

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

ایجاد کمیته ویژه بیت کوین در کشور

یک فعال حوزه فناوری با تاکید بر اهمیت تدوین و تصویب قوانین مرتبط با پول‌های رمزی گفت باید هر چه زودتر کمیته ویژه‌ای برای ایجاد پول رمزی خاص کشورمان تشکیل شود...



۴

یادداشت

اقبال به خودرویی‌ها در پس استراحت گروه‌های ارزمحور



ولید هلالات
مدیر تحلیل
کارگزاری
اقتصاد بیدار

گروه‌ها و سهام ارزمحور و مرتبط با بازار جهانی طی سال جاری رشد خوبی را تجربه کردند و اکنون که زمان بودجه‌نویسی و گزارش‌های ۹ ماهه نزدیک شده، طبیعی است حرکت آرام‌تری داشته باشند و وارد فاز استراحت شوند که این دوره فرصت مناسبی برای گروه‌هایی است که از بازار عقب مانده‌اند. گروه‌هایی که طی سال جاری در عین پتانسیل اصلاح...

یادداشت

عملکرد بهتر سیمانی‌ها نسبت به گذشته

محمد گرچی آرا
کارشناس بازار سهام

شرکت‌های سیمانی و بورسی واقع در استان تهران در اولین بودجه سال ۱۳۹۶، میزان تولید سالانه سیمان را با کاهش ۴ درصدی نسبت به سال...

همزمان با افزایش ۴۰۰ هزار بشکه‌ای نفت ایران در دولت دوازدهم رقم خورد

بازگشت صادرات نفت ایران به جایگاه ۱۵ سال قبل



۳

راه برون‌رفت از مشکلات بفرنج اقتصادی چیست؟

بخش خصوصی منجی اقتصاد ایران

از سال ۲۰۱۵ روند رو به بهبودی در رتبه ایران در گزارش انجام کسب و کار بانک جهانی آغاز شد به طوری که رتبه ایران از ۱۵۲ در سال ۲۰۱۴ به ۱۱۸ در سال ۲۰۱۶ ارتقا یافت. اما در جدیدترین گزارش سهولت انجام کسب و کار، ایران سه رتبه افت داشته به طوری که از ۱۱۷ به ۱۲۰ در بین ۱۹۰ کشور دنیا رسیده است. در واقع، وضعیت کسب و کار ایران طبق گزارش بانک جهانی در سال ۲۰۱۷ تفاوت محسوس با سال ۲۰۱۶ نداشته است. کارشناسان معتقدند سهولت کسب و کار از مهم‌ترین عوامل برای رشد اقتصادی است. در همین زمینه، در نظرسنجی آخرین شماره «آینده‌نگر» ارگان اتاق بازرگانی تهران، کارشناسان اقتصادی...

۲

طرح حذف دلار از مبادلات تجاری به کجا رسید

پایان استبداد دلار در اقتصاد ایران چه زمانی فرامی‌رسد؟

۴

مدیریت و کسب‌وکار



جان آویبار دیگر سرپرستی تیم طراحی اپل را بر عهده می‌گیرد

- معرفی سبک‌های مدیریت تعارض در سازمان
- ابزارهای دیجیتال را قورت بده
- ۵ کاری که در برندسازی نباید انجام دهید
- برندینگ چیست
- رونق کسب و کار بدون هیچ سرمایه‌ای
- مهم‌ترین ضعف مدیران غیر حرفه‌ای

۸ تا ۱۶

بازار قطر؛ برنده ایران یا ترکیه

داد. حالا شش ماه از آن روزگار می‌گذرد و رازقی چه‌می می‌گوید: اگر به بوشهر سفر کنید، مقابل گمرک بوشهر، صف طولی کانتینرهای ۴۰ فوتی ترکیه را می‌بینید که از غرب به جنوب آمده‌اند تا از طریق بندر بوشهر به قطر ارسال شوند؛ منظره‌ای که به گفته وی، معنای آن موفق نبودن ایرانی‌ها در بازار قطر است. اما رها حاکمی از این است که صادرکنندگان ایرانی پیش از وقوع تنش در روابط قطر و ائتلاف عربستان، در طول سال ۹۵ نزدیک به ۱۸ میلیون دلار مواد غذایی به این کشور صادر کرده‌اند و اکنون اظهارات رازقی چه‌می حاکمی از این است که وضعیت تراز تجاری ایران و قطر در این دوره بهبود یافته است، اما این بدان معنی نیست که در بازارهای قطر موفق عمل کرده‌ایم. رئیس اتاق شیراز، مهمترین مشکلات حوزه صادرات به قطر را قیمت تمام‌شده تولید داخلی عنوان می‌کند. به عقیده رازقی چه‌می، ما در مواقع رقابت، بسیار ناشیانه وارد بازارها می‌شویم در عین حال غیرقابل کنترل عمل می‌کنیم؛ به عنوان مثال ما در مراحل اولیه بحران در قطر، هندوانه را به صورت فله‌ای با لنج به این کشور که بالاترین درآمد سرانه را در جهان دارد، ارسال کردیم اما رقیبا در بسته‌بندی مناسب و با قیمت چند برابری این محصول را در بازار قطر عرضه کردند. وی می‌گوید: با این کارها به‌جای تصاحب بازار، بازار را خراب می‌کنیم و بعد باید کلی تلاش کنیم تا روندها اصلاح شوند. رازقی چه‌می همکاری سازمان‌های دولتی از جمله سازمان استاندارد، گمرک و توسعه تجارت را در بهبود وضعیت صادرات دخیل می‌داند؛ به‌گونه‌ای که تأخیر ناشی از بوروکراسی‌های این سازمان‌ها منجر به سفک نرسیدن محصول به بازار و فاسد شدن آن نشود. از سوی دیگر، این فعال اقتصادی معتقد است بخش خصوصی هم آن‌گونه که باید چابک نیست و این مسئله در رقابتش با بخش خصوصی دیگر کشورها به چشم می‌آید. رئیس اتاق شیراز تمایل به انحصار‌گری را نیز بزرگ‌ترین مشکل بخش خصوصی عنوان می‌کند که اتفاقاً در قطر هم نمود داشته است، آنانی که قبلاً با قطر ارتباط داشتند نمی‌خواستند در این بازار رقبای هم‌وطن برای خود بتراشند برای همین صادرکنندگان جدید را بازی نمی‌دادند و این کار میدان را برای تاجر دیگر کشورها بازتر کرد. به گزارش ایرنا، پیشتر «محمد شریعتمداری» وزیر صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران از پیشنهاد قطر برای دستیابی به سقف همبیلارد دلار پیشنهادی که خیر داد و گفت: این میزان، اکنون کمتر از یک میلیارد دلار است. وزیر اقتصاد قطر نیز پیش از این در گفت‌وگویی اظهار داشت: ایران نقش مهمی در رسیدن کالاهای دیگر کشورها از جمله ترکیه و جمهوری آذربایجان به قطر از طریق زمینی دارد. «احمد بن جاسم بن محمد آل ثانی» اعلام کرد حجم مبادلات تجاری میان ایران و قطر رشد چشمگیری داشته و صادرات محصولات غذایی و ساختمانی ایران به قطر افزایش یافته است.

بیش از شش ماه از باز شدن دروازه‌های قطر به سوی کشورهای منطقه به‌ویژه ایران و ترکیه می‌گذرد. گرچه این دو کشور به صورت همزمان به این فرصت دست یافتند، اما موفقیت ترکیه در بازار قطر بسیار چشمگیرتر بوده است. از سوی دیگر در حالی فعالان اقتصادی ایرانی برای حضور در این بازار با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند که کالاهای ترک از مسیر ارزان ایران به قطر صادر می‌شوند. به گزارش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران، حوالی نیمه خرداد امسال بود که با قطع روابط دیپلماتیک ائتلاف عربی به رهبری عربستان با قطر، دروازه‌های بازار این کشور به روی صادرکنندگان کشورهای منطقه به‌ویژه ایران و ترکیه باز شد، زیرا قطر سالانه نزدیک به ۳ میلیارد دلار واردات مواد غذایی دارد که پیش از محاصره اقتصادی، یک‌سوم آن را به‌طور مستقیم از طریق عربستان و امارات تأمین می‌کرد. در این شرایط ایران با اینکه ادامه تنش‌های اینجینینی را به نفع منطقه ندانست، مرز هوایی خود را روی پروازهای شرکت‌های هوایی قطر باز گذاشت و فعالان اقتصادی خود را ترغیب کرد از فرصت ایجادشده در بازار قطر استفاده کنند؛ بازاری که ترکیه نیز آن را رصد می‌کرد و ۴۸ ساعت پس از وقوع بحران سیاسی در روابط قطر با کشورهای عربی منطقه، با استفاده از هواپیماهای کارگو (باربری) بخش زیادی از بازار قطر را تسخیر و ویرترین فروشگاه‌های این کشور را مملو از کالاهای ساخت خود کرد. در این شرایط، فعالان اقتصادی ایرانی نیز در تدارک صادرات کالا، به‌ویژه مواد غذایی به قطر برآمدند و محموله‌های مواد غذایی از جمله هزار و ۱۰۰ تن میوه تازه را در روزهای نخستین بروز بحران از طریق دریا عازم بازار این کشور کردند، اما عواملی که سال‌هاست پر پرواز صادرات این مملکت را بسته، در مروده با قطر نیز دست و پای صادرکنندگان ایرانی را بست.

ترکیه و واکنش سریع در تجارت

در این وضعیت، فعالان اقتصادی بخش خصوصی و اتاق ایران به این اجماع رسیدند که اتاق بازرگانی شیراز مسئول هماهنگی و ارسال کالاهای صادراتی به کشور قطر باشد و آن‌گونه که «جمال رازقی چه‌می»، رئیس اتاق شیراز گفت، از همان ابتدای کار، صادرات هوایی به قطر، با اجاره هواپیما کارگو در دستور کار قرار گرفت، اما قیمت بالای حمل بار با هواپیما به اضافه هزینه‌های سنگین پارکینگ و نگهداری به سرعت کار را برای بخش خصوصی سخت کرد. بعدها ترکیه که در واکنش سریع به خالی شدن بازار قطر از رقیب، حمل گران قیمت کالا با هواپیما را برای تسخیر بازار در دستور کار گذاشته بود، در راینی با مقام‌های ایرانی و قطری، نسبت به استفاده از مسیر زمینی ایران برای صادرات به قطر ابراز علاقه‌مندی کرد تا از مزیت مسیری که خودمان قادر به استفاده از آن نبودیم، بهره‌مند شود. در اواسط مرداد ماه نیز این اتفاق افتاد و «نهاد زیکیچی»، وزیر اقتصاد ترکیه از حصول توافقاتی در این زمینه خبر

نفت ۵۵ دلاری معقول است

ایران را گران اداره می‌کنیم

داخلی حدود ۷۵ درصد است، درحالی‌که همین نسبت در کشوری مانند ترکیه حدود ۲۰ درصد است و جالب است بدانیم که در کشورهای حوزه اسکاندیناوی اعم از سوئد، نروژ و دانمارک در حدود ۵۰ درصد است. بازوی کارایی نظام مالیاتی را موثر در ایجاد شفافیت در نظام اقتصادی کشور دانست و گفت: اکنون یکی از دلایل عدم همکاری کشورهای خارجی با ایران عدم شفافیت سیستم بانکی ماست. اگر سیستم مالیاتی ما با قدرت کار می‌کرد می‌توانست در بخش‌های مختلف اقتصاد شفافیت ایجاد کند. در واقع امثال بایک زنجانی باید از طریق نظام مالیاتی شناسایی شوند. نظام مالیاتی می‌تواند بسیاری از افرادی را که درآمدهای نجومی دارند شناسایی کند. اکنون یکی از مشکلات در اقتصاد ایران این است که ده‌های به دلیل نفوذ یا وابستگی به قدرت سعی می‌کنند از پرداخت مالیات فرار کنند. مناسفانه اکنون ایران به دلیل عدم وصول مالیات از برخی بخش‌های اقتصاد به پشت دلان، واسطه‌گران و بعضاً برخورداران از رانت تبدیل شده است و نظام مالیاتی در ایران جدا نیاز به تحولات اساسی دارد. این استاد اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی درباره بخش هزینه‌های دولت نیز چنین توضیح داد: در بخش هزینه‌ها نیز نیازمند ایجاد تحولات جدی هستیم و به باید سعی کنیم انضباط مالی را به بودجه کشور برگردانیم و همچنین دولت باید جلوی هزینه‌های غیرضروری را بگیرد. او با انتقاد از اینکه در سال‌های اخیر بودجه جاری دولت به شدت افزایش یافته است، گفت: در سال ۱۳۹۱ بودجه جاری کشور در حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان بود و در سال ۱۳۹۶ به حدود ۲۵۴ هزار میلیارد تومان رسیده است و من اعتقاد دارم هر قدر سعی کنیم جلوی رشد غیرمنطقی بودجه را بگیریم و از بزرگ شدن اقتصاد جلوگیری کنیم این به نفع عدالت اجتماعی و به ضرر فساد اقتصادی است. اکنون دولت در بخش‌هایی از بودجه ریخت و پاش می‌کند و هزینه‌های غیرضروری دارد مثلاً چرا باید تعداد دانشگاه‌های دولتی سه برابر شود و به سمت مدرک‌سازی حرکت کنیم. البته یکی از مسائل مهم بودجه که نیاز به سازماندهی دارد تعداد بسیار زیادی از کارکنان بودجه‌بگیر و از منابع دولتی هستند البته طبیعتاً افزایش ۱۰ درصدی حقوق آنها با توجه به نرخ رشد تورم منطقه به نظر می‌رسد، ولی به‌طور کلی نظام اداری و استخدامی کشور نیازمند تحولات بنیادین است. بازوی همچنین به ایجاد مکانیزم‌هایی برای افزایش حقوق و مزایای اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها انتقاد کرد و گفت: بنده به شدت با هیأت انمائی شدن دانشگاه‌ها مخالفم چون هیأت انمائی شدن دانشگاه‌ها فرصتی را فراهم کرده تا آنها بتوانند از بودجه دولت منافعی را به دست آورند و چنین وضعیتی باعث ایجاد شکاف بزرگی بین حقوق اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها و کارکنان آموزش و پرورش شده است. این اقتصاددان با بیان اینکه دولت

یک اقتصاددان می‌گوید دولت باید به سمت نظام مالیاتی کارآمد پیش برود تا وابستگی خود به درآمدهای نفتی را کاهش دهد و هزینه‌های جاری خود را از محل فروش نفت تأمین کند، هرچند در بخش هزینه‌ها نیز نیازمند برقراری انضباط مالی است و اکنون ایران گران اداره می‌شود. مهدی بازوی در گفت‌وگو با ایسنا، درباره وضعیت بودجه سال ۱۳۹۷، اظهار کرد: ابتدا با این توضیح شروع کنم که بودجه عبارت است از حساب دخل و خرج دولت در یک‌سال که دو قسمت دارد؛ بخش درآمدها و هزینه‌ها. وی درباره بخش درآمدها چنین توضیح داد: درآمدهای دولت در دو بخش اصلی مالیات و نفت تأمین می‌شود. نفت در بودجه سال آینده معادل ۵۵ دلار برای هر بشکه پیش‌بینی شده که به نظر من رقم معقولی است. گرچه نفت در بازارهای جهانی و تابع عرضه و تقاضا تعیین می‌شود و خود یک متغیر برون‌زاست و اقتصاد ایران در تعیین آن نقش آنچنانی ندارد، به همین دلیل تأکید دارم که نمی‌توان دقیق پیش‌بینی کرد که هر سال درآمد دولت از محل فروش نفت چقدر باشد. البته درباره صندوق توسعه ملی باید این نکته را ذکر کنم که وقتی درآمدهای دولت کاهش می‌یابد، سهم صندوق توسعه ملی نباید ۲۰ درصد باشد و سهم دولت باید افزایش بیابد. این اقتصاددان در بخش دیگری از صحبت‌هایش این‌گونه توضیح داد: در نظر داشته باشیم که اکنون سهم شرکت نفت و کارکنانش از درآمدهای نفتی ۱۴.۵ درصد است و ۲۰ درصد هم به صندوق می‌رود. چنین می‌شود که تقریباً فقط نیمی از منابع حاصل از فروش نفت وارد خزانه کشور می‌شود. همین وضعیت بیانگر این است که باید دولت تمام تلاش خود را بکند که هزینه‌های خود را بر منابع مالیاتی ببندد. این موضوع در اسناد بالادستی و سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی نیز مورد تأکید قرار گرفته شده است. بازوی ادامه داد: این موضوعی است که به اهتمام هر سه قوه یعنی مجلس شورای اسلامی، دستگاه قضا و دستگاه اجرا نیاز دارد و باید به این سمت برویم که منابع اصلی درآمدهای جاری دولت از طریق مالیات‌ها تأمین شود که این موضوع نیز ممکن است، اگر تغییراتی در نظام مالیاتی کشور محقق شود. اگر خواهیم بخش‌های مختلف ایران را بررسی کنیم به این نتیجه می‌رسیم که دولت فقط توانسته است از ۳۰ درصد اقتصاد کشور مالیات بگیرد. این در حالی است که ۲۰ درصد معافیت مالیاتی دارند و ۴۰ درصد فرار مالیاتی می‌کنند. وی بیان کرد: دولت باید بتواند با حذف معافیت‌های مالیاتی غیرضرور و جلوگیری از فرار مالیاتی درآمدهای مالیاتی کشور را افزایش می‌دهد. تأکید می‌کنم با هرگونه افزایش نرخ مالیات مخالفم، چراکه افزایش نرخ مالیاتی به رکود اقتصادی دامن خواهد زد. این اقتصاددان در توضیح بیشتر اینکه باید درآمدهای مالیاتی دولت افزایش بیابد، گفت: اکنون نسبت مالیات به تولید ناخالص

مذاکره تهران - بغداد برای انتقال نفت کرکوک به پالایشگاه کرمانشاه

به گزارش رویترز، «جبار اللعربی» وزیر نفت عراق گفت رئیس شرکت دولتی بازاریابی نفت این کشور (سومو) در حال مذاکره با ایران برای تعیین تاریخ آغاز صادرات نفت از میداین کرکوک به پالایشگاه کرمانشاه است. به گفته مقام‌های عراقی و منابع تجاری، ایران ابتدا روزانه ۱۵ هزار بشکه نفت به ارزش تقریبی یک میلیون دلار از عراق تحویل می‌گیرد و این رقم به‌تدریج به ۶۰ هزار بشکه در روز افزایش خواهد یافت. به گزارش رویترز، مقام‌های دولت عراق با صدور بیانیهای از توافق با ایران در خصوص واردات گاز برای مصرف استان مرزی دیاله خبر دادند. بر اساس این توافق، خرید گاز عراق از ایران که از اوایل امسال آغاز شده است، افزایش خواهد یافت. ایران در ماه ژوئن و بعد از چند سال تأخیر، صادرات گاز به عراق را آغاز کرد. این دو همسایه که هر دو از اعضای سازمان اوپک هستند، ابتدا قراردادی در سال ۲۰۱۳ امضا کردند که به موجب آن قرار بود ایران گاز مورد نیاز ایستگاه‌های برق عراق را تأمین کند، اما مشکلات امنیتی در عراق موجب تأخیر در اجرایی شدن این قرارداد شد. به گزارش پایگاه خبری آذرتیوز و بر اساس اطلاعات وزارت اقتصاد ژاپن، صادرات ماه اکتبر نفت ایران به این کشور در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۱۸ درصد کاهش داشته است. آمار صادرات نفت ماه اکتبر ایران به ژاپن ۴۸۷ هزار و ۵۱۱ بشکه میعانات گازی است که از میدان پارس جنوبی تولید شده است. ایران در ماه اکتبر پس از عربستان، امارات متحده عربی، قطر و کویت، پنجمین تأمین‌کننده نفت ژاپن بود و ۵،۷ درصد نفت این کشور را تأمین کرد، درحالی‌که این میزان در مدت مشابه پارسال ۶،۶ درصد بوده است.

معاملات مسکن در آذرماه ۱۷ درصد افزایش یافت

در ۱۶ روز ابتدای آذرماه معاملات مسکن نسبت به مدت مشابه سال قبل حدود ۱۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. بر اساس آمار خام معاملات، از یکم تا شانزدهم آذرماه سال جاری ۵۵۴۶ مورد خرید و فروش مسکن در شهر تهران به ثبت رسیده که نسبت به همین زمان در سال گذشته حدود ۱۷ درصد افزایش نشان می‌دهد. در هشت‌ماه ابتدای سال جاری معاملات مسکن شهر تهران ۷،۷ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایش یافته است. این در حالی است که از ابتدای پاییز این رقم بالاتر از میانگین هشت ماهه قرار دارد.

همزمان با افزایش ۴۰۰ هزار بشکه‌ای نفت ایران در دولت دوازدهم رقم خورد

بازگشت صادرات نفت ایران به جایگاه ۱۵ سال قبل

کرده‌اند تداوم روند پیشین می‌توانست به صفر شدن صادرات نفت ایران در بدترین ایران اما یکی از مهم‌ترین اولویت‌های دولت دوازدهم اعلام شد و تمرکز بر این مسئله در قالب مذاکرات پیش از برجام بود. برجام به خوبی مشهود است. بسیاری از مسئولان و کارشناسان بارها تأکید

بررسی آخرین گزارش‌های ارائه شده در خصوص صادرات نفت در دوره فعالیت دولت دوازدهم نشان می‌دهد میزان صادرات نفت ایران پس از سال ۱۳۹۶ بار دیگر به رقم ۱۵ سال گذشته بازگشته است. افزایش ۴۰۰ هزار بشکه‌ای نفت ایران در دولت دوازدهم در حالی رخ داده است که پیش از این بسیاری از کارشناسان با اشاره به رشد انفجاری تولید و صادرات نفت در سال‌های استقرار دولت دوازدهم، تکرار این موقعیت را در دولت دوازدهم ممکن نمی‌دانستند. میزان صادرات نفت در سال ۱۳۹۵ برابر با ۲ میلیون و ۲۲۴ هزار بشکه بود که در هفت‌ماه نخست سال جاری به بیش از ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار بشکه رسیده است.

سال	صادرات نفت (میلیون بشکه)
۱۳۷۷	۲۳۳۳
۱۳۷۸	۲۲۰۵
۱۳۷۹	۲۵۹۲
۱۳۸۰	۲۲۴۴
۱۳۸۱	۲۲۲۵
۱۳۸۲	۲۵۸۹
۱۳۸۳	۲۶۶۸
۱۳۸۴	۲۶۹۱
۱۳۸۵	۲۴۸۶
۱۳۸۶	۲۵۲۳
۱۳۸۷	۲۳۰۹
۱۳۸۸	۲۰۲۴
۱۳۸۹	۲۰۰۲
۱۳۹۰	۲۱۰۷
۱۳۹۱	۱۹۰۰
۱۳۹۲	۱۶۸۵
۱۳۹۳	۱۴۳۵
۱۳۹۴	۱۵۷۴
۱۳۹۵	۲۲۲۴
۱۳۹۶ (شش ماهه)	۲۶۰۰

شکست یک سناریو

احیای بازارهای نفت ایران در شرایطی صورت گرفت که کاهش میزان قیمت‌ها سبب شد بسیاری از کشورها خواستار اتخاذ تدبیری برای پیشگیری از روند مداوم کاهش قیمت نفت در بازار باشند. این سناریو که از سوی برخی، سناریوی عربستان و متحدانش برای بیرون راندن ایران از بازار نفت تلقی می‌شد، اما شانس در سیاست خارجی ایران نیافت چراکه ایران مصرانه احیای بازارهای از دست رفته نفت خود را خواستار بود و همین امر سبب شد بتواند بار دیگر صادرات نفت به بازارهای از دست رفته اروپایی خود را به حدود ۷۰۰ هزار بشکه برساند. نفت بیش از یک سده است که آمیختگی بالایی را با سیاست و اقتصاد ایران داراست. کاهش وابستگی به نفت حداقل در ۵۰ سال اخیر یکی از مهم‌ترین برنامه‌هایی بوده که در دستور کار دولت‌ها قرار گرفته است، با این حال هنوز اقتصاد ایران وابستگی قابل توجهی به نفت را داراست. در قالب برنامه ششم توسعه پیش‌بینی کاهش وابستگی به نفت در عین افزایش صادرات و تولید صورت گرفته است. دارا بودن سهم از بازارهای جهانی نفت جدا از تأثیرات اقتصادی برای ایران، موقعیت ژئوپلیتیکی و سیاسی ایران در منطقه و در مناسبات جهانی بازار انرژی را تثبیت می‌کند از این رو سرمایه‌گذاری در این حوزه سرمایه‌گذاری مهمی تلقی می‌شود. جدول میزان صادرات نفت ایران در ۲۰ساله اخیر را نشان می‌دهد.

افتتاح سریع‌تر پروژه راه آهن، نقطه امیدی برای مردم زلزله زده

استاندار کرمانشاه با اشاره به وقوع زلزله در بخشی‌هایی از این استان گفت در مقطع کنونی مردم نیاز به شنیدن خبرهای امیدوارکننده دارند و افتتاح هرچه سریع‌تر پروژه راه آهن می‌تواند نقطه امیدی برای آنها باشد. هوشنگ بازوند روز شنبه به همراه خادمی، معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل کشور از آخرین روند پیشرفت پروژه راه آهن غرب بازدید کرد و در جریان آخرین روند کار قرار گرفت. وی در این بازدید خواستار تعیین تکلیف هرچه سریع‌تر پروژه راه آهن شد و افزود: این پروژه جزو مطالبات اصلی مردم و فعالان شبکه‌های اجتماعی است. بازوند یادآوری کرد: در روز دوم وقوع زلزله ۷،۳ ریشتری زمانی که رئیس‌جمهوری به مناطق زلزله زده سفر کرد، راجع به پروژه راه آهن نیز با ایشان صحبت کردم و آقای روحانی نیز به وزیر راه و شهرسازی تأکید کرد که پروژه راه آهن کرمانشاه هرچه سریع‌تر باید افتتاح شود. خیرالله خادمی معاون وزیر راه و شهرسازی نیز در حاشیه این بازدید گفت: عملیات ریل‌گذاری راه آهن کرمانشاه به پایان رسیده و کار در مراحل فنی قرار دارد که ان‌شاءالله به زودی به اتمام می‌رسد. خط آهن که از سمت ملایر در استان همدان به کرمانشاه می‌آید ۱۷۶ کیلومتر طول دارد و تاکنون بیش از ۱۲ هزار میلیارد ریال برای اجرای این طرح هزینه شده است.

امنیت و سرعت سیر قطارها در محور راه آهن جنوب افزایش می‌یابد

عضو هیأت‌مدیره راه آهن جمهوری اسلامی ایران با بیان اینکه راه آهن در چندساله گذشته توجه جدی‌تر به توسعه کمی و کیفی در محور جنوب داشته است، گفت: با اتمام بازسازی محور جنوب، امنیت شبکه و امنیت سیر در این محور افزایش پیدا می‌کند. همچنین سرعت تردد قطارها نیز با توجه به اقدامات انجام گرفته بیشتر خواهد شد. رسولی عنوان کرد: یکی از اقدامات بسیار مهم، بازسازی محور جنوب در حد فاصل دورود تا اندیمشک پس از گذشت بیش از ۶۰ سال است که برای اولین بار بازسازی اساسی و به صورت کامل در حال انجام است و امیدواریم این کار تا پایان امسال به اتمام برسد. سعید رسولی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: اجرای دو خطه اهواز - اندیمشک که روزهای آخر خود را طی می‌کند نیز باعث می‌شود تا افزایش ظرفیتی را در محور جنوب داشته باشیم.



هشتمین نمایشگاه بین المللی صنعت آب و تاسیسات آب و فاضلاب

زمان: ۲۱ تا ۲۴ آذر ماه ۱۳۹۶
ساعات بازدید نمایشگاه: ۱۵ تا ۲۱
مکان: اصفهان، پل تاریخی شهرستان
محل برگزاری: نمایشگاه‌های بین المللی استان اصفهان

th International Exhibition of Water Industry & water & sewage Installations

با همکاری:







از جناب عالی دعوت می‌گردد از غرفه شرکت آب و فاضلاب روستایی استان اصفهان واقع در سالن میرداماد، شماره ۲۱۳ بازدید فرمایید.
منتظر قدم سبزتان هستیم

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

اداره کل راه و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد در نظر دارد عملیات اجرایی پروژه های ذیل را بر اساس شرایط ذکر شده و به شرح مشخصات، اطلاعات و جزئیات مندرج در اسناد مناقصه از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد صلاحیت واگذار نماید. لذا از کلیه شرکتهای واجد صلاحیت دعوت می‌گردد در مناقصات ذیل شرکت نمایند. به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از موعد مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

ردیف	شرح پروژه	کمیت و کیفیت	محل اجرا	بر آورد اولیه بر مبنای فهرست بهای آئینیه و تاسیسات مکانیکی و برقی سال ۹۶ (ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (ریال)	صلاحیت مورد نیاز
۱	تکمیل کتابخانه عمومی دهدشت (تجدید مناقصه) (دو مرحله ای)	عملیات ساختمانی و تاسیساتی	کهگیلویه	۱۱۵۳۱۷۰۷۸۸۶	۵۷۷۰۰۰۰۰	رتبه ۵ آئینیه و تاسیسات و بالاتر

- ۱- دستگاه مناقصه گزار و نشانی: اداره کل راه و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد- یاسوج - ضلع جنوبی میدان شهید فهمیده
- ۲- آدرس سایت الکترونیکی مناقصات: <http://iets.mporg.ir> و سامانه ثبت معاملات سازمان بازرسی کشور: <http://tender.bazresi.ir>
- ۳- زمان و محل دریافت اسناد مناقصه و آگهی از سایر شرایط: از تاریخ ۹۶/۹/۱۹ لغایت ۹۶/۹/۲۳ سایت اینترنتی پایگاه ملی مناقصات کشوری به آدرس <http://iets.mporg.ir>
- ۴- مناقصه گران می‌بایست پاکات اسناد و پیشنهادهای خود را در وقت اداری از تاریخ ۹۶/۹/۲۴ لغایت ۹۶/۱۰/۳ به اداره حراست اداره کل راه و شهرسازی واقع در یاسوج - بلوار بویراحمد- ساختمان شماره یک تحویل و رسید دریافت دارند.
- ۵- جلسه کمیسیون بازگشایی مناقصه مورخ ۹۶/۱۰/۴ راس ساعت ۸ صبح تشکیل می‌گردد. از کلیه مناقصه گران و یا نماینده رسمی آنها جهت شرکت در جلسه بازگشایی پاکات پیشنهاد قیمت دعوت به عمل می‌آید.
- ۶- تنها پیمانکارانی میتوانند در مناقصات فوق شرکت نمایند که رتبه و صلاحیت آنان در سامانه اینترنتی www.sajar.mporg.ir دارای اعتبار باشد. پرینت صلاحیت شرکت باید از سایت مذکور تهیه گردیده و روی پاکت اصلی مناقصه (لفاف اصلی) نصب گردد بطوریکه پیش از بازگشایی قابل رویت و بررسی باشد.
- ۷- لازم است ضمانت نامه شرکت در مناقصه در پاکت الف، اسناد شرکت در پاکت ب، پیشنهاد قیمت و آنالیز بها در پاکت ج، هر سه پاکت فوق‌الذکر لاک و مهر و همه پاکتها در لفاف مناسب لاک و مهر شده به اداره حراست تحویل نمایند.
- ۸- مناقصه گران مکلفند نسبت به تکمیل اسناد و مهر و امضا نمودن آنها و اخذ گواهی های لازم درخواستی اداره کل راه و شهرسازی، که در چک لیست منظم به اسناد مناقصه درج گردیده اقدام نمایند. در صورت عدم تکمیل و ارائه اسناد درخواستی مسئولیت به عهده مناقصه گر می‌باشد.
- ۹- مدت اعتبار پیشنهادات از آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات به مدت ۳ ماه می‌باشد و قابل تمدید تا سه ماه دیگر می‌باشد.
- ۱۰- سایر شرایط در اسناد مناقصه به اطلاع پیمانکاران خواهد رسید.

اداره کل راه و شهرسازی استان کهگیلویه و بویراحمد - اداره پیمان و رسیدگی

آگهی نوبت اول - ۹۶/۹/۱۹
 آگهی نوبت دوم - ۹۶/۹/۲۰

۶۸۵



مدیرعامل بانک انصار تاکید کرد
الگوی بانکداری اسلامی با نظارت
مشترک علمای شیعه و اهل سنت

آیت‌الله ابراهیمی، مدیرعامل بانک انصار طی سخنانی در همایش گفت‌وگو با وحدت، توسعه بانکداری اسلامی و اقتصاد مقاومتی که در بندرعباس برگزار شد، با اشاره به جایگاه بانکداری اسلامی در نظام اقتصادی مبتنی بر موازین شرعی گفت: این واقعیت که بانک‌های اسلامی در جریان رکود اقتصادی بزرگی که بانک‌های آمریکایی به جهان تحمیل کردند، آسیب ندیدند، مایه سربلندی ما مسلمانان است.

به گزارش روابط عمومی بانک انصار، ابراهیمی با تشریح جایگاه بانک انصار در شبکه بانکی کشور و مزیت‌های رقابتی آن تصریح کرد: پیش‌تازای بانک انصار در به کارگیری فناوری‌های نوین اسلامی و انطباق عملیات بانکی مبتنی بر موازین بانک‌های جهان اسلام، اهتمام و اقدام جدی در تحقق و استقرار اقتصادمقاومتی، پیاده‌سازی عقود اسلامی و انطباق عملیات بانکی مبتنی بر موازین شریعت، انجام مسئولیت‌های اجتماعی بانک، کمک به اشتغال جوانان و کم بضاعت‌ها، کسب پی‌درپی مقام نخست سلامت اداری کشور، احراز رتبه نخست بانکداری اسلامی در بین بانک‌های کشور، بالاترین جایگاه سودآوری در شبکه بانکی و شفافیت اطلاعات در بازار بورس از جمله مزیت‌های رقابتی بانک انصار در وضعیت جاری شبکه بانکی کشور است.

ابراهیمی با اشاره به فرمایش مقام معظم رهبری درخصوص ارائه خدمات برابر به برادران و خواهران اهل سنت و شیعه در سراسر کشور از پیش‌تازای بانک انصار در پیاده‌سازی بانکداری اسلامی در استان‌های دارای ساکنان اهل سنت و افتتاح نخستین شعب بانکداری اسلامی زیر نظر مشترک علمای شیعه و اهل سنت در استان سیستان و بلوچستان سخن گفت. او با اعلام آمادگی برای توسعه بانکداری اسلامی تحت نظارت مشترک علمای اهل سنت و شیعه به سراسر کشور به تحقق وعده‌های الهی در حوزه قرض الحسنه و توسعه اقتصاد مقاومتی و بانکداری اسلامی اشاره و ابراز امیدواری کرد که به زودی شاهد نتایج چشمگیر این اقدامات در راستای جلب رضایت خداوند منان باشیم.

ابراهیمی در پایان تأکید کرد: الگوی بانکداری اسلامی تحت نظارت مشترک علمای شیعه و اهل سنت به زودی در سراسر کشور به مورد اجرا گذاشته شده و قابل ارائه و تعمیم به دیگر کشورهای مسلمان نیز خواهد بود. ابراهیمی همچنین پس از این همایش در گفت‌وگو با صداوسیما مرکز خلیج فارس گفت: ما در این شعبه براساس نظر علمای اهل سنت استان به متقاضیان وام و تسهیلات می‌پردازیم.

طرح حذف دلار از مبادلات تجاری به کجا رسید

پایان استبداد دلار در اقتصاد ایران چه زمانی فرا می‌رسد؟

سال پنجم ۶۰ درصد از تجارت خارجی کشور به این شکل تسویه حساب شود. یکی از مهم‌ترین اثرات تحریم‌های آمریکا و افزایش سهم پول خود در اقتصاد بین‌المللی آن را شروع کرده‌اند و قرار است ایران هم به جمع این کشورها بپیوندد.

به گزارش ایرنا، در حال حاضر مهم‌ترین واحد پولی سید ارزی کشورمان دلار است و همین میزان نفوذ بالای دلار در ساختار اقتصادی و بازارها باعث شده اقتصاد ایران در برابر برخی تحریم‌های غربی انعطاف‌پذیر نباشد. حال اینکه دولت‌مردان برای پیشگیری از ضعف اقتصاد در برابر این دست از تحریم‌ها، طرح انزوای دلار را کلید زده‌اند؛ طرحی که پیش از این دو کشور چین و روسیه آن را عملیاتی و در برخی از معاملات بزرگ خود از جمله خرید و فروش نفت، یون و روبل را جایگزین دلار کرده‌اند.



ارزی را در نظر گرفت.

ارزش جهانی برای هر دو طرف قرارداد قابل تبدیل است. یوسفیان ملا با بیان اینکه کشورها می‌توانند در قراردادهای مبادلات پایایی داشته باشند، گفت: اگر کشوری ریسال ایران را نپذیرفت، می‌توان کالا را جایگزین پول در این معامله‌ها کرد. عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با بیان اینکه در واقع طرح حذف دلار از تجارت ایران برای دور زدن تحریم‌ها است، گفت: با حذف دلار می‌توان فرایند انجام برخی قراردادهای شامل تحریم‌های موجود - را تسهیل کرد اما نمی‌توان گفت حذف دلار از اقتصاد بین‌المللی کشور کار آسانی است.

چین، نمونه موفق در اجرای پروژه دلار

کشورهایی که وارد پروژه حذف دلار از تجارت جهانی می‌شوند یا به دنبال دور زدن تحریم‌ها و تسهیل مبادلات تجاری با سایر کشورها هستند یا اینکه می‌خواهند سهم پول خود را در ذخایر ارزی بانک‌های جهانی افزایش دهند. طبق گزارش‌های بانک جهانی، سهم دلار آمریکا از کل ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان بیش از ۶۰ درصد و یورو ۲۰ درصد است و یون هم سهم بیش از ۲ درصدی دارد اما به دنبال افزایش سهم خود است. با توجه به اینکه عامل اصلی فراگیری ارز یک کشور در مبادلات اقتصادی، میزان تولید ناخالص داخلی آن کشور و نقش اقتصاد آن در تجارت بین‌المللی است، می‌توان آینده چین را در افزایش سهم یونان در تجارت

کشورهای عضو اتحادیه اروپا هم چندین کشور مبادلات بر پایه یورو را نپذیرفته‌اند و مبنای تجارت این کشورها بر پایه دلار است. البته باید به این نکته توجه داشته باشیم که در صورت حذف یا کاهش معاملات دلاری، ذخیره ارزی کشورمان که بر پایه دلار است به شدت کاهش پیدا می‌کند و می‌تواند پیامدهای منفی برای اقتصاد ایران داشته باشد. یوسفیان ملا گفت: می‌توان همکاری‌های اقتصادی با چین مبنای قراردادهای

افزایش سهم یونان در تجارت جهانی، سهم دلار آمریکا از کل ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان بیش از ۶۰ درصد و یورو ۲۰ درصد است و یون هم سهم بیش از ۲ درصدی دارد اما به دنبال افزایش سهم خود است. با توجه به اینکه عامل اصلی فراگیری ارز یک کشور در مبادلات اقتصادی، میزان تولید ناخالص داخلی آن کشور و نقش اقتصاد آن در تجارت بین‌المللی است، می‌توان آینده چین را در افزایش سهم یونان در تجارت

افزایش سهم یونان در تجارت جهانی، سهم دلار آمریکا از کل ذخایر ارزی بانک‌های مرکزی جهان بیش از ۶۰ درصد و یورو ۲۰ درصد است و یون هم سهم بیش از ۲ درصدی دارد اما به دنبال افزایش سهم خود است. با توجه به اینکه عامل اصلی فراگیری ارز یک کشور در مبادلات اقتصادی، میزان تولید ناخالص داخلی آن کشور و نقش اقتصاد آن در تجارت بین‌المللی است، می‌توان آینده چین را در افزایش سهم یونان در تجارت

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت (تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۵۴,۳۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۷,۹۰۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۳۵۹,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۴۰۱,۵۰۰	▼
نیم سکه	۷۰۱,۰۰۰	▼
ربع سکه	۳۹۹,۷۰۰	▼
سکه گرمی	۲۶۶,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت (تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۲۰۰	▲
یورو اروپا	۵,۰۰۳	▼
پوند انگلیس	۵,۸۲۰	▼
درهم امارات	۱,۱۶۱	▼

در پیچه

ایجاد کمیته ویژه بیت کوین در کشور

یک فعال حوزه فناوری با تأکید بر اهمیت تدوین و تصویب قوانین مرتبط با پول‌های رمزی گفت باید هر چه زودتر کمیته ویژه‌ای برای ایجاد پول رمزی خاص کشورمان تشکیل شود. به گزارش «فرصت امروز» به نقل از پژوهشکده پولی و بانکی، عبدالحمید منصوری درباره کارکرد پول‌های رمزی در دنیا گفت: تعریفی که برای پول‌های رایج به کار می‌بریم، امروزه تا حد زیادی بر پول‌های رمزی منطبق است. او تفاوت پول‌های رمزی رایج را در پشتوانه آنها دانست و افزود: معمولاً دولت‌ها پشتوانه در پول‌های رایج هستند، ولی در پول‌های رمزی دو نفر به یکدیگر اعتماد می‌کنند، بنابراین پشتوانه پول‌های رمزی اعتماد شخص به شخص دیگر است. منصوری با بیان اینکه اعتماد اشخاص، پول‌های رمزی را به جریان انداخته است، تصریح کرد: اما پول‌های رمزی در ایران به صورت گسترده وجود ندارد زیرا دسترسی به اینترنت و آگاهی برای تمام افراد امکان‌پذیر نیست و مورد پذیرش فروشگاه‌های مجازی ایرانی نبوده، ضمن اینکه فعالیت‌ها در این حوزه به صورت غیر رسمی انجام می‌شود. او در همین ارتباط از بیت کوین به عنوان یکی از پول‌های رمزی مطرح در دنیا نام برد و ادامه داد: با بیت کوین افراد می‌توانند خریدهایی مانند بلیت هواپیما و... را انجام دهند؛ امروزه بسیاری از مراکز خدماتی و فروشگاه‌های مجازی بیت کوین را به عنوان پول رایج می‌شناسند و آن را قبول می‌کنند.

فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای ۹۶/۹۴

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

موضوع مناقصه: خرید ۳۰۰۰ دستگاه برقی ۲۴ کیلوولت پلیمری ده کیلو آمپر.

شرایط و محل دریافت اسناد مناقصه: متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند در قبال ارائه اعلامیه واریز مبلغ پانصد هزار ریال به حساب سیبا ۰۹۰۵۵۹۲۶۷۷۰۰۹ نزد بانک ملی شعبه برق ارومیه (کد ۵۱۳۳) به آدرس ارومیه - خیابان سربازان گمنام (برق سابق) - نرسیده به چهارراه مخابرات - شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی، واحد تدارکات تلفن ۰۲۳۴۴۹۰۰۲ - داخلی ۳۴۲ و یا به دفتر نمایندگی این شرکت واقع در تهران - میدان ونک - خیابان برزیل - ساختمان شهید عباسپور (توانیر) - بلوک ۲ - نیم طبقه دوم - دفتر برق آذربایجان تلفن ۰۸۶۸۸۸۸۷۰۸۶ جهت دریافت اسناد مناقصه مراجعه نمایند. ضمناً اسناد مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی اطلاع رسانی مناقصات به ترتیب به آدرس: WWW.Waepd.ir, WWW.tavanir.org.ir, www.iets.mporg.ir قابل مشاهده است.

مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ کل سپرده شرکت در مناقصه ۳۹۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد. مهلت فروش اسناد: از تاریخ درج نوبت دوم فراخوان در روزنامه تا پایان وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۹۶/۹/۲۶.

مهلت و محل تحویل پیشنهادات: حداکثر تا ساعت ۱۳ (سیزده بعد از ظهر) روز چهارشنبه مورخ ۹۶/۱۰/۱۶ به اداره دبیرخانه شرکت توزیع برق آذربایجانغربی. زمان و محل برگزاری مناقصه: زمان بازگشایی پاکت های الف و ب راس ساعت پانزده (سه بعد از ظهر) روز شنبه مورخ ۹۶/۱۰/۹ در محل شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی. بازگشایی پاکات ج (پیشنهاد قیمت) مناقصه گران پس از بررسی های فنی و بازرگانی خواهد بود و زمان برگزاری آن به اطلاع مناقصه گران خواهد رسید. توضیح اینکه: تعیین برنده کالای موضوع مناقصه به صورت یکجا میباشد.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۹/۱۸
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۹/۱۹

شناسه آگهی: ۱۱۴۲۶۱

آگهی مناقصه های عمومی دو مرحله ای به شماره ۹۷ و ۹۶، ۹۵-۹۶ (نوبت دوم)

شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان (سهامی خاص)

ردیف	شماره مناقصه	موضوع	تاریخ فروش اسناد	مهلت ارسال پاکات	بازگشایی پاکات الف و ب	بازگشایی پاکت ج	میزان سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱	۹۶-۹۵ (تجدید شده ۹۶-۹۵ و ۹۶-۸۵)	خرید ۴۶۶۴۸ متر سیم آلومینیوم روکشدار ۷۰ و ۱۲۰					۲۳۳/۰۰۰/۰۰۰
۲	۹۶-۹۶ (تجدید شده ۹۶-۹۶ و ۹۶-۸۶)	خرید ۱۵۰۴۰ متر انواع کابل پروتولین آلومینیوم	۹۶/۹/۱۹ لغایت ۹۶/۹/۲۳	۹۶/۱۰/۳	۹۶/۱۰/۴	۹۶/۱۰/۱۱	۳۳۰/۰۰۰/۰۰۰
۳	۹۶-۹۷ (تجدید شده ۹۶-۸۲)	خرید ۱۶ دستگاه ریکلوزر A ۱۳۰ با تابلو کنترل و کابل اتصال و ۱ دستگاه رکلوزر					۵۱۸/۰۰۰/۰۰۰

محل خرید اسناد: شرایط مناقصه عمومی و مدارک مرتبط در آدرس www.kurdelectric.com از تاریخ ۹۶/۹/۱۹ لغایت ۹۶/۹/۲۳ قابل دانلود می‌باشد.

محل تحویل اسناد: دفتر حراست و امور محرمانه شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان واقع در سنندج، بلوار جانبازان، سایت اداری

مبلغ پیش پرداخت حداکثر تا سقف ۱۵٪ مبلغ پیشنهادی بعد از عقد و مبادله قرارداد قابل پرداخت می‌باشد.

استعلام های مربوط به خریدهای متوسط (بدون برگزاری مناقصه) جهت کلیه کالاهای مورد نیاز در سایت شرکت توزیع به آدرس www.kurdelectric.com درج می‌گردد

ارائه کد کاربری ثبت نام در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات جهت درج اطلاعات برنده مناقصه الزامی می‌باشد.

هزینه درج دو نوبت آگهی بعهده برندگان مناقصه میباشد.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه، در اسناد مناقصه مندرج است.

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت توانیر (WWW.tavanir.org.ir) شرکت توزیع برق (www.kurdelectric.com) یا سایت پایگاه ملی مناقصات (www.iets.mporg.ir) مراجعه و یا با شماره تلفن های ۰۸۷-۳۳۲۸۳۶۰-۱۰ داخلی ۲۰۵۴ و ۲۰۵۵ تماس حاصل فرمایید

رئیس سازمان بورس:
هم‌اکنون بورس ایران عضو ناظر
آیسکو است

شاپور محمدی درباره شرایط سرمایه‌گذاری خارجی در بازار سرمایه کشور گفت: بازار سرمایه کشور برای حرکت به سمت بین‌المللی شدن باید عضو نهادهای بین‌المللی مانند آیسکو باشد، البته هم‌اکنون بورس ایران عضو ناظر این نهاد بین‌المللی است. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از برنامه این سازمان برای تبدیل عضو ناظر آیسکو به عضو عادی خبر داد و اظهار کرد: امیدواریم این برنامه به سرعت عملیاتی شود. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار همچنین از برنامه‌ریزی برای افزایش میزان سرمایه‌گذاری خارجی از طریق سرمایه‌گذاری در سبب دارایی خیر داد و گفت: هم‌اکنون بیش از ۲ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری خارجی در بازار سهام انجام شده که بیشتر آن پس از برجام بوده است. سخنگوی سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: بر اساس برنامه‌ریزی‌ها قرار است سرمایه خارجی بیشتری در بازار سرمایه جذب شود و به سمت بین‌المللی شدن گام برداریم. وی ادامه داد: سازمان بورس همچنین پیگیری‌هایی را برای ارائه اطلاعات بازار سهام در سایت‌های بین‌المللی ایران صورت داده و مرکز مالی ایران نیز در این زمینه اقدامات زیادی انجام داده است.

بورس کالا

عرضه پلی استایرن انبساطی در بورس کالا

مدیرعامل پتروشیمی گروه انتخاب از عرضه محصول پلی استایرن انبساطی در بورس کالا خبر داد و گفت: راه‌اندازی پتروشیمی پلی استایرن انتخاب با سرمایه‌گذاری ۱۰۰ درصدی بخش خصوصی علاوه بر تأمین کل نیاز کشور، امکان خودکفایی از واردات این محصول را مهیا کرده و ایران را به یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان این محصول در دنیا تبدیل کرده است. مهران تربیت، مدیرعامل پتروشیمی گروه انتخاب با بیان اینکه به منظور استفاده از پتانسیل‌های مناسب بورس کالا اقدام به پذیرش محصول پلی استایرن انبساطی در بورس کالا کرده‌ایم، گفت: با توجه به امکان تأمین کل مصرف کشور و همچنین پتانسیل‌های بالای صادرات این محصول و همچنین جلوگیری از حضور واسطه‌ها و افزایش کاذب قیمت محصول اقدام به پذیرش آن در بورس کالا شد. وی افزود: با این اقدام امکان عرضه با قیمت شفاف و رقابتی به مصرف‌کنندگان واقعی نهایی وجود داشته و همچنین ارتباط مستقیم شرکت با مصرف‌کنندگان نهایی و دریافت نظرات بهبود آنها در کیفیت و بهینه کردن قیمت مدنظر از جمله منافع اقتصادی این اقدام است. به گفته وی، بهره‌مندی از تسویه نقدی و دریافت وجه کالا از طرف اتاق معاملات بورس کالا اطمینان بهتری برای شرکت پدید می‌آورد.

بورس بین‌الملل

پیسی به بورس نزدک مهاجرت خواهد کرد

شرکت پیسی در آخرین روز معاملاتی اعلام کرد که تصمیم دارد سهام خود را از بورس نیویورک خارج کرده و به بورس نزدک مهاجرت کند. شرکت پیسی اعلام داشت که تصمیم دارد پس از معاملات در روز ۱۹ دسامبر سال جاری، سهام خود را به بورس نزدک ببرد و از این پس معاملات سهام خود را در این بورس ادامه دهد. بر اساس این گزارش، پیسی اعلام داشت هیچ تغییری در نماد شرکت و گزارش‌های آن ایجاد نشده است و پیسی همچنان با نماد PEP معامله خواهد شد. جیمی کالفیلد، مدیر ارتباط با سرمایه‌گذار این شرکت در این خصوص اظهار داشت: بسیار خرسندیم که پیسی به جمع شرکت‌هایی در بورس نزدک اضافه خواهد شد که همه از اعتبار بالایی برخوردار هستند. وی ادامه داد: اطمینان داریم که ورود پیسی به نزدک این امکان را برای شرکت ما فراهم می‌کند که با استفاده از پرتفوی نزدک و ابزارهای معاملاتی این بازار، هزینه‌های بهره‌وری را تعدیل کرده و ارتباط بیشتر با سرمایه‌گذاران برای پیسی ایجاد شود. این مدیر شرکت پیسی در ادامه بیان داشت: می‌خواهم همین جا از بورس نیویورک به دلیل تلاش‌ها و ارزش‌های بالای همکاری با آن تشکر کنم. نوشیدنی‌های پیسی یک بلیون بار در روز در ۲۰۰ کشور مختلف به فروش می‌رسد. درآمد خالص این شرکت در سال ۲۰۱۶ ۲۰۱۶ میلیارد دلار به ۳۳ میلیارد دلار اضافه شده است که آن هم به دلیل ادغام با نوشیدنی‌های پیسی کولا، فریتو لی، تروپیکانا و گاتورید بوده است. شرکت پیسی دارای ۲۲ برند مختلف است که هر کدام از این برندها از خودفروشی روزانه یک میلیارد دلار به دارایی‌اش می‌افزایند. شرکت پیسی در سال ۲۰۱۳ پس از نستله، در رتبه دوم فهرست بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نوشیدنی و مواد غذایی قرار گرفت.

شاخص کل بورس هفته را سبزپوش آغاز کرد

نمادهای خودرویی در تیررس تکنیکالیست‌ها



سیدمحمدصدر الغروی
sadrlogharavi@yahoo.com

۱۳۲ میلیارد تومان را تجربه کرد و حجم معاملات به عدد ۲۹۵ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. از جمله نمادهای تاثیرگذار در آیفکس می‌توان به فولاد هرمزگان جنوب، پتروشیمی مارون و شرکت آهن و فولاد ارفع اشاره کرد.

اقبال حقیقی‌ها به گروه خودرو

بورس تهران در حالی شاهد معاملاتی متعادل اما کم‌حجم در کلیت بازار سهام بود که روند تکنیکالی قیمت سهام خودرویی‌ها باعث شد تا همسو با پرچم‌تر شدن معاملات سهام در این گروه با اقبال خریداران حقیقی همراه باشد. هم‌زمان در گروه اطلاعات و ارتباطات در حالی حجم معاملات سهام در این نماد به اندکی بیش از ۳ میلیون سهم رسید که صف خرید کمتر از ۱۱۰ میلیون سهمی در این نماد خودنمایی می‌کرد. در نماد معاملاتی آلومینیوم ایران نیز تقابل عرضه و تقاضای سهام در ثبت کامل قیمتی در حالی به معامله بیش از ۱۰۵ میلیون سهم در این نماد معاملاتی انجامید. در نماد فولاد مبارکه اصفهان نیز بازارگردانی سهام و معاملات درون‌گروهی باعث شد قیمت این سهم در دامنه نوسان مثبت قیمتی بسته شود. در معاملات روز شنبه بازار سهام بازاری متعادل و کم‌حجم بود، هرچند معامله‌گران تکنیکال با خرید نمادهای گروه خودرویی باعث رونق معاملات در این

گروه شدند.

با گروه‌های بازار سهام

روز شنبه بیشتر سهم‌ها در گروه خودرو با روند افزایشی در قیمت پایانی مواجه شدند. در گروه خودرو اکثریت نمادها روند افزایشی در قیمت پایانی را تجربه کردند. در این گروه ۲۲۸ میلیون سهم به ارزش بیش از ۲۶ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در دادوستدهای روز شنبه بورس تهران نیمی از نمادهای فلزی روند رو به افزایشی در قیمت پایانی را تجربه کردند. در این گروه ۱۶۳ میلیون سهم به ارزش به ارزش ۳۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان مورد دادوستد قرار گرفت. در گروه استخراج کانه‌های فلزی روند قیمت سهم‌ها عمدتاً کاهش‌ی بود. در این گروه ۳۱ میلیون سهم به ارزش بیش از ۷ میلیارد تومان مورد دادوستد قرار گرفت. ارزش معاملات بورس تهران نیز به رقم ۱۷۲ میلیارد تومان رسید که این رقم ناشی از دست به دست شدن ۸۷۹ میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۶۲ هزار و ۴۴۷ تویت دادوستد بود.

استقبال بورس‌های جهانی از آمار اقتصادی مثبت

والاستریت و سایر بازارهای سهام بزرگ جهانی به دنبال افزایش اشتغال در آمریکا، رشد قابل توجهی را به ثبت رساندند. روند اشتغال‌زایی آمریکا در نوامبر آماری

قوی را به جا گذاشت. هرچند که افزایش دستمزدها که می‌تواند به بالا رفتن نرخ تورم کمک کند، متعادل ماند. اخبار خوب اقتصادی از چین و ژاپن نیز در کنار افزایش مشاغل در آمریکا، منجر به صعود بازارهای آسیایی شد. شاخص FTSEurofirst ۳۰۰ به دنبال انتشار اخباری مبنی بر پیشرفت در مذاکرات برگزیت بین انگلیس و اتحادیه اروپا، ۰.۷۴ درصد رشد کرد. شاخص «داو جونز ایندناستریال اورجین» با ۱۱۷.۶۸ واحد افزایش (معادل ۰.۴۹ درصد) به ۲۴,۳۲۹.۱۶ واحد، شاخص «اس اند پی ۵۰۰» با ۱۴.۵۲ واحد افزایش (۰.۵۵ درصد)، به ۲,۶۵۱.۵ واحد نزدک کامپوزیت با ۲۷.۲۴ واحد افزایش (۰.۴ درصد)، به ۶,۸۴۰.۰۸ واحد افزایش یافت. در بازارهای جهانی سرمایه‌گذاران همچنان به رصد لایحه مالیاتی آمریکا که مالیات شرکت‌های بزرگ را کاهش خواهد داد ادامه می‌دهند. یکی دیگر از عوامل موثر در روند صعودی بورس‌های جهانی، موافقت کنگره با تصویب بودجه موقتی بود. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا، قانون تأمین بودجه موقت دولت به مدت دو هفته را امضا کرد. از نکات مهم معاملات بورس‌های جهانی اینکه در اروپا، شاخص بانک‌های SX7P پس از آنکه رگولاتورهای مالی پس از مدت‌ها بر سر هماهنگ کردن مقررات بانکداری جهانی به توافق رسیدند، ۲.۲ درصد رشد کرد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

شیشه و گاز در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که کارخانجات تولیدی شیشه رازی در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کگاز	۳,۹۸۸	۱۰.۴۱
کراری	۲,۱۲۲	۵
های وب	۵,۲۸۵	۴.۹۹
فایرا	۱,۸۳۹	۴.۹۱
رتکو	۱۱,۸۲۵	۴.۷۴
خمهر	۱,۵۰۷	۴.۵۸
خزر	۱,۰۸۵	۴.۴۳

بیشترین درصد کاهش

موتورسازان تراکتورسازی ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. کاشی الوند در رده دوم این گروه ایستاد. ذغال سنگ نگین طبس هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خموتور	۴,۹۰۱	(۴.۸)
کلوند	۲,۷۰۰	(۴.۶۹)
کطیس	۳,۰۲۷	(۴.۵۴)
شغارس	۲,۱۰۶	(۴.۳۷)
فسرب	۲,۵۱۲	(۴.۱۶)
لسرما	۲,۷۹۳	(۳.۷۹)
قشکر	۲,۱۴۹	(۳.۵۵)

پرمعامله ترین سهم

آلومینیوم ایران پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. پارس خودرو در رده دوم این گروه ایستاد. سایپا هم در رده های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
فایرا	۱۸۳۹	۱۱۶,۳۵۹
خیارس	۸۷۴	۴۹,۰۶۸
خسایا	۱۰۳۶	۴۱,۸۹۲
خزامیا	۷۳۲	۳۲,۶۰۰
صنعت	۳۹	۳۰,۰۰۰
وسایا	۷۸۰	۲۹,۲۶۰
وخارزم	۸۹۸	۲۴,۶۹۷

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را آلومینیوم ایران به خود اختصاص داد. ایران خودرو رتبه دوم را به دست آورد. پالایش نفت اصفهان هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فایرا	۱۸۳۹	۲۱۴,۰۳۳
خودرو	۲۸۱۰	۴۶,۳۰۴
شپنا	۴۰۹۶	۴۵,۳۰۲
خسایا	۱۰۳۶	۴۳,۳۸۶
خیارس	۸۷۴	۴۲,۸۹۳
فولاد	۲۷۳۸	۳۴,۷۰۱
مرقام	۴۴۰۱	۲۸,۰۴۸

بیشترین سهام معامله شده

پارس خودرو در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که آلومینیوم ایران در این گروه دوم شد و سایپا در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خیارس	۸۷۴	۳۰۷۴
فایرا	۱۸۳۹	۳۰۱۷
خسایا	۱۰۳۶	۲۷۹۴
خزامیا	۷۳۲	۱۹۵۳
فاراک	۱۰۹۴	۱۸۷۸
خودرو	۲۸۱۰	۱۸۵۰
وسایا	۷۸۰	۱۸۱۱

پالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته تولید محور خودرو به دست آورد. سایپا شیشه در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
خمجور	۲۲۰۱	۱۱۰۰
کسایا	۱۳۸۰	۶۹۰
کحافظ	۳۳۰۴	۶۶۱
خکمک	۱۰۵۹	۵۳۰
شپارس	۱۹۲۶	۴۸۲
قثابت	۱۹۴۷	۳۸۹
خریخت	۱۱۳۷	۳۷۹

کمترین نسبت P/E

روز گذشته شیشه و گاز در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری خوارزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
کگاز	۳۹۸۸	۱.۶۷
وخارزم	۸۹۸	۲.۳۹
واعتبار	۱۴۵۲	۲.۶۹
پارسپان	۱۵۵۲	۳.۳۲
وصنا	۱۰۱۹	۳.۳۷
پردیس	۱۱۳۷	۳.۴۰
ویانک	۱۹۷۲	۳.۷۶



یادداشت

اقبال به خودرویی‌ها در پس استراحت گروه‌های ارزمحور

گروه خودرویی چقدر تلاطم داشته باشد به میزان سودآوری شرکت‌ها برمی‌گردد. بازار در مقطع فعلی فقط به سودآوری شرکت‌ها چشم دوخته است بنابراین اگر قرار باشد خودروسازها روند رونق خود را ادامه دهند نیازمند ارائه گزارش‌های قوی و بنیادی هستند که حاکی از تحول در این صنعت باشد در غیر این صورت نوسان‌های مثبت در حد معمول خواهد بود.

نمایشگاه خودرو از برخی محصولات جدید گروه ایران خودرو، سایپا و بهمن رونمایی شد که طبیعتاً قطعه‌سازها در این فرآیند می‌توانند فعالیت‌های جدید داشته باشند اما نکته اصلی در اقبال به گروه خودرویی می‌تواند ضرورت اصلاح گروه‌هایی باشد که طی سال جاری رشد خوبی کردند اما گروه خودرویی در همین دوره افت سنگین و اصلاح زیادی داشته است. اینکه روند مثبت

فاز استراحت شوند که این دوره فرصت مناسبی برای گروه‌هایی است که از بازار عقب مانده‌اند. گروه‌هایی که طی سال جاری در عین پتانسیل اصلاح قیمتی خوردند مانند خودرویی‌ها و قطعه‌سازها بازار را هم‌اکنون متوجه خود کرده‌اند. بخشی از این اقبال بابت اصلاحات زیاد است و بخشی از آن به رونمایی و معرفی محصولات جدید گروه‌های خودروسازی در نمایشگاه خودرو برمی‌گردد. در



ولید هلالات
مدیر تحلیل کارگزاری اقتصاد پیدار

گروه‌ها و سهام ارزمحور و مرتبط با بازار جهانی طی سال جاری رشد خوبی را تجربه کردند و اکنون که زمان بودجه‌نویسی و گزارش‌های ۹ ماهه نزدیک شده، طبیعی است حرکت آرام‌تری داشته باشند و وارد

عملکرد بهتر سیمانی‌ها نسبت به گذشته

فروش یک میلیون و ۵۰۳ هزار و ۱۹۸ تن سیمان با نرخ فروش ۸۰۹ هزار و ۳۰۱ ریال به ازای هر تن شد. این در حالی است که مقدار و نرخ فروش سیمان در اولین بودجه شرکت یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن است. شرکت سیمان ارومیه در شش‌ماه نخست سال جاری موفق به فروش ۸۰۷ هزار و ۴۰۱ تن سیمان به نرخ یک میلیون و ۹۶ هزار و ۹۳۶ ریال به ازای هر تن شده است که نشان از وضعیت خوب فروش شرکت دارد. عمده دلایل رکود حاکم بر بازار سیمان و کاهش قیمت‌ها را می‌توان چالش‌های کلان اقتصادی حاکم بر کشور دانست. با این وجود باید خاطر نشان کرد که این میزان از عملکرد در فصل گرم سال که بیشترین میزان

۱۵۹ میلیارد و ۸۷۰ ریال در نظر گرفته است. اگرچه شرکت موفق به پوشش حدوداً ۵۰ درصدی مقدار فروش بودجه ۱۳۹۶ خود شده است اما نرخ فروش هر تن سیمان شرکت به میزان یک میلیون و ۱۰۸ هزار و ۱۷۵ ریال بوده است. در بررسی شرکت‌های تولیدکننده مرزی نسبت به دیگر کارخانه‌ها بهتر بوده است. به عنوان مثال شرکت سیمان ارومیه یکی از تولیدکنندگان سیمان کشور است که قادر به پوشش ۸۱ درصدی بودجه ۱۳۹۶ در شش‌ماه اول سال جاری و همچنین تعدیل مثبت ۱۰ درصدی نسبت به اولین پیش‌بینی درآمد خود شده است. «ساروم» در سال مالی گذشته موفق به

محمد گرچی آرا
کارشناس بازار سهام

شرکت‌های سیمانی و بورسی واقع در استان تهران در اولین بودجه سال ۱۳۹۶، میزان تولید سالانه سیمان را با کاهش ۴ درصدی نسبت به سال ۱۳۹۵ برابر با ۲ میلیون و ۳۰۶ هزار و ۴۷۸ تن در نظر گرفته‌اند که عملکرد شش‌ماهه شرکت‌ها حاکی از پوشش ۵۲ درصدی تولید است. به عنوان مثال نرخ فروش هر تن سیمان «ستران» در سال مالی ۱۳۹۵ در حالی برابر با یک میلیارد و ۱۹ میلیون و ۸۴۱ هزار ریال بود که این شرکت در بودجه سال ۱۳۹۶ نرخ سیمان را با ۴۶ درصد افزایش به میزان یک میلیون و

منبع: سنا



زیرساخت‌های صادراتی در کشور باید تقویت شود

مدیرکل توسعه صادرات محصولات صنعتی و معدنی سازمان توسعه تجارت گفت بسیاری از زیرساخت‌های صادراتی کشور باید تقویت شوند. به گزارش مهر، مسعود کمالی روز شنبه در نخستین میز کشوری محصولات شوینده در قزوین اظهار کرد: در استان قزوین قدم‌های خوبی در حال وقوع است و سازمان توسعه تجارت آمادگی دارد در زمینه رفع مشکلات زیرساخت‌های صادراتی شوینده مساعدت کند. وی افزود: در حوزه صادرات در دو بخش داخلی و بین‌الملل باید اقدام شود تا کارها شتاب بگیرد. در بخش داخلی مشکلات زیرساخت داریم و تقویت زیرساخت‌ها و جاده ضروری است. کمالی بیان کرد: در مشکلات داخلی باید زیرساخت‌ها و تجهیزات گمرک تقویت و جاده ایمن و کمبودها جبران و تسریع در روند اجرا هم جدی گرفته شود. وی گفت: بسیاری از دستگاه‌های اجرایی کارآمد نیستند و تولیدکنندگان ناراضی هستند و این روند باید اصلاح شود.

مدیرکل توسعه صادرات محصولات صنعتی و معدنی سازمان توسعه تجارت افزود: فرآیند صادرات بسیار پیچیده و فنی است و به زمان نیاز دارد، اما همه دستگاه‌ها باید دست به دست هم دهند تا کارها روان شود. خوشبختانه مشکلات مالیاتی در استان قزوین به حداقل رسیده که از مدیر امور مالیاتی باید تقدیر شود. کمالی یادآور شد: نقش صنعت شوینده‌ها در اشتغال و سلامت مردم تعیین‌کننده است و باید مورد حمایت جدی قرار گیرد.

در این جلسه منوچهر حبیبی، معاون اقتصادی استانداری قزوین، کشاورز رئیس اتاق بازرگانی، پورامیدی مدیرکل مالیات، زکی‌زاده مدیرکل دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری و جمعی از تولیدکنندگان شاخص شوینده‌های استان و کشور حضور داشتند و مشکلات تولیدکننده‌ها مطرح شد. افزایش ۱۲ درصدی مواد اولیه پتروشیمی، تأخیر در پرداخت ارزش افزوده، ثابت ماندن قیمت ارز، گرانی و فرسوده بودن شبکه حمل و نقل و طولانی شدن روند کارها در ادارات دولتی از مهم‌ترین مشکلات مطرح شده در اولین همایش میز کشوری شوینده در قزوین است. یکی دیگر از مشکلات این است که دولت در هر اداره برای کسب درآمد خود تصمیم می‌گیرد در حالی که مانند دیگر کشورها باید دولت خود را همراه با بخش خصوصی بداند و تصمیماتی بگیرد که بخش خصوصی بهره‌مند شود.

سرمایه‌گذاری ۳۰ میلیون دلاری آمریکا در فناوری پیشرفته هسته‌ای

وزیر انرژی آمریکا اعلام کرد که این کشور ۳۰ میلیون دلار را به توسعه فناوری پیشرفته هسته‌ای اختصاص داده است. به گزارش ایسنا به نقل از پایگاه خبری ورلد نوکلید، وزارت انرژی آمریکا ۳۰ میلیون دلار را صرف توسعه فناوری هسته‌ای پیشرفته در آمریکا کرد. این بودجه در سال مالی ۲۰۱۸ آمریکا و در یک دوره پنج ساله مورد استفاده قرار خواهد گرفت. بودجه‌های دیگری نیز پس از بررسی کنگره به این امر اختصاص می‌یابد. ریک پری، وزیر انرژی آمریکا گفت: این سرمایه‌گذاری‌های اولیه در بخش انرژی پیشرفته هسته‌ای از یک صنعت هسته‌ای بومی قدرتمند در آمریکا حمایت می‌کند. این سرمایه‌گذاری‌ها گامی مهم برای تضمین بهره‌وری مردم آمریکا از انرژی پاک هسته‌ای است. او افزود: وزارت انرژی از شرکت‌های هسته‌ای آمریکا می‌خواهد تا بار دیگر آژانس‌های فدرال آزمایشگاه‌ها، موسسات آموزش عالی برای تبادل تخصص و تجربه همکاری کنند تا با موفقیت این فناوری نوپا را توسعه دهند.

آمادگی شرکت چینی برای سرمایه‌گذاری ۴۵۰ میلیون دلاری در گلستان

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان گلستان از آمادگی یک شرکت چینی برای سرمایه‌گذاری ۴۵۰ میلیون دلاری در منطقه ویژه اقتصادی گلستان (اترک) خبر داد.

به گزارش ایسنا به نقل از روابط عمومی شرکت شهرک‌های صنعتی گلستان، حجت‌الله خلیل‌زاده در نشست با سرمایه‌گذاران چینی اظهار کرد: این سرمایه‌گذاری در سه فاز به مساحت ۳۰ هکتار در منطقه ویژه اقتصادی گلستان ایجاد خواهد شد.

وی با اشاره به اینکه براساس اعلام سرمایه‌گذار چینی، عمده محصولات تولیدی این واحد صنعتی، صادراتی خواهد بود، تصریح کرد: این سرمایه‌گذاری در زمینه تولید فرآورده‌های معدنی استرانسیوم نظیر کربنات و نترات استرانسیوم است.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان گلستان از آمادگی کامل این شرکت در زمینه جذب سرمایه‌گذاری خارجی در منطقه ویژه اقتصادی اترک با تأمین امکانات زیربنایی خبر داد و افزود: شرکت شهرک‌های صنعتی استان گلستان، تمامی امکانات و تلاش‌های خود را برای استقرار این واحد تولیدی در منطقه ویژه اقتصادی به کار خواهد گرفت.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت سیستان و بلوچستان گفت که براساس برنامه هدف‌گذاری‌شده در زمینه صادرات در برنامه ششم توسعه اقتصادی امسال باید صادرات کالای استان ۵۴۰ میلیون دلار باشد که ان‌شاءالله تا پایان امسال این امر محقق خواهد شد.

به گزارش ایسنا، نادر میرشکار در شورای صنعت و معدن استان افزود: طی هشت ماهه سال جاری تراز تجاری استان مثبت بوده است.

رئیس سازمان صنعت و معدن استان در ادامه با اشاره به اینکه سیمان، مصالح ساختمانی، تخم گشنیز، خرما و محصولات کشاورزی و شیلاتی از جمله محصولات صادراتی استان است، گفت: بیشتر صادرات از بازارچه‌های مرزی به‌ویژه میلک صورت گرفته و این نشان‌دهنده این است که رویکرد بازارچه‌ها ما صادراتی است. میرشکار در ادامه با اشاره به موقعیت مناسب استان در خصوص معدن و ذخایر معدنی نیز گفت: ظرفیت‌های معدنی استان از مزیت‌های اقتصادی استان به شمار می‌رود که پیشنهاد شده مسئولان استانی در تصمیم‌گیری برای ایجاد زیرساخت‌ها و توسعه منطقه‌ای و همچنین هدایت درست سرمایه‌گذاران، به این بخش توجه ویژه کنند.

این مسئول در ادامه مهم‌ترین ذخایر معدنی استان را معادن مصالح ساختمانی، سنگ‌های تزئینی و نما، آهن، آنتیمون، تیتانیوم، منیزیت، گل

برنامه‌ریزی برای صادرات ۵۴۰ میلیون دلاری کالا از سیستان و بلوچستان



سفید، کرومیت، مس و منگنز برشمرد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همچنین به معدن مس چهل کوره استان نیز اشاره کرد و افزود: ذخیره قطعی معدن مس چهل کوره براساس پروانه بهره‌برداری ۱۵ میلیون تن کانسنگ مس است.

میرشکار بیان کرد: این معدن دارای دو تونل زیرزمینی و مجموع مترآژ تونل‌های معدن ۳ هزار متر است و در حال حاضر نیز کار استخراج از این معدن در حال

در همه ابعاد است و هم‌اکنون شاهد این هستیم که ۹۸درصد افراد شاغل از جمله نیروهای متخصص، کارگری، مدیرپروژه بومی استان و به‌ویژه منطقه گراغه نصرت‌آباد در این مجتمع مشغول فعالیت هستند.

میرشکار گفت: نگاه ما به بخش معدن پس از اکتشاف و استخراج، ایجاد صنایع معدنی است تا مواد معدنی در استان فرآوری شوند و بتوان اشتغال مناسبی را در این زمینه برای افراد بومی همان منطقه ایجاد کنیم.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت سیستان و بلوچستان گفت: این استان دارای ظرفیت‌های بسیار خوبی در زمینه صادرات و تجارت با کشورهای منطقه است که باید از این موقعیت‌ها به بهترین شکل استفاده کرد.

نادر میرشکار اظهار کرد: باید ظرفیت‌های سیستان و بلوچستان را برای افزایش صادرات به کشورهای همسایه افزایش دهیم.

وی با بیان اینکه به کشورهای مثل افغانستان، پاکستان، عمان، چین و کشورهای حاشیه خلیج‌فارس صادرات داشته‌ایم، گفت: سیستان و بلوچستان بهترین بازارهای منطقه را در اختیار دارد که باید از این ظرفیت برای افزایش صادرات استفاده کرد.

وی بیان کرد: دولت باید شرایط زیرساختی و قوانین صادرات را برای افزایش مبادلات تجاری با کشورهای همسایه روان‌سازی کند.

نیروگاه‌های برق چقدر گاز و نفت می‌بلعند؟

براساس آخرین آمار، سالانه ۷۰ میلیارد لیتر نفت و ۷۰میلیارد مترمکعب گاز صرف تولید برق در نیروگاه‌ها می‌شود که براساس گفته کارشناسان حوزه انرژی، به‌راحتی می‌توان با کاهش تلفات فنی و غیرفنی انرژی برق و صرفه‌جویی در مصرف، بخش قابل توجهی نفت و گاز صرفه‌جویی کرد.

به گزارش ایسنا، مصرف برق ارتباط مستقیم با مصرف گاز و نفت دارد و با توجه به اینکه ۹۴درصد از کل برق تولیدشده با استفاده از سوخت‌های فسیلی است، بنابراین صرفه‌جویی در مصرف برق، در ایجاد مختلف، بر کاهش مصرف سوخت نیز تأثیرگذار خواهد بود. در این بین همراهی دولت و مجلس برای بهینه‌سازی وسایل اندازه‌گیری مصرف انرژی برق بسیار مهم است. آرام کردی، مدیرعامل توانیر

معتقد است که امروز تمام طرح‌ها به شکل پایلوت انجام می‌شود حال آنکه باید با یک هدف‌گذاری مناسب و با همراهی بخش خصوصی، این اقدام به شکل کلان اجرایی شود. از سوی دیگر بخش‌های برنامه‌ریزی در حوزه نفت و گاز باید پیش‌بینی از آینده مصرف گاز و توان تأمین آن برای مصارف گوناگون را ارائه دهد. وزارت نیرو تنها بهره‌بردار است و به همین دلیل حدود ۵۶میلیارد مخزن سوخت مایع در اختیار دارد که به دستور پدافند غیرعامل ساخته شده و وزارت نفت

نمایشگاه تجاری چاینا هوم لایف به ایران آمد

ثبت‌نام برای حضور در بزرگ‌ترین نمایشگاه تجاری چین در تهران آغاز شد

و هدایا است. می‌توانید در وب سایت نمایشگاه تمامی دسته‌بندی‌ها را مشاهده کنید. در نهایت از میان شرکت‌کنندگان این نمایشگاه یک نفر نیز به قید قرعه برنده سفر شانگهای خواهد شد.

اقدام خوب و تجربه موفق در همکاری بانک توسعه صادرات و بانک مجارستانی

وزیر اقتصاد کشورمان همکاری بانک توسعه صادرات ایران با یک بانک مجارستانی را «اقدام خوب» و «تجربه موفق» ارزیابی کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک توسعه صادرات، دکتر کرباسیان در دیدار با وزیر اقتصاد جمهوری مجارستان گفت: اقدامات خوبی بین بانک‌های دو کشور در زمینه ریفینانس انجام شده که از جمله تجربه‌های موفق می‌توان به همکاری بانک توسعه صادرات ایران با یک بانک مجارستانی اشاره کرد که کمک می‌کند تجار و صنعتگران راحت‌تر بتوانند مبادلات تجاری خود را انجام دهند.

اشاره وزیر اقتصاد کشورمان به امضای یادداشت تفاهم سال گذشته بانک توسعه صادرات ایران و اگزیم بانک مجارستان است که به منظور افزایش مبادلات تجاری بین دو کشور یک خط اعتباری به ایران اختصاص یافته است. این خط اعتباری ۸۵میلیون یورویی می‌تواند در اجرای پروژه‌های اقتصادی مشترک مورد استفاده قرار گیرد.



پای نمایشگاه تجاری چاینا هوم لایف به تهران رسید

امسال بیش از ۹۰۰ تولیدکننده برتر چینی در تاریخ ۲۳ آذر برای برپایی نمایشگاه تجاری چاینا هوم لایف به تهران و مجموعه نمایشگاهی شهرآفتاب می‌آیند. این نمایشگاه فرصتی طلایی برای تجارت و مذاکره بدون واسطه با تولیدکنندگان چینی است. تفاوت عمده این نمایشگاه با سایر نمایشگاه‌های مشابه، امکان ملاقات VIP با تأمین‌کنندگان چینی است.

علاقه‌مندان باید جهت حضور و رزرو قرار ملاقات با تأمین‌کنندگان مورد نظر خودشان به وب سایت چاینا هوم لایف



۵۶درصد اهداف صادراتی فولاد محقق شد

آمار اعلام شده از سوی شرکت‌های بزرگ فولادسازی ایران نشان می‌دهد که بیش از ۵۶درصد از اهداف صادراتی بخش فولاد در سال جاری فقط توسط ۹ فولاد ساز بزرگ محقق شده و نسبت به سال گذشته ۲۷درصد افزایش داشته است.

به گزارش ایسنا، آمار صادرات فولاد ایران نشان می‌دهد که فولادسازان ایرانی از ابتدای فروردین تا پایان آبان ماه ۴میلیون و ۵۶۶هزار و ۳۱۸تن فولاد خام و محصولات فولادی صادر کردند که این رقم معادل حدود ۵۶.۲۵ درصد کل هدف‌گذاری صادرات فولاد تا پایان سال است.

این آمار نشان می‌دهد که صادرات فولاد در هشت ماهه نخست امسال نسبت به سال گذشته بیش از ۲۷درصد افزایش داشته است و واحدهای صادرکننده فولاد شامل فولاد مبارکه، ذوب‌آهن اصفهان، فولاد خوزستان، فولاد اکسین، فولاد هرمزگان، فولاد آلیاژی ایران، فولاد آذربایجان، فولاد خراسان و فولاد کاوه جنوب هستند.

براساس اعلام شرکت‌های فولادی و آمار ماهانه صادرات ۹ شرکت بزرگ فولادسازی ایران در آبان ماه امسال ۵۸۴هزار و ۸۴۷تن فولاد خام صادر شد که در این ماه ۵۷درصد رشد نسبت به زمان مشابه در سال گذشته اتفاق افتاد.

این آمارها در حالی است که بر اساس گفته مهدی کرباسیان، رئیس هیأت عامل سازمان توسعه و نوسازی معدن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو) و بر اساس هدف‌گذاری‌های انجام شده فولاد خیز خود را برای صادرات ۸میلیون تن محصول در سال جاری برداشته و قرار است تا پایان سال اعداد هدف‌گذاری شده برای صادرات فولاد محقق شود.

چگونه جلوی افزایش شدید

قیمت کاغذ گرفته خواهد شد؟

جهت جلوگیری از روند ادامه‌دار بالارفتن قیمت کاغذ، چنانکه از ابتدای سال جاری تاکنون با افزایش ۲۵درصدی این محصول روبه‌رو بوده‌ایم تصمیماتی در راستای جلوگیری از روند تند افزایش قیمت آن طی چندماهه اخیر اتخاذ شد.

پس از آنکه رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران در گفت‌وگو با ایسنا از گرانی ۲۵درصدی کاغذ از ابتدای سال جاری تاکنون خبر داد و اعلام کرد که شب قیمت این محصول طی سه ماهه اخیر با افزایش چشمگیری روبه‌رو بوده است، وزارت صنعت، معدن و تجارت در واکنش به این مسئله تصمیماتی را در جهت جلوگیری از روند تند افزایش قیمت کاغذ و حفظ شرایط بازار عرضه آن اتخاذ کرد.

ابوالفضل روغنی گلپایگانی، رئیس سندیکای تولیدکنندگان کاغذ و مقوای ایران هفته گذشته با اعلام افزایش ۲۵درصدی قیمت کاغذ طی سال جاری پنج علت حذف ارز مبادله‌ای برای کاغذ وارداتی، بالارفتن نرخ ارز، شرایط نامناسب تولیدکنندگان کاغذ و کاهش قابل تأمل محصولات آنها، کاهش ثبت سفارش و افزایش قیمت خمیرکاغذ در بازار جهانی را عوامل گرانی این محصول دانست.

وی با انتقاد از شرایط نامناسب تولید کاغذ در ایران اظهار کرد که متأسفانه ارز مبادلاتی به اقدام وارداتی غیرمناسب و غیرضروری اختصاص یافته و علاوه بر این واردکنندگان از پرداخت ۹درصدی مالیات بر ارزش افزوده معاف شدند که این مسئله با توجه به الزام تولیدکنندگان به پرداخت ۹درصدی مالیات بر ارزش افزوده رقابت نابرابری را بین محصولات داخلی و وارداتی ایجاد کرده است. پس از اعلام رسمی خبر گرانی کاغذ وزارت صنعت، معدن و تجارت در واکنش به این مسئله از ساماندهی بازار کاغذ خبر داد و پنج راهکار عدم صدور مجوز جهت افزایش تعرفه واردات کاغذ، تخصیص ارز مبادلاتی به میزان مورد نیاز برای واردات کاغذ، تکلیف به تولیدکنندگان و تجار جهت تأمین نیاز بازار، تدوین طرح جامع تنظیم بازار کاغذ و حمایت از تولیدکنندگان جهت به‌روزرسانی تجهیزات با پیگیری دولت در راستای تخصیص منابع را به عنوان اصلی‌ترین مسائل و تصمیمات جهت جلوگیری از افزایش ادامه‌دار قیمت بازار کاغذ اعلام کرد.

حلال باید منتظر ماند و دید که با راهکارها و تصمیمات وزارت صنعت، معدن و تجارت در راستای جلوگیری از افزایش قیمت کاغذ و نیز ساماندهی بازار تولید و واردات این محصول تا پایان سال شاهد گرانی قیمت این محصول خواهیم بود یا خیر، چراکه کاغذ به عنوان یک محصول ویژه در جدی‌پی و رشد اقتصادی تأثیر بسزایی دارد و باید در ارتباط با ساماندهی بازار آن چاره‌اندیشی شود.



خودرو خریدن ممنوع می شود!

درحالی که خودروهای داخلی هر روز گران تر و کیفیت آنها هر روز بدتر می شود، افزایش ۲۰ درصدی تعرفه واردات خودرو عملا به خوددرو خریدن مردم منجر خواهد شد. بازار خودروی ایران که به یکی از مشکلات طولانی مدت و ظاهرا لاینحل مردم تبدیل شده در حال افتادن در گرداب دیگری است و قرار است حلقه محاصره مردم به وسیله دولت و مجلس تنگ تر شود. بر اساس پیش نویس دستورالعمل واردات خودرو که در انتظار امضای اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور است، ممنوعیت واردات خودروهای با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی سی (خودروهای لوکس و میلیاردری) به ایران لغو خواهد شد. به این ترتیب تغییرات گسترده ای در معیار واردات خودروهای لوکس ایجاد می شود. تاکنون حقوق ورودی خودروهای زیر ۱۵۰۰ سی سی ۴۰ درصد و خودروها با حجم موتور زیر ۲۵۰۰ سی سی ۵۰ درصد و همچنین واردات خودرو با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی سی ممنوع بوده است. طبق دستورالعمل جدید، خودروهایی با قیمت ۳۰ تا ۴۰ هزار دلار مشمول ۳۰ درصد تعرفه بازرگانی متعلقه خواهد شد. خودروهایی با قیمت ۴۰ تا ۵۰ هزار دلار مشمول ۵۰ درصد تعرفه بازرگانی متعلقه خواهد شد. خودروهایی با قیمت ۵۰ تا ۶۰ هزار دلار مشمول ۷۵ درصد تعرفه بازرگانی متعلقه خواهد شد و خودروهایی با قیمت بالاتر از ۶۰ هزار دلار مشمول ۱۰۰ درصد تعرفه بازرگانی خواهد شد. این تعرفه ها علاوه بر تعرفه بازرگانی کنونی است که بر واردات خودرو اعمال می شود و گرفتن کف ۳۰ هزار دلاری برای اعمال تعرفه های جدید که قیمت خودروهای متوسط در بازارهای جهانی است باعث می شود بازار داخل در حوزه واردات هم به سرنویشت تولیدات داخلی دچار شده و پسر از خودروهای بنجل مانند برندهای فرانسوی شود. با وضعیت جدید که تولیدکنندگان داخلی مسابقه کاهش کیفیت و افزایش قیمت خودرو را در پیش گرفته اند و هزینه واردات هم افزایش یافته است، دست مردم بیش از گذشته برای رسیدن به خودروهایی با کیفیت حداقلی بسته می شود و با وضعیت کنونی دولت و مجلس مشخص نیست چه کسی قرار است از حقوق مصرف کننده ایرانی دفاع کند.

بزرگ ترین سرمایه گذاری تاریخ صنعت خودروی ایران همچنان در پیچ و خم

تیری بلوره، قائم مقام زوی فرانسه که قرارداد تاریخی سرمایه گذاری کلان این شرکت در ایران را از سوی فرانسوی ها امضا کرد در سفری یک روزه با وزیر جدید صنعت، معدن و تجارت ایران دیدار خواهد کرد. به گزارش پدال نیوز، با گذشت چهار ماه از انعقاد قرارداد سرمایه گذاری زوی فرانسه با شرکای ایرانی هنوز مسیر اجرای قرارداد مشخص نیست و با کاهش شانس استفاده از شرکت بن رو در این قرارداد، طرفین باید برای بهره گیری از گزینه های جایگزین هر چه سریع تر به توافق برسند. پیچیدگی های حقوقی استفاده از شرکت بن رو و نیز قیمت بسیار بالای تملک این شرکت برای این پروژه بزرگ، شانس استفاده از شرکت بن رو برای شروع عملیات تولید را به حداقل رسانده است. در حال حاضر گزینه های مختلفی روی میز مذاکرات سه طرف قرارداد وجود دارد و با گذشت ماه ها از شروع مذاکرات و دور شدن از فضای احساسی، طرفین در تلاش هستند در شرایط جدید

منطقی تر تصمیم بگیرند. در این بین با اصرار زوی ها در استفاده از سایت تولیدی بن رو حذف مالکیت رقیب چینی احتمالی است تا ظرفیت تازه ای به دست رقیب چینی سیرینی نا پذیر در صنعت خودروی ایران نیفتد. شریعتمداری باهوش و ذکاوت مثال زدنی ادامه پیگیری این قرارداد پیچیده را به مهندس نعمت زاده سپرده است تا شانس موفقیت بزرگ ترین قرارداد تاریخ صنعت خودروی ایران بالا برود. نکته مغفول روند این قرارداد تاریخی این است که همه بازیگران بزرگ بین المللی لحظه به لحظه مسیر این پروژه را دنبال می کنند.



حباب خودروهای وارداتی بزرگ تر شد!

هفته جاری نیز مانند هفته پیش قیمت برخی خودروهای وارداتی حباب گونه و بی ضابطه افزایش یافته است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسا، قیمت سوناتا هیبرید ۳ میلیون تومان، توسان ۶ میلیون تومان، النترا ۲ میلیون تومان، سراتو ۳ میلیون تومان، ایتیمیا یک میلیون تومان، RAV4 معادل ۱۰ میلیون تومان، کولتوس ۱۰ میلیون تومان، تلیسمان ۴ میلیون تومان و نیسان ایکس تریل ۳ میلیون تومان افزایش یافته است. این وضعیت در حالی است که به گفته فعالان بازار خودرو این قیمت ها حبابی و غیرواقعی بوده و باید کاهش یابد. هفته گذشته نیز بازار خودروهای وارداتی شاهد رشد بی ضابطه قیمت ها بود. انفلور که از بازار خودرو خیز می رسد عدم عرضه خودروهای وارداتی به بازار از سوی برخی واردکنندگان خودرو دلیل رشد حبابی قیمت ها بوده است.

افشاگری رئیس اتحادیه نمایشگاه داران اتومبیل از پشت پرده گرانی خودرو



رئیس اتحادیه نمایشگاه داران اتومبیل با انتقاد از بسته شدن سامانه ثبت سفارش خودرو گفت: با بستن غیرکارشناسانه یک شبه سامانه ثبت سفارش خودرو، این کالا به کالای سرمایه ای تبدیل شد و یک عده هم از این گران شدن سوءاستفاده می کنند. خودرو تنهایی کالایی است که قاچاق نمی شود و باید از گمرک ترخیص شود و به شماره گذاری می رود و آنجا تمام مشخصات خودرو ارزیابی شده سپس شماره می شود.

وی افزود: به عنوان مثال کالاهای مصرفی در دنیا گفت: در دنیا دو کالا مصرفی است؛ مسکن و خودرو. هر شهروند یک مسکن و یک یک کالا را می بندیم قیمت این کالا خود به خود افزایش پیدا می کند، آنهایی که در انبارهای شان خودرو را نگه می دارند و دانه دانه آن را به فروش می رسانند، سودجویان اصلی این ماجرا هستند. وی افزود: خودرو یک کالای مصرفی است و هر کس با معیشت مردم بازی کند باید طبق قانون با سخت ترین مجازات مواجه شود. ما بگوییم قیمت ها بالا رفته و پولدارها سوار می شوند حرف کاملا غیرمنطقی است. چرا یک خودرو در بازار ۱۱۰ میلیون افزایش قیمت پیدا می کند و این افزایش قیمت در جیب چه کسی می رود؟ یک پشت پرده پر قدرتی وجود دارد که این مسائل اتفاق می افتد. موتمنی با اشاره به نیاز به کالاهای مصرفی در دنیا گفت: در دنیا دو کالا مصرفی است؛ مسکن و خودرو. هر شهروند یک مسکن و یک

یک کالا را می بندیم قیمت این کالا خود به خود افزایش پیدا می کند، آنهایی که در انبارهای شان خودرو را نگه می دارند و دانه دانه آن را به فروش می رسانند، سودجویان اصلی این ماجرا هستند. وی افزود: خودرو یک کالای مصرفی است و هر کس با معیشت مردم بازی کند باید طبق قانون با سخت ترین مجازات مواجه شود. ما بگوییم قیمت ها بالا رفته و پولدارها سوار می شوند حرف کاملا غیرمنطقی است. چرا یک خودرو در بازار ۱۱۰ میلیون افزایش قیمت پیدا می کند و این افزایش قیمت در جیب چه کسی می رود؟ یک پشت پرده پر قدرتی وجود دارد که این مسائل اتفاق می افتد. موتمنی با اشاره به نیاز به کالاهای مصرفی در دنیا گفت: در دنیا دو کالا مصرفی است؛ مسکن و خودرو. هر شهروند یک مسکن و یک

رئیس اتحادیه نمایشگاه داران اتومبیل با انتقاد از بسته شدن سامانه ثبت سفارش خودرو گفت: با بستن غیرکارشناسانه یک شبه سامانه ثبت سفارش خودرو، این کالا به کالای سرمایه ای تبدیل شد و یک عده هم از این گران شدن سوءاستفاده می کنند. خودرو تنهایی کالایی است که قاچاق نمی شود و باید از گمرک ترخیص شود و به شماره گذاری می رود و آنجا تمام مشخصات خودرو ارزیابی شده سپس شماره می شود.

وی افزود: به عنوان مثال کالاهای مصرفی در دنیا گفت: در دنیا دو کالا مصرفی است؛ مسکن و خودرو. هر شهروند یک مسکن و یک

خودروهای هیبریدی سر آغاز توسعه صنعت خودروی ایران

مناسی در زمینه خودروهای برقی و هیبریدی دست پیدا کرد، می توان مدعی شد که صنعت خودروسازی کشور به جاده توسعه رسیده است. او با اشاره به اینکه محدودیت های بسیاری بر سسر راه صنعت خودرو وجود دارد، اظهار کرد: افق روشنی برای توسعه صنعت خودروی کشور وجود دارد که با سرمایه گذاری مناسب و اقدامات مناسب در مرحله اجرایی و عملیاتی دستیابی به توسعه ممکن است.

کریمی سنجری در انتها گفت: در زمینه تولید خودروهای بنزین سوز و گازسوز با عقب ماندگی شدید دانش فنی مواجه هستیم.

خودروسازان ایرانی باید برای برقی و تولید پلتفرم خودروهای برقی و هیبریدی سرمایه گذاری کنند. کریمی سنجری تاکید کرد: در افق ۲۰۳۰ پیش بینی می شود ۳۰ درصد تقاضای بازار معطوف به خودروهای برقی و هیبریدی باشد که بنابر این پیش بینی باید در سال های آینده حجم اعظم فعالیت های صنعت خودرو در زمینه تحقیق، توسعه و تولید خودروهای هیبریدی باشد تا حداقل عقب ماندگی در خودروهای بنزینی جبران شود.

این کارشناس صنعت خودرو تصریح کرد: طی ۱۰ سال آینده اگر به درستی و با برنامه ریزی مناسب بتوان در دستاورد

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه در تولید خودروهای بنزینی با عقب ماندگی دانش فنی مواجه هستیم، گفت: سرمایه گذاری مناسب در زمینه طراحی و تولید پلتفرم خودروهای هیبریدی طی ۱۰ سال آینده توسعه یافتگی را به همراه دارد. حسن کریمی سنجری، در رابطه با آینده خودروهای برقی و هیبریدی در ایران، اظهار کرد: با توجه به تغییرات آب و هوا، حفظ محیط زیست و شرایط شهرها به ویژه کلانشهرها، در افق ۲۰۳۰ شرایط به گونه ای رقم خواهد خورد که محصولات خودروسازان بر پایه موتورهای برقی و هیبریدی طراحی و

تولید شود. وی با بیان اینکه در حال حاضر کشورها به دنبال رفع موانع همه گیری خودروهای برقی و هیبریدی هستند، ادامه داد: شرکت های خودروسازی در شرایط فعلی برنامه تولید ارزان قیمت باتری خودروهای برقی و هیبریدی را در دستور کار خود قرار داده اند و در کنار آن در کشورهای توسعه یافته و اروپایی ایستگاه های شارژ سریع نصب شده اند.

او بیان کرد: در برنامه شرکت های خودروساز داخلی توجه به طراحی و تولید پلتفرم خودرو وجود دارد که با توجه به آینده صنعت جهانی خودرو،



شکایت از واردکنندگان خودرو زیاد شد؛ شورای رقابت ورود کرد

رئیس شورای رقابت با اعلام اینکه به محض اثبات شرایط انحصاری به بازار خودروهای وارداتی ورود پیدا خواهیم کرد، گفت: فعلا متولی ساماندهی بازار وزارت صنعت است.

رضا شیوا در گفت و گو با تسنیم، در خصوص بازار خرید و فروش خودروهای وارداتی که در چند ماه اخیر با افزایش قیمت قابل توجهی همراه بوده است، اظهار داشت: متأسفانه عدم نظارت بر بازار خودروهای وارداتی باعث شده تا برخی از این شرایط سوءاستفاده کرده و قیمت ها را افزایش دهند به نحوی که خرید و فروش در این شرایط بی ضابطه شده است.

وی با اشاره به اینکه متولی اصلی ساماندهی بازار وزارت صنعت است، افزود: شورای رقابت در شرایط انحصاری به بازار خودروهای وارداتی ورود پیدا خواهد کرد.

رئیس شورای رقابت با اعلام اینکه هنوز بررسی های شورا برای ورود به بازار خودروهای وارداتی نهایی نشده است، تصریح کرد: به محض نهایی شدن حتما برای ساماندهی این بازار، شورا اقدامات لازم را انجام خواهد داد.

شیوا با اعلام اینکه شکایات از عملکرد واردکنندگان بسیار است، گفت: در حال حاضر با دستورالعمل وزارت صنعت فقط واردکنندگان دارای نمایندگی رسمی امکان واردات خودرو را خواهند داشت اما اگر بررسی ها نشان دهد بازار کشور در اختیار چند شرکت محدود قرار دارد، وضعیت متفاوت شده و شرایط انحصاری ایجاد می شود.

اتوبوس تمام برقی مرسدس بنز به بازار می آید

شرکت مرسدس بنز اعلام کرده است که قصد دارد تا اواخر سال آینده میلادی، نسخه تمام برقی و الکتریکی اتوبوس سیتارو خود را تولید و روانه بازار کند.

به گزارش ایسنا، به نقل از وبسایت thedrive، بسیاری از کشورهای جهان قصد دارند با هدف مقابله با آلودگی هوا و کاهش میزان انتشار آلاینده ها و گازهای گلخانه ای و حفظ بیشتر محیط زیست، خودروهای تمام الکتریکی و برقی را به تولید انبوه برسانند. در این راستا غول های خودروسازی جهان عزم خود را برای تولید انبوه انواع وسایل نقلیه و خودروهای برقی جزم کرده و از برنامه های خود بدین منظور رونمایی کرده اند.

شرکت بنز به تازگی اعلام کرده است که این شرکت قصد دارد تا پایان سال آینده میلادی (۲۰۱۸)، نسخه تمام برقی و الکتریکی اتوبوس سیتارو را از خط تولید و پلتفرم کنونی مرسدس بنز تولید کرده و به بازار عرضه کند.

این شرکت در تشریح این موضوع همچنین اعلام کرده است که مدل برقی اتوبوس سیتارو هم اکنون در حال پشت سر گذاشتن و سپری کردن مراحل تست و انجام آزمایش های سختگیرانه ای است و انتظار می رود تا پایان سال آینده، آماده تحویل و عرضه در بازار شود.

در حال حاضر، فروش ۵۰ هزار دستگاه نسخه اصلی و مدل استاندارد اتوبوس سیتارو مرسدس بنز در سال، موجب شده است که این شرکت آلمانی از سایر رقبای خود پیش افتاده و گوی رقابت را از آنها برده باشد.

البته لازم به ذکر است که تاکنون مرسدس بنز تمایلی به سرمایه گذاری در طراحی و تولید اتوبوس های برقی از خود نشان نداده بود، اما به نظر می رسد از این پس با توجه به سیاست های جدید اتخاذ شده توسط دولت های جهانی و همچنین رقابت شرکت های بزرگ خودروسازی در این عرصه، شرکت آلمانی بنز نیز تصمیم گرفته است که نسخه برقی اتوبوس محبوب سیتارو را سال آینده رونمایی کرده و قبل از آن نیز محصول مذکور را تحت آزمایش های فراوانی قرار دهد تا پس از عرضه به بازار هم از محبوبیت و استقبال خوبی برخوردار شود.

قرار است نسخه پیش نمایش این اتوبوس برقی در نمایشگاه خودروهای تجاری IAA که در سپتامبر سال ۲۰۱۸ در شهر هانوفر آلمان برگزار خواهد شد رونمایی شود و پس از آن نیز تولید انبوه آن توسط شرکت سازنده آغاز شود.

به نظر می رسد مصرف کنندگان و شرکت های حمل و نقل در جهان از چنین محصولی استقبال بی نظیری کرده و از انتشار چنین خبری بسیار خشنود شوند چراکه در سال های اخیر، بسیاری از دولت ها به خصوص کشورهای اروپایی تصمیم گرفته اند که به منظور حفظ محیط زیست و کاهش میزان انتشار آلاینده ها به جو زمین، خودروهای پاک تولید کنند.

انتظار می رود اتوبوس های درون شهری سیتارو ساخت مرسدس بنز که در سال آینده میلادی به بازار عرضه می شود، تبدیل به یکی از پرفروش ترین محصولات و اتوبوس های برقی و الکتریکی در جهان شود.

وی گفت: در بسیاری از موارد قبلی در کشورهای دیگر دیده شده که تولیدکنندگان چینی پس از مدتی که از این جریان آسیب دیدند، خودشان را تطبیق داده و تلاش کردند که بخشی از افزایش تعرفه را در قیمت ها لحاظ کنند تا در قیمت های بازار اثری نداشته باشد. وی تاکید کرد: بنابراین نمی تواند مطمئن بود چنانچه نرخ تعرفه تابر یک به افزایش یافت در بلندمدت قیمت عرضه تابرهای چینی و هندی بالا خواهد رفت یا نه، اما مسلما بر این جریان اثر گذاشته و اثر آن هم برای صنعت تابر مثبت و سازنده خواهد بود.

حال انجام است، اما درخواست افزایش یک پله تعرفه برای ۳۹۰ کالایی که تابر نیز جزو آنها محسوب می شود همچنان روی میز دولت و در دست بررسی مقامات مسئول بوده و تاکنون ابلاغ نشده است. این فعال در صنعت تابر اظهار داشت: در صورت موافقت دولت با افزایش تعرفه واردات تابر مسلما این افزایش در جریان واردات اثر خواهد گذاشت، اما دامنه این اثر چقدر باشد خیلی نمی توان روی آن حساب باز کرد. تنها اظهار داشت: دامنه تاثیر افزایش تعرفه تابر بستگی به رقبای چینی بازار دارد که سیاستی را در پیش گیرند.

درخواست افزایش یک پله ای تعرفه تابر در دست بررسی است

این سایت به طور موقت بسته شد. وی تاکید کرد: در جریان برخی تغییرات نرم افزاری سایت ثبت سفارش برخی اقلام از کالاهای وارداتی نیز بسته شد که ثبت سفارش تابر هم در همین راستا بود، اما در حال حاضر تغییرات مورد نظر در سایت ثبت سفارش انجام و هم اکنون سایت ثبت سفارش روی برخی از کالاهای وارداتی باز شده است. وی گفت: در حال حاضر ثبت سفارش واردات تابر آغاز و به تعرفه های قبلی ۲۲ درصد برای سواری و ۲۰ درصد باری ها در حال انجام است. وی اظهار داشت: هم اکنون واردات تابر با همان تعرفه گذشته در

سختگویی انجمن صنفی صنعت تابر ایران گفت در ردیف تعرفه های برای ۳۹۰ قلم کالا درخواست یک پله افزایش تعرفه شده است که تابر نیز جزو این اقلام محسوب می شود. مصطفی تنها اظهار داشت: موضوع بسته شدن موقتی سایت ثبت سفارش واردات تابر با مسئله درخواست افزایش تعرفه تابر مجزا است درحالی که این دو میبخت با هم مخلوط شده و به جهت طرح آنها به طور همزمان مطرح می شود. مصطفی تنها گفت: سایت ثبت سفارش واردات تابر به دلیل خاصی بسته نشده بود و صرفا به جهت تغییر در نرم افزارهای

سختگویی انجمن صنفی صنعت تابر ایران گفت در ردیف تعرفه های برای ۳۹۰ قلم کالا درخواست یک پله افزایش تعرفه شده است که تابر نیز جزو این اقلام محسوب می شود. مصطفی تنها اظهار داشت: موضوع بسته شدن موقتی سایت ثبت سفارش واردات تابر با مسئله درخواست افزایش تعرفه تابر مجزا است درحالی که این دو میبخت با هم مخلوط شده و به جهت طرح آنها به طور همزمان مطرح می شود. مصطفی تنها گفت: سایت ثبت سفارش واردات تابر به دلیل خاصی بسته نشده بود و صرفا به جهت تغییر در نرم افزارهای

آیا سرمایه گذاری روی برندسازی برای استارت آپ شما زود است؟



کلید

۳۰

۵ کاری که در برندسازی نباید انجام دهید

لارا لیک

مترجم: هنگامه خرازی



ما در حیطه برندسازی بیشتر در مورد باید‌ها اطلاع کسب می‌کنیم تا نباید‌ها. بهتر نیست علاوه بر ساخت یک برند قوی، از برند خود حفاظت کنید؟

ذهن خود را مشغول مسائل بی‌اهمیت نکنید. اغلب هنگامی که حرف برندسازی به میان می‌آید، شرکت‌ها خودشان را درگیر انتخاب شعار تبلیغاتی می‌کنند. از خود می‌پرسند که آیا برندشان به اندازه کافی تأثیرگذار، برجسته و جالب است؟ شعار تبلیغاتی شما باید با اقتاع مصرف‌کننده به خرید بینجامد. پیام تبلیغاتی باید واضح، مؤثر، هوشمندانه و متفاوت باشد، اما اگر از این ویژگی‌ها هم برخوردار نبود، مادامی که پیام تبلیغاتی شما به آگاهی دیگران از هویت برند شما ختم شود، جای نگرانی وجود ندارد. پنج کاری که نباید در برندسازی انجام دهید عبارتند از:

۱- خود را اسیر رقابت‌ها نکنید. برند شما بی‌همناست. شرکت شما چه چیزی را دنبال می‌کند؟ این به تنهایی کافی نیست که چشم به رقیبان تان بدوزید و آنها را به سخره بگیرید یا تخریب کنید. برای اینکه به چشم بیایید باید قدرت را در هویت خود جست‌وجو کنید.

۲- این فکر اشتباه را از سر خود بیرون کنید که برندسازی تنها در مورد لوگو است. یک برند خوب فراتر از این تعاریف است. برندسازی نشان‌دهنده شرکت و اهداف آن بوده و به‌روزرسانی لوگو یک ظاهرسازی مثل پوشش تزئینی روی یک است. لوگو مشکلات موجود در برندسازی را حل نمی‌کند. باور کنید یا نه، لوگو به ندرت تأثیرگذار است و تنها بخشی از یک تصویر بزرگ‌تر است.

۳- وقتی حرف از فروش منحصر به فرد شما در میان است، سعی کنید دروغ نگویند. داستان‌های دروغین، کمکی به شما نخواهند کرد. باید واقعی و اصیل باشند. باید کیفیت محصول یا خدمات، شما را نیرومندانه به چالش بکشند. شما باید به محصولات خود اعتماد کافی داشته باشید. محصولات شما آنقدر باید قوی باشند که بدون توضیح از جانب کسی، معرف کیفیت برند شما باشند.

۴- فراموش نکنید که باید امر آموزش و ارتقای محصول را از داخل شرکت‌تان آغاز کنید. مهم است که کارمندان‌تان برند شما را درک کنند. این بدین معنا نیست که آنها حتماً باید از برند شما حمایت کنند بلکه باید آن را درک کنند و بدانند که نشان‌دهنده چیست. آنها باید فروش منحصر به فرد شما را باور داشته باشند و بتوانند برند موردنظر را به‌طور واضح به مشتریان عرضه کنند. برندسازی از درون شرکت آغاز می‌شود.

۵- انتظار نداشته باشید یک شبه نتیجه بگیرید. ساختن یک برند خوب سال‌ها طول می‌کشد. ساختن برند امری زمانبر است پس شما باید صبور باشید. اگر برند شما برندی پایدار و به یاد ماندنی است که فروش بی‌همتایی داشته و کارمندان‌تان نماینده شرکت شما هستند، برند شما رشد خواهد کرد اما این امر سریع صورت نمی‌پذیرد. صبر را پیشه خود کنید و به چیزی که ساخته‌اید ایمان داشته باشید زیرا به آن احتیاج دارید. تسلیم نشوید.

منبع: thebalance



استارت‌آپ‌ها فکر می‌کنند، اغلب به خوبی برای تست ایده‌های طراحی و اینکه چه چیزی مطابق سلیقه خریداران شماس است. با این حال بعید است که اگر طراحی بسته شما حرفه‌ای نباشد، در نمایشگاه‌های ملی یا بوتیک‌های ویژه پذیرفته شوید و قطعاً نمی‌خواهید با تغییر هویت برند خود، هنگامی که شروع به فروش در فروشگاه‌های خرده‌فروشی می‌کنید، در مورد برند خود، سردرگمی ایجاد کنید.

خریدهای مصرف‌کنندگان به شدت تحت تأثیر طراحی بسته است، بنابراین باید روی برندسازی سرمایه‌گذاری کرده تا برندتان را بزرگ کنید.

چیزی که این استارت‌آپ‌ها خلق می‌کنند اغلب بصری نیست (کد غیرقابل مشاهده است یا تجهیزات جذابی نیست). بنابراین لوگوی یک شرکت تکنولوژی می‌تواند نقش بزرگ‌تر و مهم‌تری نسبت به سایر شرکت‌های استارت‌آپ ایفا کند.

روی طراحی سرمایه‌گذاری کنید نه تولید

تقریباً تمام استارت‌آپ‌ها با بودجه کمی کار کرده و با دقت تمام هزینه‌ها را ارزیابی می‌کنند. به یاد داشته باشید که یک لوگوی خوب باید سال‌ها دوام بیاورد.

سرمایه‌گذاری روی یک لوگوی خوب ارزشمند است، اما ممکن است لازم باشد هزینه‌های تولید را کاهش دهید. به عنوان مثال، یک کارفرما در زمینه غذا یا نوشیدنی می‌تواند در مراحل اولیه کسب و کار خود از برچسب‌های دستی استفاده کند. اگر طراحی آنها درست باشد، هویت برند آنها در زمان مناسب به یک راه‌حل اتوماتیک‌تر خواهد رسید.

ما با بسیاری از صاحبان کسب و کار جدید کار می‌کنیم و این احساس را درک می‌کنیم که «چه کاری را اول حفظ کنید. به یاد داشته باشید که برند کارآفرینان فردی بسیار به صاحب کسب و کار گره خورده و خواهد خورد.

ADS



کشاوریان، فروش می‌کنند که زمان فروشی برای تست ایده‌های طراحی و اینکه چه چیزی مطابق سلیقه خریداران شماس است. با این حال بعید است که اگر طراحی بسته شما حرفه‌ای نباشد، در نمایشگاه‌های ملی یا بوتیک‌های ویژه پذیرفته شوید و قطعاً نمی‌خواهید با تغییر هویت برند خود، هنگامی که شروع به فروش در فروشگاه‌های خرده‌فروشی می‌کنید، در مورد برند خود، سردرگمی ایجاد کنید.

فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و کسب و کارهای خدماتی کوچک باید با هویت برند کامل راه‌اندازی شوند

اگر قصد دارید یک رستوران یا فروشگاه خرده‌فروشی باز کنید، زودتر از استارت‌آپ‌های دیگر نیازمند طرح خواهید بود. برای مثال، یک رستوران باید هویت برند خود را قبل از راه‌اندازی آن مشخص کند. در این حالت، نماد، دکور، منو و فضای کلی چیزی نیست که بعداً آن را مشخص کنید. در این موارد، تجربه‌فراوری و هویت برند بسیار به هم گره می‌خورد.

مثال دیگر، استودیوی یوگا است که در آن، تأثیر فوری هویت برند ممکن است در ایجاد اولین تصور از برند نقش بسزایی داشته باشد. البته این کسب و کارها همیشه می‌توانند با گسترش کسب و کار خود، هویت برند خود را اصلاح کرده و آن را گسترش دهند، اما نمی‌توانند به اویزان کردن یک تابلو بدون عناصر اصلی برند مانند لوگوی قوی و سایر عناصر بصری کلیدی اکتفا کنند.

محصولات مصرفی بسته‌بندی شده باید قبل از قرار گرفتن در فروشگاه به خوبی طراحی شوند

اگر محصول بسته‌بندی دارید که می‌خواهید آن را در فروشگاه بفروشید، بسته‌بندی آن قبل از فروش سریع به مصرف‌کنندگان باید به خوبی طراحی شده و حرفه‌ای باشد. با این وجود، قبل از اینکه به این مرحله برسید، همزمان با اصلاح محصول و بسته‌بندی، برای کار روی هویت برند خود زمان دارید.

به عنوان مثال، بسیاری از تولیدکنندگان مواد غذایی در نمایشگاه‌های صنایع دستی یا بازار

برندسازی کار کنند، زمان آن چه موقع است؟ هیچ پاسخ کلی برای این سؤال وجود ندارد، اما می‌توان موارد زیر را در نظر گرفت.

فروشگاه‌ها، رستوران‌ها و کسب و کارهای خدماتی کوچک باید با هویت برند کامل راه‌اندازی شوند

اگر قصد دارید یک رستوران یا فروشگاه خرده‌فروشی باز کنید، زودتر از استارت‌آپ‌های دیگر نیازمند طرح خواهید بود. برای مثال، یک رستوران باید هویت برند خود را قبل از راه‌اندازی آن مشخص کند. در این حالت، نماد، دکور، منو و فضای کلی چیزی نیست که بعداً آن را مشخص کنید. در این موارد، تجربه‌فراوری و هویت برند بسیار به هم گره می‌خورد.

مثال دیگر، استودیوی یوگا است که در آن، تأثیر فوری هویت برند ممکن است در ایجاد اولین تصور از برند نقش بسزایی داشته باشد. البته این کسب و کارها همیشه می‌توانند با گسترش کسب و کار خود، هویت برند خود را اصلاح کرده و آن را گسترش دهند، اما نمی‌توانند به اویزان کردن یک تابلو بدون عناصر اصلی برند مانند لوگوی قوی و سایر عناصر بصری کلیدی اکتفا کنند.

محصولات مصرفی بسته‌بندی شده باید قبل از قرار گرفتن در فروشگاه به خوبی طراحی شوند

اگر محصول بسته‌بندی دارید که می‌خواهید آن را در فروشگاه بفروشید، بسته‌بندی آن قبل از فروش سریع به مصرف‌کنندگان باید به خوبی طراحی شده و حرفه‌ای باشد. با این وجود، قبل از اینکه به این مرحله برسید، همزمان با اصلاح محصول و بسته‌بندی، برای کار روی هویت برند خود زمان دارید.

به عنوان مثال، بسیاری از تولیدکنندگان مواد غذایی در نمایشگاه‌های صنایع دستی یا بازار

پژمان پاکدامن

مربی و مشاور برندسازی

اگر استارت‌آپ خود را به تازگی راه انداخته‌اید، به شما تبریک می‌گوییم! به گزارش brandabout، سؤالی که بسیاری از کارآفرینان و صاحبان کسب و کار جدید دارند، این است که چه زمانی باید روی برندسازی سرمایه‌گذاری کنند؟ آیا خیلی زود نیست؟ آیا غیرحرفه‌ای به نظر نخواهند رسید و فروش بالقوه یا سرمایه‌گذاران را از دست نخواهند داد؟

تعریف برندسازی

بیایید با تعریف اصطلاح برندسازی شروع کنیم. برندسازی کلمه دانه‌ای است و در واقع به اندازه‌ای داغ است که اکثر مسا به‌دلیل استعمال زیاد آن، از آن دلزده شده‌ایم. اصطلاح «برندسازی» می‌تواند نمایش بصری محصول، خدمات یا شرکت شما باشد و معمولاً به لوگوی شما، طراحی وب‌سایت، بسته‌بندی، طرح‌های بازاریابی، رابط کاربری و... اشاره دارد، همچنین در مورد برندسازی به موارد فیزیکی و واقعی مانند شهرت، خدمات به مشتری و وعده‌هایی که به مشتریان‌تان خود می‌دهید، کمتر اشاره می‌شود.

با توجه به این تعاریف، می‌توانید مشاهده کنید که ایده‌های انتزاعی برند شما به محض اینکه استارت‌آپ شما شکل می‌گیرد، شروع به رشد می‌کند. مردم بلافاصله از ایده جدید شما برداشت اولیه می‌کنند. اگر هیچ هویت بصری نداشته باشید، مردم به احتمال زیاد این ایده‌ها و نظرات را به بنیانگذار یا بنیانگذاران استارت‌آپ یا سایر موارد ملموس برند نوظهور ارتباط می‌دهند.

هنگامی که افراد درباره سرمایه‌گذاری روی برندسازی می‌پرسند، معمولاً به جنبه‌های ملموس‌تر هویت برند خود اشاره می‌کنند. اگر این افراد قصد دارند با یک طراح حرفه‌ای یا شرکت

برندینگ چیست ۲۹ تعریف از ۲۹ صاحب‌نظر (۴)

در شماره‌های قبل به نقل از بازه، ۲۰ تعریف برندینگ را از زبان بازارباب‌ها و رهبران دنیای تصویر نقل کردیم. در این شماره به بقیه تعاریف می‌پردازیم.

۲۱- «ان زاهورسکی» گاوپور پیر محله ما است. او دهه‌هاست در کسب‌وکار ثبت‌شده خودش به نام گاو انگس مشغول به کار است، حتی از زمانی که پدر من کوچک بوده. اگر همراه او به چراگاه برود، او می‌تواند اصل ونسب هر گاو را به شما بگوید. «شماره اون برچسب چیه؟ ۲۸۲؟ اون یکی دیگه از پسرای دامپنیتوره مادرش واقعا گاو خوبی بود. پدرشم قهرمان بزرگی بود و دیگر اطلاعات لازم در خصوص آن گاو» او تمام عمرش را صرف پرورش بهترین گاوهای انگس کرده است. او گاوهای نری را که به مردم فروخته بود، اما از نحوه رفتارشان راضی نبود، باز از آنها خریده بود. او هرگز به برندهای تجاری، به تجربیات احساسی یا به لوگوها فکر نکرده است، اما به اعتبار و خدماتی که برای خریدارانش ارائه می‌کند، اهمیت زیادی می‌دهد. او نشان DZ را به ران راست گاوهای نر داغ می‌زند. همه مردم این نواحی برند او را می‌شناسند. خود «ان» را هم می‌شناسند. آنها می‌دانند برند DZ یعنی یک گاو نر معرکه. درسی که می‌توان از زندگی «ان» گرفت، این است: برند، گاو نر را ارزشمند نمی‌کند. این اعتبار و شهرت «ان» است که گاوهای نر را ارزشمند می‌کند. برند فقط راهی برای نشان‌دادن ارزش کنونی گاوهای اوست. «یکی مک‌کری»

۲۲- برند، آگاهی معنادار از یک محصول، یک خدمت یا حتی خودتان است (خواه خوب، بد یا بی‌تفاوت باشید). بازارباب‌ها می‌خواهند مردم بر اساس چیزی که تصور می‌کنند که می‌شنوند، می‌بینند، می‌بویند، می‌چشند و به‌طور کلی احساس می‌کنند، برندی را از برندهای دیگر تشخیص دهند و آن را باور کنند. «جاش موریتس»

۲۳- برند مجموع نامحسوس‌ای از ویژگی‌های یک محصول است: نام، بسته‌بندی، قیمت، تاریخ، اعتبار و نحوه تبلیغات آن. «دیوید اگیلیو»

۲۴- برندینگ شخصیت تعریف‌شده یک محصول، خدمت، شرکت، سازمان یا فرد است. بسیاری از افراد «لوگو» را با فرآیند برندینگ اشتباه می‌گیرند؛ در صورتی که یک لوگوی خوب مصداقی از یک هویت تعریف‌شده برای فعالیت اقتصادی است، درست مانند یک پرچم یا سرود ملی که نماد یک کشور است. شخصیت برندی که خوب طراحی شده باشد می‌تواند در هر چیزی دیده شود؛ از خدمات مشتری گرفته تا محصولاتی که یک شرکت ممکن است عرضه کند. تصور اشتباه دیگر درباره برندها این است که باید منعکس کننده یک کیفیت باشند و این گفته شاید در مورد برندی که درباره کیفیت است (مثلاً لوگوی شائل که ایده لوکس بودن را در ذهن تداعی می‌کند) درست باشد، اما از طرف دیگر، لوگوی یک مغازه سمساری می‌تواند خوب طراحی شده باشد، اما با اهداف برند مغایر باشد، چون ظاهرش به‌گونه‌ای است که بسیار گران به‌نظر می‌رسد. درست مانند هنرمندی که صدایش را پیدا می‌کند، هدف فرآیند برندینگ هم باید این باشد که همیشه به‌گونه‌ای مختصر نشان بدهد تلاش شما منحصربه‌فرد است و سپس آن پیام را برای هر وسیله و ابزاری به کار بگیرید. «مایکل پیننو»

۲۵- برند یک ایده یا مفهوم شگفت در ذهن یک مشتری است که شما صاحب آن هستید. «ال رایو»

۲۶- برندینگ کاری است که بازاریاب‌های تنبل و ناکارآمد برای پرکردن زمان و مشغول به نظر رسیدن، انجام می‌دهند. «دیوید میرمان اسکات»

۲۷- برندینگ موفق، کاری است که انجام می‌دهید، نه چیزی که می‌گویید یا نشان می‌دهید. برای داشتن یک برندینگ موفق باید دائماً برای مشتریان‌تان تجربیات مثبت بسازید. برندینگ، حاصل عمل کردن به وعده‌های‌تان است؛ حاصل جلب اعتماد مشتریان به اینکه برند شما نهایت تلاش را می‌کند تا آنچه را که آنها می‌خواهند یا از شما انتظار دارند، برآورده کنید. این اعتماد منجر به انتخاب دوباره برند شما از سوی آنها می‌شود. برندهای موفق هرگز وجود مشتریان‌تان خود را مسلم فرض نمی‌کنند. مشتریان بسته به محصول یا خدمت شما شامل یکی از گروه‌های زیر می‌شوند: مصرف‌کنندگان، مسئولان تدارکات، کارمندان، شرکا، همکاران، سرمایه‌گذاران، اهداکنندگان، تحلیلگران، منتقدان، اتحادیه‌ها، رسانه‌ها، رأی‌دهندگان و... لوگو و طرح موضوع، برند نیستند. لوگو مظهر برند است. طرح موضوع، اگر ارزشی داشته باشد، به‌صورت منحصربه‌فرد و به‌یاد ماندنی وعده برند را بیان می‌کند. بیشتر طرح موضوعات موفق به این هدف منجر نمی‌شوند. «جیم سیگل»

۲۸- تبلیغات عمومی مانند شخصیت «سیرانو» (Cyrano) است، به زیر پنجره شما می‌آید و شروع به آوازخواندن می‌کند. مردم به مرور زمان به آن عادت می‌کنند و سپس نادیده‌اش می‌گیرند، اما اگر روکسان (Roxane) و آکنش نشان بدهد، رابطه برقرار می‌شود. رابطه برند را یک پله بالاتر در نظر می‌گیریم. تبلیغات به دیالوگی تبدیل می‌شود که دعوتنامه‌ای به یک رابطه است. «لستر واندنرمن»

۲۹- یک برند در اصل محافظه‌ای برای تجربه کامل مشتری از یک محصول یا شرکت است. «سرگیو زیمان» با اینکه تعاریف بازارباب‌ها از برندسازی در ظاهر متفاوت است، اما اهمیت خلق برند به‌عنوان یک ابزار بازاریابی رقابتی بین آنها مشترک است. در جامعه امروز که ابزار و سیستم رسانه‌های اجتماعی در حال تکامل در استفاده از اطلاعات بی‌تفاوت شده‌اند، برندها قادر به حفظ قدرت‌شان هستند، زیرا پیام مختصر آنها بر جو انباشته از خبر کنونی غلبه می‌کند. خلاصه کلام این است که مشتریان آینده شما تداعی‌های قوی و مثبتی از برند دارند که با دیدگاه‌شان یکی کرده‌اند.

برگرفته از: Heidicohen

گذر از مدیریت ارتباط با مشتری به مدیریت تجربه مشتری

رویکردی که در سال ۲۰۰۰ شروع به تدریس مدیریت رابطه با مشتری در دانشگاه نیویورک کرد. او این واحد را به سه بخش سیستم‌ها، فرآیندها و افراد تقسیم کرد. کلاس او بر فعالیت‌های داخلی شرکتی متمایز شده بود تا چگونگی سیستم‌ها و فرآیندها و افرادی را دریابد که با هم در آن واحد کسب‌وکار خدمت و دربارۀ مشتریان اطلاعات کسب می‌کردند. رویکردی که معتقد است اگر امروزه همان کلاس را برگزار می‌کرد، بحث را به خارج از شرکت متمرکز و کلاسش را بر پایه کشف چگونگی تماس مشتری با سیستم‌ها، فرآیندها و افراد سازمان هدایت می‌کرد. تعریف رویکردی از مدیریت تجربه مشتری از تجربیاتش در زمینه مدیریت ارتباط با مشتری نشأت می‌گیرد. مدیریت تجربه مشتری برای او و همکارانش در شرکت کوآرو تازه نیست، بلکه بخشی از استراتژی کسب‌وکار با تمرکز بر تعاملات مشتری با سیستم‌ها، فرآیندها و محصولات است.



عامل هر مشتری احتمالاً شامل یک رخداد، یک اقدام یا سفری به شکل ادراک است. شاید تعریف و سنجش مدیریت تجربه مشتری از مدیریت ارتباط با مشتری متفاوت باشد، اما خروجی نهایی کاملاً مشابه است. نمونه‌ای خوب از تعامل میان اینها سال‌ها پیش در شرکت «تویز آر آن» رخ داده است. در این شرکت در مدت زمان کوتاه فرآیندها و سیستم‌های متمرکز بر مشتری به کار گرفته می‌شدند و تیم تحلیل مدیریت ارتباط با مشتری قوی و کارکنان بااستعداد در نقش‌های خود فعالیت می‌کردند، به این صورت که پس از تحلیل‌های دقیق پیشنهادها خوبی برای خرید اسباب‌بازی به والدین، پدر بزرگ و مادر بزرگ‌ها می‌دادند، اما با تمام تفاسیر گفته شده، این کارکنان مستعد یک نگرانی بزرگ داشتند که آن‌هم به کارکنان بخش فروش مرتبط بود، چراکه این احتمال وجود داشت که تمام تلاش‌ها و هزینه‌هایی که به کار گرفته بودند در یک لحظه در مواجهه مشتریان با کارکنان فروش بی‌تجربگی که احتمالاً از حقوق مزایایی خوبی نیز برخوردار نیستند، ناپدید و مایوس شوند.

به گزارش هورموند، در بسیاری از شرکت‌های امروزه تعریف تجربه، نقشه تعامل با مشتریان، سیستم‌ها و فرآیند و افراد با محصولاتشان را ارزیابی و بررسی می‌کند. شرکت‌ها نباید لزوماً برگزاری تجربه مشتری را با ارائه یک تجربه فوق‌العاده شگفت‌انگیز به مشتری آغاز کنند. امروزه مقایسه‌ها نشان می‌دهند آنچه مشتری به‌عنوان تجربه عالی از شرکت شما یاد می‌کند، لزوماً چیزی نیست که شما به‌عنوان مزیت رقابتی بر آن تکیه می‌کنید. وقتی از تجربه صحبت می‌کنیم شما با شرکت‌هایی خارج از صنعت مربوط به خودتان، خارج از منطقه خودتان و حتی خارج از حوزه تجربه خودتان رقابت می‌کنید.

ارتباط مستقیمی میان تجربه مشتری و درآمد وجود دارد، چراکه اگر مشتری رضایت داشته باشد تجربه‌اش را به دیگران توصیه خواهد کرد و در غیر این صورت احتمال اینکه محصول و خدمات را از جای دیگر تهیه کند بسیار است. باوجوداین، از نقطه‌نظر کسب‌وکار، داده‌های کافی برای توجیه تبدیل سرمایه به تجربه مشتری و مدیریت آن وجود ندارد. مدیریت تجربه مشتری از نظر سنجش معیارهای اثربخشی، همچنان آنقدر جدید است که سنجش‌های مناسب و سیستم‌های اثربخش برای بررسی آن وجود ندارد، اما این بدان معنا نیست که شما باید تا اختراع این سنجه‌ها صبر کنید. وقتی صحبت از مدیریت ارتباط با مشتری به مدیریت تجربه مشتری می‌رسد، باید از بیرون شرکت به تعاملات مشتری بالقوه به‌خوبی نگریست. پس اول با نگاه خرد به اقدامات جزئی توجه کنید و بعد با دید کلان به آنچه قابل ارزیابی اثربخشی است روند کار را کنترل کنید و در نهایت باید در همه مراحل بیشترین توجه را متوجه مشتری کنید.

چهار گام برای توسعه فرآیند بازاریابی شرکت‌ها در سال جدید

ابزارهای دیجیتالی را قورت بده



ترجمه: علی آل علی

در سال‌های اخیر شاهد توسعه بسیار سریع ابزارهای دیجیتالی بوده‌ایم. حوزه بازاریابی و کسب‌وکار نیز به عنوان یکی از ده‌ها مصرف‌کننده این ابزارها تحولات چشمگیری را به خود دیده است. اگر تا ۱۰ سال پیش راهاندازی و به‌روزرسانی مداوم یک وبسایت گام شگرفی در راستای بازاریابی یک شرکت قلمداد می‌شد، اکنون دیگر این گونه نیست. نگاه ساده به تغییرات پیرامون مان کافی است تا متوجه ضرورت هماهنگ‌سازی کسب‌وکارمان با ابزارهای مدرن بازاریابی شویم. بر همین اساس نیکول فالون در این مقاله به بررسی چهار گام ضروری در راستای توسعه فرآیند بازاریابی شرکت‌ها در آستانه سال جدید میلادی پرداخته است.

پنج دسامبر سال جاری تیم نخستین سمینار همگام‌سازی دیجیتالی خود را برای مدیران و علاقه‌مندان این حوزه برگزار کرد. در این جلسه که با همکاری تعدادی از آژانس‌های خلاق و کوچک مدیریت شد، نکات متعددی در زمینه شیوه به‌کارگیری تکنولوژی‌های جدید در بخش‌های مختلف کسب‌وکار مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه بر اساس نکات ارائه شده در آن سمینار در قالب چهار گفتار به بررسی گام‌هایی که در سال جدید باید برداریم، خواهیم پرداخت.

گام اول: راهاندازی سیستم یکپارچه امنیت سایبری

توسعه ابزارهای دیجیتالی تنها کاربردهای مثبت را برای مصرف‌کنندگان به ارمان نیاورده است؛ سرعت اطلاعات کاربران اینترنت یکی از مشکلات عمده‌ای است که هنوز راهکار قطعی به منظور پیشگیری از آن وجود ندارد. هک سیستم‌های اطلاعاتی دولتی و امنیتی در سال‌های اخیر زنگ خطر را برای همگان به صدا درآورده است. در این میان هیچ یک از دست‌اندرکاران حوزه کسب‌وکار از چنین سرعت‌هایی در امان نخواهند بود. اگرچه دیجیتالی‌سازی بسیاری از عرصه‌های کسب‌وکار امکان سرعت برخی اطلاعات را افزایش می‌دهد، با این حال نمی‌توان منتظر رفع کامل مشکلات این حوزه ماند. این را نیز باید در نظر گرفت که به عقیده بسیاری از کارشناسان حوزه سایبری، صحبت از رفع کامل امکان سرعت اطلاعات بیشتر

بازاریابی خلق

خواهد رساند. رفتار حرفه‌ای براساس تعریف کانفید، شامل آگاهی از مشاهده مطالب‌تان از سوی خیل عظیمی از کاربران است. بر همین اساس حتی پاسخ به پیام‌های خصوصی نیز در زمره فعالیت‌های عمومی شما دسته‌بندی می‌شود. با این تفاسیر شاید باید در نحوه فعالیت‌مان در شبکه‌های اجتماعی تجدیدنظر کنیم.

دو مفهوم قبلی بدون مسئولیت‌پذیری از اساس تهی خواهند بود. مسئولیت‌پذیری در اینجا به همان معنای رایج خود به کار رفته است: «مسئولیت کارهای خود را چه بد و چه خوب، بر عهده بگیرید.» با این حال کانفید نکته دیگری را هم به این تعریف اضافه می‌کند و آن توجه به مخاطب است: «اگر مخاطب را از دست بدهیم، دیگر موضوعی برای مسئولیت‌پذیری در قبال آن باقی نمی‌ماند.»

گام چهارم: ویدئو بسازید
با توسعه ابزارهای ساخت جوده‌های ویژه در فیلم‌های سینمایی هر ساله شاهد خلاقیت‌های بی‌بدیلی در این عرصه از هنر هستیم. براساس پیش‌بینی مجله تایمز، تا سال ۲۰۱۹ نزدیک به ۸۰ درصد از ترافیک اینترنت را فایل‌های ویدئویی به خود اختصاص خواهند داد. این امر به معنای چرخشی استراتژیک در قالب محتوای بازاریابی است. بر همین اساس ورود به عرصه ساخت و تدوین ویدئوهای کوتاه برای شرکت‌های مختلف ضروری به نظر می‌رسد. در این زمینه شرکت‌های خودروسازی و تولید تجهیزات سفر پیشنهاد می‌دهند. خلق نماهای زیبا و دلنشین تنها بخشی از کار تهیه کلیپ‌های بازاریابی است، بدون شک انتقال محتوا در قالب فریم‌های فیلم بسیار سخت‌تر از بارگذاری تصاویر است.

آستین کینگ، به عنوان کسی که سال‌ها در زمینه تهیه فیلم‌های تبلیغاتی فعالیت کرده است، شروع کار با استفاده از ابزارهای موبایلی را پیشنهاد می‌کند. به بیان وی، نباید در ابتدا انتظار تولید ویدئوهای بسیار شگفت‌انگیز را داشت. از سطوح ساده شروع کرده و به تدریج حرفه‌ای شوید. با این حال همیشه استفاده از تجربه آژانس‌های ساخت کلیپ‌های کوتاه مفید به نظر می‌رسد، البته به شرطی که بودجه لازم را در اختیار داشته باشیم.

در زمینه تدویم، کانفید به روش موسوم به ۲۰/۸۰ معتقد است. بر این اساس، روزانه ۸۰ درصد محتوای پست‌های شما را مطالب مرتبط با کسب‌وکار تشکیل می‌دهد و تنها ۲۰ درصد به سایر موارد اختصاص خواهد یافت. این امر به شما در راستای تنظیم هرچه بهتر مطالب‌تان در جهت جذب مخاطب بیشتر کمک خواهد کرد. امروزه بسیاری از آگنت‌های رسمی شرکت‌ها از پراکندگی محتوا رنج می‌برند. پیروی از این شیوه به شما در تمرکز بیشتر روی اهداف یاری

منبع: BusinessNewsDaily

کارگاه فروش

در فروش به زنان از این پیش‌فرض‌های خطرناک اجتناب کنید

یادم می‌آید روزی در دریایی از انواع کیف‌های مختلف مشکی در یکی از این مراکز خرید ایستاده بودم. از آنجایی که می‌دانستم کیف فعلی مدتی است نیاز به تعویض دارد و البته طبق عادت کیف، همراه همیشگی من در امور روزمره است، پس با چنان وسواسی به بررسی و انتخاب مشغول بودم که مردم عادی برای خرید ماشین شاسی بلند صرف می‌کنند. همسر (شورم) هم در کنارم بود که یکی از فروشندگان به ما نزدیک شد. این فروشنده بدون ذره‌ای مکث من را نادیده گرفت و مستقیماً رو به همسرم کرد و پرسید «آیا برای یافتن کیف جدید نیاز به کمک دارد یا خیر؟»

همسرم هم با اشاره سر به او گفت: «کیف برای اوست!»

فروشنده تعجب کرد و چند لحظه زمان برد تا جمله‌بندی خودش را تغییر دهد.

من لیخندی زدم و آهی کشیدم. این یک مورد کلاسیک از پیش‌فرض‌های اشتباه بود. در این مورد پیش‌فرض این بود که من تصمیم‌گیرنده اصلی برای این خرید نیستم.

بر اساس تحقیقات مؤسسه femalefactor، در رابطه با خریداران زن و نیز تجربه سراسر زندگی خود به عنوان یک زن، می‌دانم که این پیش‌فرض‌ها در رابطه با زنان همیشه اتفاق می‌افتد. حتی اگر به تنهایی در حال خرید باشند (مثلاً به شوهرتان بگویید که باید این گردنبند را برای شما بخرد)

خانم‌های بسیاری هستند که تجربه نادیده گرفته شدن، بی‌توجهی یا بی‌ارزش دانسته شدن در هنگام خرید را داشته‌اند، خصوصاً زمانی که در هنگام خرید با یک آقا همراه بوده باشند. به گزارش ibazaryabi، این حالت چه در رابطه با فروشنده‌های خانم یا آقا اتفاق افتد به‌راحتی فروش را نابود می‌کند.

گناه‌های فروش

این مقاله را به عنوان اولین در مجموعه «گناه‌ها» برای اجتناب هنگام فروش به زنان (مشتری، مراجعه‌کننده یا تصمیم‌گیرنده) منتشر می‌کنم. با گناه اول شروع می‌کنیم:

داشتن پیش‌فرض

اغلب فروشنده‌ها علاقه و تمایل زیادی برای برقراری ارتباط با مشتریان خود دارند، اما مسئله این است که داشتن پیش‌فرض موجب شکل‌گیری مکالمات ناراحت‌کننده‌ای می‌شود که فرآیند جلب اعتماد مشتری را سخت و سخت‌تر یا حتی فرآیند فروش را متوقف می‌کند. البته نکته مثبت این است که این پیش‌فرض‌ها همیشه غیر قابل اجتناب هستند. مورد خنده‌آمیز آشنای من بود:

تصور نکنید که او تصمیم‌گیرنده نیست؛ مسئولیت اغلب تصمیم‌ها و مخارج مصرفی و البته توان تأثیرگذاری بر خرید در هر خانه‌ای بر عهده خانم‌هاست.

در آمریکا، ۴۰ درصد از خانواده‌های با کودک زیر ۱۸ سال در کنار مادری هستند که نان‌آور اصلی یا تنها نان‌آور خانه است.

تصور نکنید که وی ازدواج کرده است؛ متولدین بعد از سال ۲۰۰۰ از نظر تاریخی در حال ازدواج با بالاترین سطح سنی هستند. این سن برای زنان با تحصیلات دانشگاهی حتی بیشتر از ۳۰ سال است و البته طلاق در بین گروه‌های سنی بالاتر مسئله‌ای معمول است.

تصور نکنید که اگر ازدواج کرده، نامی مشابه همسر خود دارد؛ بسیاری از زنان پس از ازدواج نام دوران مجرد خود را حفظ کرده و از آن استفاده می‌کنند؛ روندی که البته این سال‌ها در حال رشد هم است.

تصور نکنید که دلیل سن پایین یا سبک پوشش‌شان، توان هزینه کردن برای خودشان را ندارند؛ زنان جوان دیگر خرید اقلام گران‌قیمت را به مرحله بعد از ازدواج خود موکول نمی‌کنند. همه ما به‌خوبی می‌دانیم که امروزه روندی در حال شکل‌گیری است که زنان از شلوغ‌های ورزشی خیلی راحتی در فضای جامعه استفاده می‌کنند.

این روند البته در حال رشد، روندی پذیرفته شده بوده و به‌طور کل صنعت مد را دچار تغییرهایی کرده است.

هیچ تصویری در رابطه با وضعیت مادری آنها نداشته باشید؛ من در مقام مشاور با زنان بسیاری مصاحبه کرده‌ام که فروشنده‌ها آنها را با پرستار بچه یا مادر بزرگ فرزندان خود اشتباه گرفته بودند.

و در واقع آن‌ها زنانی هستند که امروزه ممکن است به معنای واقعی صاحب فرزند باشند.

تقریباً نیمی از زنان بالغ بر اساس مرکز آمار آمریکا (که البته عددی تاریخی است) دارای فرزند نیستند و این روندی جمعیت شناختی است که در حال تسری یافتن به تمام کشورهاست.

بهترین راهکار برای اجتناب از این پیش‌فرض‌ها
- تماس چشمی برابر با تمام زوج‌ها و گروه‌ها داشته باشید.

- سوالاتی را مطرح کنید که همواره مشتریان اجازه پاسخگویی به آنها را به خود می‌دهند.

- زمانی که آنها پاسخ شما را دادند، آنگاه می‌توانید روند صحبت خود را شخصی‌سازی کنید.



دریچه



معرفی سبک‌های مدیریت تعارض در سازمان

مدیریت تعارض باید به کاهش تعارض‌های عاطفی در همه سطوح و حفظ و بهبود مقصداری تعارض لازم و کنترل شده کمک کند و وضعیت و نگرانی‌های هر دو طرف تعارض را در نظر داشته باشد. در قرن گذشته، درباره روش‌های مدیریت تعارض پژوهش‌های فراوانی انجام شده است. مری پارکر فولت، این روش‌ها را در سه دسته چیرگی، مصالحه و یکپارچه‌سازی (شامل گوشه‌گیری، تبادل اطلاعات، جست‌وجوی گزینه‌ها و بررسی اختلافات در حل مسئله، به روشی که برای هر دو طرف مقبول باشد) مشخص کرده است. او روش‌های اجتناب و فرونشانی را نیز برای مدیریت تعارض پیشنهاد می‌کند. پس از آن رابرت بلیک و جین موتن پنج روش ارائه دادند: اجبار، عقب‌نشینی، آرام‌کردن، مصالحه و حل مسئله. در این مقاله به نقل از chetor به سبک‌های مدیریت تعارض پرداخته می‌شود.

اجتناب (رها کردن - برد/باخت)

این رفتار هم بز دلانه و هم غیرمشارکتی است. ممکن است مدیر تصور یا نامود کند که هیچ تعارضی وجود ندارد یا نسبت به آن بی‌اعتنا باشد. این استراتژی زمانی به کار گرفته می‌شود که اقدام و تلاش برای حل تعارض خیلی ارزش نداشته باشد. اما این روش در طول زمان، شرایط را بدتر می‌کند. روش اجتناب ممکن است شکل کناره‌گیری دیپلماتیک از مسئله یا به تأخیر انداختن راه‌حل به آینده یا عقب‌نشینی از یک موقعیت به خود بگذرد. لاک پشت نمادی از روش اجتناب شمرده می‌شود، چراکه می‌تواند با فروکردن سر در لاک خود، از هر چیزی دوری و اجتناب کند.

انطباق (تسلیم - برد/باخت)

انطباق کاملا در نقطه مقابل رقابت جای می‌گیرد. در این حالت، برای رفع تعارض، یکی از طرف‌ها برای رفع نگرانی‌های طرف مقابل، منافع و خواسته‌های خود را کنار می‌گذارد و در برابر دیدگاه وی تسلیم و وادار به پذیرش می‌شود. با این حال، بروز دادن زیاد انطباق جایگاهتان را تضعیف می‌کند و مانع شنیده شدن نظراتان می‌شود. این روش زمانی به کار می‌رود که قرار است در آینده نزدیک، روش دیگری از روش‌های پنج‌گانه انتخاب شود. آفتاب‌پرست نمادی از روش انطباق است، زیرا رنگ بدن خود را با شرایط محیط تغییر می‌دهد.

رقابت (برد/باخت)

رقابت روشی جرات‌مندانه و غیرمشارکتی است که فرد منافع خود را رو در روی طرف مقابل قرار می‌دهد. در این روش که روش چیرگی هم نامیده می‌شود، فرد با تمام قوا برای برنده شدن تلاش می‌کند. مدیران از این روش برای اعمال دستور و خواسته‌های خود و پیروی دیگران استفاده می‌کنند. این روش زمانی می‌تواند به کار گرفته شود که یک طرف در موضع رهبری قرار دارد. شیر نماد این روش است، زیرا ابهتش با او کمک می‌کند تا خواسته‌های خود را برآورده کند.

مصالحه (برد ناچیز/باخت ناچیز)

مصالحه تا حدی جرات‌مندانه و تا حدی مشارکتی است. در این روش، بدبینان‌های زیادی انجام می‌شود تا بالاخره رضایت دو طرف به دست آید، چراکه «یک چیز اندک بهتر از هیچ چیز است». مصالحه بر مذاکره استوار است و در فاصله‌های یکسان از رقابت و انطباق قرار می‌گیرد. گورخر را می‌توان نماد مصالحه نامید، زیرا شاید برایش تفاوتی نداشته باشد که اسب سفید یا اسب سیاه باشد، بنابراین با رفع اختلاف، هر دو رنگ را انتخاب می‌کند.

همکاری (برد/برد)

همکاری همان قدر که جرات‌مندانه است، مشارکتی هم هست و نقطه مقابل اجتناب قرار می‌گیرد. این روش که یکپارچه‌ساز هم نامیده می‌شود، با کار مشترک بر آورده ساختن نیازها و نگرانی‌های اساسی هر دو طرف تمرکز می‌کند. همکاری، حس مالکیت و تعهد را در کارکنان تقویت می‌کند. این روش گاهی اوقات باعث نیازهای جدیدی مقابل هم می‌شود.

چطور می‌توان تعارض‌های میان فردی را کاهش داد؟

یک مدیر هیچ‌گاه نباید به امید از بین رفتن تعارض از آن اجتناب کند، ولی بهتر است از مشارکت‌کنندگان بخواهد که اقدامات موردانتظارشان را از طرف مقابل تشریح کنند. در این حالت بهتر است طرف سومی که مسئول و مدیر مستقیم افراد نیست هم حضور داشته باشد. همچنین توصیه می‌شود که مدیر با افراد درگیر در تعارض، جداگانه دیدار نکند. یک مدیر برای کاهش تعارض باید این اقدامات را انجام دهد:

- مرور منظم شرح شغل‌ها، همزمان با تغییرات، شرح شغل‌ها هم باید به‌طور منظم تغییر کنند.
- با تمام زیردستان خود ارتباط برقرار کنید: برای این منظور در فواصل زمانی منظم با آنان دیدار کنید و درباره موفقیت‌ها، مسائل و چالش‌های‌شان گفت‌وگو کنید.
- گزارش‌های منظم: یک مدیر باید به‌طور منظم گزارش‌هایی درباره عملکرد زیردستان خود دریافت کند. در این گزارش‌ها باید به موفقیت‌ها، نیازهای فعلی و نقشه‌های پیش رو اشاره شود.
- آموزش: هر مدیری باید در خصوص مواردی چون ارتباطات میان‌فردی، مدیریت تعارض و واگذاری اختیار، آموزش ببیند.
- برگزاری جلسات منظم: مدیران باید با برگزاری جلسات منظم، زیردستان را در جریان بر موارد و اقدامات جدیدی که انجام‌شان برای پیشرفت برنامه‌های کنونی ضروری است، قرار دهند.
- صندوق پیشنهادها: صندوقی ایجاد کنید که کارکنان بتوانند به‌طور ناشناس، پیشنهادهای خود را به مدیریت ارائه دهند.

چگونه بدون هیچ سرمایه‌ای کسب و کار خود را رونق بخشیم



این است که می‌توانید در قسمت‌های مورد نظر تغییر لازم را بدهید. برای مثال، زمانی که شما در حال بررسی طرح خود هستید، می‌توانید افراد زیادی را در صنعت مد نظر بیاورید که انتظار موارد زیادی را از کالای شما دارند و این درحالی است که شما آنها را لحاظ نکرده بودید.

روش‌های جایگزین برای یافتن سرمایه اولیه

اگر واقعا ایده شما به سرمایه اولیه زیادی نیاز داشته باشد، در آن صورت راه‌حل چیست؟ یک راه این است که از ایده‌ای شروع کنید که به هزینه کمی نیاز دارد و زمانی که به اندازه کافی کسب‌وکارتان رشد کرد، ایده بزرگ‌تان را عملی کنید.

راه دیگر، استفاده از روش کراودفاندینگ (Crowdfunding) است. در این روش، از طریق جمع‌آوری مقدار اندکی پول در قالب پیش‌فروش به تعداد زیادی از افراد و اغلب به‌صورت اینترنتی، سرمایه مورد نیاز برای پروژه تأمین می‌شود.

برای مثال، یک بازی اینترنتی با استفاده از همین روش در سال ۲۰۱۲ توانست به تکامل خود ادامه دهد و تاکنون توانسته است ۱۵۹ میلیون دلار سرمایه جمع کند، حتی می‌توانید از پلتفرم‌های رایگان استفاده کنید و مقداری از سود را به آنها اختصاص دهید. برای مثال، کیک‌استارتر (Kickstarter) یکی از این پلتفرم‌ها است که توانسته تاکنون برای کارآفرینان ۲۰ میلیون دلار سودآوری داشته باشد.

آیا می‌توان به نتیجه رسید؟

حتی با وجود پشتیبانی مالی، موفقیت در به ثمر رساندن ایده‌ها کار دشواری است. شما می‌توانید بهترین ایده را داشته باشید، اما بدون تلاش، کوشش و صرف وقت برای ایده‌تان، احتمال موفقیت بسیار کاهش می‌یابد. صرف نظر از اینکه ایده شما چه چیزی است، مطمئن شوید که این ایده به مردم کمک می‌کند. تمرکزتان روی بهبود زندگی دیگران باشد و مطمئن باشید که کسب‌وکارتان حتماً رشد خواهد کرد.

منبع: FORBES

خوب یا بد صنعت، یادگیری بازاریابی، فروش و شبکه‌سازی می‌تواند شروعی خوب باشد. بدون این مرحله، شما نمی‌توانید بفهمید که آیا ایده شما واقعا غیرعملی است یا اینکه به اندازه کافی یاد نگرفته‌اید.

۲- ایده‌تان را عملی کنید

در مورد چیزی که انجام می‌دهید، هر نکته‌ای را یاد بگیرید و سؤال‌ها، جواب‌ها و تمام مشکلات در آن زمینه را موشکافی کنید.

در مورد چیزی که انجام می‌دهید، هر نکته‌ای را یاد بگیرید و سؤال‌ها، جواب‌ها و تمام مشکلات در آن زمینه را موشکافی کنید.

به یاد داشته باشید که تجارت به مثابه فرزند شما است و غذای این فرزند برای زنده ماندن و رشد، فقط پول است.

۱- یادگیری در هر زمان و مکان

زمانی که سرمایه‌ای برای استخدام دیگران ندارید، باید تبدیل به فردی شوید که تمام وقت در حال یادگیری است تا بتوانید ایده خود را به واقعیت تبدیل کنید. صرف نظر از وضعیت



نگاه



مهم‌ترین ضعف مدیران غیر حرفه‌ای و راهکارهایی برای رفع آن

کارآفرینان موفق مانند بیل گیتس، وارن بافت و ریچارد برنسون همواره توانایی برقراری ارتباط را به عنوان مهم‌ترین مهارت لازم در کسب و کار معرفی کرده‌اند، اما اکثر افراد این مهارت را صرفا در توانایی سخنوری می‌بینند.

به گزارش دیجیاتو، می‌توان گفت مهم‌ترین بخش یک ارتباط، خصوصا برای مدیران، توانایی شنیدن و درک طرف مقابل است. افرادی که قصد رهبری تیم‌های کاری را دارند، باید به صورت فعالانه به سخنان همه اعضا گوش داده و منظور آنها را درک کنند؛ مدیران از این طریق می‌توانند نفوذ خود را گسترش داده و اعتماد کارکنان را جلب کنند.

نکته مهم در این مسئله، گوش دادن به معنای واقعی کلمه است، چرا که در دنیای امروز و با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات کلامی واقعی که توانایی انتقال منظور حقیقی افراد را دارند به شدت کاهش یافته و مطمئنا طرفین مکالمه هرچقدر هم که در نوشتن مهارت داشته باشند، هیچ‌گاه نمی‌توانند ارتباط قدرتمندی را در حد یک مکالمه حضوری با یکدیگر برقرار کنند.

بر اساس آمارهای موجود، ۷۰ تا ۸۰ درصد از اوقات بیداری ما به صورت‌های مختلفی در حال برقراری ارتباط سبزی می‌شود که ۴۵ درصد از این زمان به شنیدن اختصاص دارد. طبق همین آمار، اطلاعات کسب شده توسط انسان هنگام گوش دادن، پس از ۴۸ ساعت تقریبا به یک چهارم کاهش یافته و در واقع ما فقط ۲۵ درصد از آنچه را که می‌شنویم پس از دو روز به خاطر داریم.

با توجه به آمار فوق، مدیرانی که می‌خواهند مهارت شنیدن خود را افزایش داده و رهبران خوبی در کسب و کار مربوطه باشند، مسیر نسبتا سختی در پیش دارند که در همین راستا، چهار راهکار مختلف را برای بهبود مهارت مورد بحث معرفی می‌کنیم.

با هدف درک کردن، به سخنان افراد گوش کنید

«پیتسر دراکر» یکی از بزرگ‌ترین نظریه‌پردازان مدیریت می‌گوید: «مهم‌ترین بخش یک ارتباط شنیدن چیزی است که گفته نشده.» در ارتباطات کلامی، درک منظور طرف مقابل از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

از همین رو توصیه می‌شود در طول مکالمات، با پرسیدن سؤالات مختلف و به کار بردن عباراتی مانند «فکر می‌کنم منظورتان این باشد که...»، به احساس و مفهوم اصلی مورد نظر شخص دست پیدا کنید.



در برقراری ارتباط عجله نکنید

اکثر افراد در برقراری ارتباطات جدید و مکالمه با دیگران عجله کرده و به نوعی خود را تحمیل می‌کنند. چنین رفتاری باعث می‌شود برخی فرصت‌های مناسب برای تأثیرگذاری مثبت در آینده از دست برود.

به همین خاطر به مدیران پیشنهاد می‌شود که مانند افرادی که هوش احساسی بالایی دارند رفتار کرده و ابتدا به دیگران اجازه بیان احساسات و تفکرات‌شان را بدهند. چنین رفتاری موجب جلب اطمینان افراد شده و حس بهتری را برای مکالمات بعدی به آنها منتقل می‌کند.

منافع طرف مقابل را در نظر بگیرید

برای برقراری یک ارتباط قوی با کارمندان و همکاران، باید به نیازهای آنان توجه کرد. در واقع رویکرد مدیران به صورت کلی باید پیرو این جمله باشد: «چطور می‌توانم به این شخص کمک کنم؟» چنین رویکردی اعتماد دیگران را جلب کرده و باعث می‌شود کارمندان با اطمینان خاطر بیشتری با مدیر صحبت کرده و حتی پیشنهادات و ایده‌های جدید خود را مطرح کنند.

خود را در جایگاه دیگران تصور کنید

گوش دادن همراه با همدلی و نگاه به شرایط از نقطه نظر دیگران، یکی از بهترین و صد البته سخت‌ترین روش‌ها برای افزایش اطمینان و اعتمادسازی در سطح سازمان است.

مدیران برای اینکه بتوانند خود را در جایگاه دیگران تصور کنند، باید ذهن خود را از تمام تفکرات و نظرات شخصی خالی کرده و با تمام وجود به طرف مقابل توجه کنند. در چنین شرایطی با درک موقعیت واقعی شخص، مدیر راه ساده‌تری برای حل مشکلات و مسائل مربوطه پیش رو خواهد داشت.

منبع: Inc

۱۸ مهارت فروش که برای تجارت موفق به آن احتیاج دارید

مهارت فروش در معرض تغییرات بسیار زیادی قرار دارد. خریداران همه‌کاره شده‌اند، فروش «از تولید به مصرف» رو به انقراض است و پیشرفت تکنولوژی نیز در حال تغییر این حرفه است. خبر تأسفبار این است که گفته می‌شود ظرف چند سال آینده، ۱۵میلیون شغل فروش به دلیل همین تغییرات از بین خواهند رفت. نیروهای فروش برای نجات یافتن در این بازار رقابتی باید مهارت‌های جدیدی بیاموزند. ما با بررسی روندهای بازار و مطالعه راهکارهای فروشندگان موفق، ۱۸ مهارت فروش را گردآوری کرده‌ایم که همه فروشندگان برای ادامه مسیر خود به آنها احتیاج دارند. اگر شما هم می‌خواهید فروشنده موفقی باشید، در ادامه مطلب به نقل از chetor با توضیحات تکمیلی ما همراه باشید.

۱. درک خریدار؛ مهم‌ترین مهارت فروش

اصلی‌ترین مهارت فروش در دنیای امروزی این است که درک کنیم خریدار چه می‌خواهد. همین موضوع به‌ظاهر ساده، پایه فروش موفق است، اما موفقیت در کسب و کار فقط به درک اینکه خریدار چه می‌خواهد محدود نمی‌شود. به بیان ساده‌تر، فقط این مهم نیست که بدانیم مشتری کدام برند قهوه را می‌پسندد، باید دقیقاً بدانیم مشتری وقتی وارد فروشگاه ما می‌شود، به دنبال کسب چه تجربه‌ای است؟ چرا فلان برند را انتخاب می‌کند؟ خریدار مجموعه انتظاراتی دارد و وظیفه فروشنده این است که نیازهای او را فراتر از انتظاراش برطرف کند (این در واقع تعریف رضایت مشتری‌ریاست). اگر ندانید خریدار با خرید کالای موردنظر به دنبال کسب چه تجربه‌ای است، نمی‌توانید توقعات او را برطرف کنید.

۲. فروش مشتری‌پسندانه

زمانی که فروشنده‌ای خریدار را درک کند، می‌تواند فروشی به شیوه مشتری‌پسند انجام دهد، یعنی دقیقاً در زمان مناسب، همان چیزی را که مشتری می‌خواهد در اختیارش قرار بدهد. مثلاً اگر یک خریدار برای تصمیم‌گیری قطعی به استفاده آزمایشی از محصول احتیاج دارد تا خیالش راحت شود و در عین حال با کمبود وقت مواجه است، یک فروشنده حرفه‌ای به‌سرعت نسخه‌ای آزمایشی در اختیار او قرار می‌دهد، آن هم نه یک نسخه معمولی، نسخه‌ای که راه‌اندازی و استفاده از آن سریع و ساده باشد و بتواند ارزش واقعی کالا را در مدت زمانی حتی کمتر از ۳۰ دقیقه ثابت کند. خریداران عاشق فروشدگانی هستند که زیر و زرنک باشند.

۳. روان‌شناسی ایجاد علاقه در خریدار

عده محدودی از فروشندگان از روان‌شناسی فروش برای جذب مشتری در مغازه استفاده می‌کنند. روش‌های روان‌شناسی متفاوتی برای ایجاد علاقه در مشتریان بالقوه وجود دارد. یکی از روش‌های مؤثر این است که مشتری مطمئن شود زیاد وقتش را نمی‌گیرد.

۴. ایجاد اعتماد در خریدار

خریداران عاشق معامله با کسانی هستند که به آنها اعتماد دارند. فروشنده‌گان موفق حتماً کاری می‌کنند که صداقت خود را به مشتری ثابت و اعتماد او را جلب کنند. کمک بی‌دریغ به خریدار، یکی از ابزارهای جلب اعتماد مشتری برای افزایش فروش است.

۵. توضیح مختصر محصول

با توجه به اینکه این روزها سر همه خیلی شلوغ است، تعامل مختصر و مفید با مشتری، مهارت فروش بسیار مهمی است. روزهای پرگوئی فروشندگان رو به پایان است. خریداران بیشتر به «شیوه بیان اطلاعات» اهمیت می‌دهند نه خود اطلاعات. یک قانون طلایی این است که در هر مکالمه به بیش از سه نکته مهم اشاره نکنید، چون حوصله مخاطب را سر خواهید برد و مشتری نکات اصلی را فراموش خواهد کرد.

۶. واکنش مناسب به صحبت‌های مشتری

بسیاری از مدیران فروش و متخصصان بر این باورند که فروشندگان موفق، شنوندگان خوبی هستند. ما هم این حرف را قبول داریم و جای توضیحی برای آن نمی‌ماند. فروشنده موفق به حرف‌های مشتری واکنش مناسبی نشان می‌دهد. باید مهارت گوش دادن را یاد بگیرید؛ یعنی گوش بدهید، درک کنید و اقدام مناسبی در راستای صحبت‌هایی که شنیده‌اید، انجام بدهید.

۷. داشتن اطلاعات جامع و کاربردی درباره محصولات

فروشندگان دیگر فقط پل ارتباطی بین تولیدکننده و خریدار نیستند. آنها باید از دو جهت متخصص هم باشند:

۱ – خریدار را درک کنند. به این ترتیب هنگام فروش می‌توانند به مشکلاتی که مشتری با آنها سروکله می‌زند اشاره کنند و کالای موردنظر را به‌عنوان راهکاری برای رفع مشکل یا برآورده کردن نیاز او پیشنهاد بدهند.



۲– باید کالای فروشی را از بر باشند و اطلاعات کاملی درباره آن داشته باشند تا بتوانند سوالات مشتری را به‌طور کامل و صحیح پاسخ بدهند.

۸. کمک به مشتری

کمک کردن بیشتر از اینکه یک مهارت فوش باشد، یک ذهنیت است که باید در خودتان نهادینه کنید. بسیاری از فروشندگان با این مورد دست‌وپنجه نرم می‌کنند. سعی کنید هرپار که با یک مشتری در تعامل هستید، به خودتان یادآوری کنید که یاری‌رسان مشتری باشید و به چشم ابزاری برای دستیابی به پول، به او نگاه نکنید.

۹. داستان‌گویی

خریداران لزوماً نمی‌خواهند درباره کالای شما اطلاعات فنی دریافت کنند. فروشندگان ماهر، کالای خود را به یک تصویر بزرگ‌تر وصل می‌کنند و این تصویر، احساس مشتریان قبلی یا تبعات خرید کالاست. برای مثال، کسی که از شما یک سیستم تلفن می‌خرد در واقع تنها به دنبال خرید تلفن نیست، به دنبال افزایش درآمد از طریق خرید این تلفن است و اگر شما بتوانید با داستان‌گویی درباره مشتریان قبلی به او ثابت کنید که با خرید این سیستم، هدفش محقق خواهد شد، او را به خرید ترغیب کرده‌اید.

۱۰. توانایی نویسنده‌گی با کی‌رایت

فروشندگان باید قدرت نویسنده‌گی داشته باشند. این مهارت فروش از زمانی مهم شده است که بسیاری از ارتباطات با مشتریان از طریق ایمیل صورت می‌گیرد. در هنگام کی‌رایت، چند قانون طلایی زیر را به یاد داشته باشید:

۱– هر چه کمتر بنویسید، بهتر است. سعی کنید نوشته خود را کوتاه، اما دلنشین نگه دارید.

۲– عمومی ننویسید. تا جایی که ممکن است برای نوشته‌هایتان زمان بگذارید و آنها را شخصی‌سازی کنید.

۳– برای نظم دادن به نوشته، متن خود را بولت‌بندی کنید (یعنی قسمت‌ها و نکات مهم را به‌صورت موردی بنویسید). بررسی یک فایل فهرست برای مشتریان، خیلی ساده‌تر از بررسی یک متن طولانی و کسالت‌بار است.

۴

(Action) بگذارید و مشتری را به سفارش دادن ترغیب کنید.

۱۱.بازاریابی تلفنی

دوره جلسات حضوری و فروش سر مزرعه رو به اتمام است و به‌تدریج همه‌چیز جای خود را و ویدئوکنفرانس‌ها و ارتباطات غیر حضوری خواهد داد. درنتیجه فروشنده باید قابلیت مدیریت فروش از طریق تلفن را نیز داشته باشد. بازارباب تلفنی باید با تکنیک‌های برتر در فروش تلفنی آشنا باشد و همچنین توانایی‌هایی مانند قدرت تشخیص تن صدای مخاطب برای ارزیابی میزان تمایل وی به خرید را داشته باشد. بهتر است فروشندگان به تکنولوژی‌های جدید (مثلاً اسکایپ، فیس‌تایم و…) مسلط باشند تا در صورت لزوم بتوانند مکالمه‌های غیر حضوری تأثیرگذارتری صورت بدهند.

۱۲. ارتباط با مشتریان در فضای مجازی

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی رو به گسترش است و این شبکه‌ها به بستری برای فروش آنلاین تبدیل شده‌اند. بسیاری از فروشندگان حرفه‌ای از فیس‌بوک، توئیتر، لینکدین، اینستاگرام و تلگرام، به‌عنوان ابزاری برای فروش بیشتر استفاده می‌کنند. منظور ما فقط این نیست که مخاطبان خود را در

پدیده‌ای به نام اثر آمازون مانع افزایش تورم به ۲درصد در آمریکا

داشتن قیمت‌ها دلیل اصلی پایین بودن تورم هستند. بر اساس آنچه اعلام شد، آمازون و سایر فروشگاه‌های آنلاین به دو دلیل از بالا رفتن تورم جلوگیری می‌کنند. اولین دلیل فروش کالاها و اجناس با قیمت پایین است. استفاده از فرآیندهای کاملاً خودکار و انبارهای بسیار پهینه را باید دلیل اصلی پایین بودن قیمت خواند. عامل دوم، فشاری است که آمازون به خرده‌فروشان سنتی برای پایین نگه داشتن قیمت‌ها وارد می‌کند. این فشار غی مستقیم است؛ به‌طوری‌که این خرده‌فروش‌ها برای باقی ماندن در چرخه رقابت دست به چنین اقدامی می‌زنند. فدرال رزرو حتی نامی را برای این پدیده که در واقع پایین بودن تورم است در نظر گرفته که همان پدیده اثر آمازون است. کلیسین با ارائه یک نمودار دیگر نشان داده است که چگونه پایین بودن تورم به دو عامل دیگر بستگی دارد. این عوامل شامل افزایش سهم فروشگاه‌های آنلاین در میزان خرده‌فروشی کلی در کنار کاهش قیمت کالاهای مصرفی است. قیمت پایین اصلی‌ترین سیاست آمازون در مورد فروش از اولین روز فعالیت این کمپانی بوده است. آمازون کار خود ابتدا با کاهش قیمت کتاب‌هایی که به فروش می‌رساند، آغاز کرد، پس از آنکه آمازون فروش سایر اقلام را نیز به لیست کالاهای فروشی اضافه کرد، سیاست کاهش قیمت همچنان سرلوحه کار آمازون قرار داشت. فروشگاه‌های آنلاین برای افزایش فروش خود با قیمت‌های نازل، مفاهیمی نظیر دوشنبه سایبری را نیز وارد فرهنگ خرید قبل از سال نو میلادی کرده‌اند که هدف آن ترغیب مردم و کاربران برای خرید به‌صورت آنلاین است. خرده‌فروشی‌های آنلاین که بزرگ‌ترین آنها آمازون است، به اندازه‌قدر قدرت دارند که می‌توانند سیاست‌های پولی تعیین‌شده توسط نهادهای مسئول را به چالش بکشند. هرچند در کشورمان نیز شاهد رشد روز افزون فروشگاه‌های آنلاین هستیم، اما عملکرد این فروشگاه‌ها فاصله زیادی با هم‌تایان خود دارد و این تفاوت در برگزاری کمپین‌هایی نظیر جمعه سیاه بیش از پیش مشهودتر می‌شود.

دنیای مجازی دنبال کنید. نیروهای فروش حرفه‌ای از طریق ارتباطاتی که به‌دست می‌آورند، در دنیای واقعی هم رویدادهایی ترتیب می‌دهند تا بتوانند رابطه صمیمانه‌تری با مشتریان برقرار کنند. این کار می‌تواند اعتماد و اشتیاق مشتریان را برانگیزد و تا حدی به فروش کمک کند.

۱۳. تعاملات شخصی‌سازی شده با مشتریان

همه ما از پیام‌های انبوه تبلیغاتی گریزانیم. خریداران پیغام‌های عمومی را دور می‌ریزند. تعاملات میان فروشنده و خریدار زمانی اثرگذار خواهد بود که شخصی‌سازی شده باشد. بهترین راه این است که پیام‌ها را با توجه به خصوصیات جمعیت‌شناختی مشتریان دسته‌بندی کنید. در بازاریابی b2b بهتر است شرکت‌ها را با توجه به زمینه فعالیت‌شان طبقه‌بندی کنید. در روابط وروررو هم باید رفتار خود را برحسب جنسیت و سن مشتری تغییر بدهید. می‌توانید به رویدادهایی که فروشگاه یا شرکت‌تان برای افرادی مانند آن خریدار برگزار شده است اشاره کنید تا مشتری بیشتر احساس صمیمیت کند.

۱۴. استفاده از مهارت‌های بازاریابی

خیلی‌ها معتقدند که بازاریابی در حال بلعیدن فروش است! ما معتقدیم بازاریابی حرف‌های زیبایی برای رفتن دارد که «فروش» باید آنها را سرمشق خود قرار بدهد. فروشندگانی که دوره‌های بازاریابی را گذرانده باشند، می‌توانند بسیار موفق‌تر از فروشندگان عادی عمل کنند. بسیاری از فعالیت‌ها مانند تولید محتوا یا تحقیقات بازار اگر با علم بازاریابی ترکیب شوند، می‌توانند نتیجه‌ی بزرگ‌تری به همراه داشته باشند و به فروش بیشتر کمک کنند.

آگهی حصر وراثت

آقای کیوان مرادی موجی فرزند غلامعلی دارای شناسنامه شماره — به شرح دادخواست به کلاسه ۱۷۲۹۶/۹۶ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان غلامعلی مرادی موجی فرزند رمضان به شماره شناسنامه ۱۷۲ صادره از سوادکوه در تاریخ ۹۶/۸/۲۴ اقامتگاه دائمی خود بدورد زندگی گفته ورته حین القوت آن مرحوم منحصر است به جمیله علی زاده اوائی ف حاجی علی ش ش ۱۶۴۱ هسمر متوفی و پیمان مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۵۵۴ فرزند متوفی و کیوان مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۱ فرزند متوفی و سامره مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۱ فرزند متوفی و بهرام مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۱۸ فرزند متوفی و شهرام مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۲۲۱ فرزند متوفی و مهراون مرادی موجی ف غلامعلی ش ش ۱۰۹۶۴۹/۲۲۵۰ فرزند متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک مرتبه آگهی می گردد تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

م الف الف ۹۶/۹/۲۳۲۴۱۱/۱۱ شعبه اول شورای حل اختلاف سوادکوه

کلاسه پرونده ۹۶۰۵۲۰ وقت رسیدگی ۹۶/۱۰/۱۱ ساعت ۹ خواهان بهروز گرابلی میکلا خواننده پرویز حسین زاده خواسته مطالبه وجه چک خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه اول دادگاه عمومی سواد کوه از جاع گردیده و ق ت مرتبه آگهی می گردد تا هر کس مجهول امکان بودن خواننده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ ق ا د م به ایشان ابلاغ می شود تا در جلسه روز دوشنبه ۹۶/۱۰/۱۱ ساعت ۹ در دادگاه حاضر و دفاع نماید

م الف الف ۹۶/۹/۲۳۲۴۱۱/۱۱ مدیر دفتر شعبه اول دادگاه عمومی حقوقی شهرستان سوادکوه

آگهی ابلاغ وقت دادرسی

در پرونده کلاسه ۲۷۶۰۰۰۲۷۶-۹۹۸۱۹۵۲۹۰-۹۶۰۹۹۸۱ دادرسی عمومی و انقلاب شهرستان سوادکوه حسب شکایت اداره میراث فرهنگی سوادکوه علیه محمد حسین صالح ابادی دائر بر توهین حین انجام وظیفه و تهدید که فعلا مجهول امکان می باشد بدین وسیله در اجرای ماده ۱۷۴ قانون آیین دادرسی کفیری به نامبرده ابلاغ می گردد تا ظرف مهلت یکماه پس از انتشار آگهی جهت دفاع در این بازپرسی حاضر شوید در غیراینصورت طبق محتویات پرونده وقت مقررات اتخاذ تصمیم خواهد شد چنانچه آگهی دیگری باشد یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود

م الف الف ۹۶/۹/۲۳۲۴۱۱/۱۱ دادستان دادرسی عمومی و انقلاب سوادکوه

آگهی وقت دادرسی

نظر به اینکه در پرونده کلاسه ۱۰۱/۹۶/۱۰۹۰ شعبه ۱۰۱ دادگاه کفیری دو سوادکوه موضوع اتهام غلامحسین نادى حیدرى فرزند جان بران دائر بر ترک اتفاق در تاریخ ۹۶/۱۰/۲۱ ساعت ۱۱ وقت رسیدگی تعیین گردیده و اینکه نامبرده مجهول امکان می باشد بنابراین طبق ماده ۳۴۴ ق ا د ک زمان رسیدگی به تاریخ مذکور جهت ابلاغ به متهم آقای غلامحسین نادى حیدرى در روزنامه آگهی می شود تا نامبرده در روز رسیدگی در دادگاه حاضر شده و یا نسبت به ارسال لایحه اقدام نموده و در صورت عدم حضور در دادگاه به موضوع رسیدگی نموده و مبادرت به صدور رای می نماید

م الف الف ۹۶/۹/۲۳۲۴۱۱/۱۱ شعبه اول دادگاه کفیری شهرستان سوادکوه

آگهی حصر وراثت

آقای مالک شهرت مشکوری نام پدر زباری شناسنامه ۴ صادره از اهواز درخواستی بخواسته صدور گواهی حصروراثت تقدیم و توضیح داده که بردارش مرحوم عبدالرسول شهرت مشکوری شناسنامه ۸۰۸ صادره اهواز در تاریخ ۹۶/۰۸/۱۷ در اهواز اقامتگاه دائمی اش فوت وره اش عبارتند از: ۱- متفانی مالک مشکوری فرزند زباری به ش ش ۴ صادره از اهواز (برادر متوفی) ۲- مصریه مشکوری فرزند زباری به ش ش ۸۱۱ صادره از اهواز ۳- سعیده مشکوری فرزند زباری به ش ش ۸۱۰ صادره از اهواز (خواهران متوفی) ۴- ملکه بنی تمیم فرزند منیر به ش ش ۲۴۲ صادره از اهواز (هسمر متوفی) ولا غیر ورته دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات قانونی مراتب مزبور را در یک نوبت آگهی مینماید تا هرکس اعتراضی دارد یا وصیت نامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه بدادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر و هر وصیت نامه بجز سری و رسمی که بعد از این تاریخ ابراز شود از درجه اعتبار ساقط است.

قاضی شورای حل اختلاف مجتمع شماره سه اهواز

۱۵. تلاش فعالانه برای تبدیل مشتری بالقوه به خریدار

این روزها حواس همه پرت است، پس فروشنده برای جلب توجه مشتری و تبدیل او به خریدار، باید بیش از پیش تلاش کند. نباید مشتری را در مسیر تصمیم‌گیری تنها بگذارد، بلکه باید قدم‌به‌قدم تا زمان خرید او را همراهی کنید. برای مثال اگر یک مشتری برای تصمیم‌گیری نهایی به تأیید مدیرعامل احتیاج دارد، باید تمام اطلاعات موردنیاز، محتوا و ابزارهایی را که به متقاعدسازی مدیرعامل کمک می‌کنند، شسته‌ورفته در اختیار مشتری بگذارید. توضیح شفاهی به مشتری و سپس رها کردن او برای انتقال آن توضیحات به شخص تصمیم‌گیرنده در این دنیایی که حواس همه پرت است، به معنی از دست دادن یک معامله است.

۱۶. استفاده از تکنولوژی‌های فروش

بسیاری از بخش‌های فروش برای بهبود کارایی و کوتاه کردن چرخه فروش، از تکنولوژی‌های جدید استفاده می‌کنند. با اینکه این روزها فروشندگان مشغله‌های بیشتری دارند، اما آمار اخیر سازمان «Chief Science Officer» نشان می‌دهد که فروشندگان تنها ۲۷درصد از زمان خود را واقعا مشغول امر فروش هستند و این یعنی ناکارآمدی. فروشندهانی که بتوانند از تکنولوژی‌های جدید در جهت کارآمدتر شدن بهره بگیرد، یک قدم از رقیبانش جلوتر است، چون با این کار در واقع زمان بیشتری مشغول کار فروش خواهد بود.

۱۷. ایجاد ارتباط میان فعالیت‌های روزانه و هدف فروش

رسیدن به هدف فروش چیزی نیست که یک‌مرتبه در روز آخر ماه یا روز آخر فصل اتفاق بیفتد. این چیزی است که به برنامه‌ریزی نیاز دارد. فروشندگان با تجربه و طایف حرفه‌ای روزانه خود را طوری برنامه‌ریزی می‌کنند تا آخر ماه به هدف تعیین‌شده برسند. این مهارت فروش به مرور زمان کسب می‌شود و بسیار ارزشمند است. برای مثال، فروشنده‌ای به‌تدریج می‌فهمد اگر در یک ماه فلان تعداد جلسه با مشتریان بالقوه داشته باشد، به‌طور حدودی در ماه بعد فلان درصد از آن جلسات به فروش منجر خواهند شد.

۱۸. مدیریت فعالیت‌ها مانند مدیریت پر تقوولی

فروشندگان با تجربه به از ارتباطات خود به چشم طرفیولو (سبب سرمایه‌گذاری) نگاه می‌کنند. آنها زمان خود را (مانند سهام در بورس) در فرصت‌های گوناگونی سرمایه‌گذاری می‌کنند و می‌دانند تعدادی از آنها به نتیجه نخواهد رسید. آخر هر هفته نیز تمام سرمایه‌گذاری‌های خود را بررسی می‌کنند تا برآورد کنند کدام‌یک از آنها به سودآوری می‌رسد. از طریق مدیریت سبد سرمایه‌گذاری فعالیت‌هایشان، می‌فهمند که آیا به هدف خود می‌رسند یا خیر؟ می‌توانید علم فروش دیگر به‌سادگی گذشته‌ها نیست. تازه این مطلب تمام مهارت‌های نوین فروش را پوشش نداده است، اما به کمک همین ۱۸ مهارت فروش هم می‌توان به دنیای فروش نوین با گذشت. نظر شما چیست؟ کدام‌یک از این مهارت‌ها به نظر شما کاربردی است و کدام موارد را قبلا هم اجرا می‌کردید؟

برگرفته از: Topohq

ابلاغ وقت رسیدگی

به آقای بابک تراب عراق کلاسه ۹۶۰۸۶۶ وقت رسیدگی ۱۳۹۶/۱۰/۱۶ ساعت ۹ صبح شاکي: رسول اقامی موضوع شکایت :مزاحمت تلفنی شاکي شکوایه‌ای تسلیم دادگاه عمومی شهرستان قدس نموده وقت رسیدگی آن به شرح فوق تعیین عدم ستواری متواری متهم متهم دستور داده به تجویز ماده ۳۴۴ قانون آئین دادرسی کفیری مراتب یک نوبت در یکی از روزنامه های کنترولانتشار آگهی شود تا مشخص کنه در تاریخ فوق الذکر در شعبه ۱۰۱ جزائی شهرستان قدس حاضر شود در غیر این صورت تصمیم مقتضی اتخاذ خواهد شد

منشی شعبه ۱۰۱ دادگاه جزائی شهربقی-رغنا سلیمانی م الف الف ۱۰۸/۲۲۱۵

آگهی حصر وراثت

آقای حسن شهرت سواعدی نام پدر طاهر شناسنامه ۴۸۱۳ صادره از اهواز درخواستی بخواسته صدور گواهی حصروراثت تقدیم و توضیح داده که پدرم مرحوم طاهر سواعدی شناسنامه ۵۹۹۷ صادره اهواز در تاریخ ۶۷/۰۶/۲۷ در اهواز اقامتگاه دائمی خود فوت وره اش عبارتند از: ۱- متفانی حصر سواعدی ش ش ۲۸۸۱۳- عبدالرحمن سواعدی ش ش ۱۷۵۱۳۶۴۴۷۱-۳- عبدالحسین سواعدی ش ش ۱۷۵۰۶۵۷۱۱۲ (همگی فرزندان متوفی) ولاغیراینک با انجام تشریفات قانونی مراتب مزبور را در یک نوبت آگهی مینماید تا هرکس اعتراضی دارد یا وصیت نامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه بدادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر و هر وصیت نامه بجز سری و رسمی که بعد از این تاریخ ابراز شود از درجه اعتبار ساقط است.

شورای حل اختلاف شهرستان کارون

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۲۴۰۰۲۳۴ شعبه ۱ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان گرگان (۱۲ حقوقی قدیم) تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۰۰۵۹۵۰۰۵۹۳۶ در پایگانی ۹۶۰۵۴۷ / تجدیدنظرخواه: بانک انصار با وکالت خانم زهرا محمدخانی فرزند صادق بنشانی گلستان- گرگان- گرگان میدان ولعمر عدالت ۵ مجتمع قاسمی طبقه ۵ واحد ۵ / تجدیدنظر خواندگان: ۱- آقای محمدحسین تازیکه لمسکی فرزند یحیی ۲- خانم ملیحه خسروچردی فرزند علی اکبر و محمدحسین تازیکه لمسکی فرزند یحیی تازیکه لمسکی فرزند یحیی تازیکه لمسکی فرزند یحیی نسبت به دادنامه شماره ۹۶۰۹۹۷۱۷۲۲۴۰۰۵۰۷ بدین شرح که حسب دادنامه صدرالذکر دعوی تجدیدنظرخواه درخصوص مطالبه خسارت تأخیر تاخیر نسبت به یک قرعه سفته به شماره خزانه داری کل ۸۷۱۷۱۹ (سری)ل) به لحاظ عدم احراز شرایط ماده ۵۲۲ قانون آئین دادرسی مدنی مواجه با قرار رد دعوی گردیده است. این دادگاه با صرف نظر از اینکه اولا در تایب رای صادره از ناحیه شورا اشتباهه به جای قید نام بانک انصار نام تعاونی اعتباری جلین قید شده است و دوم اشتباه وکیل تجدیدنظرخواه در اعلام مبلغ محکومیت تجدیدنظر خواندگان که به جای مبلغ سی سی میلیون ریال یکصد میلیون ریال در لایحه خویش مضبوط در صفحه ۲۸ پرونده قید کرده است با مدافه در جاسع محتویات پرونده بنا به دلایل ذیل دادنامه صدرالذکر در قسمت تجدیدنظر خواسته را در خور نقض می داند که چنانچه مرجع صادرکننده رای شرطی از مجموع شروط موجود در ماده ۵۲۲ قانون صدرالذکر را محرز نمی داند باید مشخص بیان نماید که چه شرطی را احراز نکرده است که در مانحن فیه این اقدام صورت نگرفته است مضافا باتوجه به ماده مذکور تمامی ارکان صدور حکم در ماهیت امر درخصوص خواسته موصوف مضبوط است و ای صدور خواندگان نیز در شورا حاضر نگردیده اند تا پیرامون عدم استحقاق دادرسی دفاعی به عمل آورند حال مستندا به مواد ۵۲۲ و ۳۵۸ قانون آیین دادرسی مدنی و نیز مواد ۹ و ۲۷ قانون شورای حل اختلاف یا نقض قرار رد دعوی صادره حکم به محکومیت تضمینی تجدیدنظر خواندگان به پرداخت خسارت تاخیرتادیه وجه سفته به شماره صدرالذکر از تاریخ تقدیم دادخواست لغایت وصول محکوم به بر مبنای صادره بانک مرکزی که احتساب آن با واحد اجرای احکام مدنی می باشد صحیح و اعلام می گردد. رای صادره قبایی بوده و طرف بیست روز از تاریخ ابلاغ قابل واخواهی درآن دادگاه و پس از پایان مهلت واخواهی طرف بیست روز قابل تجدیدنظرخواهی درهمین دادگاه می باشد.

مجتنی شعبانی - دادرسی شعبه اول حقوقی گرگان

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۱۹ آذر ۱۳۹۶ | شماره ۹۴۸ | 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 حرفه‌ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۳۲ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

استفاده از اینترنت و وبسایت در کسب‌وکار

بسیاری از کسب‌وکارها استفاده از اینترنت را مساوی با داشتن وبسایت می‌دانند، درحالی‌که بدون وبسایت هم می‌توانید از مزایای بسیاری در فضای اینترنت بهره‌مند شوید؛ می‌توانید ایمیل بفرستید، اعمال و رفتار رقبای خود را تحت نظر داشته باشید یا با شبکه مشاوران تجاری و منابع مدیریتی تماس بگیرید که در ادامه به نقل از هورموند، در این مورد توضیح می‌دهیم، اما با ساخت وبسایت، فرصت‌های شما افزایش خواهد یافت؛ شما می‌توانید:

- از سایت‌تان برای نفوذ گسترده کسب‌وکاران استفاده کنید. هر روز بیشتر از قبل، مشتریان به‌جای اینکه حضوری به سراغ‌تان بیایند یا تماس بگیرند با شما آنلاین ملاقات می‌کنند. سایت خود را طوری طراحی کنید که ظاهر مرتبی داشته باشد. خدماتی کارآمد و اطلاعات کاربردی در دسترس مراجعان قرار داده و به نیازهای آنان فوراً پاسخ دهید؛ به‌این ترتیب اثربخشی وبسایت افزایش می‌یابد.
- از سایت خود طوری استفاده کنید که از یک تلفن رایگان استفاده می‌کنید. همانطور که آگهی‌ها و تبلیغات پستی مشتریان را تشویق می‌کند به شما تلفن کنند، امروزه ایمیل‌ها مشتریان را به وبسایت شما می‌فرستند تا اطلاعات بیشتری دستگیرشان شود.
- از وبسایت به‌عنوان ابزاری تبلیغاتی استفاده کنید. باید رتبه خود را در موتورهای جست‌وجوگر بالا ببرید و کاری کنید سایت‌های دیگر به وبسایت شما لینک دهند تا مشتریان جدید را جذب کسب‌وکار خود کنید، سپس قسمت «افزایش ترافیک وبسایت» را ببینید.
- کاری کنید که مشتریان احتمالی، متقاضیان کار و تولیدکنندگان دیگر که معمولاً در وب جست‌وجو می‌کنند، پیش از آنکه شخصاً با شما تماس بگیرند، وبسایت تجارت‌تان را ببینند.
- از سایت خود برای فروش محصولات به مشتریان جاری و مشتریان جدید استفاده کنید. در قسمت تبلیغات آنلاین خواهید دید که تبلیغ الکترونیکی برای کسب‌وکار شما مناسب است یا خیر.

معرفی استارت‌آپ

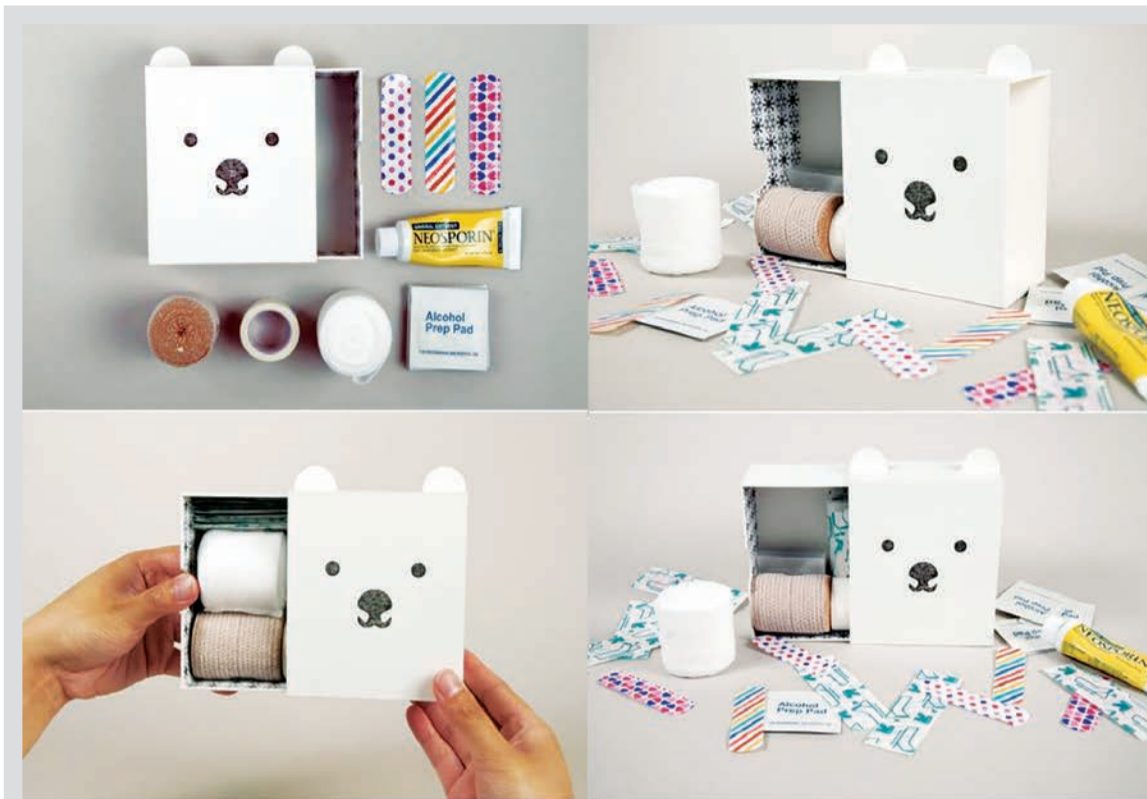
مدیریت سایت مسکن

نام استارت‌آپ: سایت ساز کانی وب
وب سایت: vcpi.ir
سال تأسیس: ۱۳۹۶
موضوع: سایت ساز
توضیح بیشتر:
ایجاد و مدیریت سایت ممکن است نیاز به هزینه‌های بالا و دانش برنامه‌نویسی داشته باشد. کانی وب، سایت ساز حرفه‌ای فارسی است که بستری مناسب را فراهم کرده تا همه با داشتن دانش اولیه‌ای در زمینه کار با کامپیوتر، برای ساخت سایت حرفه‌ای مشکلی نداشته باشند.

کانی وب دارای امکانات زیاد، قالب‌های متنوع و سازگار با موبایل و بهینه برای موتورهای جست‌وجو است و با استفاده از رابط کاربری ساده و روان به کاربر کم‌کم می‌کند که به سادگی و در کمترین زمان و بدون نیاز به تخصص طراحی سایت خود را انجام دهد.



بسته‌بندی خلاق



برای مطالعه ۸۵۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: کسب‌وکار کوچکی دارم و می‌خواهم به تدریج آن را توسعه بدهم. در همین راستا تصمیم دارم واحد روابط عمومی شرکت را راه‌اندازی کنم. برای این کار باید چه ساختاری را در نظر بگیرم؟

راه‌اندازی واحد روابط عمومی

پاسخ کارشناس: در بسیاری از واحدهای بزرگ اقتصادی، واحد روابط عمومی در دو شاخه تعریف می‌شود؛ روابط عمومی تجاری که زیرمجموعه واحد بازاریابی، تبلیغات یا فروش است و روابط عمومی اداری که تحت‌نظر دفتر مدیرعامل یا معاونت اداری فعالیت می‌کند. روابط عمومی تجاری شما باید وظایفی چون رسیدگی به شکایات، عملیات پیشبرد فروش، اسپانسرشیپ، تبلیغات تجاری و کنترل بحران‌ها و فوریت‌های بازاریابی را بر عهده بگیرد. برای واحد روابط عمومی اداری هم باید مواردی چون انجام پژوهش و تهیه بانک اطلاعاتی، تهیه بریده جراید، رسیدگی به شکایات، خدمات و تشریفات و ارتباط با جراید و رسانه‌ها را تعریف کنید. این دو واحد بهتر است مستقل از یکدیگر و در تابعیت معاونت‌های جداگانه فعالیت کنند، اما وظایف آنها بعضاً با هم هم‌پوشانی دارد. از اعضای واحد روابط عمومی تجاری خود بخواهید که با مشتریان، رقبا و نمایندگان رابطه‌ای دوستانه برقرار و با تشکیل کنفرانس‌های مطبوعاتی، درباره محصولات یا خدمات جدید شما اطلاع‌رسانی کنند. این واحد همچنین باید بر فعالیتهای تبلیغاتی شما نظارت کامل داشته باشد. انجام نظرسنجی‌ها و تحقیقات میدانی هم می‌تواند به این واحد سپرده شود، اما روابط عمومی

مدرسه مدیریت

چرا وجود جایگاه روابط عمومی در استارت‌آپ‌ها بسیار ضروری است؟

روابط عمومی نه‌تنها رابطه شما با بیرون از سازمان را گسترش می‌دهد، بلکه روابط درون سازمانی را نیز بهبود می‌بخشد. شاید بیشتر استارت‌آپ‌ها در شروع کار خود نیاز به واحد روابط عمومی نداشته باشند یا این وظیفه را به یکی از افراد فنی خود بسپارند، اما باید توجه کنید که واحد روابط عمومی تعیین‌کننده جایگاه شما در میان رقبا خواهد بود. هرچه این واحد را قوی‌تر و فعال‌تر نگه دارید، شانس شما برای موفقیت و دریافت موقعیت‌های بهتر، بالاتر می‌رود. در واقع روابط عمومی پل ارتباطی مشتریان شما با سازمان است. مردم توسط این واحد با شما آشنا می‌شوند و به نوعی روابط عمومی نمایانگر شخصیت سازمان شما است. این واحد است که بر تصمیمات کلی شما تأثیر می‌گذارد. یک واحد روابط عمومی خوب، توانایی جذب بازخورد از مخاطبان و تحلیل آنها در کوتاه‌ترین زمان را دارد. به گزارش نوپانا، در بسیاری از مواقع روابط عمومی است که اهداف شما را در نسخه بعدی سایت یا نرم‌افزارتان تغییر می‌دهد، همچنین این واحد وظیفه پایش روابط بین فردی و کنترل آنها در زمان بروز بحران را نیز دارد. اگر واحد روابط عمومی خوبی داشته باشید کارمندان شما حس خوبی در سازمان خواهند داشت زیرا این واحد همواره بر اتحاد و یکدلی کارمندان تأثیر می‌گذارد و آنها را برای رسیدن به اهداف واحد تشویق می‌کند. یکی از تعریف‌های مهم در مورد روابط عمومی این است که «روابط عمومی، مدیریت ارتباطات بین سازمان و گروه‌های اجتماعی مرتبط است.»

مسیر موفقیت

چگونه صبح‌ها راحت‌تر از خواب بیدار شویم



همه ما ضرب‌المثل سحرخیز باش تا کامروا باشی را شنیده‌ایم، اما آیا می‌دانستید با انجام یک سری کارهای ساده می‌توان سحرخیز بودن را به یک عادت تبدیل کرد؟

مطمئناً یکی از سخت‌ترین کارها بیدار شدن صبح زود است. آیا شما هم دوست دارید از این به بعد صبح‌ها راحت‌تر از خواب برخیزید؟ خبر خوب این است که راه‌حل‌های علمی به ما در انجام این کار کمک خواهند کرد. در ادامه این مقاله به نقل از زومیت، به بررسی راه‌هایی می‌پردازیم که کمک می‌کنند صبح‌ها راحت‌تر از خواب بیدار شوید.

قدم اول: سمت چپ تخت بخوابید
ظواهر آفتاب بلند شدن از دنده چپ صحت ندارد و خوابیدن در سمت چپ تخت کمک می‌کند که هنگام برخاستن تا ۱۰ درصد احساس بهتری داشته باشید.

قدم دوم: لباس زرد بپوشید
زرد رنگ زندگی و شادی است و زمانی که زرد پوشیده باشید کمتر احساس بدخلقی خواهید داشت. همچنین بسیار مهم است که صبح زود و بعد از برخاستن از خواب چشم انسان چه رنگی را اول از همه می‌بیند، بنابراین انتخاب پرده یا ملحفه زرد، ایده خوبی به شمار می‌رود.

قدم سوم: آهنگ مورد علاقه را برای زنگ ساعت انتخاب کنید
همه ما در زندگی با یک سری آهنگ‌ها خاطره داریم و از گوش دادن‌شان سیر نمی‌شویم. یکی از این آهنگ‌های مورد علاقه را برای زنگ ساعت انتخاب کنید تا صبح‌ها با شنیدن آن احساس بهتری داشته باشید. گوش دادن به آهنگ مورد علاقه پیش از فکر کردن به مشکلات و سختی‌های زندگی کمک می‌کند که روز خود را با انرژی آغاز کنید. نگران نباشید؛ انجام این کار باعث نمی‌شود که برای همیشه از آن آهنگ متنفر شوید.

قدم چهارم: ورزش کنید
احتمالاً تا به حال زیاد شنیده‌اید که باید روز خود را با ورزش آغاز کنید. تنها پنج دقیقه ورزش صبحگاهی باعث افزایش میزان اندورفین بدن می‌شود و احساس خوب را افزایش می‌دهد. از اندورفین معمولاً تحت عنوان هورمون شادی یاد می‌شود زیرا خلق و خوی خوش را افزایش می‌دهد. اگر بتوانید یک نفر را قانع کنید که ورزش صبحگاهی را با یکدیگر انجام دهید، میزان ترشح این هورمون در بدن شما افزایش پیدا خواهد کرد.

قدم پنجم: روی سر قرار بگیرید
شاید کمی غیرطبیعی به نظر برسد و ایستادن روی سر بعد از بیدار شدن از خواب، آخرین کاری باشد که به ذهن‌تان برسد، اما انجام این کار میزان گردش خون، مواد مغذی و اکسیژن مغز را افزایش می‌دهد. البته ناگفته نماند که انجام این کار نیازمند تمرین است و وضعیت دست‌ها و پاها باید طوری باشد که کمترین فشار به سر وارد شود. انجام این کار نوعی ورزش محسوب می‌شود و سایر عضلات بدن را نیز درگیر می‌کند. بعد از خیره شدن در این حرکت ورزشی روزانه دو دقیقه این کار را انجام دهید.

قدم ششم: دوش آب سرد بگیرید
شاید کمی وحشتناک به نظر برسد و حتی فکر کردن به این کار سخت باشد. واقعیت این است که شما برای سحرخیز شدن به انرژی و قدرت مغزی احتیاج خواهید داشت و دوش آب سرد دقیقاً همین کار را انجام می‌دهد. جالب است بدانید که اگر اضافه وزن دارید، دوش آب سرد میزان متابولیسم یا سوخت و ساز بدن را نیز افزایش می‌دهد. برای بهبود تخلیه لنفوی، کافی است بین دمای سرد و گرم تغییر حالت ندهید تا میزان گردش خون بدن بهبود پیدا کند. هر صبح سه دقیقه برای دوش گرفتن زمان بگذارید و تأثیر فوق‌العاده آن را مشاهده کنید.

قدم هفتم: صبحانه (خوردن غذاهای کم‌کالری)
هر روز صبح حداقل پنج دقیقه از زمان خود را به خوردن صبحانه اختصاص دهید. خوردن صبحانه کم‌کالری به میزان قابل توجهی از کاهش انرژی جلوگیری می‌کند. معمولاً اوتیمیل مغذی انتخاب خوبی برای صبحانه است، اما اگر به آن علاقه ندارید، می‌توانید از مواد غذایی جایگزین استفاده کنید. اگر دوست دارید صبح خود را با انرژی بیشتری آغاز کنید، انجام دادن این هفت مرحله تنها ۱۵ دقیقه از وقت روزانه شما را می‌گیرد و کمک می‌کند به یک فرد سحرخیز تبدیل شوید.

منبع: INC