌مدت با آن مشتری است و این قرارداد باید هر دفعه در طول رابطه بر آنها تأثیر بگذارد و آنها را متقاعد کند. همه اینها بدین معنا است که شما در واقع هرگز فرآیند فروش را خاتمه نمی‌دهید. در ادامه بیشتر توضیح می‌دهیم.

اکثر قراردادهای با مقیاس سازمانی هرگز کار خود را با یک سطح کامل آغاز نمی‌کنند. مشتری‌ها معمولاً علاقه دارند قبل از خرید یک محصول یا سرویس آن را امتحان کنند. به‌عنوان مثال، آنها ممکن است قبل از اینکه هزینه ۵۰۰ هزار دلاری و کامل یک مجوز سالانه را به شما بدهند، با شما قراردادی ساده و آزمایشی با مبلغ ۵۰ هزار دلار ببندند. این عمل آنها به چه معناست؟ فروشنده شما به احتمال زیاد با بستن قرارداد آزمایشی هیچ‌ان زده می‌شود و قصد دارد قرارداد بزرگ بعدی را منعقد کند.

اما این کار یک اشتباه بسیار بزرگ است. این مشتری موقع بستن قرارداد آزمایشی بیش از هر موقعی نیاز به پشتیبانی دارد. این نکته بسیار مهم است که تست او به خوبی پیش رود. مشتری‌ها دوست ندارند که احساس کنند فروشنده‌های ابتدایی آنها ناپدید شده‌اند. این فروشنده‌ها باید در همه جای قرارداد حضور داشته باشند و به مشتری تضمین

دهند که همه چیز طبق روال تبلیغات و به بهترین نحو پیش می‌رود، چراکه اگر آنها این کار را نکنند، این حس بد به مشتری‌ها منتقل می‌شود که در خطر هستند و باعث می‌شود آنها به سوی قراردادهای چندساله کشیده نشوند و به خاطر ناراضی‌ای از این قرارداد آزمایشی تجربه خوبی نسبت به شرکت شما کسب نکنند، بنابراین قرارداد آزمایشی خط پایانی برای اولین فروش نیست، بلکه این قرارداد طولانی‌مدت است که نقش خط پایان را ایفا می‌کند، مخصوصاً به این دلیل که اکثر نایب‌نیسان تا زمانی که مشتریان از مرحله تست وارد روابط طولانی‌مدت نشوند، به شما اعتباری به‌خاطر مشتری‌ها نمی‌دهند.

مقابله با رقیب گرسنه
اینکه با یک مشتری قرارداد طولانی‌مدت ببندید بدین معنا نیست که این رابطه تا ابد باقی بماند. رقیبان همیشه برای شما مشکل ایجاد خواهند کرد و درصدد این خواهند بود که مشتری‌ها را به سمت خودشان بکشند و بارها بارها این کار را انجام خواهند داد تا اینکه در این رقابت پیروز شوند. باید تمام تلاش خود را به کار گیرید تا از این حادثه جلوگیری کنید.

تیم فروش باید همیشه و همه‌جا و همه‌جوره از آرمان‌های شما محافظت کند. سعی کنید پی ببرید که کدام‌یک از رقیبان سعی در تخریب کردن کار شما و دزدیدن مشتریان دارند. دریابید که رقیبان با چه روش‌هایی می‌خواهند مشتری‌ها را به سوی خودشان جذب کنند و از همین روش‌ها برای قرارداد بستن و جذب مشتری استفاده کنید و اگر نتوانستید چنین روش‌ها و راه‌حلی‌ها را به کار گیرید، این موضوع را به تیم محصول اطلاع دهید تا آنها این درخواست را به نقشه راه محصول آینده خود اضافه کنند. روابط شخصی عمیق خود را با مشتری‌های‌تان حفظ کنید، چراکه در نهایت شما با آنها کار دارید و هرچه افراد را خوشحال‌تر نگه دارید

منبع: FORBES/zoomit

ایستگاه بازاریابی



از روش‌های سنتی بازاریابی غافل نشوید!



بازاریابی کار بسیار دشوار و پیچیده‌ای است. بسیاری از افراد همیشه به دنبال پیدا کردن راه‌حل‌های تازه و جدید برای بازاریابی هستند. با اینکه ایده‌ها و راه‌حل‌های جدید همیشه باید وجود داشته باشد و پا به پای تغییرات و تحولات پیش برود، ولی همچنان می‌توان از روش‌های سنتی بازاریابی که امروزه نیز مفید هستند استفاده کرد. به همین دلیل هیچگاه نباید از روش‌های سنتی به‌طور کامل غافل باشید. این روش‌ها گاهی ممکن است در شرایط خاصی بسیار مفیدتر از روش‌های جدید باشند. امروزه، استفاده از فناوری به ویژه اینترنت بسیار همه گیر شده است.

همین باعث شده که از نظر مشاوره بازاریابی روش‌های بازاریابی با سرعت بسیار زیادی در حال تغییر باشند و استفاده از اینترنت و فن آوری‌ها نقش بسیار مهمی در این تغییر و تحول دارند. در تمامی شرایط شما نمی‌توانید از اینترنت و تکنولوژی‌های جدید استفاده کنید. به عنوان مثال، یکی از این راه‌ها استفاده از ایمیل‌های تبلیغاتی است که برای مشتریان یا مخاطبان ارسال می‌کنید. به نظر شما این ایمیل‌ها تا چه حد توسط مخاطبان شما و برای افرادی که ارسال می‌کنید مورد توجه قرار می‌گیرد؟ احتمالاً بسیاری از افراد از اینکه هر روز تعداد زیادی ایمیل تبلیغاتی دریافت کنند احساس خوشایندی نخواهند داشت. همچنین ممکن است بسیاری از افراد این ایمیل‌ها را غیر فعال کنند و تمایلی به دریافت آنها نداشته باشند. پس همیشه هم نمی‌توان از روش‌های جدید استفاده کرد و نتیجه مطلوب گرفت. به همین دلیل، در این مقاله به راه‌های سنتی بازاریابی که هنوز هم مفید هستند و می‌توان از آنها استفاده کرد می‌پردازیم.

بسته‌های تبلیغی

این روش از جمله روش‌های بسیار قدیمی است، ولی می‌توان امروزه هم از آن استفاده کرد و به نتایج خوبی رسید. سال‌هاست که این روش مورد استفاده قرار می‌گیرد، ولی هنوز هم این تابلوها و بنرها به خوبی می‌توانند توجه مشتریان را جلب کنند و آن‌ها را به سمت فروشگاه شما بکشاند.

افرادی که لباس‌های مبدل به تن می‌کنند
حتماً در کنار در ورودی فروشگاه‌ها و مراکز خرید، عروسک‌های بزرگی را که در حال دعوت دیگران به داخل فروشگاه هستند دیده‌اید. این‌ها افرادی هستند که در لباس مبدل، کار تبلیغاتی و جلب توجه عابران را انجام می‌دهند. این روش از جمله روش‌های سنتی ولی کارآمد است، چرا که کمتر افرادی هستند که می‌توانند حضور این افراد مبدل‌پوش را نادیده بگیرند و توجه شان جلب نشود، به ویژه برای مراکز و مکان‌هایی که مخاطبان شما می‌توانند کودکان باشند این روش بازاریابی بسیار می‌تواند نتیجه‌بخش باشد.

کیسه‌های ویژه فروشگاه

طراحی کیسه‌هایی که نام برند و آدرس فروشگاه شما در آن است، زمانی که کالا را داخل کیسه‌های ویژه فروشگاه خود قرار می‌دهید، مشتریان با کیسه شما از فروشگاه خارج می‌شوند و به نوعی یک تابلوی تبلیغاتی از فروشگاه شما را به همراه خود می‌برند. این باعث می‌شود دیگران نیز در معرض تبلیغ شما قرار بگیرند.


بروشور تبلیغی

بروشورهایی که کالاها و خدمات شما در آن درج شده است هنوز هم یک روش مناسب برای معرفی شرکت و کالاهای شماست.

منبع: qmpmarketing



بازاریابی خلاق



کلید

۳۰

مدیرعامل‌های موفق چگونه کارایی خود را افزایش می‌دهند؟

داشتن کارایی به معنای انجام پیوسته کارها و عقب‌نماندن از زمان‌بندی پروژه‌هاست؛ مدیران عامل موفق توانسته‌اند به این دو مورد دست یابند و کارایی خود را حفظ کنند.

راه‌اندازی و مدیریت استراتژیک کار بسیار سختی است و هر کسی از عهده آن بر نمی‌آید. برای این کار به منابعی چون پول، انرژی، صبر و حوصله و از همه مهم‌تر زمان نیاز دارید.

معمولا مدیران استراتژیک‌ها و شرکت‌های کوچک از کمبود زمان گلهمند هستند و همیشه از زمان‌بندی‌ها عقب می‌مانند. رها کردن این طرز تفکر و رساندن کسب و کار به زمان‌بندی تعیین شده، نیازمند سبکی از رهبری است که با استفاده از برخی راهکارها قابل اجرا شدن است. در ادامه به برخی از این راهکارها اشاره می‌کنیم:

طرز تفکر وسیع و بدون محدودیت

هر زمان در روند کاری استراتژیک خود با مشکلاتی مواجه شدید، به این فکر کنید که انسان هیچ محدودیتی ندارد. خودتان را با مدیران بزرگ مقایسه کنید که در چندین شرکت مشغول به کار هستند و به زندگی شخصی‌شان هم رسیدگی می‌کنند، حتی ممکن است به فکر راه‌اندازی کسب و کارهای جدیدتر هم باشند. ایلان ماسک مثال خوبی است. او علاوه بر مدیریت دو کمپانی بزرگ علمی و فناوری، به فکر ایده‌های جدید باشد و شاید شرکت‌های دیگری را راه‌اندازی کند.

پس همیشه به خود یادآوری کنید هیچ محدودیتی برای کارهایی که انسان می‌تواند انجام دهد وجود ندارد. با این نگرش از این فکر که کاری سخت است و نمی‌توانید انجام دهید، رها می‌شوید.

برنامه‌ریزی بیشتر

تمام انسان‌ها به یک اندازه زمان دارند، پس سرمایه زمانی کارآفرینان با هم برابر است. در نتیجه استفاده هوشمندانه از زمان سبب می‌شود مدیران موفق و ناموفق از هم متمایز شوند. برای این منظور باید به دنبال برنامه‌ریزی درست باشید. اگر بتوانید زمان مشخصی از آخر هفته را به برنامه‌ریزی برای هفته آتی اختصاص دهید، در روز کاری بعدی، آمادگی بیشتری دارید و طبق برنامه جلو می‌روید. بعد از مدتی می‌بینید وقت گذاشتن روی برنامه‌ریزی، به سود شما تمام شده است.



داشتن انتظارات واقعی

اگر می‌خواهید به عنوان مدیر یک شرکت به موفقیت برسید، باید وظایف و اهداف را برای کارمندان‌تان مشخص کنید. اگر در تعیین اهداف بلندپروازی کرده و وظایف بیشتری برای آنها مشخص کنید، قطعاً از زمان‌بندی عقب خواهید افتاد. وظایف بیش از اندازه نتیجه‌ای جز نارضایتی ماندن آنها ندارد و در نهایت می‌بینید شرکت از زمان‌بندی خود عقب افتاده است.

قدرت نه گفتن

نه گفتن همانند عضله‌ای است که با تمرین مداوم، تقویت می‌شود. پس ابتدا اولویت‌های زندگی خود را مشخص کنید، اولویت‌هایی که نمی‌خواهید به هیچ وجه از آنها دست بکشید. این موارد برای هر کسی متفاوت است، مثلاً اولویت یک نفر مسافرت است، اما شاید برای دیگری هیچ اهمیتی نداشته باشد. بعد از مشخص کردن اولویت‌ها، «نه» گفتن را تمرین کنید. با کسب این مهارت زمان بیشتری خواهید داشت و بازدهی‌تان بالا می‌رود.

استخدام افراد مناسب و تقویت قوای آن‌ها

استخدام کردن افراد مناسب یکی از موارد مهم برای تشکیل تیم کاری است. باید این مورد را در نظر بگیرید که این تیم در آینده به نیروی شرکت شما تبدیل می‌شوند. پس در زمان استخدام به دنبال افرادی باشید که قابلیت پیشرفت را دارند. سپس به آنها آموزش‌های لازم را بدهید و در شرایط مناسب، تمام مسئولیت‌های مربوطه را به آنها بسپارید. خیلی از مدیران در مرحله واگذار کردن مسئولیت دچار شکست شده و نمی‌توانند مدیران میانی برای شرکت تعیین کنند.

ممکن است در شرکت اتفاق غیرمنتظره‌ای رخ دهد یا با بحرانی مواجه شوید. این اتفاقات برای همه رخ می‌دهد و شاید مجبور شوید زمان بیشتری را به کار اختصاص دهید. مسئله مهم این است که با رعایت موارد مذکور می‌توانید در بیشتر اوقات به کارهای‌تان بپردازید بدون این که از زمان‌بندی عقب بیفتید.

منبع: inc/ucan

۲۰ راهکار ساده برای مدیریت زمان (۲)



در زمان‌هایی که در شرکت نمی‌توانید حضور داشته باشید، کارها را از روال عادی دور نماند. با این حال توجه داشته باشید که این امر باید ارتباطی دوطرفه باشد یا منفعتی را برای فرد مذکور به همراه داشته باشد، در غیر این صورت این احتمال وجود دارد که درخواست شما با مخالفت مواجه شود.

۱۷- کارهای شبیه هم را در یک زمان انجام دهید

هر کاری منجر به ایجاد فضایی خاص خواهد شد که انجام کاری دیگر بدون شک این فضا را نابود ساخته و فضای مدنظر خود را شکل خواهد داد. این امر تا حدی کار را دشوار خواهد کرد، به همین دلیل توصیه می‌شود اقداماتی را که شباهت بسیاری به یکدیگر دارند در یک مرحله انجام دهید تا با سختی کمتری مواجه شوید. همچنین در این رابطه نزدیک ساختن اقدامات مربوط نیز می‌تواند گامی سودمند محسوب شود.

۱۸- از هدر رفتن زمان خود جلوگیری کنید

بیشترین هدر رفتن زمان کارمندان در حال حاضر مرتبط با شبکه‌های اجتماعی است. به همین دلیل لازم است محدودیت زمانی برای آن خصوصاً در زمان‌هایی که در شرکت حضور دارند، تعیین کنید.

۱۹- هر زمان که نیاز دارید مکان را ترک کنید

فراموش نکنید که هیچ چیز به اندازه زمان‌بندی شما مهم نیست و در این رابطه لازم است تعارف با دیگران را کنار بگذارید. برای مثال در صورتی که در جلسه‌ای حضور دارید که دیگر نیازی به ادامه حضور خود نمی‌بینید، مکان را با پوزشی ترک کنید و به کارهای مهم‌تر خود بپردازید. این امر در رابطه با تعامل با همکاران و حتی مدیر شرکت نیز صدق کرده و باید به یکی از اصول کاری شما تبدیل شود.

۲۰- انجام یکباره و مداوم کارها را کنار بگذارید

میزان انرژی افراد امری است که همواره باید مورد بازایی قرار گیرد در غیر این صورت با تحلیل یکباره مواجه خواهد شد که نتیجه این امر خستگی به مراتب زودتر از حد انتظار است. به همین دلیل حداقل هر یک ساعت کار را با حداقل ۱۰ دقیقه استراحت همراه سازید.

منبع: lifehack

است اولویت‌بندی را در رابطه با اقدامات خود انجام دهید. در این راستا ضروری است تا در ۲۰ دقیقه انجام یک کار را به صورت معکوس مورد شمارش قرار دهید تا زمان در دسترس بهتر مدنظر شما قرار گیرد.

۱۴- کمال‌گرایی را کنار بگذارید

ریشه این افکار در وسواس فکری افراد است، با این حال در صورتی که بخواهید در انجام هر کاری کمال‌گرا باشید، زمان زیادی را از دست خواهید داد. این امر در صورتی که مهارت زیادی از یک روان‌شناس بودن توصیه می‌شود ابتدا کارهای مهم‌تر را انجام و کارهای کم اهمیت خود را به ساعات پایانی حضورتان در شرکت اختصاص دهید. در رابطه با برنامه‌های کلی‌تر مانند اقدامات ماهانه یا حتی سالانه نیز باید به این شکل عمل کنید، با این حال این توصیه امری مطلق نیست و هر فرد می‌تواند براساس خواست خود و در صورتی که نسبت به نتیجه‌بخش بودن مطمئن دارد، اقدام به اعمال تغییراتی کند.

۱۶- نماینده‌ای برای خود تعیین کنید

حتی یک اتفاق ساده مانند بیماری ممکن است شما را برای مدتی هرچند کوتاه از وظایف‌تان در شرکت دور سازد. این امر بدون تردید برنامه‌های شما را دستخوش تغییر قرار خواهد داد. با این حال شما نباید با مشکلات و موانع کنار بیایید. بدون شک برهم خوردن برنامه کاری شما منجر به مشکلات بسیاری خواهد شد و در راستای جلوگیری از وقوع اقدامات از درجه اهمیت یکسانی برخوردار نیستند ضرورتی به همراه نخواهد داشت. به همین خاطر لازم

۱۵- اولویت‌بندی را فراموش نکنید

بدون تردید انجام همه کارها در یک زمان میسر نیست. این امر با توجه به اینکه همه اقدامات از درجه اهمیت یکسانی برخوردار نیستند ضرورتی به همراه نخواهد داشت. به همین خاطر لازم



استراتژیک

کسب‌وکارهای تک نفره‌ای که

می‌توانید با هزینه کم راه‌اندازی کنید

همیشه لازم نیست برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود به دنبال سرمایه‌گذار باشید، اگر نگاهی به اطراف خود بیندازید کسب‌وکارهای ارزان هم برای راه‌اندازی وجود دارند.

۱- سازمان‌دهی حرفه‌ای

با کمک شبکه‌های اجتماعی می‌توانید تبدیل به یک سازمانده حرفه‌ای شوید و به کسب‌وکارهای نوپا کمک کنید. حتما این کار درآمد خوبی برای شما خواهد داشت.

۲- نگهداری از خانه

اکثر مردم به یک فرد قابل اعتماد برای نگهداری از خانه و وسایل درون آن نیاز دارند. اگر تصمیم به چنین خدماتی دارید همین‌الان در خانه‌های اطراف خود شروع به تبلیغ کنید. چون همسایه آنها هستند آنها راحت‌تر به شما اعتماد می‌کنند.

۳- نگهداری از کودکان

اگر در مراقبت از کودکان سررشته‌ای دارید، این یک فرصت خوب خواهد بود. این کار هزینه‌ای برای شما نخواهد داشت و حتی می‌توانید با سرمایه‌گذاری صفر ریال به درآمدزایی در این زمینه بپردازید. برای شروع می‌توانید از شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های فعال در این زمینه استفاده کنید.

۴- وبلاگ نویسی و تبلیغ آن

با استفاده از سرویس‌های رایگان بی‌شمار شروع به ایجاد یک وبلاگ کنید تا در معرض دید دیگران قرار بگیرید. با جذب کاربر به سایت خود می‌توانید از سایت‌های خدماتی در این زمینه برای درآمدزایی استفاده کنید. راهایی مثل گرفتن رپورتاژ آگهی یا تبلیغات کلیکی می‌توانند گزینه‌های مناسبی برای درآمدزایی شما باشند.

۵- بازاریابی

شما می‌توانید به‌عنوان بازاریاب برای برخی از سایت‌ها کار کنید. برخی کسب‌وکارها برای فروش بیشتر از افراد عادی به‌عنوان بازاریاب استفاده می‌کنند. با این شرایط به‌راحتی می‌توانید به یک بازاریاب تبدیل شوید.

۶- فروش کتاب‌های دست‌نوم

گاهی اوقات کتاب‌های استفاده‌شده با توجه به قیمت پایین می‌توانند مشتری بیشتری نسبت به کتاب‌های نو داشته باشند. اگر در قفسه کتاب‌خانه شما کتاب دست‌نوم وجود دارد که تمایلی به خواندن دوباره آن ندارید، برای فروختن آن می‌توانید از شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های فعال در این زمینه استفاده کنید.

۷- تمیز کردن خانه

می‌توانید با کمتر از ۱۰۰ هزار تومان وسایل اولیه برای تمیز کردن قسمت‌های مختلف یک‌خانه‌کار خریداری کنید و به شروع کسب‌وکار خود در این زمینه بپردازید. برای شروع به تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی نیاز دارید.

۸- رانندگی برای سرویس‌های تاکسی آنلاین

می‌توانید به‌راحتی و ارانه چند مدرک ساده تبدیل به یک راننده سرویس‌های تاکسی آنلاین شوید. اگر آمبیل شما حداقل ویژگی‌ها برای واجد شرایط شدن را ندارد، سعی کنید آمبیل فرد دیگری را برای این کار اجاره بگیرید.

۹- مشاوره

اگر موردی وجود دارد که احساس می‌کنید در آن تخصصی دارید (طراحی سایت، خرید خانه، بدن‌سازی و...) می‌توانید تبدیل به یک مشاور در این حوزه شوید. البته این کار ممکن است نیاز به چند مجوز داشته باشد. پس از اخذ مجوزها سعی کنید مشتری هدف خود را پیدا کرده و با توجه به آن یک شبکه انسانی قوی را بسازید. برای شناساندن خود کافی است یک کانال در تلگرام یا صفحه‌ای در اینستاگرام در مورد معرفی خدمات خود باز کنید که هزینه آن هم صفر ریال خواهد بود.

۱۰- آموزش

این بازار همیشه فرصت فراوانی دارد. اگر در زمینه‌های مهارت دارید، می‌توانید گزینه تدریس را در نظر بگیرید. مهارت‌هایی مثل نواختن موسیقی یا تدریس کتاب‌های دبیرستان می‌توانند بسیار مفید باشند.

۱۱- ترجمه

اگر سابقه ترجمه دارید، حتما می‌دانید که این بازار هم پتانسیل بسیار بالایی دارد. ترجمه مقالات می‌تواند درآمد خوبی برای شما داشته باشد که از شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های فعال در این زمینه می‌تواند برای بازاریابی به شما کمک کند.

۱۲- نویسندگی

می‌توانید در اوقات فراغت خود کتاب بنویسید. اگر مهارتی در نویسندگی دارید، هر وقت خالی را به نوشتن یک کتاب اختصاص دهید. اگر می‌خواهید نویسندگی را در فضای مجازی انجام دهید، وب‌سایت‌های خبری یا موارد مشابه می‌توانند گزینه‌های مناسبی برای شما باشند تا در زمینه موردنظر خود به نویسندگی بپردازید.

۱۳- راهنمایی توریست‌ها

شما می‌توانید برای توریست‌هایی که وارد محل زندگی شما می‌شوند، راهنمای خوبی باشید، زیرا بیشتر با آن منطقه آشنا هستید. این کار سود خوبی برای شما در پی خواهد داشت.

۱۴- فروش محصولات دست‌ساز

محصولات دست‌ساز بسیار خاص هستند و اگر سلیقه خوبی داشته باشید، می‌توانید سود خوبی را در این زمینه به دست آورید. شما می‌توانید محصولات دست‌ساز خود را در شبکه‌های اجتماعی یا سایت‌های فعال در این زمینه به فروش برسانید.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

پنجشنبه | ۱۹ بهمن ۱۳۹۶ | شماره ۹۹۹ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میرزای شیرازی - نیش کوچه چهارم - پلاک ۶۸ - واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱۳۳ رتبه هشتم روزنامه های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نکته

دلیل حذف موقت تلگرام از اپ استور چه بود؟

هفته گذشته بود که دو اپلیکیشن تلگرام و تلگرام X به طور ناگهانی و بدون دلیلی مشخص از اپ استور اپل حذف شدند. در ابتدا پاول دورف، مدیرعامل تلگرام علت این حذف را مشکل کوچکی اعلام کرد که قرار بود به سرعت برطرف شود.

به گزارش دیجیاتو، اما در ادامه مشخص شد که این مشکل خیلی هم کوچک نبوده و اپل تلگرام را به خاطر نمایش محتوای نامناسب از فهرست اپلیکیشن های اپ استور خود خارج کرده است. البته تلگرام و تلگرام X ساعاتی بعد از این موضوع مجدداً به اپ استور بازگشتند، اما از آن زمان تا امروز منظور دقیق از وجود «محتوای نامناسب» در آنها مشخص نبود.

مطابق ایمیلی که فیل شیر، معاون ارشد بازاریابی اپل در پاسخ به سؤال یکی از کاربران تلگرام ارسال کرده، مشخص شده که علت حذف این اپلیکیشن استفاده از آن برای ترویج سوء استفاده جنسی از کودکان بوده است.

به همین خاطر، اپل دو اپ تلگرام و تلگرام X را از اپ استور حذف کرده و ضمن تذکر به توسعه دهندگان نهادهایی مثل NCMEC (مرکز ملی کودکان گم شده و استثمار شده) را نیز در جریان اوضاع قرار داده است. گفتنی است که اعضای تیم تلگرام بلافاصله بعد از این اقدام اپل کلیه اقدامات لازم برای جلوگیری از ادامه انتشار محتوای غیراخلاقی در این اپلیکیشن را انجام دادند تا بتوانند مجدداً به اپ استور بازگردند.



معرفی استارت آپ

دستور غذاهای برتر وبلاگ های آشپزی

نام استارت آپ: مزه لینک
وبسایت: mazelink.com
سال تأسیس: ۱۳۹۵
موضوع: مرجع معرفی بهترین دستور غذاهای آشپزی از وب و شبکه های اجتماعی
توضیح بیشتر:

مزه لینک مکانی برای معرفی و جست و جوی دستور غذاهای برتر وبلاگ های آشپزی و نیز دستور غذاهای برتر اینستاگرام است. کاربران مزه لینک می توانند این دستور غذاهای برتر را ببینند و جست و جو کنند و به علاوه درباره این دستور غذاها و سایر مسائل مربوط به آشپزی با هم تبادل نظر کنند.



بسته بندی خلاق



برای مطالعه ۹۰۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب و کار

با چند نفر از دوستانم شرکتی را تأسیس کرده ایم که در حوزه ساخت و ساز فعالیت می کند. از آنجا که همه ما در یک رشته مشترک تحصیل کرده ایم و تخصص های مشابه داریم، در تقسیم وظایف به مشکل برخوردیم. چه توصیه ای برای ما دارید؟

تقسیم وظایف با شرکا

پاسخ کارشناس: تقسیم وظایف بین شرکا به اشکال مختلف امکان پذیر است. رشته تحصیلی و تخصص آکادمیک فقط یکی از پارامترهای تعیین کننده است. باید پذیرفت که افراد دارای ویژگی های متفاوت اخلاقی هستند.

برای مثال دو فرد با یک تخصص ممکن است از نظر روابط عمومی بسیار با هم متفاوت باشند، به طوری که یکی برون گرا و دیگری درون گرا باشد،

بنابراین ممکن است شخص با روابط اجتماعی خوب برای انجام کارهایی مثل اخذ مجوزهای ساخت و ساز، بازاریابی برای فروش، خرید مصالح و غیره مناسب باشد. دیگری ممکن است توانایی رهبری داشته باشد و برای نظارت و هدایت کارگران، مهندسان و... مناسب تر باشد. بنابراین به طور کلی باید تقسیم وظایف را براساس سایر پارامترها از جمله ویژگی های شخصی، ارتباطات، فعالیت های جنبی هر فرد، موقعیت زندگی، شخصی (وقت گذاشتن در خارج از وقت اداری

امکان ماموریت رفتن و...) و سایر پارامترهای دیگر انجام داد. اگر با در نظر گرفتن این موارد نیز هنوز با مشکل مواجه هستید و باز هم تصور می کنید تمایل دارید کارهای مشابه انجام دهید، دیگر چاره ای جز کمک گرفتن از یک مشاور ندارید. از یک مشاور یا حتی یک دوست مشترک معتبر و باهوش که همگی آن را قبول دارند دعوت و کارها را برای وی تشریح کنید. از این مشاور یا دوست بخواهید تا نظرش را راجع به تقسیم وظایف بین شما اعمال کند.

مدرسه مدیریت

مثال هایی از مزایای حقیقی در متون تبلیغاتی فروش

صحبت می کند؛ درباره گرفتن معروفترین دوربین در سراسر جهان و حفظ خاطره های شما. باید توجه داشته باشید که متن خوب و تأثیرگذار سطوح مختلفی از مزایا (سلسله مراتب نیازهای مازلو) را بدون اینکه خواننده متوجه باشد با هم در می آمیزد.

مثال دوم

مثلاً برند FiftyThree که تولیدکننده قلم هایی خاص است، مزایای حاصل از استفاده از قلم های خودش را اینگونه شرح می دهد: «نوک منحصر به فرد مداد به شما اجازه می دهد تا به راحتی و بدون هیچ پیش زمینه ای خطوطی با اندازه های مختلف را ایجاد کنید.» همچنین در ادامه به خوبی با عمیق ترین علایق کاربر قلم های خود هم ارتباط برقرار می کنند: «بزار فوق العاده الهام بخش ایده های فوق العاده می شوند. مداد FiftyThree طبیعی ترین و رساترین روش برای کار کردن و طراحی بر روی صفحات آی پد و آیفون است. تکنولوژی پیشرفته

صحت می کند؛ درباره گرفتن معروفترین دوربین در سراسر جهان و حفظ خاطره های شما. باید توجه داشته باشید که متن خوب و تأثیرگذار سطوح مختلفی از مزایا (سلسله مراتب نیازهای مازلو) را بدون اینکه خواننده متوجه باشد با هم در می آمیزد.

صحت می کند؛ درباره گرفتن معروفترین دوربین در سراسر جهان و حفظ خاطره های شما. باید توجه داشته باشید که متن خوب و تأثیرگذار سطوح مختلفی از مزایا (سلسله مراتب نیازهای مازلو) را بدون اینکه خواننده متوجه باشد با هم در می آمیزد.

صحت می کند؛ درباره گرفتن معروفترین دوربین در سراسر جهان و حفظ خاطره های شما. باید توجه داشته باشید که متن خوب و تأثیرگذار سطوح مختلفی از مزایا (سلسله مراتب نیازهای مازلو) را بدون اینکه خواننده متوجه باشد با هم در می آمیزد.

مسیر موفقیت

تمرین هایی برای رهایی از بن بست ذهنی (۱)

زمانی که با بن بست ذهنی مواجهیم و ایده جدید برای حل مسائل نداریم، می توانیم آگاهانه به ذهن مان کمک کنیم و شرایط را از دریچه جدیدی ببینیم.

زمانی استیو جابز گفته بود که خلاقیت، صرفاً مرتبط کردن مقولات مختلف به یکدیگر است، اما هرکسی که با موانع و بن بست های ذهنی مواجه می شود، درمی یابد که خلق ایده های جدید، کار ساده ای نیست. خلاقیت، پروسه پیچیده ای است. هیچ ژن خلاقیتی روی مغز شما مسئولیت تفکر خلاق را به عهده ندارد. ما نمی توانیم ناگهان خلاقیت را به جریان بیندازیم یا شعله آن را خاموش کنیم.

به گزارش وبسایت آتلانتیک، مطالعات علمی زیادی ثابت کرده اند که خلاقیت غالباً به صورت ناخودآگاه و ورای کنترل ما رخ می دهد.

باین حال اندیشه خلاق بخش مهمی از زندگی ما را شکل می دهد. با خودکار شدن وظایف بنیادی و شدت گرفتن رقابت های حرفه ای، توانایی ما برای خلق ایده های جدید، یکی از بزرگ ترین مهارت های ما محسوب می شود.

اگر نمی توانید ذهن تان را متمرکز کنید و فکرتان از هر ایده جدیدی خالی است یا حتی حس می کنید به بن بست خلاقیت رسیده اید، شاید تمرین هایی که در ادامه مطلب ذکر می کنیم، برای تان سودمند واقع شوند. اگر نمی توانید تمرکز کنید، به فعالیت متفاوتی مشغول شوید که شما را خوشحال می کند

یکی از واضح ترین نمودهای بن بست خلاقیت، این است که دیگر نمی توانید حواس تان را روی یک موضوع مشخص متمرکز نگه دارید. به نظر می آید همه چیز مهم تر از مسئله ای است که در حال حاضر روی آن کار می کنید.

باین حال شما می توانید تمرکز خلاق تان را دوباره به دست آورید. البته راه حل این مشکل، هیچ ربطی به «کار» ندارد.

سال ۲۰۱۵، مالدینا مک فرسون، یکی از داوطلبان دکتری دانشگاه هاروارد مطالعاتی انجام داد مبنی بر اینکه چگونه وضعیت عاطفی افراد روی قدرت خلاقیت آنان تأثیر می گذارد. مک فرسون متوجه شد اغلب مردم شیفته فیلم های غم انگیز، آهنگ های محزون و داستان های تراژیک هستند، اما احساسات مثبت جریان خلاقیت را در انسان ها تقویت می کند.



تمرین خلاقیت: از احساسات تان به عنوان یک مزیت استفاده کنید

پروژه ای را که در دست دارید مدتی کنار بگذارید و یک فیلم تماشا کنید. اگر در حال و هوای فیلم دیدن نیستید، کمی قدم بزنید یا با یکی از دوستان قدیمی تان تماس بگیرید. در هر صورت، به کاری مشغول شوید که شما را شاد می کند و ناامیدی تان را کنار می زند.

دائماً خودتان را سرزنش می کنید؟ اهدافی کوچک با مهلت های کوتاه تنظیم کنید

بسیاری از مردم وقتی به یک بن بست ذهنی برمی خورند، خودشان را به باد انتقاد می گیرند و افکاری از این دست از ذهن شان می گذرد: «کارت اصلاً خوب نیست. تو وحشتناکی! هیچ کس این قدر بد عمل نمی کند. اصلاً چرا این کار را انجام دادی؟»

«انتقاد از خویش» مشکلی است که همه ما با آن مواجهیم، اما گاهی این صدا به اندازه ای بلند است که ما را از پویایی و پیشرفت باز می دارد. شما با کمک یک ابزار اساسی می توانید این صدا را خاموش کنید (یا لااقل شدت آن را کاهش دهید و دوباره به مسیرتان برگردید). آنتونی ترولوپ پس از اتمام نخستین داستانش در سال ۱۸۴۷، موفق شد ۴۷ رمان، ۱۸ اثر غیر داستانی، ۱۲ داستان کوتاه و دو نمایشنامه بنویسد. راز موفقیت او ساده بود: متعهد ماندن به برنامه های دقیقی که برای خودش تنظیم می کرد.

ترولوپ با خودش قرار گذاشته بود که هر ۱۵ دقیقه، ۲۵۰ کلمه بنویسد.

برنامه ترولوپ تنها ترندهای شخصی او را از بین برد، بلکه باعث شد به انسان خلاق تری تبدیل شود. واقعیت این است که هر چه سریع تر یک کار خلاقانه را تکمیل کنید، خودتان را انسان موفق تر و کارتری می بینید.

تمرین خلاقیت: مهلت های زمانی دقیقی برای خودتان تعیین کنید و به آنها پایبند بمانید
پروژه فعلی تان را به بخش های کوچک تری تقسیم و برای هر بخش، مهلت زمانی کوتاه و دقیقی تعیین کنید. به عنوان مثال در طول یک ساعت، هر ۱۵ دقیقه، ۲۵۰ کلمه از پست جدید وبلاگتان را بنویسید. یا هر ۱۰ دقیقه، پنج مکان جدید را به عنوان مقاصد مشتری یابی پیدا کنید.

ادامه دارد...
منبع: FASTCOMPANY/zoomit