آراد برندينگ
الـرقـــم ٥٧
يـوم الـسبـت
١٤٤٥/٠٢/٠٨
الصفحـة ١
AradBranding.com

طريـــق مـمـهـد منافسة شـديـدة

تقاليد باقية ١

الـشـاي مـشروب ثـقـافـي للإيـرانيين

يحتل الشاي مكانة عميقة في ثقافة وتاريخ وأسلوب حياة الإيرانيين. فمنذ العصور القديمة، لم تكن بيوت الشاي مجرّد أماكن لشرب الشاي، بل كانت مراكز اجتماعية للنقاش، التشاور، تبادل الآراء وحتى اتخاذ القرارات المهمة. لقد أصبح الشاي عنصرًا رمزيًا في الحياة الإيرانية بفضل حضوره في التجمعات العائلية، الاجتماعات العملية، والتفاعلات الاجتماعية. وحتى اليوم، يُعتبر شرب الشاي في كثير من المحافل الاقتصادية والمهنية بدايةً فعالة لبناء علاقات وتسهيل الحوارات البنّاءة. وفي مسار تطوير التجارة والمفاوضات الدولية، يُعد فهم ثقافة المشروبات، ومنها الشاي، نقطة وصل مهمة بين الشعوب.

● الكاتب: حسن أمجدي راد، مدير الشاي الإيراني في روسيا آراد براندينك.

القناعة التجارية ٢

الإيمان بداية طريق التحوّل في تجارة آراد

الإيمان هو نقطة بداية كل تحول كبير. كثير منا دخل عالم التجارة بحلم النجاح، لكن ما أبقانا في المسار لم يكن التعليم أو المال فقط، بل كان إيمانًا نما في قلوبنا؛ إيمان بأننا قادرون، وأن آراد براندينج هو المنصة التي تجعل هذا الممكن. عندما تنضم إلى آراد، تتعلم أن التجارة ليست مجرد وظيفة، بل هي نمو، تأثير وبناء مستقبل تكون فيه صاحب القرار. هنا ترى كيف يتحول الأشخاص العاديون بالإرادة والإيمان إلى تجار عظماء، ليسوا فقط غيروا حياتهم، بل حياة من حولهم أيضًا.

● الكاتبة: رقية سادات مروج، تاجرة الخضروات المجففة آراد براندينك.

الإمارات العربية المتحدة، الجارة الجنوبية لإيران، تُعد اليوم من أهم وأقرب الوجهات التصديرية للسلع الإيرانية. فهي لا تملك فقط سوقًا استهلاكيةً كبيرة، بل تُعتبر أيضًا بوابة استراتيجية لإعادة التصدير إلى دول أخرى مثل قطر، إفريقيا، وشرق آسيا. ورغم القرب الجغرافي، فإن طرق النقل المتنوعة والمنخفضة التكلفة مثل موانئ بوشهر، بندر عباس ومطار الإمام الخميني تجعل الإمارات وجهة لوجستية دائمًا في متناول إيران. السلع الخفيفة والفاخرة تُشحن جواًإلى دبي وأبوظبي في أقل من ٢٤ ساعة، أما الشحنات الكبيرة فتُنقل برًا بتكلفة منخفضة وسرعة مقبولة. سوق الإمارات سوقٌ متعدد الطبقات وتنافسي. فهي تستضيف المستهلكين النهائيين وأيضًا التجار الوسطاء الذين يعيدون تصدير السلع من الإمارات إلى دول أخرى. لهذا السبب، تزداد أهمية جودة المنتج، تصميم التغليف، سرعة التوريد، والخدمات الاحترافية في العلامة التجارية. ومن المهم أن نلاحظ أن معظم المشترين في الإمارات ليسوا من المواطنين الإماراتيين أنفسهم، بل هم في الغالب من التجار الباكستانيين، الهنود، السوريين، اللبنانيين وحتى من أصول إفريقية، ولكل منهم رؤى ثقافية وتجارية مختلفة. لذلك، فإن التفاوض والبيع في هذا السوق يتطلبان وعيًا بالتنوع الثقافي، تصرفًا مهنيًا، لباقة، سرعة استجابة، وتقديم علامة تجارية موثوقة. مقاطع الفيديو التعريفية، الكتالوجات الاحترافية، وقوائم الأسعار الدقيقة، هي أدوات أساسية لدخول هذا السوق التنافسي. سوق الإمارات قريب لكنه معقد؛ المنافسة فيه شرسة، لكن الفرص فريدة. والشرط الوحيد للدخول الناجح هو تقديم أفضل نسخة من المنتج والعلامة التجارية الإيرانية.

● الكاتبة: مليكا طبّاخي، المستشارة التجارية في آراد براندينك.

المدير التنفيذي ٣

الـتـجـارة الـاحـتـرافـيـة تـبـدأ مـن فـهـم الـعـمـيـل

في حوار داخلي مع المهندس قرباني، المدير التنفيذي لشركة آراد براندينج، تم طرح نقاط دقيقة وعملية حول أسس التجارة والتصدير، والتي من الضروري مراجعتها لكل تاجر مبتدئ أو ذو خبرة. أكد المهندس قرباني أن التفاوض هو أساس النجاح في التجارة، وليس فقط بمعنى عرض المنتج، بل كفن لفهم الطرف الآخر وتقديم الرد المناسب لاحتياجاته. وأشار إلى أن التصدير الحقيقي يعني نقل الثقة؛ بحيث يشعر العميل الخارجي أنه يتعامل مع جهة ملتزمة، متجاوبة وجديرة بالثقة. كما ذكر أن الاستمرارية، وجود فريق قوي، وفهم ثقافة السوق المستهدف، هي الأركان الثلاثة الأساسية لنجاح التجارة الدولية. هذه الرؤية الاستراتيجية تم تنفيذها منذ زمن في آراد براندينج، وتُظهر نتائجها بوضوح في نمو التجار التابعين للمجموعة.

● الكاتبة: نسترن ياري، المستشارة التجارية آراد براندينك.

الأستاذ تاليا: التفاوض ليس مجرد لعبة كلمات؛ بل هو تنسيق ذكي للمصالح.
من ڑيستمع ليُفهِم وليس فقط ليُجيب، سيكون دائمًا هو المتفوق في التفاوض.

آراد براندينگ
الـرقـــم ٥٧
يـوم الـسبـت
١٤٤٥/٠٢/٠٨
الصفحـة ٢
AradBranding.com

التـجارة المتـنقلة فـرصة في الحـركـة

في صالة انتظار أحد مطارات البلاد، بينما كان المسافرون يشكون من تأخر الرحلات، جذب حديث غير متوقع بين مسافرين انتباه الجميع. قال أحدهما بحزن:أخذت إجازة يومين، وذهب نصفها هباءً. عليّ أن أزور والدتي في شيراز، هي مريضة.ژرد الرجل الجالس بجانبه بهدوء وثقة: أنا الآن أقوم بعملي بالضبط. أخبرت زملائي أن لدينا اجتماعًا عبر الإنترنت بعد خمس دقائق.سنتابع سير المشاريع معًا.بعد استفسار قصير، تبين أن هذا الرجل هو أحد المدراء التجاريين في شركة آراد براندينج؛ المؤسسة التي تحولت في السنوات الأخيرة إلى نموذج حديث لنمط الحياة التجارية في البلاد. عندما سئل.هل أنتموظف؟ابتسموقالعملي هو التجارة الدولية. الاستيراد، التصدير وتعليم التجارة. نحن لا ننتظر المكتب أو وقتًا معينًا؛ التجارة تحدث في اللحظة، حتى هنا في صالة المطار.تساءل أحد المسافرين بدهشة: هل حتى مع تأخير الرحلة، تستمر أعمالك؟» أجاب مبتسمًا بنظرة مرنة وحديثة: أكثر من أي وقت مضى. الآن فرصة جيدة لبناء شبكة علاقات، مراجعة الرسائل والرد على العملاء. وتعرفت عليك، ربما تكون بداية طريق تجاري جديدلم يكن هذا الحوار مجرد اختلاف في النظرة للوقت والفرص، بل عرضًا حقيقيًا لمعنى المرونة في التجارة. حيث يرى الآخرون الوقت الضائع، هو يرى فرصة للنمو وتوسيع العلاقات. حين انضم زملاؤه عبر مكالمةفيديو، راقب المسافرون حوله بنظرة فضوليةنظامًا لا يعرف الحدود في التجارة. في النهاية، قال ذلك المدير لمَن سأله عن رقم هاتفه: ژاحفظني في هاتفك وأرسل لي رسالة فقط. سأعلمك كيف تمارس التجارة أثناء السفر بجهاز بسيط هذه النظرة ليست شعارًا، بل فلسفة عمل في آراد براندينج؛ حيث تصبح التجارة جزءًا من هوية الإنسان، لا مجرد وظيفة محدودة بالزمان والمكان. قال: في عالم اليوم، من ينتظر المكتب يفوته الكثير من الفرص. في آراد براندينج تعلمنا دمج التجارة مع الحياة، لا الفصل بينهما. كل لحظة وكل مكان يمكن أن يكون بداية صفقة كبيرة. فقط يجب أن تريد، تعرف كيف، ويتصل هاتفك بالإنترنت. الفارق بين التاجر المحترف والآخرين هو نظرته للوقت؛ فهو لا يملك وقتًا ميتًا. حتى تأخير الرحلة هو فرصة جديدة لتطوير الأعمال وبناء علاقات جديدة. وهذا هو جوهر التجارة الحقيقية: دائمًا في حركة مستمرة في آراد براندينج، لا ننتظر الفرص بل نصنعها، ولا نفصل بين العمل والحياة، بل ندمجهما لصناعة تاجر حر لا يتقيد بمكان أو زمان.

● الكاتب: علي دانشور،مستار تجاريآراد براندينك.

الثقة التجارية ١

تصدير احترافي من الإنتاج إلى الثـقة

تجربتنا في سوق الإمارات تُظهر أن الحذاء الإيراني، إذا ما عُرض بمعايير عالمية وتغليف احترافي، يمتلك قدرة تنافسية مع العلامات التجارية الدولية. النجاح في التصدير لا يقتصر فقط على جودة المنتج، بل يكمن في فهم سوق الهدف، معرفة أذواق العملاء، والمتابعة الذكية.في آراد براندينج، نسعى لأن يكون المنتج الإيراني ليس فقط مصدرًا، بل مصدرًا مستدامًا واحترافيًا. الكثير من عدم الثقة الأولية لدى العملاء الأجانب تتحول إلى رضا طويل الأمد من خلال الالتزام بالدقة والالتزام بالتسليم في الوقت المحدد.تعلمنا في الإمارات أن الحضور المستمر والتواصل الفعّال أهم من الحملات الإعلانية المؤقتة.

● الكاتبة: فريدة بهزادافشار، مديرة قسم الأحذية في الإمارات آراد براندينك.

العلامة العشبية ٢

الـصحـة بحـبة الـبركة تـصدير بالأصـالـة

استخدام النباتات الطبية يعكس العلاقة العميقة بين الإنسان والطبيعة. من بين هذه النباتات، تُعد حبّة البركةالحبة السوداء والكمون مادتين ثمينتين تلعبان دورًا مهمًا في تعزيز الصحة العامة. المركبات الفعالة الموجودة في هذه النباتات لا تحظى فقط بمكانة خاصة في الطب التقليدي الإيراني، بل نالت في السنوات الأخيرة اهتمام الأسواق الدولية أيضًا.العلامة التجارية العلمية لهذه المنتجات تمثل فرصة فريدة لدخول مستدام إلى مجال التصدير وتلبية الاحتياجات المتزايدة للمستهلكين حول العالم. في آراد براندينج، نسعى للحفاظ على الأصالة والجودة، مع تقديم ذكي يرسخ مكانة النباتات الطبية الإيرانية على المستوى العالمي.

● الكاتبة: راضية ميرزانيا، تاجرة حبّة البركة آراد براندينك.

التجارة الكبرى ٣

الزرشک الإيراني نـكهة الأحمرالأصالة والتصدير

يمكننا أن نتعلم خطوة بخطوة طريق التجارة، فالمهارات اللازمة تكمن في كنوز نكهات أرض إيران الفريدة، حيث يتألق الزرشک كالياقوت الأحمر. هذه الحبوب الصغيرة الملونة ليست فقط زينة على موائدنا التقليدية، بل بنكهاتها الحامضة اللذيذة تثير ذكريات الطفولة الحلوة وعطر الأطباق المنزلية الأصيلة. الزرشک هو ثمرة شجيرة صغيرة تنمو جيدًا في المناطق الجبلية والمعتدلة في البلاد، لا سيما في محافظة خراسان الجنوبية، التي تُعتبر الموطن الأصلي لهذا المنتج الثمين. ويتم حصاد الزرشک عادةً في فصل الخريف.

● الكاتب: رضا محمد زاده عرب، مديرقسم الزرشک في الإمارات آراد براندينك.

الأستاذ وحيد: المستقبل لمن يأخذون اليوم على محمل الجد. التجارة هي توقع دقيق للغد وليس مجرد رد فعل على اليوم نحن في آراد نصمم الطـريـق ولـا نكـتـفي باتبـاعه فقـط.

آراد براندینگ
الرقم ٥٧
يوم السبت
١٤٤٥/٠٢/٠٨
الصفحة ٣
AradBranding.com

هوية التاجر من الكلمة ثقة

في الجلسة الأخيرة من «خارطة طريق تجار آراد» التي عُقدت بشكل خاص بحضور أعضاء مجلس الأمناء في المحافظات، شرح الأستاذ تاليا، رئيس مجلس السياسات في آراد براندينج، دور الأدب المتخصص في النجاح التجاري؛ وهو موضوع أعتبره من أهم النقاط في مسار احتراف كل تاجر. كعضو في مجلس الأمناء، أدركنا بوضوح أن التخصص لا يعني فقط معرفة خصائص المنتج، بل القدرة على التحدث بلغة السوق، استخدام مصطلحات احترافية، ونقل المفاهيم بثقة. قال الأستاذ تاليا: دخول التجارة بدون لغة متخصصة يشبه السفر إلى بلد غريب بدون معرفة لغته. وقد أوضح بأمثلة أن الكثيرين يعتقدون خطأً أن الهدف الأساسي من التجارة هو المال فقط، بينما المال هو نتيجة بناء علاقات مستدامة وثقة متواصلة. إذا لم يتمكن التاجر من كسب ثقة العميل عبر التواصل اللفظي الصحيح، فلن ينجح حتى مع أفضل المنتجات. كما تطرق اللقاء إلى أن صورة العميل الذهنية عن التاجر لا تُبنى على المظهر أو السعر، بل على طريقة الكلام، اختيار الكلمات، والفهم الدقيق لاحتياجات الجمهور.بدأت قوة التأثير في التجارة من الكلمات؛ وكانت هذه الرسالة التي كررت في كل أجزاء الجلسة.بالنسبة لي، كانت هذه الجلسة فرصة لأدرك مرة أخرى أهمية تدريب المصطلحات المتخصصة وتحسين التعبير الاحترافي في الاتصالات التجارية.

● الكاتب: أويس معافي، مدير قسم الأدوات الخشبية في أرمينيا آراد براندينك.

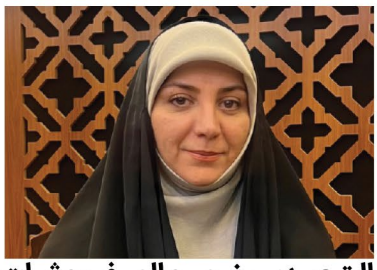
تصدير صحي ١

الابتكار الإيراني في خدمة الصحة والاقتصاد

تُعدُّ إنتاج مجموعات التشخيص السريع للأمراض من الإنجازات المهمة للشركات المعرفية الإيرانية، حيث تلعب دورًا فعالًا في تعزيز نظام الصحة الوطني. تستفيد هذه المجموعات من التكنولوجيا الحديثة لتوفير تشخيص سريع ودقيق للأمراض، مما يساعد الأطباء على تقديم العلاج في الوقت المناسب.تتميز هذه المنتجات بسهولة الاستخدام، والدقة العالية، وإمكانية الاستفادة منها في المناطق النائية والمحرومة. بالإضافة إلى تأثيرها الإيجابي على صحة المجتمع، تمتلك المجموعات الإيرانية إمكانات كبيرة للتصدير، مما يجعلها مصدرًا للعملة الصعبة، وخلق فرص عمل، ونمو اقتصادي للبلاد.الدعم العلمي من نخبة الخبراء المحليين وجهود التجار في دخول الأسواق الدولية، يُشكّل قاعدة لتحقيق الاكتفاء الذاتي ونموذجًا ناجحًا في مسار تطوير تقنية الصحة في إيران.

● الكاتب: سيد أمين شكري، مدير تجارة مجموعات التشخيص آراد براندينك.

المنتج الإيراني ٢



التصدير نمو المفروشات

توسعة صادرات منتجات المفروشات الإيرانية إلى الدول المجاورة تتطلب مزيجًا من الأساليب الفعالة، منها البيع عبر الوكالات المحلية والتعاون مع العلامات التجارية الإقليمية للإنتاج والتوزيع المشترك. هذان المساران، إلى جانب كسب ثقة العملاء وفهم احتياجات السوق، يمكن أن يمهدا الطريق لنمو مستدام في المنطقة. من المتطلبات الأساسية للنجاح في هذا المسار الحصول على المعايير التجارية المطلوبة في كل دولة. على سبيل المثال، تركز العراق وأفغانستان على تسجيل العلامة التجارية والالتزام بالمعايير العامة، بينما تحتاج روسيا إلى شهادة EAC والتوافق مع معايير الجمارك، وتطالب دول الخليج العربي بشهادات صحية وجودة وفقًا لمعايير GCC.

● الكاتبة: ديارا خدامي، تاجرة المفروشات آراد براندينك.

تجارة مضمونة ٣

الدور الحيوي للوجستيات في نجاح صادرات التجار

في مجال التجارة، يُعتبر اللوجستيات والنقل أحدالركائز الهامة والمؤثرة في عملية التجارة وخاصة التصديرباختصار، تعني اللوجستيات جميع مراحل النقل وعمليات نقل كل شحنة من المنشأ إلى الوجهة المحددة. لذلك،تزداد أهمية اللوجستيات لكل تاجر يفكر في التصدير.للأسف، يغفل بعض التجار الكرام عن أهمية اللوجستيات، وقد يؤدي اختيار شركة شحن غير مدروسة إلى خسائر لا يمكن تعويضها.يُعد قسم اللوجستيات للتجار في مراكز المحافظات حلاً ذكيًا لمواجهة تحديات التجار الكرام وتسهيل أعمالهم.

● الكاتب: علي نقي أصل بور، مدير قسم الزبيب أوزبكستان آراد براندينك.

المهندس قرباني: في سوق اليوم، البائع هو من يستطيع بناء الثقة، وليس فقط تخفيض السعر.
من يخلق القيمة يبقى دائمًا في ذهن العميل، حتى لو باع المنافسون بسعر أرخص.

الرقم ٥٧
يوم السبت
١٤٤٥/٠٢/٠٨
الصفحة ٤
آراد برندينگ
AradBranding.com

علاقة فعالة فرصة اقتصادية

في عالم التجارة اليوم، ما يمهّد طريق النجاح ليس فقط رأس المال أو المنتج،بل فنّ تحويل العلاقات الإنسانية إلى فرص. أنا، كأحد الفاعلين الاقتصاديين في مجموعةآراد براندينج، أؤمن أن كثيرًا مما يُسمى بالعلاقات غير التجارية هو في الحقيقةأرض خصبة لإنشاء مشاريع اقتصادية كبرى، شرط أن تُرى وتُدار بشكل صحيح.في هذا الإطار، أطلقت آراد براندينج مشروعًا استراتيجيًا ومستقبليًا بعنوان تجارية العلاقاتغير التجاريةحيث تهدف هذه المبادرة إلى اكتشاف إمكانات التواصل لدى التجار وتحويلها إلى فرصتجارية ملموسة. يعلّم هذا الفريق التجار كيفية التفاعل مع المسؤولين المحليين، وأعضاءالبرلمان، والأساتذة الجامعيين، والمحامين، وحتى الأصدقاء القدامى بطريقة تجعل هذه العلاقات تؤدي إلى اقتراحات تجارية فعّالة، تكون جذابة للطرف الآخر وتدعم نمو التاجر الاقتصادي.خبرتي الشخصية أثبتت أن العديد من العلاقات التي كنا نعتبرها مجرد معرفة عابرة يمكن أن تتحول إلى مشاريع بمليارات التومان. ففي إحدى المحافظات، فتحت علاقة بسيطة مع مدير بلديّة مسار تصديري لعدة منتجات إيرانية، مما جلب أرباحًا مالية جيدة وعزز مكانة العلامة التجارية الإيرانية في السوق. وتم تصميم نموذج المشاريع في هذا الفريق بحيث يتم تقاسم المنافع الناجمة عن كل مشروع بين جميع أعضاء الفريق، لا أن تكون حكرًا على فرد واحد.

● الكاتب: عليرضا پهلواني، تاجر قطع مصاعد آراد براندينك.

علامة تجارية غذائية ١

نكهة عالمية من قلب أراضي إيران الخصبة

الخيار المخلل الإيراني، بنكهته الفريدة وجودته العالية ومعالجته وفق أحدث التقنيات، حقق مكانة مميزة بين منتجات التصدير الوطنية. هذا المنتج يُعد نموذجًا ناجحًا يجمع بين التقاليد والمعايير الدولية. يُصدَّر الخيار المخلل الإيراني إلى دول مثل روسيا، العراق، الإمارات العربية المتحدة وبعض الدول الأوروبية، مما يشكل فرصة قيمة لتوسيع الأسواق الخارجية، وتحقيق العملات الصعبة، والترويج للثقافة الغذائية الإيرانية. التغليف الصحي، والالتزام الدقيق بمعايير الجودة، وتنوع النكهات وأنواع القطع، كلها عوامل جعلت هذا المنتج تنافسيًا وجديرًا بالثقة في الأسواق العالمية.

● الكاتبة: سيمين دخت سرشاد، مديرة قسم الخيار المخلل في روسيا، آراد براندينك.

بيت التجارة ٢

التصوير الذكي في التجارة الحديثة

في عالم اليوم التنافسي، أول ما يلاحظه الناس في التجارة هو صورة المنتج. كثير من التجار يفقدون فرصة كسب ثقة العملاء بسبب استخدام صور ذات جودة منخفضة، بينما يمكن بسهولة إنشاء صور احترافية وجذابة باستخدام أدوات مثل الذكاء الاصطناعي. توفر منصات مثل ChatGPT إمكانية إنتاج صور عالية الجودة ومناسبة لتعريف المنتج بمجرد لقطة شاشة أو وصف قصير. الصورة ذات الجودة العالية لا تزيد فقط من القيمة البصرية للمنتج، بل تعكس أيضًا جدية واحترافية التاجر. وفي سوق يزداد تعقيدًا يومًا بعد يوم، تصبح التفاصيل البصرية وسيلةحاسمة لتمييز العلامة التجاريةوجذب انتباه العملاء من النظرة الأولى.

● الكاتبة: كوثر رحيمي، محررة إعلامية آراد براندينك.

آدرس تجارتخانه آراد برندينگ: Shp.AradBranding.com

العلامة التجارية الذكية ٣

سر النجاح في التجارة بسيط لكنه قوي

النجاح في التجارة يتطلب مزيجًا من الإبداع، الانضباط، والتواصل الفعّال. الخطوة الأولى هي فهم السوق واحتياجات العملاء، فبدون هذا الفهم حتى أفضل المنتجات قد تفشل. بناء علامة تجارية ذكية وتقديم قيمة حقيقية للعملاء هو أساس الثقة والولاء. كما أن الإدارة المالية الدقيقةوالاستثمار الذكي يشكلان قاعدة النمو المستدام لأي عمل ناجح.في هذا السياق، يلعب الفريق دورًا حاسمًا؛ فالموظفون المخلصونوالمبدعون والمنسجمون هم المحرك الأساسي لأي منظمة.مع دمج هذه العواملوالمثابرة المستمرة، يصبح النجاح ليس حلمًا بل حقيقة قابلة للتحقيق. تذكر: التجارة الناجحة هي فن تحويل التحديات إلى فرص. وهذه الحقائق الكبرى، جنبًا إلى جنب مع مجموعة آراد براندينج المنظمة والهادفة، ستُترجم إلى أفضل النتائج. آراد، سيكون طريق التجارة أوضح ومستقبلكم أكثر إشراقًا. يمكنكم أن تبدأوا اليوم هذا المسار التحويلي في آراد براندينج، نعلّم التجار تحويل كل خطوة إلى استراتيجية وكل تجربة إلى درس للريادة.

● الكاتبة: ليلى آزور، رئيسة قسم الباذنجان في ياسوج،آراد براندينك.

المهندس شعباني: التصدير بدون خطة يشبه السفر في طريق مجهول. التاجر الذكي يعرف سوق الوجهة كما يعرف سوقه الخاص، ولديه حلول مسبقة لكل تحدٍ. هذا المبدأ الأساسي هو أساس هيكلنا التصديري.

الرقم ٥٦
الجمعة
١٤٤٥/٠٢/٠٧
الصفحة ١
آراد برندينگ
AradBranding.com

التصدير المهني
الانضباط إلى الثقة

في عملية التصدير، يتم إعداد مستندات متعددة لكل منها دور حيوي في تسهيل عبور البضائع عبر الحدود. لكن من بين هذه المستندات، هناك مستند يُعرف باسم "القائمة التعبئة" والذي يُنظر إليه من قبل العديد من المصدرين الجدد على أنه مستند ثانوي. في حين أن تجاهله يمكن أن يؤدي إلى إرجاع الشحنة. فرض غرامات باهظة، بل وحتى الإضرار بسمعة التاجر. تشخص لديه سنوات من الخبرة في مجال التصدير، شهدت مراراً كيف أن مجرد خطأ في كتابة الوزن أو عدم تسجيل أبعاد العبوة بدقة قد أدى إلى توقف الشحنات في الممرات، فاختلاف بسيط في الوزن، حتى لو كان بضعة كيلوغرامات، قد يؤثر التعليص الجمركي أو يجعله مستحيلاً. فالقائمة التعبئة هي مستند يعرض جميع المعلومات التفاعرية والفيزيائية للبضاعة، مثل الوزن الصافي والإجمالي، أبعاد الطرود، عدد الأصناف، نوع التغليف، الأكياد، والعلامات بشكل واضح. ورغم أن الفاتورة التجارية تُعنى بالقيمة النهائية، إلا أن هذا المستند يُعتبر مكملاً أساسياً لها. حيث عليه قرارات الجمارك وشركات الشحن، وحتى العملاء النهائيين. لدينا اليوم أدوات رقمية وبرمجيات ذكية تتيح إعداد قائمة التعبئة بدقة عالية. هذه الأدوات تقلل فقط من الخطأ البشري، بل توفر أيضًا الوقت وتقلل من تكاليف الشحن والتعليص. حتى في التجارة الداخلية. يعتبر امتلاك قائمة تعبئة منظمة على التنظيم والدقة والاحتراف المهني للتاجر. تصبحتي لجميع المصدرين، وخصوصًا المبتدئين منهم، أن يأخذوا هذا المستند على محمل الجد. وأن يتعاملوا معه قبل الإرسال. فليسوا الأبعاد بدقة. التقطوا صورًا لكل مرحلة. واستشيروا ذوي الخبرة إن أمكن. كلما كان عملكم أكثر توثيقًا وعلمًا. زادت ثقة السوق بكم. وسارت معاملاتكم بسلاسة أكبر.

• الكاتب: هوشنگ رهنما فتيرتيس، قسم أمانة التسلق الجبلي، فرع آراد برندينگ.

قلب التصدير ١

السبق التاريخي لإنتاج التوز في إيران

تعد إيران حاليًا أكبر منتج للتوز في العالم، حيث تمتلك حصة كبيرة في إنتاج هذه المادة الغذائية الحلوة على مستوى العالم. تُعتبر محافظات جهارمحال وبختياري، خراسان الشمالية، فارس، أصفهان، وكهكيلويه وبوير أحمد الشرقية من المناطق الرئيسية لإنتاج التوز في إيران. وتحتل محافظة جهارمحال وبختياري الصدارة في إنتاج التوز الشجري، حيث تنتج حوالي ٣٢ ألف طن سنويًا، مما يجعلها تلعب دورًا مهمًا في تلبية احتياجات السوق المحلي من هذا المحصول. كما تُعد محافظتا أصفهان وفارس من الأقطاب المهمة الأخرى في إنتاج التوز الشجري بإيران. وبصورة عامة تُعد محافظة جهارمحال وبختياري ولا سيما مدينتا بن وشلمزار مركزًا رئيسيًا في إنتاج وتصدير هذا المنتج. وتؤدي دورًا محوريًا في هذا المجال.

• الكاتب: فهيم ترحيمصدر، قسم التوز، عمان آراد برندينگ.

تجارة ناجحة ٢

مفتاح النجاح في تصدير العسل

العسل الطبيعي الإيراني، في طريقه نحو العالمية وجودة لا مثيل لها يدأق مجددًا. تصدير هذا المنتج الثمين يطلق جميع حلوًا بين الإنجازات الأصيلة المحلية والأسواق الدولية. ويُعتبر رمزًا للصحة، الأصالة، والابتكار الإيراني. بمطر أزهار الجبال وجمع الأبيضاني يمثل عسل إيران سفيرًا جديرًا بالطبيعة وجهود مربي النحل الإيرانيين. العلامات التجارية الإيرانية بحضورها في الأسواق التصدير بدأ أصبحت رائدة للثقة والجودة وقوة إيران في ميدان التجارة العالمية. كل قطرة من العسل المصدر شهادة على الإمكانيات الغنية لهذه الأرض ومن أيدي مربي النحل المتفانين الذين يتقلون خلايا إيران إلى العالم.

• الكاتب: إسماعيل خيرانديس، قسم العسل جيلان آراد برندينگ.

المدير التنفيذي ٣

سر النجاح في التجارة والتصدير

في عصر التجارة، ما يميز الأفراد عن بعضهم ليس فقط رأس المال أو تخصص المنتج، بل جودة التواصل والقدرة على التفاوض. صرح الأستاذ وحيد العضو الاستراتيجي في آراد برندينگ، في حديث له التجارة ليست رقماً مشوقاً بل مسار هادف يجب أن يقطع يومي. في التفاوض مع الجانب الخارجي، لا يجب أن تركز فقط على البيع، بل على بناء الثقة. التصدير هو نقل محدداتنا عبر الحدود وأضاف الكثير من التجار الجدد يخلطون بين التفاوض والمساومة. بينما التفاوض يعني الفهم المتبادل، تحليل الفارق، والوصول إلى حل يشعر فيه الطرفان بالفوز. النجاح المستدام يتحقق فقط في ظل حوار مهني ومتوافق مع مصالح الطرف الآخر.

• الكاتب: صالح نوروزبيدر، مكتب أصفهان، آراد برندينگ.

المهندس شعباني: في التصدير، يجب فهم ما تصدره ليس فقط بضائع، بل سمعة البلد.

النجاح يتحقق بالتخطيط، الاستمرارية، ومعرفة سايكولوجية التوريد، لا بالعجلة.

تابعونا مباشرة ومخبريا
T.me/AradBranding_News
بدء التعاون مع آراد برانديڤ
Wa.me/989190666888

آراد براندينگ
الرقم ٥٦
الجمعة
١٤٤٥/٠٢/٠٧
الصفحة ٢
AradBranding.com

العالمُ الجديد
الاقتصادُ المُستقل

إذا أُزيلت إيران لصالح الدولار، سيتغير شكل لغة الاقتصاد العالمي بشكل جذري. تخيل أن تتم المعاملات الدولية بدون استخدام الدولار، أي أن العملات المدعومة والمستقلة تحل مكان الدولار وتشكل تيار مالي جديد في الاقتصاد العالمي. في هذا الوضع، سينخفض نفوذ الدولار بشكل ملموس، وتتمكن إيران من تعزيز مكانتها وقوتها في الأسواق العالمية. هذا التغيير يفتح الباب للتجارة دون قيود وعقوبات قائمة على النظام المالي الدولاري. كما ستبدأ العلاقات الاقتصادية بين الدول بشكل جديد، تجارة أكثر حرية، عرفة واستقلالية عن السابق. في هذا النموذج الجديد، تتحول العملات الوطنية، الاتفاقيات الثنائية للنقد، والعقود المبنية على التوافق المتبادل إلى جسور تواصل بين إيران والدول الأخرى. إيران لن تقتصر على كونها مصدراً للنفط فقط، بل ستصبح لاعبًا رئيسيًا في الأسواق العالمية الجديدة، معروضة قوتها الحقيقية على ساحة الاقتصاد العالمي. يشير الخبراء إلى أن هذه مجرد البداية. وبإزالة سلبية يمكن أن تعيد كتابة النظام التقليدي للاقتصاد العالمي. وتضع إيران في موقع جديد واستراتيجي. هذا التحول ليس فقط سياسياً، بل اقتصادياً خالصاً أيضاً. إلغاء الدولار من المعاملات يقلل من الاعتماد على الأنظمة المالية التي تسيطر عليها الدول الغربية. ويوفر إمكانية تصميم آليات محلية وإقليمية للتبادل. لتنفيذ هذا المشروع، من الضروري تطوير المنظمات النقدية التنافسية. توقيع اتفاقيات معرفية مع الدول الصديقة. وتشغيل أنظمة تسوية غير دولارية. استخدام العملات الرقمية للتوظيف. عقود المقايضة، والاتفاقيات النقدية المشتركة كما في مجموعة البريكس، تشكل أدوات مهمة لتحقيق هذا الهدف. في حال النجاح، يمكن لإيران أن تبني شبكة تبادلات مستقرة ومستفلاح دول تطبيع لمعوقات مشابهة. من جهة أخرى، سيحظى المصدرون الإيرانيون بعدم وجود القيود دولارية. مما يسرع وتيرة، ويزيد تنوع طرق استلام العملات الناجمة من صادراتهم بدلاً من البنك المركزي والجهاز الدبلوماسي الاقتصادي دوراً محورياً في هذا المسار، من خلال بناء الثقة، إعداد البنية التحتية الفنية والقانونية، والتنسيق مع الأنظمة المصرفية للطرف الآخر، وهي متطلبات ضرورية لتحقيق هذا التحول الاستراتيجي. بالمجمل، التخلي عن الدولار ليس مجرد خطوة مالية، بل هو تحرك نحو بناء نظام اقتصادي متعدد الأقطاب وأكثر عدالة في العالم اليوم. خطوة يمكن لإيران أن تكون من روادها. في هذا السياق، تصبح الشفافية وتوثيق المعاملات أمراً ضرورياً للحفاظ على ثقة جميع الأطراف التجارية.

• الكاتب: علي رشيدي، مسؤول صادرات آراد براندينگ.

أزمة التنمية ١

خلق الفرص في الأزمات

في قلب كل أزمة تكمن فرصة لا يراها إلا العقل الذكي والفكر المبدع. فمن تحويل الأزمة إلى فرصة يعني تحويل التهديد إلى مبرر والقيود إلى ابتكار، والخوف إلى طابع للنمو. لا يخشى التجار ورجال الأعمال الناجحون الأزمات فحسب، بل يحولونها إلى منصة انطلاق للتحول والتنمية. في عالم التجارة المستقبل لمن يتبنون دوماً جديدة في أحلك اللحظات. في قلب كل أزمة تكمن فرصة. التاجر الناجح هو من يصنع طريق النمو من القيود ويبني جسور النجاح من كل تهديد.

• الكاتبة: مرضية مرادي، رئيسة قسم نشاسته الجلوكوز تراكيد آراد براندينگ.

الطريق التجاري ٢

سر نجاح التجارة هو معرفة الطريق الشخصي

في السوق، لا يوجد سر خفي يُكتشف، ولا توجد وصفة مؤكدة وطريدة للنجاح في التجارة. لأولئك الذين يسعون لإيجاد الإجابات الصحيحة لديحول الأسواق، لن يحققوا نتائج فعالة ما لم يطرحوا الأسئلة الصحيحة. بحسب خبراء التجارة، يجب على كل فرد أن يحدد أسلوبه التجاري المتناسب مع شخصيته وطباعه، لأنه لا توجد صيغة واحدة تناسب الجميع. التجارة اليومية ليست مناسبة للجميع. ويتحقق النجاح عندما يتوافق أسلوب العمل مع رؤية الفرد.

• الكاتب: فاطرضا هادي نژاد، مدير مركز تركيز القياك المجلفة في تركيز آراد براندينگ.

التجارة الكبرى ٣

التعليم الفعّال تجارة عظيمة

بتعليم متماسك، عملي، وموجه في آراد براندينگ، نستطيع أن نتعلم خطوة بخطوة مسار التجارة، تكتسب المهارات اللازمة، نستفيد من تجارب الآخرين، والاعتماد على أساس علمي وعملي قوي، نصبح تاجرًا ناجحًا وعظيمًا. في هذا المسار، التعليم ليس مجرد نقل معلومات، بل بناء فكر، تقوية الثقة بالنفس، القدرة على تحليل السوق، اتخاذ القرارات في ظروف حقيقية، وتربية العقلية الاقتصادية لدى المتاجر. كل خطوة تُخطط بالمعرفة والممارسة تقربنا خطوة نحو النجاح المستدام في التجارة. في آراد، التعليم يعني بناء مسار مهني، وليس مجرد دورة دراسية.

• الكاتب: مهدي نعناري، مدير مالي صيرفي الإمارات آراد براندينگ.

استاذ دالية البيع ليس نتيجة خلق شعور والعاطفة، بل هو ثمرة بناء شعور بالثقة. البائع المحترف قبل أن يقدم المنتج، يجعل نفسه موثوقًا وجديرًا بالتصديق؛ ولهذا في آراد، نعلّم هذا النموذج بالية أن.

الرقم ٥٦
الجمعة
١٤٤٥/٠٢/٠٧
الصفحة ٣
آراد برندينگ
AradBranding.com

المكاتب المتحدة طريق ممهد

اجتماع المهندس شعباني مع مديري مكاتب اسطنبول وأنقرة

طهران/أرجين، مديرة مكاتب آراد براندينج في إسطنبول، قامت برحلة إلى طهران بهدف دراسة الفرص التصديرية الجديدة. عبد الناصر المهندس شعباني، رئيس مجلس إدارة آراد براندينج، وإدارة العديد من العلامات التجارية الأخرى، قد حضر هذا الاجتماع أيضاً. وقيد ميرزايي، مدير مكاتب آراد في أنقرة، في هذا اللقاء، أكد المهندس شعباني على الدور الحيوي الذي تلعبه المكاتب الخارجية في تسهيل عمليات التصدير للتجار المتحمسين إلى آراد. وقال: مع تزايد عملاء مكاتب أنقرة، أصبح من الممكن الآن إرسال المزيد من العقود التجارية مباشرة على الأراضي التركية. بين المدة الإجمالية لإجراء المستهلكات من داخل إيران. وإضافة إلى تجارة الأنشطة التسويقات المالية وتسليم البضائع داخل تركيا. تسهيل إضافة هذه الإمكانية الجديدة تجعل مسار التجارة الدولية أكثر سلاسة وبساطة لأعضاء آراد براندينج. يضع تخفيف التكاليف والوقت قدرة التجار على التنافس بشكل أفضل في الأسواق العالمية. وأشاد هذه التطورات بمثابة انتصار استراتيجي لتحويل آراد براندينج إلى أحد اللاعبين الرئيسيين في التجارة الإقليمية والدولية.

• الكاتب: وحيد ميرزايي، مدير مكاتب أنقرة آراد براندينگ.

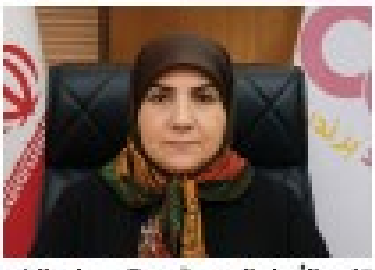
التجارة هي الأساسة

فرص الحضارة والتجارة

تاريخ القماش قصة حضارة إبداع وتحول. من أول خيوط نسجها أيدي البشر الأولى حتى اليوم، حيث أصبح قطاع النسيج أحد أعمدة التجارة العالمية الكبرى. لطالما لعب القماش دورًا حاسمًا في الثقافة والاقتصاد والمجتمع. هذا المادة الثمينة لم تكن مجرد غطاء للجسد، بل كانت تروي أسلوب الحياة، الهوية الوطنية وذوق المجتمعات عبر الزمن اليوم. هذا القطاع العريق يدعم من الذين الخبيرة والتخصصي يوفر أرضية مناسبة لتجارة دائمة مبتكرة ومربحة. إذا كنت تبحث عن دخول عالم النسيج الفاخر والعثور عليه بالعباءة، فاليوم هو أفضل وقت لتبدأ طريق يجمع بين الثقافة والاقتصاد. في آن واحد.

• الكاتب: محمد تقي حسيني، مدير قسم الأقمشة والستائر آراد براندينگ العراق.

تجارة بسلطة



تاجر الأيام الصعبة بين الرماد والغد

في خضم الأيام التي كان فيها تراب الوطن لا يزال يشم رائحة النار والدخان، وفي زمن كان فيه الأمل مختبئاً تحت الأنقاض، وقف هؤلاء ليس بدرع من الحديد، بل بإيمان. التاجر الإيراني إنسان لا يعتبر بالارتفاعات، بل يتجهز أمام التحديات. لقد تعلّم أن العالم لا يدير عجلته حسب أهواء الإنسان. جاءت الحرب وأغلقت الأسواق، لكن عقله بقي يعمل. مع كل تهديد، كان يتكيف ويجدد نفسه. إذا كان يهتم المصانع الأجنبية بالأمس، فإنه اليوم يبوح للإنتاج المحلي. وإذا كان يمشي في السوق التقليدي بالأمس، فهو اليوم يتداول في البورصة عبر هاتفه المحمول. ما ميزه هو قدرته على التكيف مع التغيرات.

• الكاتبة: ليلى الجلالي، مديرة قسم صناعة الخياطة لآراد براندينگ.

النسيج الاصطناعي

الجمال الطبيعي صادرات عالمية

حجر الترافرتين من أشهر أحجار البناء في إيران والعالم، ويتميز بجماله الطبيعي، متانته العالية، تنوع ألوانه وقابلية تشكيله، مما يجعله مناسبًا للاستخدام في الواجهات الخارجية، الأرضيات، الجدران والسلالم. هذا الحجر الجيري يتكون من ترسيب المواد المعدنية في ينابيع المياه الساخنة، وله نسيج مسامي يمنحه مظهر فريد من نوعه. إيران، باحتلالها مناجم وفيرة مثل حاجي آباد والشكوه، تعد من أهم مراكز إنتاج الترافرتين في العالم. في بيرج الترافرتين الفاخر، يختبر لهم السوق المستهدف. أمرا بارع الأعمال والمالكون، المطورون المعماريون، مصممو الديكور والمشترون الأفراد، كل منهم له احتياجات وأولويات مختلفة.

• الكاتب: داريوش شيباني، مدير قسم حجر الترافرتين في نيجيريا آراد براندينگ.

الرقم ٥٦
الجمعة
١٤٤٥/٠٢/٠٧
آراد برندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

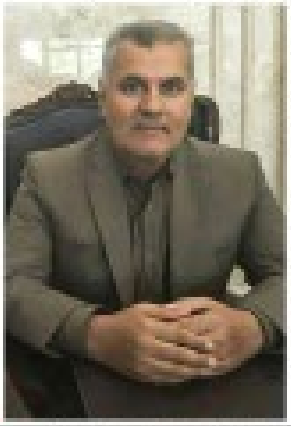
تغيير المسار ولادة جديدة

على مدار سنوات عديدة، عملت في مجال العلاقة في شيراز وحققت نجاحات كثيرة من الحصول على لقب أفضل حلاق في المحافظة، وجائزة المقص الذهبي، إلى عضويتي في لجنة التحكيم الخاصة بالمهنة وإطلاق صالون خاص بي، رغم أن دخلي كان مقبولاً، إلا أنني كنت أشعر دائمًا بشيء من الركود والتعب، لأن رأس مال هذه المهنة هو جسم الإنسان، واستمراريتها تأتي بتمرين استرداف القدرة الجسدية بشكل دائم، في وقت كان فيه الكثيرون حولي، بل وحتى أحد مشرفين في دهليز عالم التجارة، كان التعرف على مجموعة آراد براندينج نقطة تحول حقيقية غيرت نظرتي للمستقبل، في البداية كانت لدي أفكار سلبية تجاه هذه المجموعة، لكن بعد حضوري لإحدى مؤتمرات آراد في شيراز والتحدث مع المدراء الكبار، خاصة المهندس شعباني، أدركت أنني أمام هيكل منظم، علمي وهادف، هيكل يمكن أن يشكل منصة حقيقية لتنمو الاقتصادي والتطور الشخصي، منذ ذلك الحين، قررت التخلي عن أفكاري السابقة والعمل وفقًا لاستراتيجيات المجموعة المحددة، هذا القرار حقق لي نتائج ملموسة، اليوم أعمل في مجال التجارة الدولية، أبرم عقود تصدير، وحققت إنجازات كانت سابقًا مجرد أحلام، إلى جانب النجاحات الاقتصادية، تغير نمط حياتي العائلية أيضًا، فقد أصبح بيتي غنيًا من الناحية الترويحية، الثقافية والدينية، وحصلت على هنود ثم أجريه حتى مع الدخل العالي في الماضي.

■ الكاتب: سعيد زاري، مدير معدات الزراعة في زميلي آراد براندينگ.

التعامل الأمثل ١

البيع الناجح فن التعامل بابتسامة وثقة



في عالم اليوم التنافسي، النجاح في المبيعات يعتمد أيضًا على مهارات التواصل وطريقة التعامل مع العملاء، من أهم الميادين في مسار البيع الفعال هو الاستماع بعملية البيع وخلق تجربة إيجابية للعملاء، عندما يتعامل البائع مع العميل بطلاقة واحترام وابتسامة، يبدأ الثقة والاهتمام في قلب العميل، وهذا الشعور الإيجابي يمكن أن يؤسس لمبيعات مستدامة وعلاقات طويلة الأمد، العميل بجانب إلى الوجه البشوش، الصدق والشعور بالأمل الذي يظله له البائع، تذكر دائمًا أن البيع ليس مجرد عمل سلعة، بل هو فرصة لبناء علاقة، وتفهم احتياجات العميل، وتقديم الحلول المناسبة.

■ الكاتب: هوشنگ لطفي، تاجر مواد البناء آراد براندينگ.

الفضاء الرقمي ٢

تاجر محترف رواية الحقائق العملية

في عالم اليوم التنافسي، لا يقتصر احتراف التاجر على وجود عقود كبيرة ومنتجات عالية الجودة فقط، بل أصبحت طريقة عرض الأنشطة والتواصل مع الجمهور عاملاً أساسياً لكسب ثقة السوق يرى الخبراء أن التاجر الذي يشارك يومياً وثائق حقيقية من نشاطه بدلاً من نشر محتوى مكرر أو أخبار غير ذات صلة أو رسائل ترويجية عادية، يبني صورة أكثر احترافية لنفسه، وبحسب المتخصصين في التسويق، فإن الشفافية في الأداء والعروض المتظلم والتوجه للعملية لا تُسهم فقط في زيادة ظهور التاجر، بل تلعب دوراً أقوى في تعزيز المبيعات وتوسيع العلاقات التجارية.

■ الكاتبة: كوثر رحيمي، محررة وسائل الإعلام آراد براندينگ.

أدرس لمواضيعك في آراد برندينگ: shp.aradbranding.com

العلامة التجارية الأفضل ٣

طريق من قلب الصحراء إلى الأسواق العالمية

في التجارة الطريق ليس دائمًا ممهدًا، المنعطفات، تقلبات السوق والقرارات الحاسمة جزء من واقع هذه المسيرة، وقد عايشتها عن قرب، المنتج الذي ينمو في قلب الصحراء يحتاج إلى مجرفة عميقة واستراتيجية ذكية للوصول إلى الأسواق الكبيرة، في هذا الطريق، كان التعاون مع آراد براندينج نقطة تحول داعمة لي، آراد ليست مجرد مستشار، بل رفيق حقيقي، بنظرة احترافية، تخطيط دقيق ونظام فعال يمنح التاجر القوة للتألق، تجار العناب رغم صغرها تحمل إمكانيات كبيرة اليوم، أقدم هذا المنتج الإيراني بفخر في الأسواق المحلية والدولية، لأنني تعلمت أن بالاعتماد على المعرفة والخبرة الصحيحة، لا يوجد طريق مستحيل، في آراد تعلمنا أن التجارة ليست مجرد شراء وبيع، بل بناء مستقبل مشرق، والعلم الاجتهاد واختيار الطريق الصحيح يبدأ النجاح من هنا.

■ الكاتبة: فاطمة خسروي، تاجرة العناب آراد براندينگ.

المهندس شعباني: المنظور الناجح هو من يتحمل المخاطرة قبل الآخرين من يستطيع أن يتسلق بين العواطف المتناقضة والمتقلبة في إطار متوازن، سيركون فائزًا في أي سوق وفي أي لحظة.

يمكنكم التواصل مع آراد برندينگ
Wa.me/989190668888
كونوا مراسلينا ومخبرينا
T.me/AradBranding_News

آراد براندينگ
الرقم ٨٥
الخميس
١٤٤٥/٠٢/٠٦
الصفحة ١
AradBranding.com

الصادرات الذكية الأسواق الناشئة

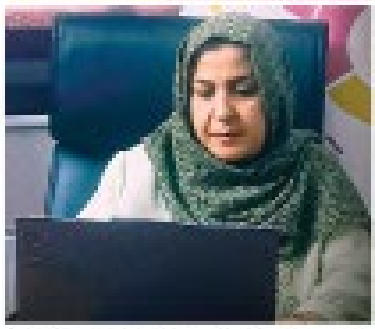
نواوري ايراني ١

التحول الاقتصادي باستثمار الشباب

نظرًا لوجود نحو ٣ ملايين طالب جامعي في البلاد، تسعى آراد براندينغ من خلال تنفيذ مشروع مبتكر إلى إنشاء جسر تواصل بين الجامعة وسوق التجارة، بهدف. هذا المشروع إلى جذب الطلاب والخريجين إلى مجال التجارة، بالإضافة إلى حل مشكلة الازدياد الوظيفي لدى الشباب، ويوفر منصة لاستغلال القدرات العلمية الوطنية في مسار التنمية الاقتصادية. وفقًا لتسويقي هذه المجموعة، فإن تعزيز ثقافة التجارة بين فئة المتعلمين يمكن أن يمهد الطريق لدخول واسع في مستقبل التوظيف والإنتاج والصادرات في البلاد. يركز هذا المشروع على التعليم، وتطوير المهارات، وتدخيل الشباب عمليًا إلى مجال التجارة، مما يفتح أبواب الجامعات الجامعية.

• الكاتبة: شهلا روزبهاني، مديرة قسم الأبحاث البدائية في عمان لدى آراد براندينغ.

المفاوض التصديري ٢



مفتاح النجاح في التصدير

التفاوض هو القلب النابض للتصدير الناجح والعامل الرئيسي في تحويل الفرص النوايا إلى تعاونات مستدامة ومربحة. في عالم التجارة العالمية المعقد، لا يقتصر التفاوض على مجرد المساومة على السعر، بل هو عملية استراتيجية لتحديد شروط التعاون بدقة، إدارة المخاطر، بناء الثقة، وضمان مصالح متبادلة بين الأطراف ذات الثقافات والتوقعات المختلفة. في لباب مهارات التفاوض الاحترافية، حتى أفضل المنتجات من حيث الجودة تواجه تحديات في البيع في الأسواق العالمية، ويصبح جذب العملاء والحفاظ عليهم أمرًا صعبًا للغاية.

الكاتبة: أفشانه سيد محمودي، ناجرة معكوسة آراد براندينغ.

سنغال، البلد الرئيسي في غرب أفريقيا، يتمتع عدد سكانها حوالي ١٨ مليون نسمة ويحتوي ميناء داكار الاستراتيجي، الذي يعتبر بوابة مهمة للصادرات إلى الدول المجاورة مثل مالي، غينيا، غامبيا وساحل العاج. بالرغم من الاستقرار السياسي، تعتمد البلاد بشكل كبير على الواردات، وتستحوذ إيرادية مثل التمر، الزهرات، الأسمدة الكيميائية، الأدوات، الأجانية والصناعة يمكن أن تجد مكانة مناسبة في هذا السوق. يولي شعب سنغال، الذي يتميز بثقافة تجارية قائمة على الصدق، أهمية كبيرة لمظهر وتقديم المنتجات، حتى بالنسبة للمنتجات مثل محجوبين الطماطم، يعتبر تصميم التغليف، ووضوح المعلومات من العوامل الحاسمة في قرار الشراء. مدة النقل البحري من موانئ إيران إلى ميناء داكار تتراوح بين ٢٠ إلى ٢٥ يومًا، وهو خيار مناسب للسلع غير القابلة للتلف. بالرغم من وجود منافسين أقوياء مثل الصين، الهند، تركيا والمغرب في سوق سنغال، لا يزال العلامة التجارية الإيرانية غير معروفة هناك. ومع ذلك، إذا دخل التاجر الإيراني السوق بالمعلومات الصحيحة والمظهر الجوي، والتسعير الشفاف، والمحتوى المناسب، يمكنه الحصول على حصة كبيرة من هذا السوق. في هذا السياق، تقدم آراد براندينغ دورًا هامًا في تقديم منصات محتوى وتعليم وتجارية للتجار الإيرانيين، مما يساعدهم على التعريف بأنفسهم في الأسواق العالمية، إنشاء ملف تعريف على مواقع موثوقة، وتقديم محتوى وأسعار دقيقة. هي عوامل مؤثرة في جذب ثقة المشترين الأفارقة، حيث أن الشفافية والصدق في تقديم المعلومات هي أساس الثقة ونقطة انطلاق أي علاقة تجارية في هذه المنطقة. سنغال ليست فقط وجهة تصدير جديدة لإيران، بل فرصة حقيقية لتوسيع العلامة التجارية الوطنية في منطقة ذات ثقافة سكانية عالية ونمو مستمر.

• الكاتب: إنيه إلهي، المستشارة التجارية في آراد براندينغ.

المصدر الأول ٣

رمز النجاح في التجارة والصادرات

في إحدى الجلسات التخصصية لمجموعة آراد، أكد الأستاذ دانيا على أهمية ثلاثة مبادئ أساسية في التجارة: الإلمام الكامل بالمنتج، فهم السوق المستهدف، والمهارة في التفاوض الاحترافي. وقال: "إن النجاح في التصدير لا يتحقق فقط بجودة السلعة، بل يتوقف بشكل رئيسي على طريقة العرض، التفاعل، وبناء الثقة مع العميل الأجنبي". كما شدد على ضرورة تبني التفكير المنهجي، القدرة على تحليل بيانات السوق، والمتابعة المنتظمة لعمليات البيع، مشيرًا إلى أن التاجر المحترف ليس مجرد بائع، بل هو استراتيجي في الاتصالات التجارية. التفاوض الناجح هو نقطة انطلاق التصدير الميني.

• الكاتب: محمد مهدي رايني، مستشار تجاري في آراد براندينغ.

الأستاذ وحيد: التجارة الناجحة تعتمد أكثر على الرؤية الاستراتيجية، والمثابرة، والفهم العميق لاحتياجات السوق.

المستهدفة، منها على رأس المال. في آراد استراتيجيتنا هي تدريب تجارنا ليكونوا بقياس السوق، بل يتصرفونها.

الرقم ٨٥
الخميس
١٤٤٥/٠٢/٠٦
الصفحة ٢
آراد برندينگ
AradBranding.com

زيارة فنية الحوار الاقتصادي

في حدث وذي وقيم، قام السيد سيد جواد طاهري، الكاتب والمخرج والممثل المخضرم في السينما والتلفزيون الإيراني، بزيارة مكاتب شركة آراد برانديتنغ المركزية. جاء هذا الزيارة بهدف التعرف على أنشطة الشركة في مجالات التصدير، تطوير التجارة، وتمكين الشباب والمنتجين الإيرانيين اقتصاديًا. خلال الزيارة، عقد اجتماع رسمي بحضور المهندس قرباني المدير التنفيذي لشركة آراد برانديتنغ. ناقش الطرفان أهمية دور الإعلام في تعزيز ثقافة التجارة الحديثة وضرورة الاستفادة من القدرات الثقافية والفنية لتعريف أفضل بالمنتجات الإيرانية على المسرح الدولي. أشاد سيد جواد طاهري بهيكل آراد برانديتنغ وأفكارها المبتكرة لزيادة الأصالة. وأعرب عن استعداده للتعاون في إنتاج محتويات ثقافية وتجارية مشتركة. تعكس هذه الزيارة التقارب المتزايد بين مجالات الثقافة والاقتصاد، حيث يمكن للفن أن يكون منصة لتعويل النظرة العامة تجاه التجارة وأداة قوية لتطوير العلامات التجارية الإيرانية في الأسواق العالمية. في ختام الاجتماع، تم تقديم مقترحات للتعاون المشترك في إنتاج برامج تعليمية وأفلام وثائقية تجارية. كما تم الترحيب باستخدام الوسائل الإعلامية لعرض قصص نجاح التجار الإيرانيين بأساليب فنية. تعتبر آراد برانديتنغ هذا التعاون خطوة فعالة نحو ربط السوق الذي يتطوير الاقتصاد الوطني. وأكد المهندس قرباني على دور السينما في بناء الثقافة الاقتصادية. واعتبر هذه الزيارة بداية فصل جديد من التفاعل بين الفن والتجارة. من جهته، أعرب السيد طاهري عن سعادته بالنهج التحويلي الذي تتبناه آراد برانديتنغ في تمكين الشباب اقتصاديًا. كما أكد السيد طاهري على أهمية تعزيز الشراكات بين القطاعات الثقافية والاقتصادية لتحقيق تنمية مستدامة ومشتركة.

• الكاتب: علي رشيدي، موجه التصدير في آراد برانديتنغ.

البداية الذكية

التجارة جسر للتنمية العالمية

بداية كل طريق، حتى أدناه، تكون مصحوبة بصعوبات. ليس بالضرورة بسبب تعقيد المسار، بل غالبًا بسبب الشكوك والمفاهيم الخاطئة التي تعيق الإنسان عن التحرك. لكن عندما يتخطى الخطوة الأولى، يظهر الطريق بنفسه وتنمو القناعات خلال المسيرة. في عالم التجارة، انتظار الوقت المثالي هو مثل كبير. اتخاذ الخطوة في الوقت المناسب، حتى ولو بأقل من الناقص، هو أكثر قيمة من التوقف وانتظار الأدوات الكاملة. من وجهة نظري، التعليم إلى جانب العهد المستمر يصل حتى الطرق البسيطة إلى نجاح مستدام في آراد برانديتنغ. تعتبر البداية ليست مجرد حركة، بل نقطة انطلاق لبناء مستقبل مشرق.

• الكاتب: يوسف حيدري، رئيس قسم الشؤون المجلف في طهران آراد برانديتنغ.

التجارة الحديثة

التحول في النهج التصديري لإيران

في الماضي، كانت التجارة تعني ببساطة تبادل السلع والخدمات، لكن مفهوم التجارة اليوم تجاوز ذلك بكثير. في عالم اليوم التنافسي، ليست الجودة وحدها كافية، بل تلعب بناء الثقة، الحفاظ على السمعة، والاستخدام الذكي للأدوات الرقمية وطرق التسويق الحديثة الدور الرئيسي في تحقيق النجاح. أصبح بناء العلامة التجارية التصديرية ليس خيارًا، بل ضرورة. إذا أردنا أن يحظى المنتج الإيراني بمكانة دائمة في الأسواق العالمية، فعلينا خلق قصة موثوقة، وتقديمها لكل جلسة اتصال بطريقة لم. اليوم، كل منتج يحمل قيمة لعلامته التجارية سيكون في الغد مصدرًا للإلهام. المسار يبدأ برؤية طويلة الأمد.

• الكاتب: يوسف سرافراز، تاجر الشين المختلف في آراد برانديتنغ.

الإنتاج الوطني

الإنتاج الوطني، استراتيجية للاقتصاد المقاوم

دعم الإنتاج المحلي لا يهدف فقط إلى تحقيق الاستقلال الاقتصادي للبلاد، بل من خلال تمكين المنتجين، يظهر قاعدة واسعة لخلق فرص العمل والنمو المستدام. في الطريق الراهنة، كل وحدة إنتاجية تُضاف إلى الدورة الاقتصادية الوطنية تُعتبر بمثابة حصن يعزز ركائز الاقتصاد المقاوم. نحن في آراد برانديتنغ، معتمدين على قدرات السماء المنتجات، نسعى إلى رفع مكانة المنتج الإيراني حالي الموجودة في الأسواق المحلية والعالمية. في هذا الطريق، الإنتاج ليس الهدف الوحيد، بل تحسين المعايير، خلق فرص عمل مستدامة، وزيادة ثقة المستهلك، كلها من الركائز الأساسية. إنتاج اليوم هو استثمار من أجل مستقبل مستقل وقوي.

• الكاتبة: فاطمة علي موداني، رئيسة قسم الدراسة وبحوث في آراد برانديتنغ.

المهندس قرباني: أساسيات البيع في سوق اليوم تقني. نمنح بناء الثقة العلامة التجارية الشخصية وصبر. طريق قصيرة للمنافسين. نحن نعلّم البائعين كيف يبدأون عملية البيع من خلال حوار ودي.

الرقم ٨٥
الخميس
١٤٤٥/٠٢/٠٦
آراد برندينغ الصفحة ٣
AradBranding.com

دعم قوي مسار واضح

حوار مع معصومة قاسمي

دور مجلس أمناء المحافظات في تعزيز التجارة الحرة

في آراد برندينغ، التاجر ليس وحيدًا. أقبل هذه العبارة ليست مجرد شعار، بل نتيجة تجربة عشناها خلال وجودي في مجلس الأمناء في المحافظة. نحن في هذا النظام نقف بجانب التاجر، من أجل التخطيط الدقيق، اختيار المنتج، إدارة العقود، التفاوض الفعال، الشحن السلس، وحتى التحويل الآمن للأموال في التصدير. مجلس الأمناء ليس مجرد قلب إداري، بل نحن نجار ذوو خبرة وأداء، متجهون في طريق آراد. وتحديدًا الآن، مسؤولية مرافقة التجار الآخرين مباشرة. هدفنا بسيط: ألا يقفل أحد وحيدًا. كل تاجر يبدأ مسار التجارة يمكنه التواصل معنا اليوم. معلومات الاتصال وتخصيصاتنا متوفرة على الموقع. أول ما عليه هو الاتصال، تقديم نفسه، وليده في المسير. نحن لسنا مجرد مستشارين، بل رفاقه في الرحلة. أيضًا نتدرب معًا. نعقد الاجتماعات معًا، ونبرم العقود معًا. هذا النظام مصمم للذين بدأوا للتو في طريق التجارة. في آراد، نؤمن أن التاجر الممتاز يحتاج إلى رفيق، وليس مجرد دليل. أما باقي أعضاء مجلس الأمناء فنتوقع تعاونهم الوثيق لضمان رأيه بالدعم الصحيح. لن يبقى أي تاجر واقفًا خلف أبواب النجاح. في مجلس الأمناء نجعل مسار التجارة شخصيًا لكل تاجر، أي نخطط وفقًا لطموحه، قدراته، وأهدافه. كل قرار، لا يطلب من أحد أن يعرف كل شيء من البداية، فقط عليه أن يرغب في التحرك، ونحن خطوة بخطوة بجانبه.

■ الكاتبة: معصومة قاسمي، تاجرة المنتج في آراد برندينغ.

التجارة الأصيلة ١

طعم الأصالة طريق الديمومة

كعك الهمدان التقليدي هو واحد من أشد الأطعمة التي تمتد جذورها إلى ثقافة وتاريخ هذه المدينة الجبلية، وقد تمكن بمميزه وطعمه الفريد من أن يحتل مكانة خاصة في القلوب الناس. هذا المنتج التقليدي ليس مجرد تمثيل لذوق وفن الإيرانيين في صناعة الطعام، بل هو فرصة لإحياء الحرف المحلية وتطوير تصدير المنتجات الغذائية الأصيلة. يمكن أن يكون الإنتاج والتوزيع الواسع لهذا الكعك، ضمن إطار تجاري منظم، خطوة فعالة لتعريف القدرات الخفية لمدينة همدان في الأسواق المحلية والعالمية. والآن، وبالاستفادة من إمكانيات الخدمة التجارية والتكليف العصري، يتجه هذا المأكول التقليدي نحو دخول الأسواق الإلكترونية. هذا المسار هو جسر يربط بين أصالة الماضي وفرص المستقبل.

■ الكاتب: مصطفى يعقوبي آخير، رئيس قسم عز انتاج همدان في آراد برندينغ.

النمو المستدام ٢

في طريق النمو المستدام لمطابيس النساء

تجارة المطابيس النسائية تخلق الدور المؤثر للموضة والأسلوب في الحياة اليومية. تتطلب نظرة دقيقة إلى تنوع أذواق العملاء والمتطلبات الثقافية، ما يهم ليس فقط التصميم الإبداعي، بل استخدام مواد خام عالية الجودة والالتزام بمعايير الإنتاج. المطابيس ليست مجرد ملحقات، بل هي جزء من هوية وثقة المرأة بنفسها. لذلك، صممت في هذا المجال إلى دمج الابتكار والجودة وفهم السوق لجذب رضا وولاء العملاء. كما أن الالتزام بالمبادئ المهنية والفهم الصحيح لاحتياجات السوق هو سر استمرارية وتطوير هذا الطريق التجاري. وأؤمن بأن التواصل المستمر مع العملاء وفهم تطلعاتهم يساهمان بشكل كبير في تحسين المنتجات وتطوير الأعمال. النجاح في كل مجال يعتمد على الاستعداد لمواجهة التحديات والتكيف مع التغيرات.

■ الكاتبة: مظاهر برايما خانمرملايس، عضو اللجنة آراد برندينغ.

الثقة التجارية ٣

طريق التقدم يتبع من التعاون والثقة في التجارة

التجارة هي فن التعاون والاتصال. الثقة هي جسر نعم التقدم والصلة هي الحلقات التي تحققها. هذه العناصر الثلاثة منذ تمهيد طريق النجاح، في عالم اليوم المعقد، إذا أردت الأعمال البقاء في السوق التنافسية، يجب ألا تغفل عن الربط بين الناس، المهارات، والفرص. لقد سعينا في مؤسستنا إلى خلق بيئة تفاعلية فعالة، تقديم منتجات عالية الجودة والالتزام بآمال العملاء. لترسيم صورة واضحة عن التجارة اليومية، تجارة لا تقتصر على الربح فقط، بل تلعب دورا في بناء الثقة وصنع المستقبل. في النهاية، الثقة والتفاعل المستمر هما ما يجعل العلامة التجارية دائمة، والسوق تتحول إلى فرص مستدامة.

■ الكاتب: وحيد ناصحي، رئيس قسم التصاميم في العلامات آراد برندينغ.

المهندس شعباني: التصدير المستدام لا يتحقق بالتخفيضات والمنافسة السعرية فقط بل من خلال تقديم القيمة مقبولة وفهم ذكي للقوانين واحتياجات الدول. يجب على التاجر أن يكون ممثلًا دقيقًا للسوق.

الرقم ٨٥
الخميس
١٤٤٥/٠٢/٠٦
آراد برندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

الحضور الفعّال لقاء مليء بالحكمة

خلال هذا اللقاء، أعرب الدكتور سيد خليل موسوي عن رضاه وسروره إزاء أنشطة شركة آراد براندينغ في تسهيل العمليات التصديرية وتمكين شبكة التجار الإيرانيين، مشيرًا إلى أهمية البنى التحتية الحديثة للتجارة في العصر الحالي، وأكد على ضرورة التحول الذكي لممارسات التجارة الخارجية، مشددًا على الدور المحوري لمؤسسات مثل آراد براندينغ في إيجاد روابط فعالة بين المنتجين المحليين والأسواق الدولية المستهدفة.وفي سياق الجلسة، قدم السيد مصطفى حاجي پور، رئيس مجلس إدارة شركة "پوكاند"، تقريرًا حول الإمكانات والأنشطة والاستراتيجيات الخاصة بمجموعته في مجال التصدير وتطوير السوق، موجّهًا بخاطر الجذب العلمية والدبلوماسية في الساحة الاقتصادية الوطنية. ومؤكدًا الجاهزية الكاملة لشركات التجارة لتعاون المشترك من أجل تحقيق تجارة دائمة ومستدامة، وذات عائدات عالية من النقد الأجنبي. أقيم هذا اللقاء في أجواء ودية وبهيئة، حيث ناقش الطرفان التحديات والفرص المتعلقة بالتصدير من إيران، وأبديا استعدادهما لتوسيع التعاون الاستراتيجي في المجالات المالية واللوجستية والمعلوماتية الدولية. وفي ختام الزيارة، دوّن الدكتور موسوي ملاحظة في سجل الزوار، مشيدًا برؤية آراد براندينغ لاقتصاد الشرق، وتدريب التجار، واعتبرها نموذجًا قابلًا للتطبيق على المستوى الوطني. كما أكد أن وجود الكوادر المتخصصة في الهيكل التجاري للبلاد يمكن أن يسهم في حل العديد من المشكلات الاقتصادية. وقد تم التوصل إلى اتفاقات مبدئية بشأن التعاون البحثي والاستشاري في المستقبل القريب. كما شدد على أهمية التكامل بين المؤسسات العلمية والتجارية لتعزيز الصادرات غير النفطية.

• الكاتب: جواد القاسمي، الأمين العام للجنة التعويضات المالية في آراد براندينك.

الابتكار المستمر ١

التركيز على الجودة والابتكار، هو طريق نمو سوق معدات الصحة

في تطوير سوق معدات الصحة، نحرص دائمًا على رفع جودة وتنوع المنتجات. الابتكار المستمر، والاستفادة من المتخصصين الأكفاء والرصد الدقيق لاحتياجات العملاء هي من أهم مبادئ عملنا. الدعم الكامل، والخدمات الاحترافية لما بعد البيع والسعي لتقليل زمن توفير البضائع، هي إجراءات نعمل عليها لتحقيق رضا العملاء بأقصى قدر ممكن. هدفنا هو إنشاء سلسلة إمداد موثوقة ومستدامة للسلع التي ترتبط مباشرة بصحة وراحة الأسر. نحن نؤمن أن ثقة العملاء هي أكبر أصولنا، ومن أجل الحفاظ عليها لا نتخلف أبدًا عن المعايير العالمية. كل حاجة جديدة هي فرصة لتقدمك.

• الكاتب: إلهام فلاح، تاجرة معدات صحية في آراد براندينك.

تطبيق ٢

التواصل الفعّال منصة انطلاق للتجارة

في عالم التجارة اليوم، لا شيء يمهّد طريق النمو بقدر فعالية التواصل والظهور. تطبيق "آراد براندينغ" ومن خلال قسم "الدوري" يتيح لكم فرصة التواصل مع مئات التجار الإيرانيين والأجانب، تقديم منتوجاتكم وخلق فرص تعاون حقيقية من قلب هذه الحوارات. كل تواصل جديد يمكن أن يكون نافذة نحو تطوير العلامة التجارية وزيادة المبيعات. وتوسيع السوق الرائدة هي سر البقاء في عالم التجارة، ومع التواجد اليومي في هذا الفضاء لا يرتاد وفي الأخرين بكمفحسب، بل تكتسبون أيضًا مكانتكم التجارية.هذا القسم هو منصة انطلاقكم و لثقافتنا.اختاروا الفعل بدلًا من الانتظار.

• الكاتبة: كوثر رحيمي، مصرية إقامتها شركة آراد براندينك.

آخر تعديل على آراد برندينگ، https://aradbranding.com

رأس المال الناعم ٣

بناء الثقة في التجارة

التجارة ليست مخصوصًا فقط في تبادل السلع، بل هي انتقال للثقافة والثقة والقيم الإنسانية. عندما يكون أساس الصفقة الصدق، الجودة، والاحترام المتبادل، تتحول التجارة إلى جسر مستدام يربط بين الشعوب والشعوب. نحن في آراد براندينغ نؤمن بأن كل صفقة يجب أن تقوم على الثقة والمنفعة المتبادلة، بحيث لا تحقق فقط ربحًا اقتصاديًا، بل تنمي أيضًا المجتمع. مع توسع التجارة تتلاشى الحدود وتُخلق فرص جديدة للجميع؛ فرص قادرة على تغيير مسارات حياة الناس. في العالم اليوم، يحتاج من يرى التجارة كعملية بناء جسور دائمة بين القلوب، وليس مجرد تبادل سلع. لذلك، نحن في طريق تطوير التجارة نؤكد دائمًا على الشفافية، الالتزام، والتواصل الفعال مع العملاء. ونؤمن أن الاستثمار في العلاقات الإنسانية هو أهم أصول أي تاجر ناجح في هذا العصر. إن تعزيز العلاقات التجارية المبنية على الثقة والاحترام يسهم في خلق بيئة اقتصادية مستدامة تفتح آفاقًا واسعة للنمو والازدهار. كما أن التزامنا بالقيم الأخلاقية يجعلنا شركاء موثوقين في رحلة التنمية الاقتصادية.

• الكاتب: منصور أخوت، رئيس قسم الكيك والبسكويت في جوانستان آراد برندينك.

الأسعار تالية: التفاوض هو فن الاستماع قبل الحديث. التاجر الذي يظن فنون التفاوض، وثقة الجسد وصفقة تواليت الخطفة، يستطيع كسب ثقة الطرف الآخر حتى في أصعب الاجتماعات وإنهاء الصفقة بنجاح.

بعد التعاون مع آراد برندينغ
98+989199999999
الموقع الرسمي وصفحتنا
T.me/AradBranding_News

آراد براندينگ
الرقم ٨٤
الأربعاء
١٤٤٥/٠٢/٠٥
الصفحة ١
AradBranding.com

تحول مهني تحول شخصي

لقد عملت لأكثر من ثلاثة وعشرين عاماً في مجال التعليم والتربية، في مناصب إدارية وتنفيذية، مع تركيز على الشؤون الثقافية والتربوية. ولكن بعد عقدين من الخدمة في هذا المجال، وصلت إلى نقطة شعرت فيها أن الاستمرار في نفس المسار لم يعد يلبي طموحاتي وقدراتي الداخلية. قررت إجراء تغيير جذري في نمط حياتي ومهني. منذ يونيو ٢٠٢٣، انضممت إلى مجموعة آراد براندينگ من بندر تشابهار، وهي مدينة تقع في أقصى جنوب إيران، ذات عوامل تجاري سيوفر. وبعد حضوري للتدريب وبدء نشاطي في مجال التجارة الداخلية، توصلت إلى أن قدراتي وإمكانياتي يمكن أن تؤثر أيضاً في مجال التصدير. بمشورة ومرافقة أساتذة المجموعة، ارتقيت بمستوياتي ورفعت من مستواي المهني، وفي أكتوبر ٢٠٢٣ بدأت بالفعل في مدينة قم لمتابعة نشاطاتي التصديرية من مركز البلاد. كان هذا الانتقال رقم صعوبته وتحدياته، يهدف النمو والوصول إلى آفاق جديدة، واليوم أصبحت نتائج هذا القرار ملموسة ومحفزة بالنسبة لي. على عكس العالمي حيث كنت أعمل في الإدارة والهياكل الإدارية، أنا الآن أستير لتحليل أهدافي الشخصية وتطوير الاقتصادي ذاتي. كان الاختيار لدخول مجال تصدير مواد التنظيف مدروساً بدقة وبإرشادات مجموعة آراد، منتج دائم الطلب في المنطقة وله سوق واسع في الدول المجاورة. حالياً، أجريت مفاوضات فعالة حضورية وعبر الإنترنت مع عدة معلنين أجانب، وأحدى العقود في مراحلها النهائية من الاتفاق. عملية بناء السوق تستير بجدية وأتوقع مستقبلاً مشرقاً لهذا المسار. بإذن الله، فإن سنوات خبرتي الطويلة في التعليم والتربية كان لها أثر كبير في نجاحاتي التجارية.

• الكاتب: محسن جهان تاي، رئيس قسم مسحوق الغسيل في مدينة قم، آراد براندينگ.

الاستقلال الإيراني ١

تحول جديد في تنقية مياه المنازل

أجهزة تنقية مياه المنازل الشائعة تهدر كميات كبيرة من المياه بدلاً من الحفاظ على الموارد. ومع ذلك، هناك حل إيراني كامل بتصميم مبتكر يتيح التنقية بدون هدر. نموذج «كوبره» هو نتاج جهود مخترع إيراني ملتزم. ينتج مياه صحية وفعالاً بدون نفايات. يمكن لاستخدام هذا الجهاز أن يُحسّن نمط الاستهلاك ويكون خطوة فعالة في إدارة أزمة المياه. هذه التقنية ليست فقط استجابة لأزمة المياه، بل تمثل أيضاً دفعاً للقدرة العلمية والمسؤولية البيئية لدى الإيرانيين. دعم مثل هذه الإختراعات يعني استثماراً في مستقبل مستدام ومحمي للأجيال القادمة.

• الكاتب: بابك نظري، تاجر أجهزة تنقية المياه في آراد براندينگ.

الإنتاجية المستدامة ٢

طريق نحو النمو الذكي

الإنتاجية تعني الاستخدام الأمثل للموارد لتحقيق أقصى إنتاج ممكن. هذا المفهوم يساعد في الأعمال على زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف. العوامل المؤثرة في الإنتاجية تشمل إدارة الوقت، تحفيز الموظفين، التقنيات الجديدة، والعمليات المبتكرة. تحسين الإنتاجية لا يساهم فقط في النمو الاقتصادي، بل يعزز جودة الحياة أيضاً. زيادة الإنتاجية في المنظمات تتطلب بناء ثقافة مناسبة، تدريب مستمر، ورصد منتظم للأداء. فهذه الطريقة فقط يمكن تفعيل القدرات الكاملة للموارد البشرية والمادية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في النهاية. الإنتاجية هي المحرك الأساسي للتنمية المستدامة والتقدم في أي منظمة ومجتمع.

• الكاتب: بهنام أميري، مدير شركات الإمارات في آراد براندينگ.

المدير الأعلى ٣

بناء الثقة، شرط أساسي للبيع

أحياناً يكفي اجتماع واحد ليغير نظرتنا إلى التجارة للأبد. في إحدى جلسات مجموعة آراد براندينگ التخصصية، قدم الأستاذ وحيد المدير الاستراتيجي للمنظمة، بأسلوب واضح وأمثلة عملية، ثلاث محاور أساسية للتجارة الناجحة: التسويق، البيع، والتصدير. وصف التفاوض ليس كمناقشة، بل كحوار قائم على الفهم والاستماع والإقناع. الأمر الناجح هو من يستمع قبل أن يتحدث، ليس لرد فقط، بل لفهم الطرف الآخر بدقة. في الواقع، النجاح في التفاوض يعتمد أكثر على القلب والعقل منه على اللعقلانية بالنسبة للبيع. فقد أكد أن البائع المحترف ليس مجرد مقدم للمنتج، بل هو دائل للثقة وخالق للقيمة.

• الكاتبة: فريشته مؤمن، عضو فريق التحرير في آراد براندينگ.

الرقم ٨٤
الأربعاء
١٤٤٥/٠٢/٠٥
آراد برندينگ الصفحة ٢
AradBranding.com

دفتر التجارة العالمية
المس التجارة

حتى قبل عدة سنوات، كان دخول الأسواق العالمية يتطلب المرور بمسارات مكلفة وبمعقدة، حيث تدافع الطيران، تعبئة الحقائب بدرجات من الإبداع، التنسيق مع الوسطاء المشاركة في المعارض الخارجية. وقتها، وقبل أن أرس حال الجبر لبدء مفاوضة تجارية، ولكن الآن في عصر يتجه فيه العالم بسرعة نحو الرقمنة، تحولت التجارة وأخذت شكلاً جديداً، حيث يكفي هاتف ذكي واحد لفتح مكتب التجارة العالمية الخاص بك. تطبيق مزاد برانديناده هو رد طريق على هذا التحول. هذا البرنامج التطبيقي ليس فقط أداة تواصل بين المنتج الإيراني والمشتري الأجنبي، بل هو منصة احترافية لتقديم المنتج، إنشاء التواصل، التفاوض، تسجيل الطلبات، وتنسيق الشحن. على عكس النماذج التقليدية، يتيح هذا التطبيق للمستخدم التفاوض مباشرة مع المشترين المحليين بدون الحاجة إلى وسطاء، مع إمكانية إرسال رسائل مباشرة، تقديم الأسعار، تعريف ميزات المنتج، والحصول على ردود فورية. في هذه المنصة، يتواجد التجار، المروجون، منتجو المبيعات، وحتى العملاء الأجانب في الوقت نفسه. وهذا التفاعل الديناميكي يوفر بيئة شفافة لنمو صادرات إيران غير النفطية، باستخدام أدوات ذكية وتصميم سهل الاستخدام. يتيح تطبيق آراد الفرصة حتى للأفراد الذين لا يمتلكون خبرة سابقة للدخول لأسواق تصدير في التجارة الدولية. هذا البرنامج، خاصة في الظروف الحالية التي تزداد فيها أهمية تقليل تكاليف التجارة وإلغاء الوسطاء، هو أداة لا مثيل لها لكسب العملات الأجنبية والتواصل المباشر مع الأسواق العالمية. كما أن ديناميكية هذه المنصة تسمح ليس فقط للتجار الكبار، بل للشباب ورواد الأعمال الجدد بالحصول على حصة حقيقية من الصادرات. آراد برانديناد ليس مجرد تطبيق، إنه خارطة طريق لعبور صعود التجارة التقليدية. تهدف هذه الأداة إلى الوصول السريع والرخيص والفعال إلى الأسواق الخارجية، مقدمةً مفهوماً جديداً للتصدير، حيث لا حاجة بعد الآن للمكاتب التجارية، المعارض الكبيرة التقليدية، أو وسطاء مقيمين في الخارج؛ كل شيء في متناول يدك. جاهز لبدء حوار تجاري مع آراد برانديناد؟ انتهى زمن الانتظار. افتح مكتب التجارة العالمية اليوم! ابدأ التسويق، ابحث عن عملاء، قدم منتجاتك، وابدأ بالتصدير التجارة العالمية لم تعد حكراً على القلة. الآن بين يديك. هذا التطبيق ليس فقط أداة تكنولوجية، بل جسر استراتيجي بين الإنتاج المحلي والأسواق الدولية. جسر يسهل طريق التصدير للجميع.

• الكاتبة: زهرة إبراهيمي بناء، موظفة في القسم الذي أنشأ آراد برانديناد.

التجارة، جسر للتنمية العالمية

للأفراد والمؤسسات، عرض وطلب السلع والخدمات على المستوى العالمي، والاستفادة من الموارد والأسواق المتنوعة. التجارة لا تؤدي فقط إلى النمو الاقتصادي وتطوير المهارات الجديدة، بل تدعم أيضاً تبادل الأفكار والثقافات. من هذا المنظور، تعد التجارة عاملاً تفاعلياً في تقدم المجتمعات وخلق فرص جديدة للأفراد والشركات. تلعب التجارة دور في تعزيز الابتكار وريادة الأعمال، وفتح آفاق جديدة للتعاون والاستثمار. كما تسهم في بناء علاقات دولية قائمة على المصالح المشتركة، وتدعم المشاريع المشتركة لتحقيق تنمية مستدامة.

• الكاتب: مصطفى عباسي، مدير بيت المحركات في باكستان، آراد برانديناد.

فرص تصدير منتجات المفروشات

تعتبر صناعة منتجات النوم، الجزء من قطاع النسيج، من المنتجات مثل البطانيات، المفارش، الوسائد، المراتب، الأغطية والمفارش التي تمتلك قدرة عالية على التصدير إلى جانب السوق المحلي. ومن بين هذه المنتجات، تحظى المفارش بأهمية خاصة في التصدير بسبب استهلاكها الواسع، وحركة تكلفها، والطلب المستمر عليها. أصبحت محافظة أذربيجان الشرقية، من خلال تطوير البنى التحتية الإنتاجية، قطباً ناشئاً لإنتاج المفارش في البلاد، حيث شكلت مدن مثل تبريز وعراقة سلسلة كاملة من الإنتاج حتى التعبئة لهذه المنتجات. القرب الجغرافي من الدول المستوردة مثل جمهورية أذربيجان، أوزبكستان وأسيا الوسطى، يوفر فرص تصديرية واسعة لهذه المنطقة.

• الكاتبة: سميرة هق سرشت مديرة قسم المنطقيات في الإمارات، آراد برانديناد.

اللوز، جوهرة الطبيعة الذهبية

مع النمو العالمي في الاهتمام بالأغذية الطبيعية، يبرز اللوز بشكل خاص لأحد الخيارات الأولى المتألقة. إن الشعبية المتزايدة للمنتجات مثل الحليب، الزبدة والوجبات الخفيفة القائمة على اللوز تعكس المكانة الفريدة لهذه الحبة الثمينة في قائمة الطعام لدى الجيل الجديد. نحن نؤمن بأن الوقت الذهبي لتصدير اللوز العضوي الإيراني قد حان، فبأصالته وجودته، هو جاهز للتألق في الأسواق العالمية وجمع تكهة الصحة إلى موائد العالم. من قلب الدراق التي إلى سلة الصحة العالمية. اللوز العاملي هو سامية الذهبي، والاقتصاد على القيمة الاختراقية، والمعايير الدولية. وبرد فضة الأصالة الإيرانية، يمكننا تحويل هذا الكنز الطبيعي إلى فرصة مستدامة في الاقتصاد غير النفطي للبلاد.

• الكاتبة: كيانوش رستمي، مدير قسم اللوز العاملي الهندي آراد برانديناد.

الأستاذ دالية في التجارة، المبدأ الأول هو الفهم الدقيق لاحتياجات السوق، والمبدأ الثاني هو تقديم ميزة تنافسية بذكاء. إذا عرف التاجر مبادئ بيزنس وليسن، والتسويق والإعلان، سيكون طريق النجاح ممهداً أمامه.

الرقم ٨٤
الأربعاء
١٤٤٥/٠٢/٠٥
الصفحة ٣
آراد براندينغ
AradBranding.com

من العطار إلى التجارة المعرفة التي تكفي

عند مشاهدة هذه القصة انجذب عقلي تلقائياً إلى تجربة رجل امتهن صنوف طويلة من الخبرة في الطب التقليدي، وبمعرفة عميقة بالأعشاب الطبية وفوائدها، يعمل منذ سنوات في مساحة محدودة لعطار شاخص يعرف تماماً أي نبات فعّال للمعدة، الأعصاب، الكبد، أو أي مشكلة جسدية أخرى. لكنه لا يزال يعتبر نفسه مجرد بائع بسيط، رغم أن زبائنه يثقون به أكثر من بعض الأطباء إلا أنه لا يرى نفسه جديراً بدخول عالم أكبر.

العقبة أنه يمارس التجارة منذ سنوات دون أن يدرك ذلك، يعرف المنتج جيداً يفهم حاجة الزبون ويجيد بناء الثقة، ما ينقصه ليس فقط رأس المال، بل الدليل، العطار والثقة بالنفس للدخول إلى المرحلة التالية. التجارة اليوم لم تعد تعني فقط فتح شاشة يعرف جزءاً من الطريق، والتعليم والشراكة يمكن تجميع سلسلة من التخصصات، من يعرف المنتج يكفي أن يقف بجانب من يعرف السوق، ويتقن لغة التواصل، ويفهم طرق الحصول على التصاريح.

الكثير من رجال ونساء هذا البلد، بمعرفة وخبرة مشابهة، تمكنوا من دخول التجارة من هذا الطريق نفسه. ما يعيقهم ليس نقص المال، بل غياب الصورة الصحيحة عن قدراتهم. هذا الرجل قد وزن وباع لسنوات، لكنه لم يفكر أبداً في وزنه وقيمته الخاصة، حان الوقت الآن لأن لا يحترق المنتج فقط، بل يحترق نفسه أيضاً، وأن يقدم نفسه للعالم.

• الكاتب: سيدرضا هاشمي، مستشار تجاري في آراد براندينغ.

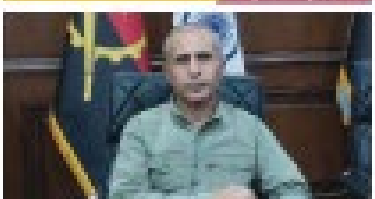
التجارة الاقتصادية ١

تصميم مستقبل التجارة بالجرأة

في عالم التجارة المتغير اليوم، فقط من يتجرأ هم من يذكرون بجرأة ويبتكر ويتجاوزون الأطر التقليدية ويبنون المستقبل بأيديهم. التاجر المستقبلي لا ينتظر الفرص، بل يخلقها. هو ليس مجرد مقلد، بل صانع طريق. نحن في آراد براندينغ لسنا مجرد مصدرين للبضائع، بل نحن مصممون للفرص جديدة لرفع علم إيران في الأسواق العالمية. في هذا المسار، لا نخاف من المخاطر ولا نختبئ الأعذار. لأننا نعلم أن النجاح لا يجلب سوى الندم. الوقت الآن للعمل، يجب أن نهيئ، نصمم، نتحرك ونبني. التجارة بالنسبة لنا ليست مجرد وظيفة، بل رسالة لبناء مستقبل أكبر، أكثر وطنية وأقوى. جئنا لنحفر اسم إيران بذكاء على قمم التجارة العالمية.

• الكاتب: أمير عظيم إلهه، مدير قطاع القوارة في روسيا، آراد براندينغ.

الصادرات الفنية ٢



رابطة الفن الإيراني بالسوق العالمية

في السنوات الأخيرة، حظيت الصناعات اليدوية الإيرانية باهتمام متزايد من الأسواق الخارجية، وخاصة دول منطقة الخليج. إن الجمع بين الفن التقليدي والتصاميم الحديثة، جعل من منتجات مثل المزهريات اليدوية، إطارات الصور، واللوحات الجدارية، خيارات جذابة للتصدير. تشير تجارب بعض المجموعات إلى أن الالتزام بالمعايير العالمية للجودة الاحترافية والحفاظ على الأصالة الثقافية هي عوامل رئيسية لنجاح تصدير هذا الفن المحلي. يساعد هذا الاتجاه في تقديم الفن الإيراني وتعزيز الاقتصاد المحلي.

• الكاتبة: نيجين يوزلي، رئيس قسم الصناعات اليدوية في جيلان، آراد براندينغ.

العائد الإيراني ٣

الزعفران الإيراني وعراقيوبة والتفوق في التجارة العالمية

آراد براندينغ، مجموعة رائدة في مجال بناء العلامات التجارية وتطوير الصادرات، تعمل بهدف تمكين المنتجين الإيرانيين وتعريفهم بالأسواق العالمية. تعتمد الشركة على التسويق الرقمي، تحليل الأسواق، وبناء العلامات الشعبية والتجارية، لتسهيل دخول الفاعلين الاقتصاديين إلى مجال التصدير. في عالم اليوم، لا يكفي الإنتاج بدون بناء العلامة التجارية وتطوير السوق. تساعد آراد براندينغ المنتجين، من خلال شبكة واسعة من الخبراء والمتخصصين، على الوصول إلى المشترين الأجانب مباشرة دون وسطاء، بأثبات هادفهم التجارية في الأسواق المستهدفة. وفي هذا الإطار، يحتل الزعفران الإيراني مكانة مميزة كأحد أبرز المنتجات الزراعية في الصادرات غير النفطية.

• الكاتبة: أعظم سلطاني، مدير قسم الزعفران في إسبانيا، آراد براندينغ.

الأسلاك وحيث التصدير يعني عبور الحدود الجغرافية بالاعتماد على المزايا التنافسية. عندما نتعرف التجارة بشكل صحيح، لا يتم بيع المنتج الإيراني فقط، بل يتم تصدير ثقافتنا وسمعتنا وقوتنا الاقتصادية أيضاً.

الرقم ٨٤
الأربعاء
١٤٤٥/٠٢/٠٥
آراد برندينغ الصفحة ٤
AradBranding.com

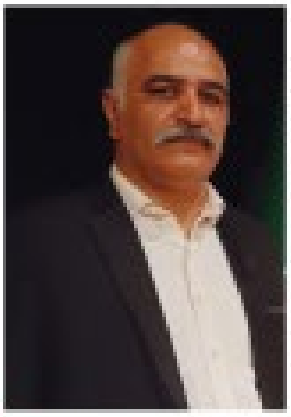
التصدير الموجَّه التجارة الذكية

في الاجتماع التخصصي الأخير حول استراتيجيات تطوير الصادرات، شرح المهندس شعباني رئيس مجلس إدارة آراد برانديتنك، رؤيته حول المبادئ الأساسية للتجارة ومسار النجاح في الأسواق الدولية. أكد على ضرورة اتباع نهج علمي وهندسي في التجارة، موضحًا أن التجارة اليوم تتطلب اتخاذ قرارات مبنية على البيانات، مهارات تواصل عالية، وفهم عميق لعمليات العرض والطلب، وليس الاعتماد فقط على الخبرة التقليدية أو الحظ المؤقت. وقال إن نقطة انطلاق كل صفقة ناجحة هي معرفة السوق المستهدف، بدون هذه المعرفة، يتحول التفاوض من أداة فعالة إلى عملية غامضة وغير مجدية. وأضاف النجاح في التصدير لا يبدأ بالمنتج الجيد فقط، بل يبدأ بتحليل دقيق للسوق، وفهم عميق لاحتياجات المشتري، واستعداد ذهني لمواجهة الاختلافات الثقافية والاقتصادية. في جزء آخر من حديثه تطرق إلى أهمية البيع الاحترافي، مشيرًا إلى أن البيع الحقيقي ليس مجرد بيع سلعة، بل بيع ثقة وسمعة واطمئنان، والتاجر الذي يعتمد فقط على المميزات الظاهرية للمنتج بدلاً من نقل الميزة التنافسية معكوم عليه بالفشل في التفاوض. وأكد المهندس شعباني، مستندًا إلى سنوات خبرة آراد برانديتنك في مجال تطوير الصادرات، أننا نسير اليوم في مسار يجب أن يكون التصدير فيه منظمًا وقابلًا للتكرار وجزءًا من سلسلة متماسكة من الإنتاج حتى التسليم، وليس مجرد صفقات عارضة أو مؤقتة. وشكك، كما أشار إلى أنه لتحقيق التصدير المستدام، يجب تطوير ثلاثة عناصر رئيسية التعليم في جانب العملاء الأجانب، بناء علامة تجارية محترفة، ومنصة رقمية للتواصل المباشر مع المشترين العالميين.

■ الكاتب: محمد عبد الهي، المستشار التجاري في آراد برانديتنك.

التجارة الحديثة ١

التاجر صانع الغد

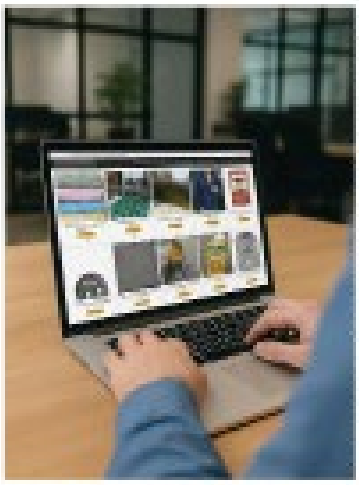


التجارة هي الرياضة الديناميكية بين العرض والطلب، والتاجر هو الفنان الذي يمزج بين معرفة الاحتياجات، الإبداع والابتكار لخلق منتجًا أو خدمة تسهل الحياة وتجعلها أكثر متعة. التجارة ليست مجرد تبادل للبضائع والخدمات، بل هي خلق القيمة، توفير فرص العمل، وبناء مالم أفضل. للجميع التاجر محاظير، لكنه يسير بخطى مدروسة وتخطيط. يكتسب الخبرة مع كل خطوة ويتدرب متعلم النجاح. في عالم تسوده المنافسة الشديدة، التاجر الحقيقي هو من لا يخشى التحديات ولا يهرب من التغيير، بل يحولهما إلى منصة انطلاق له.

■ الكاتب: محسن صاح دبيه، مدير قسم المنتجات الغذائية في السعودية آراد برانديتنك.

بيت التجارة ٢

واجهة فخر التجار



أرشيف المعارض في آراد برانديتنك - https://AradBranding.com

في قسم «منتجات التجار ذوي السمعة الطيبة» في بيت التجارة آراد برانديتنك، تُعرض سلع من قبل أكثر التجار خبرة في المجموعة، منتجات مثل البطانيات المكسرات، طلبات القهوة، والزجاج المقوى، مع مواصفات دقيقة، تاريخ مبيعات، ومعلومات فنية مناسبة للمشترين. يهدف هذا القسم إلى زيادة الثقة، الشفافية، وتسهيل التصدير، مقدمًا منصة احترافية لعرض المنتجات الإيرانية عالية الجودة. تُعرض منتجات هذا القسم بدعم من خبرة التجار الناجحين وفهمهم للأسواق العالمية. الجهة المنظمة وبناء الثقة هما سر نجاح مبيعاتها. هنا يبدأ طريق التصدير من قلب الخبرة. كل منتج هو نتاج تجربة وفهم السوق.

■ الكاتبة: ريحانه بهرامي، موظفة في القسم الفني لدى آراد برانديتنك.

النمو المستدام ٣

من الأرض إلى العالم طريق ذكي لتصدير المنتجات الزراعية

في مسار تطوير التجارة الزراعية، أصبح الاستعانة من المعرفة المتخصصة، الفهم العميق للأسواق المستهدفة، والاعتماد على البنى التحتية الاحترافية للتصدير من العوامل الرئيسية النجاح. مما يزيد أهمية اليوم في مجال تصدير المنتجات الزراعية ليس فقط الإنتاج، بل إدارة الدقيقة لسلسلة التوريد، الحفاظ على الجودة خلال الشحن، الالتزام بالمعايير الدولية، والقدرة تواصل بالعمل مع العملاء الخارجيين. تمكنت بعض المجموعات الفاعلة في هذا المجال، بالاعتماد على البنيات التحتية من آراد برانديتنك، من بناء جسر فعال ومستدام بين المنتجين المحليين والأسواق العالمية. هذا النوع من النشاط يتجاوز مجرد بيع السلع، إذ يعكس نقل المصداقية والثقة والصورة المنجحة للمنتجات الزراعة الإيرانية إلى العالم، في زمن يتغير فيه التنافس العالمي بسرعة. ما يهم هو النظرة المستهدفة، التحديث المستمر، والتقدم المبني على الخبرة والتعاون الذكي. طريق التصدير المستدام هو مسار لا يمكن اجتيازه إلا بالتكامل الحقيقي بين الإنتاج، التوريد، والتسويق.

■ الكاتبة: معصومة شعباني، رئيسة قسم الفواكه في طهران، آراد برانديتنك.

المهندس قرباني: البيع الفعال يعتمد على بناء ثقة مستدامة. المنتج الجيد هو نصف الطريق فقط. النصف الآخر هو شعور التأمين الذي يحصل عليه العميل من المضافة مع البائع.

بدء التعاون مع آراد برانديتنك
Wa.me/989190508888
انضموا مراسلينا ومخبرينا
T.me/AradBranding_News

الرقم ٨٣
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٤
آراد برندينگ الصفحة ١
AradBranding.com

للنجاح المستدام اختر الطريق المُضيء

في "آراد برندينگ"، يتجاوز تفكيرنا الحدود الجغرافية؛ فنحن نرسم أفقًا مشرقًا للتجار في إيران والعالم من خلال استراتيجيات ذكية ورؤية مستقبلية واضحة. من أهم معتقداتنا الأساسية أن النجاح ليس صدفة عابرة، بل هو نتيجة ممارسات واعية. وبإصرار دائم وتعاون مع فريق محترف، قد مزجنا في آراد الجهد المتواصل بالالتزام بالجودة، واستكشاف الفرص الجديدة على المستوى الدولي، لخلق بيئة خصبة للنمو والتطور والدخول الفاعل إلى الأسواق العالمية. كل مشروع نبدأه هنا هو ثمرة دمج الخبرة والتخصص والمعايير العالمية، فنحن لا نرى التحديات كعوائق، بل كفرص للتألق، ونتعامل معها برؤية استراتيجية تحوّلها إلى إنجازات دائمة. نحن نؤمن بعمق بمفهوم العلامة، فالعلامة لا تولد بها فقط الصفات، بل تتطلّم بروح بناءة وبجهدٍ داخليّ لتفتح آفاقًا جديدة في عالم التجارة. في آراد، الدعم ليس شعارات مؤقتة، بل هو مبدأ ثابت في ثقافتنا المؤسسية. الانضمام إلى عائلة آراد ليس مجرد خيار مهني، بل هو بداية رحلة واضحة وإضافة نحو مستقبل مختلف ومتميز مستقبل يستحقه كل تاجر طموح ورؤيوي. نؤمن أنه بالمعرفة، والتعاون، والمعرفة العميقة باحتياجات الأسواق العالمية، يمكن رسم طريق جديد في التجارة الدولية. آراد برندينگ ليست مجرد شركة، بل هي رمز للثقة، والاحتراف، والإبداع، والابتكار في عالم الأعمال. وبالاعتماد على المعرفة والخبرة، لا نعترف بأي حدود، ولا نرى هدفًا مستحيلًا. فالتجارة مع آراد هي بوابة آمنة نحو الأسواق العالمية ومنصة النمو المستدام على المستوى الدولي.

• الكاتبة: سحر عليپور ، مستشارة تجارية في آراد براندينگ.

دخل صحي

التاجر يبدأ رحلته نحو العالمية من هنا

في آراد براندينگ"، لا نُعتبر الترويج لثقافة الدخول إلى وسيلة لجذب أعضاء جدد، بل هي منصة فعّالة للإعلان عن المنتجات وبناء علاقات مؤثرة مع العملاء المحليين والدوليين. يحقّق الأعضاء دخلهم من خلال بيع المنتج الحقيقي، وجميع الأفراد الجدد تتم بشكل اختياري تمامًا، مع مكافآت واضحة ومحددة. هذا النموذج قائم على النشاط المهني، الشفافية والمبيعات الحقيقية، ويتمتّع ببنية سليمة ومقبولة من الناحيتين الشرعية والقانونية. بدءًا استمرّ على أسس أخلاقية واهتمام حقيقي بجودة المنتج، فيمكن أن يكون نموذجًا ناجحًا ومستدامًا في التجارة الإيرانية. التقدّم هو ثمرة الصدق والاستمرار بخطى العمل.

• الكاتب: هوشنگ بهمنيار، مشرف أخلاقية التسلق في قم آراد براندينگ.

مرحلة التصدير

مزيج من النظافة، المتانة وقابلية التصدير

لمنة أرقي الألمنيوم ذات الاستخدام الواسع مزيجًا من الفوائد الخفيفة، والتوفير، مما يجعلها مثالًا لحياة اليوم السريعة. وبفضل مقاومتها العالية للحرارة وإمكانية وضعها مباشرة على اللهب، فهي مثالية للطهي الحفاظ. وتقلل الطعام في المناسبات الرحلات المطاعم، وخدمات الطعام الحاضر. في ظل تزايد أهمية السلامة الغذائية والقليل وقت التحليل، أسهم هذه الأواني في رفع مستوى الجودة الخاصة بالمطابخ التكاليف، وتحسين إدارة الوقت، وتزداد حصة إيران من هذا السوق في المنطقة يومًا بعد يوم.

• الكاتب: مهيار كي‌فرد، مشرف‌واني الألمنيوم طهران، آراد براندينگ.

المدير العام

بناء الثقة شرطٌ أساسي للبيع

لم يتحدث من خلف المكاتب، بل من قلب ميدان التجارة. في اجتماع بدا أنه دورة تدريبية حيّة، قدّم المهندس فرياني، المدير التنفيذي لآراد برندينگ، دورة واقعية وملموسة عن التجارة المستدامة. ليس من خلال النظريات المعقدة، بل اعتمادًا على الخبرة والتجربة. إحدى العبارات التي جذبت انتباه الجميع كانت على الطاولة: ما يؤدي إلى البيع ليس الكلام، بل الفهم العميق. وبحسب قوله، فإن هناك الكثير من البائعين الذين يتكلمون الكلام، ولكن القليل منهم من يستمع ويفهم حقًا. فالطاولة الناجح هو من يتعرف أولًا على احتياجات الطرف الآخر قبل أن يقدّم عرضه. وقد أكد أن التجارة الناجحة تُبنى على العلاقات الإنسانية.

• الكاتبة: زيبا بيكدلي، خبيرة التوجسدات في موسيا آراد براندينگ.

الأسطة ثانية النجاح في البيع يبدأ بفهم دقيق للاحتياجات الفعلية، وتتحقّق من خلال الصدق في العرض والمتابعة المهنية. التاجر الذكي هو من يبني الثقة، وليس فقط من يبيع المنتج.

كونوا عراسلينا وعضو رسمًا
T.me/AradBranding_News
بيد التعاون مع آراد برندينگ
Wa.me/989198888888

الرقم ٨٣
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٤
الصفحة ٢
آراد برندينغ
AradBranding.com

التّاجرون المستقبل سفراء العزّة الوطنية

الدول الناجحة مثل الصين، اليابان وكوريا الجنوبية تشكل نماذج واضحة أمامنا: دول اعتمدت على ملايين التجار النشطين وتمكنت من طرح منتجاتها المصنعة في الأسواق العالمية وحصلت على حصة كبيرة من الاقتصاد الدولي. في هذه الدول، التاجر ليس مجرد وظيفة بل ركن أساسي في سياسة التنمية الاقتصادية. قدموا الدعم البنيوي، التعليمي والمالي لتطوير شبكة واسعة من التجار الدوليين، واليوم يأتون بفخر ليقولوا إن جزءًا كبيرًا من ناتجهم المحلي الإجمالي يأتي من الصادرات غير النفطية. لكن بلدنا رغم امتلاكه لمنتجات ممتازة، وأسواق جاهزة في المنطقة، وقوى عاملة متعلمة، يعاني من نقص حاد في عدد التجار. هذا النقص هو أحد الأسباب الرئيسية لانخفاض الصادرات، وتقلص عائدات العملة الأجنبية، وتوقف دورة الإنتاج وزيادة الفقر بين طبقات المجتمع المختلفة. وعلى عكس التصور العام، التجارة ليست محصورة فقط على المستوردين أو كبار المستثمرين. التاجر الحقيقي هو من يستطيع أن يضع المنتج الإيراني في الأسواق العالمية بأسلوب تسويقي صحيح وبناء ثقة. وإنشاء علاقات قوية. أن تكون تاجرًا في عصرنا هذا لا يعني فقط تبادل السلع، بل يشمل الدخل المستدام والاعتبار الاجتماعي والعلاقات الدولية والدور الفاعل في التنمية الوطنية. كل تاجر يمكن أن يكون نقطة تحول في حياة عشرات العائلات. ومن خلال خلق فرص اقتصادية يمكن أن يترك أثرًا عميقًا في المجتمع. التجارة الحديثة تعني هندسة الفرص، أي التعرف على المزايا التنافسية للدولة، وترجمتها بدقة للسوق المستهدف، وتصميم طريق للوصول إلى النظام الاقتصادي للدول الأخرى. دخول عالم التجارة، خلافًا لما يظن، لا يحتاج إلى إمكانيات معقدة أو رؤوس أموال ضخمة، بل يمكن أن يبدأ فقط بدعوة شخص واحد إلى عالم التجارة. هذه الخطوة البسيطة يمكن أن تكون قوة عظيمة لبناء مستقبل اقتصادي للبلاد، لأن كل تاجر جديد يشكل جسرًا يربط بين الإنتاج الداخلي والسوق الخارجية.إيران، التي تمتلك القدرة على إنتاج أكثر من عشرة آلاف منتج متنوع وعالي الجودة، إذا أردنا تصدير هذه المنتجات إلى أكثر من مئة دولة، فهي بحاجة لتدريب ودعم مليون تاجر قادرين وملتزمين؛ تجار يرفعون راية الإنتاج الوطني في الأسواق العالمية. لتحقيق هذا الهدف، يجب تغيير نهج الدولة تجاه التجارة من السلبية إلى الإيجابية، ويجب أن يصبح طريق التصدير ممكنًا لكل إيراني.

• الكاتب: سيد أحمد تحويلدار، مقدم إعلامي في آراد برانديغ.

صادرات صحية
١

تصدير من نوع الصحة وثقافة الغذاء الإيرانية

في عالم اليوم السريع المعطي، العودة إلى التغذية الصحية والطبيعية أصبحت ضرورة ملحة. الغبار المعدل الطبيعي، كمنتج أصيل في ثقافة الغذائية الإيرانية، لا يتميز فقط بمذاقه الفريد بل بخصائصه البروبيوتيكية التي تلعب دورًا فعالًا في تحسين الهضم، تعزيز المناعة، ورفع مستوى الصحة العامة. من منظور تاجر دولي مهتم بالصحة، الغبار المعدل ليس مجرد سلعة غذائية، بل هو ممثل لأسلوب حياة صحي إيراني قادر على الوجود بقوة في السوق العالمية. إذا تم تعبئته وتغريفه وتقديمه بشكل صحيح، يمكن أن يتحول إلى تصدير ناجح ومؤثر.

• الكاتب: وحيد رحيمي، رئيس قسم الغبار المعدل، مندوب آراد برانديغ.

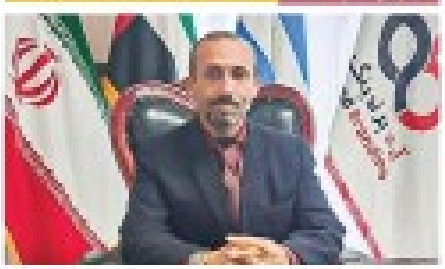
صادرات حلوة
٢

طعم صحي من قلب التقاليد والصحة

في قلب كل منزل، هناك نكهات تبقى خالدة وتخلق ذكريات. السكر وإيراني هي من تلك النكهات الأصيلة والمتوارثة، منتجات صحية، لذيذة، لمحضر بعناية، صبر وحب. باستخدام أفضل أنواع السكر الإيراني وبدون أي إضافات حافظة أو مركبات ضارة، أنتج منتجات تحافظ على الصحة وتمنح مذاقًا شهيًا من فاكهة مطبوخة وشاي مشبي بنكهات الزعفران، كريمة الهيل، الفرفة والليمون. إلى مكعبات السكر ذات التصاميم الفاخرة والسكر المكسور للاستخدام اليومي مع الشاي، كل شيء يتم برقابة دوق ورقابة. التغليفات مصممة بشكل جميل وعملي، جاهزة للمناسبات مثل الهدايا للضيوف، مهور الزواج وشهر رمضان.

• الكاتبة: بروسنهار وفي حديثها مع فاطمة وشي يمشي آراد برانديغ.

تجارة ناجحة
٣



الفهم الدقيق للسوق

التجارة ليست مجرد كلمة، بل هي مزيج من خمسة مبادئ رئيسية تحدد طريق نجاح كل تاجر. أولها "التركيز على آراد"، أي اختيار طريق واضح والالتزام به. ثانيًا "الاستمرار مع آراد"، أي العنصر الفعال في التعليم، بناء العلاقات والتفاهم. ثالثًا "الاقتداء بآراد"، أي الاستفادة من التجارب الناجحة بدلاً من التجربة والخطأ الفردي. رابعًا "تراك ما ليس آراد"، أي التخلص من التشتت والتركيز الكامل على تيار واحد. وأخيرًا "المثابرة مع آراد"، أي المرافقة ضمن هيكل متماسك للوصول إلى نمو مستدام. التاجر الذي يؤمن بهذه المبادئ الخمسة سيسلك طريق التجارة بثقة وثبات.

• الكاتب: محمد باقري، رئيس قسم التطوير للشركاء لدى آراد برانديغ.

المهندس قرباني: النجاح في التصدير يبدأ بفهم عميق لاحتياجات العميل الخارجي والقوة الحقيقية للمورد.
رؤيتنا للتصدير ليست مؤقتة أو عشوائية، بل هي استراتيجية متخصصة، ومبنية على تصميم مسارات مستدامة

الرقم ٨٣
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٤
آراد برندينغ الصفحة ٣
AradBranding.com

أسرار التجارة من البيع إلى الحدود

التجارة، من وجهة نظر الأستاذ داليا، رئيس مجلس إدارة آراد براندينغ، ليست مجرد نشاط اقتصادي فقط؛ بل هي مسار واعٍ مليء بالمهارات وفهم السوق ورؤية استراتيجية. يعتقد أن التاجر الناجح هو من يفهم احتياجات العميل بدقة، ويتفاوض بحصافة، ويدرس قيمة المنتج للعميل بما يتجاوز السعر. البيع يعني إقامة اتصال فعّال، ومعرفة همموم العميل، وتقديم إجابات دقيقة لاحتياجاته. السعر هو أداة فقط، لكن بناء الثقة وتقديم تجربة شراء مختلفة هو ما يجعل البيع مستداماً.

النجاح في التفاوض يتحقق عندما يكون مبنيًا على الفهم المتبادل والسعي للمصالح المشتركة. وليس مجرد تكتيات متكررة. في التصدير، يؤكد الأستاذ داليا أن النجاح ليس صدفة؛ فمعرفة السوق المستهدف، وفهم ثقافته، وتحليل ميزة المنتج التنافسية، وإدارة قدرة التوريد بشكل صحيح، كلها مفاتيح للتصدير الذكي. التصدير يعني الدخول الواعي إلى السوق العالمية بهدف الاستمرارية. وليس مجرد صفقة قصيرة الأمد. يقول: «التجارة هي بناء جسور تعبر بها أنت والآخرون». هذه النظرة العميقة تفهمنا وتقود عمل آراد براندينغ: مسار مبني بالشجاعة والعلم والأخلاق نحو مستقبل أكثر إشراقًا. النجاح في التجارة لا يأتي بالحظ، بل بالنظام والمثابرة والقرارات المدروسة. يجب على كل تاجر أن يدرك أن طريق النمو يمر بالتعلم المستمر، وتحليل المنافسين، والاستجابة الدقيقة لاحتياجات السوق. هذه القيم تجعل من آراد براندينغ شريكًا موثوقًا في رحلتك نحو النجاح التجاري.

■ الكاتب: ماجد مرادي، مدير مكتب مشهد آراد براندينغ

التجارة الاحترافية ١

اختيار المحترفين لتركيب دقيق ومستدام

إذا كنتم تبحثون عن تركيب سريع، قوي وثابت للبلاط والسيراميك، فإن لاصق البلاط C1T هو الحل المثالي لاحتياجاتكم. يتميز هذا اللاصق بتركيبته المتقدمة وقوة التصاق فائقة، حيث يحافظ على البلاط ثابتًا وبشكل في مكانه حتى في الظروف البيئية الصعبة، مثل تراكم أو تحرك. يتحمل C1T الرطوبة والحرارة بشكل جيد، مما يجعله الخيار المثالي للاستخدام في المطابخ، الحمامات، المسابح والأماكن العامة. باستخدام هذا اللاصق، ستحافظون على أرباح البلاط بسهولة الاستخدام وملمس اللاصق الموحد، بتحسين تقنية عملية التركيب بدقة سريعة ونظافة أكبر. كما أن المنتج يدعم المرونة بشكل فعال، تركيب البلاط على مختلف الأسطح مثل الأسمنت، الخرسانة، الجبس، البلاط القديم

■ الكاتبة: دنيا هويدي، مديرة منتجات تجميلية لدى آراد براندينغ.

التصدير الذكي ٢

الوصول إلى السوق العالمية من تقديم ذاتي

إيران اليوم تمتلك مجموعة متنوعة من الصادرات تشمل البلاط، المنتجات البتروكيميائية، الزراعية، المواد المعدنية، والحرف اليدوية. مع التركيز على الصادرات غير النفطية، جرت محاولات لتقليل الاعتماد على النفط. لكن التحديات مثل تقلبات الأسعار العالمية، العقوبات، والقيود الحضرية لا تزال قائمة. بالرغم من ذلك، تتمتع إيران بموارد طبيعية غنية، قوة عاملة شابة، وتنوع صناعي كبير، مما يمنحها القدرة العالية على تطوير الصادرات. توسيع التجارة مع الدول المجاورة وتعزيز الصادرات غير النفطية يمكن أن يسهل مسار النمو الاقتصادي المستدام. تحقيق هذا الهدف يتطلب تقديم المزايا بشكل صحيح في الأسواق العالمية.

■ الكاتبة: ليلى شريح، مديرة المبيعات والتجارة الدولية لاستراتيجية الهند آراد براندينغ.

صناعة الموضة ٣

تجارة الملابس: بين الربحية والمسؤولية

تجارة الملابس هي واحدة من الصناعات الرئيسية والواسعة في العالم، والتي لا تؤثر فقط على اقتصاد الدول، بل تلعب دورًا مهمًا في الثقافة والمجتمع. تشمل هذه الصناعة التصميم، الإنتاج، التوزيع، والبيع للملابس. وقد شهدت تطورًا كبيرًا منذ القدم وحتى اليوم، ومع دخولها العنصر الصناعي، توسعت لتشمل الإنتاج الكبير والصلاح المتنوعة للأسواق مثل المتاجر الصغيرة، العلامات التجارية الفاخرة، ومنصات البيع الإلكترونية. تجارة الملابس توفر فرص عمل لملايين الأشخاص حول العالم، لكنها تواجه بجانب الفرص الاقتصادية تحديات مثل التأثير على البيئة وظروف العمل غير العادلة.

■ الكاتب: أعظم سلطاني، رئيس قسم ملابس النساء ظهران آراد براندينغ.

الرقم ٨٣
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٤
آراد برندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

من الإنتاج الوطني إلى السوق العالمية

بدأت نشاطي المهني في مجال التجارة منذ عام ٢٠١٥، حيث ركزت بشكل رئيسي على منتجات المنازل، وخاصة البطانيات. بدأت رحلتي بإنتاج محتوى متخصص والرد المباشر على العملاء. ومع تزايد الاتصالات والطلبات، قمت بتنظيم فريق مبيعات وبناء هيكل منظم، هذا العمار مهد الطريق لتوسيع العلاقات مع الموردين، وقريبا بعد بتسجيل العلامة التجارية وتأسيس الشركة. تم توظيف البنية التحتية اللازمة لتطوير الأنشطة التجارية. الآن، نجحت في توصيل المنتجات إلى جميع المحافظات الـ ٣٢ في البلاد وحوالي ٢٠٠ مدينة. أشعر بفخر كبير لأن اسمي أصبح معروفًا بين العاملين في هذا المجال وتم بناء تعاملات مستدامة وفعالة مع العديد من المجموعات في جميع أنحاء البلاد. دخلت مجال التصدير من خلال بحث المستخدمين الفارسيين في الخارج. كان بعضهم من الإيرانيين المقيمين في الخارج، وبعضهم تصرف على منتجاتي عبر المحتوى المنشور بالفارسية. هذه التفاعلات كانت دافعًا لدخول الأسواق الدولية بشكل أكثر جدية. بعد ذلك، ومع إطلاق مواقع إلكترونية خارجية، وإنتاج محتوى متعدد اللغات، وبناء علاقات مع ممثلين دوليين، خاصة من خلال آراد برانديتج والمنصات المتخصصة التابعة لها، تمكنت من بدء التصدير إلى دول مختلفة. بما في ذلك الدول الأوروبية. من الواضح أن طريق التجارة، وخاصة على المستوى الدولي، ليس خاليًا من التحديات، لكن بوجود رؤية واضحة ودعم مؤسسي أقوى، تصبح هذه التحديات فرصًا للنمو والتوسع.

• الكاتبة: فاطمة انتصاري، مديرة توريد البطانيات آراد برانديتك.

التفاوض التصديري

أول مفاوضة تصدير؛ من الخوف إلى تجربة دائمة

أول مفاوضة تصديرية لي كانت بداية مليئة بالتوتر، لكن هذا الخوف تحول بسرعة إلى فرصة لتعلم. عندما حان الوقت للتحدث لأول مرة مع عميل أجنبي، كنت قلقة: هل لغتي كافية؟ ماذا لو طرح سؤالاً لا أعرف إجابته؟ ماذا لو لم أفهم بشكل احترافي؟ لكن سرعان ما أدركت أن هذا الخوف هو أكثر جزء طبيعي في بدء أي طريق كبير. تجاوز ذلك، بدأت أتمرن، تعرفت على منتجي بشكل أفضل، راجعت الأسئلة الشائعة، وقبلت أن الجهل ليس ضعفاً. المهم أن أكون صادقة وصابرة. ربما لم تكن أول مفاوضة مثالية، لكنها كانت درساً عظيماً بالنسبة لي.

• الكاتبة: سوسن پورعلي، مدير كشمش كويت آراد برانديتك.

بست التجارة

منشور ثلاثي اللغات سرّ الاختراق إلى الأسواق العالمية

إذا كنتم تريدون في نشر منشور عادي على تطبيق آراد برانديتج، يُصبح بنشره بثلاث لغات. بهذه الطريقة، يمكن لعلامتكم التجارية من خلال منشور واحد أن تدخل عدة أسواق دولية في نفس الوقت. يجب أن يكون محتوى المنشور مختصرًا احترافيًا وهادفًا. يجب توضيح بشكل واضح نوع المنتج، السمة البارزة للتسليم، الجودة، والاستعداد للتصدير. من الأفضل تأجيل التفاصيل الفنية والمعلومات الإضافية إلى المراسلات المباشرة والمتابعة لاحقًا. يُفضل ترتيب اللغات بالإنجليزية، العربية، والفارسية، لأنها، بالإضافة للجمهور الدولي، وإضافة، مظهر أكثر احترافية لعلامتكم التجارية. يعتبر التواصل الفعال مع العملاء من أساسيات نجاح أي علامة تجارية. يمكن لبوتات الدردشة متعددة اللغات في الوصول إلى جمهور أوسع وبناء علاقات تجارية مستدامة.

• الكاتب: آلبرت رحيمي، محرر اليوسا في آراد برانديتك.

با یک پست سه بازار رو بگیر

میان مکتب التجارة آراد برانديتك. SkpAradBranding

دول أخرى

من المائدة إلى الصحة، توابل محبوبة

المحلل النبيلة المحبوبة على موائد الإيرانيين، ليس مجرد نكهة بسيطة، بل هو جزء من ذكرياتنا وأذواقنا. رغيف دافئ مأغمسة من الكباب، والأرز إلى السندويشات بتتم الشهية. القيام المقرمش، والطعم العلصمي والملح يمنح تجربة مبتعة أثناء تناول الطعام. لكن المحلل يتجاوز النكهة. ليحمل فوائد صحية قال اعتمادنا. بهذا فعملية التحليل الطبيعي، لجعله مصدرًا غنيًا بالبروبيوتيك لصحة الجهاز الهضمي. ويحتوي على فيتامين ك، المفيد لصحة العظام وصلبة تعلط الدم. الاستهلاك المعتدل هو المفتاح للاستفادة من فوائده الصحية. مصوصًا بسبب احتوائه على الملح. اليوم، تنوع المحلل بتركيبات مختلفة يوفر خيارات عديدة لكل ذوق. المحلل رمز لمنتج البسيطة والدائمة في الحياة الإيرانية. وسيحافظ هذا التتبيلة المحبوبة على مكانتها في قلوب موائدنا. وربما بوقتا ما نرى تكهتها الخاصة على موائد العالمية أيضًا.

• الكاتبة: مهتي مجدپور، خبيرة المحلل آراد برانديتك.

التهديد شعباني: الدجاج في البيع لا يعتمد فقط على جودة المنتج، بل يحتاج إلى فهم احتياجات العميل، تقديم في الوقت المناسب، ومتابعة احترافية. كل عملية بيع تعني بناء الثقة، وليس مجرد صفقة.

بيعد المحتوى مع آراد برانديتج
Wa.me/989119888888

كونوا مواكبين ومخبرينا
T.me/AradBranding_News

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
آراد برندينگ الصفحة ١
AradBranding.com

للنجاح المستدام اختر الطريق المُضيء

في "آراد برندينگ"، يتجاوز تفكيرنا الحدود الجغرافية؛ فنحن نرسم أفقًا مشرقًا للتجار في إيران والعالم من خلال استراتيجيات ذكية ورؤية مستقبلية واضحة. من أهم معتقداتنا الأساسية أن النجاح ليس صدفة عابرة، بل هو نتيجة مجهودات واعية، وإصرار دائم وتعاون مع فريق محترف. لقد مزجنا في آراد الجهد المتواصل بالالتزام بالجودة، واستكشاف الفرص الجديدة على المستوى الدولي، لخلق بيئة خصبة للنمو والتطور والدخول الفاعل إلى الأسواق العالمية. كل مشروع نبدأه هنا هو ثمرة دمج الخبرة والتخصص والمعايير العالمية، فنحن لا نرى التحديات كعوائق، بل كفرص للتألق، ونتعامل معها برؤية استراتيجية تحوّلها إلى إنجازات دائمة. نحن نؤمن بعمق بمفهوم العلامة، فالعلامة لا تولد بها فقط الصفات، بل تتطلّب بروح بناءة وبوحدة داخلية لتفتح آفاقًا جديدة في عالم التجارة. في آراد، الدعم ليس شعارات مؤقتة، بل هو مبدأ ثابت في ثقافتنا المؤسسية. الانضمام إلى عائلة آراد ليس مجرد خيار مهني، بل هو بداية رحلة واضحة وقاطعة نحو مستقبل مختلف ومتميز. مستقبل يستحقه كل تاجر طموح ورؤيوي. نؤمن أنه بالمعرفة، والتعاطف، والمعرفة العظيمة باحتياجات الأسواق العالمية، يمكن رسم طريق جديد في التجارة الدولية. آراد برندينگ ليست مجرد شركة، بل هي رمز للثقة، والاحتراف، والإبداع، والابتكار في عالم الأعمال. وبالاعتماد على المعرفة والخبرة، لا نعترف بأي حدود، ولا نرى هدفًا مستحيلًا. فالتجارة مع آراد هي بوابة آمنة نحو الأسواق العالمية ومنصة النمو المستدام على المستوى الدولي.

• الكاتبة: سحر علیپور ، مستشارة تجارية في آراد براندينك.

دخل صحي

التاجر يبدأ رحلته نحو العالمية من هنا

في آراد براندينگ™، لا نقدم التوريج لتكلفة الدخول ولا وسيلة لجلب أعضاء جدد، بل هي منصة فعّالة للإعلان عن المنتجات وبناء علاقات مؤثرة مع العملاء المحليين والدوليين. يعمّق الأعضاء دخلهم من خلال بيع المنتج الحقيقي، وجميع الأفراد الذين تتم بشكل اختياري تعاقدًا مع مكافآت واضحة ومحددة. هذا النموذج قائم على النشاط المهني، الشفافية والمبيعات الحقيقية، ويتمتع ببنية سليمة ومقبولة من الناحيتين الشرعية والقانونية. بنينا استمرّ على أسس أخلاقية واهتمام حقيقي بجودة المنتج، فيمكن أن يكون نموذجًا ناجحًا ومستدامًا في التجارة الإيرانية. التعلّم هو ثمرة الصدق والاستمرار بخطى العمل.

• الكاتب: هوشنگ إعتمادتبر، مشرف أخلاقية التسلق في فم آراد براندينك.

مؤتمر التصدير

مزيج من النظافة، المتانة وقابلية التصدير

لعلّ أبرز الأسئلة التي تُطرح عند استخدام الواعد مزيجًا من الفوط الصحية والتوفير، ما يجعلها خيارًا ذكيًا لحياة اليوم السريعة. وبفضل مقاومتها العالية للحرارة وإمكانية وضعها مباشرة على اللهب، فهي مثالية للطهي الخفيف وتقلل الحاجة في المناسبات الرحلات المخيم. وخدمات الطعام الجاهز. في ظل تزايد أهمية السلامة الغذائية والقليل وقت التحليل، أسهم هذه الأواني في رفع مستوى الجودة الخاصة بالمطابخ التكاليف، وتحسين إدارة الوقت، وتزداد حصة إيران من هذا السوق في المنطقة يومًا بعد يوم.

• الكاتب: مهيار كي فرد، مشرف أواني الألمنيوم طهران آراد براندينك.

المدير العام

بناء الثقة شرطٌ أساسي للبيع

لم يتحدث من خلف المكاتب، بل من قلب ميدان التجارة. في اجتماع بدا أنه ديوا تطبيقية حيّة، قدّم المهندس فرياني، المدير التنفيذي لآراد برندينگ، صورة واقعية وملموسة عن التجارة المستدامة. ليس من خلال النظريات المعقدة، بل اعتمادًا على الخبرة والتجربة. إحدى العبارات التي جذبت انتباه الجميع كانت على الطاولة: ما يؤدي إلى البيع ليس الكلام، بل الفهم العميق. وبحسب قوله، فإن هناك الكثير من البائعين الذين يُكثرون الكلام، ولكن القليل منهم من يستمع ويفهم حقًا. فالطاولة الناجح هو من يتعرّف أولًا على احتياجات الطرف الآخر قبل أن يقدّم عرضه. وقد أكد أن التجارة الناجحة تُبنى على العلاقات الإنسانية.

• الكاتبة: زيبا بيكدلي خبيرة اللوجستيات في موسسة آراد براندينك.

الأسطة ثانية: النجاح في البيع يبدأ بفهم دقيق للاحتياجات الفعلية، ويتحقّق من خلال الصدق في العرض والمتابعة المهنية. التاجر الذكي هو من يبني الثقة، وليس فقط من يبيع المنتج.

كونوا عراسلينا ومخبرينا
T.me/AradBranding_News
بيد التطوير موزاد براندينگ
Wa.me/989198888888

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
الصفحة ٢
آراد برندينغ
AradBranding.com

التّاجرون المستقبل سفراء العزّة الوطنية

الدول الناجحة مثل الصين، اليابان وكوريا الجنوبية تشكل نماذج واضحة أمامنا: دول اعتمدت على ملايين التجار النشطين وتمكنت من طرح منتجاتها المصنعة في الأسواق العالمية وحصلت على حصة كبيرة من الاقتصاد الدولي. في هذه الدول، التاجر ليس مجرد وظيفة بل ركن أساسي في سياسة التنمية الاقتصادية. قدموا الدعم البنيوي، التعليمي والمالي لتطوير شبكة واسعة من التجار الدوليين، واليوم يأتون بفخر ليقولوا إن جزءًا كبيرًا من ناتجهم المحلي الإجمالي يأتي من الصادرات غير النفطية. لكن بلدنا رغم امتلاكه لمنتجات ممتازة، وأسواق جاهزة في المنطقة، وقوى عاملة متعلمة، يعاني من نقص حاد في عدد التجار. هذا النقص هو أحد الأسباب الرئيسية لانخفاض الصادرات، وتقلص عائدات العملة الأجنبية، وتوقف دورة الإنتاج وزيادة الفقر بين طبقات المجتمع المختلفة. وعلى عكس التصور العام، التجارة ليست محصورة فقط على المستوردين أو كبار المستثمرين. التاجر الحقيقي هو من يستطيع أن يضع المنتج الإيراني في الأسواق العالمية بأسلوب تسويقي صحيح وبناء ثقة، وإنشاء علاقات قوية. أن تكون تاجرًا في عصرنا هذا لا يعني فقط تبادل السلع، بل يشمل الدخل المستدام والاعتبار الاجتماعي والعلاقات الدولية والدور الفاعل في التنمية الوطنية. كل تاجر يمكن أن يكون نقطة تحول في حياة عشرات العائلات. ومن خلال خلق فرص اقتصادية يمكن أن يترك أثرًا عميقًا في المجتمع. التجارة الحديثة تعني هندسة الفرص، أي التعرف على المزايا التنافسية للدولة، وترجمتها بدقة للسوق المستهدف، وتصميم طريق للوصول إلى النظام الاقتصادي للدول الأخرى. دخول عالم التجارة، خلافًا لما يُظن، لا يحتاج إلى إمكانيات معقدة أو رؤوس أموال ضخمة، بل يمكن أن يبدأ فقط بدعوة شخصي واحد إلى عالم التجارة. هذه الخطوة البسيطة يمكن أن تكون قوة عظيمة لبناء مستقبل اقتصادي للبلاد، لأن كل تاجر جديد يشكل جسرًا يربط بين الإنتاج الداخلي والسوق الخارجية.إيران، التي تمتلك القدرة على إنتاج أكثر من عشرة آلاف منتج متنوع وعالي الجودة، إذا أردنا تصدير هذه المنتجات إلى أكثر من مئة دولة، فهي بحاجة لتدريب ودعم مليون تاجر قادرين وملتزمين؛ تجار يرفعون رايةَ الإنتاج الوطني في الأسواق العالمية. لتحقيق هذا الهدف، يجب تغيير نهج الدولة تجاه التجارة من السلبية إلى الإيجابية، ويجب أن يصبح طريق التصدير ممكنًا لكل إيراني.

• الكاتب: سيد أحمد تحويلدار، مقدم إعلامي في آراد برانديغ.

صادرات صحية

تصدير من نوع الصحة وثقافة الغذاء الإيرانية

في عالم اليوم السريع المعقّد، العودة إلى التغذية الصحية والطبيعية أصبحت ضرورة ملحّة. الخيار المعدّل الطبيعي، كمنتج أصيل في ثقافة الغذاء الإيرانية، لا يتميز فقط بمذاقه الفريد، بل بخصائصه البروبيوتيكية التي تلعب دورًا فعالًا في تحسين الهضم، تعزيز المناعة، ورفع مستوى الصحة العامة. من منظور تاجر دولي مهتم بالصحة، الخيار المعدّل ليس مجرد سلعة غذائية، بل هو ممثل لأسلوب حياة صحي إيراني قادر على الوجود بقوة في السوق العالمية. إذا تم تعبئته وتعريفه وتقديمه بشكل صحيح، يمكن أن يتحول إلى تصدير ناجح ومؤثر.

• الكاتب: وحيد رحيمي، رئيس قسم الخيار المعدّل، هندي آراد برانديغ.

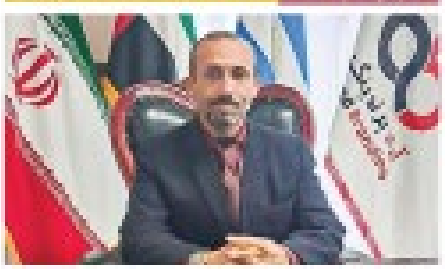
صادرات حلوة

طعم صحي من قلب التقاليد والصحة

في قلب كل منزل، هناك نكهات تبقى خالدة وتخلق ذكريات. السكر وإيراني هي من تلك النكهات الأصيلة والمتوارثة، منتجات صحية، لذيذة، لمحضر بعناية، صبر وحب. باستخدام أفضل أنواع السكر الإيراني وبدون أي إضافات حافظة أو مركبات ضارة، أنتج منتجات تحافظ على الصحة وتمنح مذاقًا شهيًا من نباتات طبيعية وغني بمضادات الزهريران، كزبرة البقر، الفرفة والليمون. إلى مكعبات السكر ذات التصاميم الفاخرة والسكر المكسور للاستخدام اليومي مع الشاي، كل شيء يتم برقابة دوق ورقابة. التغليفات مصممة بشكل جميل وعملي، جاهزة للمناسبات مثل الهدايا للضيوف، مهور الزواج وشهر رمضان.

• الكاتبة: بروسنهار وفي هذا سيرفيلتوشا، يعمل في آراد برانديغ.

تجارة ناجحة



الفهم الدقيق للسوق

التجارة ليست مجرد كلمة، بل هي مزيج من خمسة مبادئ رئيسية تحدد طريق نجاح كل تاجر. أولها "التركيز على آراد"، أي اختيار طريق واضح والالتزام به. ثانيًا "الاستمرار مع آراد"، أي العنصر الفعال في التعليم، بناء العلاقات والتفاهم. ثالثًا "الاقتداء بآراد"، أي الاستفادة من التجارب الناجحة بدلاً من التجربة والخطأ الفردي. رابعًا "تراك ما ليس آراد"، أي التخلص من التشتت والتركيز الكامل على تيار واحد. وأخيرًا "المثابرة مع آراد"، أي المرافقة ضمن هيكل متماسك للوصول إلى نمو مستدام. التاجر الذي يؤمن بهذه المبادئ الخمسة سيشق طريق التجارة بثقة وثبات.

• الكاتب: محمد باقري، رئيس قسم التطوير الكتاب لدى آراد برانديغ.

المهندس قرباني: النجاح في التصدير يبدأ بفهم عميق لاحتياجات العميل الخارجي والقوة الحقيقية للمورد.

رؤيتنا للتصدير ليست مؤقتة أو عشوائية، بل هي استراتيجية متخصصة، وسنبقى على تصميم مسارات مستدامة

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
آراد براندينغ الصفحة ٣
AradBranding.com

أسرار التجارة من البيع إلى الحدود

التجارة، من وجهة نظر الأستاذ داليا، رئيس مجلس إدارة آراد براندينغ، ليست مجرد نشاط اقتصادي فقط؛ بل هي مسار واعٍ مليء بالمهارات وفهم السوق ورؤية استراتيجية. يعتقد أن التاجر الناجح هو من يفهم احتياجات العميل بدقة، ويتفاوض بحصافة، ويدرس قيمة المنتج للعميل بما يتجاوز السعر. البيع يعني إقامة اتصال فعّال، ومعرفة همموم العميل، وتقديم إجابات دقيقة لاحتياجاته. السعر هو أداة فقط، لكن بناء الثقة وتقديم تجربة شراء مختلفة هو ما يجعل البيع مستداماً.

النجاح في التفاوض يتحقق عندما يكون مبنيًا على الفهم المتبادل والسعي للمصالح المشتركة. وليس مجرد تكتيات متكررة. في التصدير، يؤكد الأستاذ داليا أن النجاح ليس صدفة؛ فمعرفة السوق المستهدف، وفهم ثقافته، وتحليل ميزة المنتج التنافسية، وإدارة قدرة التوريد بشكل صحيح، كلها مفاتيح للتصدير الذكي. التصدير يعني الدخول الواعي إلى السوق العالمية بهدف الاستمرارية. وليس مجرد صفقة قصيرة الأمد. يقول: «التجارة هي بناء جسور تعبر بها أنت والآخرون». هذه النظرة العميقة تفهمنا وتقود عمل آراد براندينغ: مسار ينبني بالشجاعة والعلم والأخلاق نحو مستقبل أكثر إشراقًا. النجاح في التجارة لا يأتي بالحظ، بل بالنظام والمثابرة والقرارات المدروسة. يجب على كل تاجر أن يدرك أن طريق النمو يمر بالتعلم المستمر، بتحليل المنافسين، والاستجابة الدقيقة لاحتياجات السوق. هذه القيم تجعل من آراد براندينغ شريكًا موثوقًا في رحلتك نحو النجاح التجاري.

■ الكاتب: ماجد مرادي، مدير مكتب مشهد آراد براندينغ

التجارة الاحترافية ١

اختيار المحترفين لتركيب دقيق ومستدام

إذا كنتم تبحثون عن تركيب سريع، قوي وثابت للبلاط وتسريعه، فإن لاصق البلاط C40 هو الحل المثالي لاحتياجاتكم. يتميز هذا اللاصق بتركيبته المتقدمة وقوة التصاق فائقة، حيث يحافظ على البلاط ثابتًا وبشكل في مكانه حتى في الظروف البيئية الصعبة، بين الرياح أو تحركات. يتحمل C40 الرطوبة والحرارة بشكل عالي، مما يجعله الخيار المثالي للاستخدام في المطابخ، الحمامات، المسابح والأماكن العامة. باستخدام هذا اللاصق، ديزل تماسك بلاطك، فلن أو رياح البلاط. سهولة الاستخدام وتجانس اللاصق الموحد يتيحان تهيئة مثالية للتركيب بدقة سريعة وطبقة أكثر. كما أن المنتج يقدم مرونة عالية وتحرك البلاط على مختلف الأسطح مثل الأسمنت، الخرسانة، الجبس، البلاط القديم.

■ الكاتبة: دريا هويسندي، مديرة منتجات تجميلية لدى آراد براندينغ.

التصدير الذكي ٢

الوصول إلى السوق العالمية من تقديم ذاتي

إيران اليوم تمتلك مجموعة متنوعة من الصادرات تشمل البلاط، المنتجات البتروكيميائية، الزراعية، المواد المعدنية، والحرف اليدوية. مع التركيز على الصادرات غير النفطية، جرت محاولات لتقليل الاعتماد على النفط. لكن التحديات مثل تقلبات الأسعار العالمية، العقوبات، والقيود الحضرية لا تزال قائمة. بالرغم من ذلك، تتمتع إيران بموارد طبيعية غنية، قوة عاملة شابة، وتنوع صناعي كبير، مما يمنحها القدرة العالية على تطوير الصادرات. توسيع التجارة مع الدول المجاورة وتعزيز الصادرات غير النفطية يمكن أن يسهل مسار النمو الاقتصادي المستدام. تحقيق هذا الهدف يتطلب تقديم المزايا بشكل صحيح في الأسواق العالمية.

■ الكاتبة: ليلى شريح، مديرة الأسعار والعلاقات التجارية الاستراتيجية لدى آراد براندينغ.

صناعة الملابس ٣

تجارة الملابس: بين الربحية والمسؤولية

تجارة الملابس هي واحدة من الصناعات الرئيسية والواسعة في العالم، والتي لا تؤثر فقط على اقتصاد الدول، بل تلعب دورًا مهمًا في الحفاظ والمجتمع. تشمل هذه الصناعة التصميم، الإنتاج، التوزيع، والبيع للملابس. وقد شهدت تطورًا كبيرًا منذ القدم وحتى اليوم، ومع دخولها العنصر الصناعي، توسعت لتشمل الإنتاج الكبير والعلامات المتنوعة كأعمال مثل المتاجر الصغيرة، العلامات التجارية الفاخرة، ومنصات البيع الإلكترونية. تجارة الملابس توفر فرص عمل لملايين الأشخاص حول العالم، لكنها تواجه بجانب الفرص الاقتصادية تحديات مثل التأثير على البيئة وظروف العمل غير العادلة.

■ الكاتبة: أعظم سلطاني، رئيس قسم ملابس النساء ظهران آراد براندينغ.

الأستاذ وحيد: التصدير يعني عبور الحدود الجغرافية بالاعتماد على المزايا التنافسية. عندما يتم تقديم التجارة بشكل صحيح، لا يتم فقط بيع المنتج الإيراني، بل تُصدَّر أيضاً الثقافة وسمعتنا وقوتنا الاقتصادية.

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
آراد برندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

من الإنتاج الوطني إلى السوق العالمية

بدأت نشاطي المهني في مجال التجارة منذ عام ٢٠١٥، حيث ركزت بشكل رئيسي على منتجات المنازل، وخاصة البطانيات. بدأت رحلتي بإنتاج محتوى متخصص والرد المباشر على العملاء. ومع تزايد الاتصالات والطلبات، قمت بتنظيم فريق مبيعات وبناء هيكل منظم. هذا العام مهد الطريق لتوسيع العلاقات مع الموردين، وقريبًا بعد تسجيل العلامة التجارية وتأسيس الشركة، تم توظيف البنية التحتية اللازمة لتطوير الأنشطة التجارية. الآن، نجحت في توصيل المنتجات إلى جميع المحافظات الـ ٣٢ في البلاد وحوالي ٢٠٠ مدينة. أشعر بفخر كبير لأن اسمي أصبح معروفًا بين العاملين في هذا المجال وتم بناء تعاملات مستدامة وفعالة مع العديد من المجموعات في جميع أنحاء البلاد. دخلت مجال التصدير من خلال بحث المستخدمين الفارسيين في الخارج. كان بعضهم من الإيرانيين المقيمين في الخارج، وبعضهم تصرف على منتجاتي عبر المحتوى المنشور بالفارسية. هذه التفاعلات كانت دافعًا لدخول الأسواق الدولية بشكل أكثر جدية. بعد ذلك، ومع إطلاق مواقع إلكترونية خارجية، وإنتاج محتوى متعدد اللغات، وبناء علاقات مع ممثلين دوليين، خاصة من خلال آراد برانديتج والمنصات المتخصصة التابعة لها، تمكنت من بدء التصدير إلى دول مختلفة. بما في ذلك الدول الأوروبية. من الواضح أن طريق التجارة، وخاصة على المستوى الدولي، ليس خاليًا من التحديات، لكن بوجود رؤية واضحة ودعم مؤسسي أقوى، تصبح هذه التحديات فرصًا للنمو والتوسع.

• الكاتبة: فاطمة انتصاري، مديرة توريد البطانيات آراد برانديتك.

التحاور التصديري

أول مفاوضة تصدير؛ من الخوف إلى تجربة دائمة

أول مفاوضة تصديرية لي كانت بداية مليئة بالتوتر، لكن هذا الخوف تحول بسرعة إلى فرصة لتعلم. عندما حان الوقت للتحدث لأول مرة مع عميل أجنبي، كنت قلقة: هل لغتي كافية؟ ماذا لو طرح سؤالاً لا أعرف إجابته؟ ماذا لو لم أفهم بشكل احترافي؟ لكن سرعان ما أدركت أن هذا الخوف هو أكثر جزء طبيعي في بدء أي طريق كبير. تجاوز ذلك بدأت أتمرن، تعرفت على منتجي بشكل أفضل، راجعت الأسئلة الشائعة، وقبلت أن الجهل ليس ضعفاً. المهم أن أكون صادقة وصابرة. ربما لم تكن أول مفاوضة مثالية، لكنها كانت درساً عظيماً بالنسبة لي.

• الكاتبة: سوسن پورعلي، مدير كشمش كويت آراد برانديتك.

ست التجارة

منشور ثلاثي اللغات سرّ الاختراق إلى الأسواق العالمية

إذا كنتم تريدون في نشر منشور عادي على تطبيق آراد برانديتج، يُصبح بنشره بثلاث لغات. بهذه الطريقة، يمكن لعلامتكم التجارية من خلال منشور واحد أن تدخل عدة أسواق دولية في نفس الوقت. يجب أن يكون محتوى المنشور مختصرًا احترافيًا وهادفًا، بحيث يوضح بشكل واضح نوع المنتج، السمة البارزة للتسليم، الجودة، والاستعداد للتصدير. من الأفضل تأجيل التفاصيل الفنية والمعلومات الإضافية إلى المراسلات المباشرة والمتابعة لاحقًا. يُقدم ترتيب اللغات بالإنجليزية، العربية، والفارسية لزبنطا، الأولوية للجمهور الدولي. وأضاف: مظهر أكثر احترافية لعلامتكم التجارية. يعتبر التواصل الفعال مع العملاء من أساسيات نجاح أي علامة تجارية. يمكن بإنشاء اختلافين فرصائم في الوصول إلى جمهور أوسع وبناء علاقات تجارية مستدامة.

• الكاتب: آلبرت رحيمي، محرر اليوسائط آراد برانديتك.

ميزان مكتب التجارة آراد برانديتك: Shp.AradBranding

دول أصل

من المائدة إلى الصحة، توابل محبوبة

المحلل: التتبيلة المحبوبة على موائد الإيرانيين، ليس مجرد نكهة بسيطة بل هو جزء من ذكرياتنا وأذواقنا. رغيف دافئ فأطعمة من الكتاب والأرز إلى السندويشات يتم الشهية. القيام المقرمش والطعم العلمي والمالح يمنح تجربة ممتعة أثناء تناول الطعام. لكن التحلل يتجاوز النكهة ليحمل فوائد صحية قال اهتمامنا بهذا العملية التحليل الطبيعي لجعله مصدرًا غنيًا بالبروبيوتيك لصحة الجهاز الهضمي. ويحتوي على فيتامين ك لصحة العظام وصلبة تعلط الدم. الاستهلاك المعتدل هو المفتاح للاستفادة من فوائده الصحية. معروفًا بسبب احتوائه على الملح. اليوم، تنوع المحللات بتركيبات مختلفة يوفر خيارات عديدة لكل ذوق. التحلل رمز للمنتج البسيطة والدائمة في الحياة الإيرانية. وسيحافظ هذا التتبيلة المحبوبة على مكانتها في قلوب موائدنا. وربما بوقتا ما نرى تكهتها الخاصة على الموائد العالمية أيضًا.

• الكاتبة: مهيتي مجيدپور، خبيرة التحلل آراد برانديتك.

التهديدات شعباني: الدجاج في البيع لا يعتمد فقط على جودة المنتج، بل يحتاج إلى فهم احتياجات العميل، تقديم في الوقت المناسب، ومتابعة احترافية. كل عملية بيع تعني بناء الثقة، وليس مجرد صفقة.

بدء التحقق من آراد برانديتج
Wa.me/989119888888
كونوا مواكبين ومخبرينا
T.me/AradBranding_News

آراد برندينغ
الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
الصفحة ١
AradBranding.com

الخريطة الطريق معيار الثقة

الصادرات المستدامة ١

توسيع الصادرات من خلال البنى التحتية آراد برانديناغ

قامت مجموعة آراد برانديناغ من خلال استثماراتها التي التجارية المتقدمة وتأسيس مكاتب وممثلين إقليميين متخصصة بالاستفادة من شبكة واسعة من التجار والمنتجين المحترفين بتطوير الأرضية اللازمة لتوسيع صادرات معمولاتها إلى دولة الإمارات العربية المتحدة لتساهم هذه المجموعة من خلال قيمها العميق للسوق المستهدفة وعلاقاتها الفعالة مع الموزعين المحليين المؤثرين، ودعم كبير في تسهيل عملية التصدير لقد الإمارات، بفضل تراثها الغني وموقعها الاستراتيجي وارتفاع استهلاك السوق الغذائية الذي يتميز بالجودة الوجستية فيما من الوجهات المثالية لتصدير معمولات الطماطم الإيرانية، تجمعلطريق التصدير أمامكم سالكاً وآمناً.

• الكاتب: علي أكبر آبادي، تاجر معمولات الطماطم في آراد برانديناغ.

التجارة الشاملة ٢

شروق القيادة التجارية لإيران مع مليون تاجر

تُعتبر بلادنا العزيزة، إيران، ولا سيّما في شمال البلاد، من أبرز منتجي الكيوي عالي الجودة في العالم. كما يعدّ الأرز الإيراني من المنتجات الزراعية المصدّرة التي تتمتع بإمكانات كبيرة للتصدير من خلال المشاركة الفاعلة في المشاريع المختلفة. والجهود الجماعية لتجار آراد تمكّنهم اتخاذ خطوات مهمة نحو التقدّم الاقتصادي. كل مشروع هو شعاع أمل ونور يبشّر ببناء مستقبل مشرق يستطيع فيه الشعب الإيراني من أن يحقق بمكانة أرفع في الاقتصاد العالمي، وأن يدرك مفهوم التجارة والتصدير بشكل أكبر والعديد. وأن أمثل إمكانيات التقدّم الحقيقي للوطن.

• الكاتب: داود غفاري، مشرف قسم المعلومات في محافظة كيلان آراد برانديناغ.

خريطة الطريق في آراد برانديناغ ليست مجرد برنامج مجدول وصولاً بل هي إطار دقيق للأرباح والالتزام والمتابعة والاستدامة الحقيقي للتاجر لتحمل مسؤوليات أكبر من لا يلتزم بهذا المسار فإنه يظهر أنه لم يراع بعد مستوى الطموح المهني الذي يمكن الوصول به في الأعمال التجارة العمل الجماعي أما التاجر الذي يراجع المواعيد ويلتزم بنشاطاته ويتابع في البرنامج التواصلي ويأخذ دقائق التعليمية على محمل الجد فإنه يظهر أن نظرته إلى التجارة ليست رقمية فقط بل هي منهج ومستقبل مشاريع آراد تتطلب الطرق التي المحترفة من الإنتاج التدريب المنتظم لا يتأخر يحضر ويواظب والتدريب في آراد يعني تنفيذ الأنشطة التجارية اليومية وحضر المنشورات التخصصية والتواصل النشط مع العملاء ومتابعة الموقع الإلكتروني والبريد المنتظم كل هذه الأمور تبدو "بسيطة في الظاهر" لكنها في الواقع "بنية تحتية أساسية" لدخول مسارات أكثر تقدماً برنامج آراد هو المنصة الرئيسية للتفاعلات التجارية مع العملاء الأجانب والوكلاء والمستثمرين، ووعداء العمل المحترفين فإن التاجر من هذا البرنامج يعني أنه غير مستعد للدخول في عالم التجارة الدولية الحقيقيون لا يظهر بفعالية في هذه المنصة فلن يكون له حضور مؤثر في أمين السوق الخارجية أيضاً المشاريع هي واجهات عرض VIP إذ حيث تؤثر أدلة الأفراد على سمعة المؤسسة بأكملها أبسط خلل أو تصرف غير مهني داخل مشروع ما قد يضع جهود الفريق بأكمله محل شك لذلك فإن الصرامة في قبول الأفراد في المشاريع ليست قائماً شخصياً بل ضرورة منطقية في آراد الحصول على بروشور مثالي هو شرط ضروري لكنه ليس كافياً أبداً الانضمام إلى المشاريع المتقدمة يتطلب التزاماً يومياً، وانضباطاً تنفيذياً، وحضوراً فعالاً في الأنظمة وثباتاً عملياً للمهارات.

• الكاتب: مهدي نوري والا، تاجر معدات السلامة في آراد برانديناغ.

المدير التنفيذي الأعلى ٣

أسرار النجاح في التصدير والتفاوض

في حوار أجريته مع المهندس شعباني، رئيس مجلس إدارة آراد برانديناغ، أشار إلى هذه صندوق أساسية في التوزيع أن التصدير ليس مجرد إرسال البضائع، بل إن فهم السوق والمعايير والتعليف والمتطلبات الجمركية تعب دوراً حاسماً في نجاحه ثانياً أهمية مهارات التفاوض: فالتاجر الناجح هو من يستطيع بهدوء وفهم متبادل وتوقيت مناسب أن يحقق اتفاقاً يربح فيه الطرفان كما أكد على أن بناء شبكة علاقات مهنية وثقافة تواصل مع الموردين والتجار والمستثمرين الأجانب هو المحرك الأساسي للتجارة المستدامةأخيراً شدد على الصبر والتعلم المستمر، حيث إن التجارة طريق طويل الأمد ولا يحقق النجاح الحقيقي إلا الأشخاص المثابرون، المتحفزون والمواكبون للتطور.

• الكاتب: محمد الخلاق، نائب مدير التوريد في آراد برانديناغ.

الأسداد وحيد: التجارة الناجحة تولد من الفهم العميق للسوق وفن التفاوض الاحترافي في طريق التصدير، كل كلمة تُستخدم بشكل صحيح يمكن أن تكون جسراً نحو عقد كبير. في آراد، التفاوض هو أداة استراتيجية.

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
آراد برندينغ الصفحة ٢
AradBranding.com

الأمن الظاهري والحرية الحقيقية

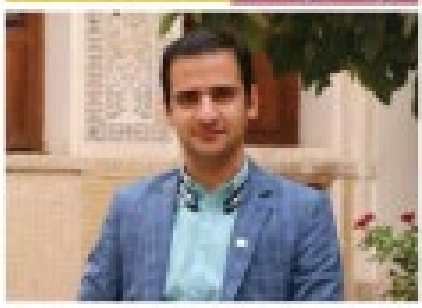
عندما سمعت هذه الكلمات شعرتُ كما لو أن أحدهم كان يتحدث عن مشاعري الداخلية بالضبط. لسنوات، كنت عالقًا في هذا التناقض: وظيفة ثابتة تبدو آمنة في القطاع الحكومي، أو طريق مليء بالتحديات لكنه ديناميكي نحو الاستقلال المهني. الحقيقة أن الوظائف الحكومية تعدّ من حرية الإنسان بشكل كبير. يجب أن تحضر في وقت محدد كل يوم، وغالبًا تقوم بأعمال لم تختارها أو تشارك في تصميمها والقرارات المهمة داخل هذه الإدارة العليا، حتى لو كانت لديك فكرة أو رغبة في التغيير، يجب أن تمر بعدة تصعيدات. وفي النهاية قد تُسمع فقط بين تعهيد. لكن حين كان ذلك الشخص يهمس "امتلك متجرك، امتلك متجرك"، لم يكن يقوله كدعابة أو شعار، بل من تجربة معيشة عاشها. بدأ كل شيء يتضح لي. امتلاك المتجر، أو بشكل عام العمل الحر، يعني استعادة السيطرة على حياتك. يعني أن تختار مسارك بنفسك، وتنظم وقت عملك، وتحدد سقف دخلك. وإذا أردت، تنمو بلا حدود. العمل الحر ليس فقط مكانًا للعمل، بل هو رمز أسلوب حياة. أسلوب تكون فيه صاحب القرار، وجهودك وإبداعك تُترجم مباشرة إلى نتائج. على عكس الوظائف الثابتة حيث قد تحصل على ترقية بسيطة أو علاوة رغم بذل جهد كبير، في العمل الحر كل فكرة جديدة وكل خطوة صحيحة يمكن أن تضاعف دخلك أو تزيده عشر مرات.

هل أكون تابعاً أم مستقلاً؟

منذ الطفولة، قيل لنا أن نسعى لوظيفة حكومية لأنها "مضمونة"، "آمنة وقليلة"، و"دخلها ثابت". لكن قلما سألنا أحد ما هو الثمن خلف هذه الأمان الظاهر؟ حياة رتيبة، مدير رهما داخلي، نقص فرص النمو الحقيقي، عدم حرية القرار، وحتى شعور بالعجز عن التأثير. كلها أمور مخفية وراء هذا الأمان الظاهري. كلمات ذلك التاجر لم تكن مجرد جملة بسيطة بالنسبة لي، بل كانت صدمة، وصفعة جدي. أنه إذا لم تكن أنت من يتخذ قرار حياتك، وإذا لم تصمم مسارك بنفسك، حتى أكثر الوظائف أمانًا لن تستحق رهنًا حقيقيًا الأمان الوظيفي انه مجرد وهم فقط عندما يصاب الضربة الهدف الدقيق والصواريخ فإن العيش في مستأجر، مهما كان مضمونًا، لن يضاعف سوى مرور الأيام بلا جدوى. الآن، بعد سماع تلك الكلمات، لم أعد ذلك الشخص السابق. أنا أكثر صدقًا مع نفسي، وأعلم أن طريق بناء عملي الخاص، عمل يمنحني الحرية والإبداع، والنمو. وهذا هو بداية مسار جديد... مسار العودة إلى ذاتي. الآن، بعد سماع تلك الكلمات، لم أعد ذلك الشخص السابق. أنا أكثر صدقًا مع نفسي، وأعلم أن طريق بناء عملي الخاص، عمل يمنحني الحرية والإبداع، والنمو. وهذا هو بداية مسار جديد... مسار العودة إلى ذاتي، ومسار بناء حياة مهنية حقيقية لطريق بطموحاتي.

• الكاتب: سيد محمد موسوي، مستشار تجاري في آراد برانديناك.

اليومية التجارية ١



ضرورة بناء العلامة التجارية للمنتجات الإيرانية

يتمتع اليوم منتجو معظم الخاطم في إيران بفرصة أكبر من أي وقت مضى لدولة علاماتهم التجارية القمية الإنتاجية العالمية. وصيغة المنتج المتداول والأسواق الإقليمية المتعطشة تهيئ أجواء مزدهرة للمتصدين لكن ما يميز نجاح الكثيرين هو غياب النظرة المرتكزة على العلامة التجارية. منتج مثل المعجون، مع تغليف ذكي، وسرد قصة العلامة التجارية، وحضور محترف في الفضاء الرقمي، يمكن أن يتحول إلى سلعة تصديرية فاخرة في عالم تهيمن فيه العلامات التجارية. المنتج الذي يفتقر إلى هوية تجارية يُنسى بسهولة.

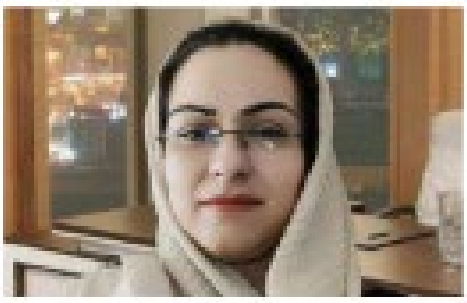
• الكاتب: حميدرضا مجملي، مشرف منتج معجون الطماطم في خراسان الجنوبية آراد برانديناك.

تردد الصادرات ٢

زيادة صادرات التين المجفف إلى السوق الألمانية

في السنوات الأخيرة، شهدت صادرات التين المجفف الإيراني، خاصة إلى ألمانيا، نموًا ملحوظًا. الطعم الطبيعي، الجودة العالية، وطريقة التجفيف التقليدية جعلت هذا المنتج محبوبًا بين المستهلكين الألمان. نظرًا لمراقبة ألمانيا في استيراد المواد الغذائية الصحية والأصيلة، يعتبر تين إستهبان المجفف بميزاته الفريدة خيارًا مثاليًا. الآن توجه الخاص نحو التغذية الصحية يجعل هذا المنتج من الوجبات الخفيفة المفضلة لديهم. قامت مجموعة آراد برانديناك وعام التجارة بإرسال وفد استكشافي للتواصل على بناء العلامة التجارية والتغليف. يتوفر الآن صفائح بمحور التين المجفف الإيراني في السوق الأوروبية.

• الكاتبة: فاطمة أرجمند، مديرة قسم التين المجفف بآراد برانديناك.



استراتيجية ٣

تأثير العولمة على الاستراتيجيات التجارية

النمو التجاري يصاحبه الأمل مع التخطيط الجيد الأمل والطموح هما المحركان الأساسيان لكل عمل تجاري. لكن بدون التخطيط والجهد المضاعف، لا تتحقق النتائج الأمل يشبه المصباح الذي يضيء الطريق. لكن التخطيط هو الذي يحدد مسار النجاح. النمو في التجارة يتطلب جهدًا مستمرًا، تعلمًا دائمًا، ومرونة مع رد فعل مناسب وفي الوقت المناسب تجاه التغييرات بواسطة تجديد. أعد في ذاكرة: إدارة التجارة، والتجارة الحالية، يمكن تحويل الفرصات إلى واقع.كل خطوة مخيرة مدفوعة بالحماس والانضباط، تقود إلى قفزات كبيرة. النجاح مرتبط بالأمل، التخطيط الدقيق، والاجتهاد المستمر.

• الكاتب: غلامعلي زاهدي، تاجر معدات تنقية المياه آراد برانديناك.

يمكنكم التعاون مع آراد برانديناك:
Wa.me/989190808888
كونوا مراسلينا ومحررينا
T.me/AradBranding_News

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
الصفحة ٣
آراد برندينگ
AradBranding.com

من أول اتصال حتى العقد النهائي

Arad Branding Trading Company
Managers

في كل زيارة من هذا القبيل تعبر حكاية مدار. وأيضا على يقين بأن "آراد" تبدي واحدة من أقوى وأجمل هذه الحكايات: حكاية تبدأ بالحوار، والنقاش، وتنتهي بتشكل رؤية رؤيا ليصبح واقعًا جيدًا تسعة عشر عامًا من الخبرة والحضور والبناء، جعلت من هذه المنظومة عملاً موثوقًا. فـ "آراد" ليست مجرد شاحنة للتجارة بل جسر يربطني بالأسواق الدولية، جسرٌ ثابت يرتقي من أول تواصل حتى آخر عقد. وأرى في مكاتب "سيماء إيران" القلب النابض لهذا العمل؛ حيث تتكون الفرص وتُعالج الطلبات، ومديرو "آراد" هم ركاب المشاريع العالمية الكبرى، يتفاوضون مع الهيئات الحكومية والشركات الدولية والمنظمات الكبرى، ويضعون الخطط ويبرمون العقود، ويتحدون بذلك أكبر الأسواق العالمية. في هذا الفضاء، كل اتصال هو بداية لقصة، وكل اجتماع خطوة نحو تحقيق حلم. أعتبر المدراء مهندسي رؤية اقتصادية، فهم يقودون اللجان التنفيذية، ويصممون تحالفات بين التجار والمستثمرين والشركاء الاقتصاديين. وفي قلب كل مشروع يوجد فائدة واقع ومدير نشيط. يمضي الطريق كما لو كان مدارة تُرشده نحو النجاح. هذه التجارة ليست مجرد صفقة، بل مسار هادف، يمنحهم بقوة إلى تروتا وعظمة مشتركة. لا أرى "آراد" كشركة تجارية فحسب، بل كعائلة كبيرة. ينظم حيّ متحرك يستحق أن ينضم إليه. لقد اخترت أن أبدأ مستقبلي التجاري مع "آراد".

■ الكاتبة: سيما صاحلي كبالمديرة الداخلية لمكاتب "سيماء إيران" آراد براندينگ.

التصدير الذكي

ضرورة معرفة السوق المستهدفة في التصدير

تُنتج المنتجات المختلفة بدرجات مختلفة. تحدد هذه الدرجات العاملة العميل، وتحدد التوجيه وتعايير السوق المستهدف. فتوضيح دافع الشراء والفائدة في جميع هذه الجوانب هي العوامل التي تتطلب التسجيل وبحسب وبجب إتمام الإجراءات اللازمة لتجنب احتجاز البضائع أو توقفها في الجمارك. تتميز المنتجات المختلفة والصعبة، إلى جانب الجودة بتنوع الألوان، الذي يحدده مكان الاستخدام النهائي، صعابها يؤدي بالضرورة إلى اختلاف في الأسعار. من خلال تعريف التجار وإدارة المنتجات المختلفة والصعبة المصنعة في إيران، يمكننا إنشاء سوق مستهدف، وتوسيع وأهم البنى التحتية لذلك هو وجود علاقات قوية ومستدامة. تتمتع دعوة التجار والسياح إلى إيران للتعرف أكثر على الثقافة الإيرانية وبناء الثقة بقدرات المنتجين الإيرانيين من أهم الخطوات في هذا المجال.

■ الكاتبة: فرحناز مرتضى، مديرة مستوى الفسيل بمكان آراد براندينگ.

التحول الذكي

التوكل الحقيقي متكامل للسعي الذكي

في ثقافتنا يُعتبر الاجتهاد الشائع طالما طريق النجاح، لكن ما أقدم له اهتمام أقل هو التوكل الحقيقي. التوكل يعني الثقة في مكنة الله والطمأنينة في الطريق. كما أسمه بناء برج إلى مهندس معمار يحترف. دون القلق من التفاصيل يجب أن نسلم حياتنا ونتجه أعمالنا إلى الخالق العليم الجهد ضروري، لكنه ليس من نوع الاجتهاد الشديد الذي يسبب القلق. يكفي أن نسير في الطريق الصحيح ونؤدي واجباتنا على أكمل وجه ونثق في تجليت الله عندها في النتيجة سيأتي كل شيء بشكل أفضل وبشكل ممتاز.

■ الكاتبة: مهسا كان معب، رئيسة قسم التأمين المحفظ فارس آراد براندينگ.

صناعة التجارة

تأسيس ثقافة التجارة من قلب التعليم

بإنشاء تحالف استراتيجي بين شركة «الإمدان للتجارة» ومؤسسة «آراد برندينگ» تم إطلاق الخطوة الأولى نحو تنمين «ABE التجارة» من خلال إصدار صحيفة «آراد براندينگ» بين متعلمي اللغات. يهدف هذا الإصدار إلى تعزيز الثقافة التجارية منذ الصغر وتعريف الجيل الجديد بالمفاهيم الاقتصادية. التجارة ليست مجرد نشاط الاقتصادي، بل هي ثقافة يجب ترسيخها كأسلوب حياة في أذهان الناس. وهذا بالضبط النهج الذي اتبعته دول متقدمة مثل الصين وتجاح، والتي تسيطر اليوم على جزء كبير من الأسواق العالمية. من خلال هذه الاستراتيجية المشتركة، يستطيع تأسيس إيران جديد، وهي خرافة بدأت بجهود «الإيران التجارية» ويمكن أن تقود إلى تحولات في المستقبل الاقتصادي للبلاد.

■ الكاتب: مهدي بلالايور، مدير قسم الجالات الرجالية الإمدان آراد براندينگ.

كونوا مراسلينا ومحررينا
T.me/AradBranding_News
بعثة المتعاون مع آراد براندينگ:
Wa.me/989190808888

الرقم ٨٢
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٣
آراد براندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

الهيكل الذهني تاجر محترق

الهدف النهائي من التعريف إلى التحقيق

في هذا الاجتماع، تمّ طرح موضوعات لم تكن بالنسبة لي مجرد تعليمية، بل كانت عميقة وبنات طابع استراتيجي، منذ بداية الاجتماع، حين تمّ الحديث عن المفهوم الحقيقي لـ«الصمت». أدركت أن الصمت ليس مجرد عدم الكلام، بل هو قرار واعٍ بعدم الكلام حين تكون النتائج على ذلك. وهذا الصمت له قيمة يجب أن نفهمها ونقدّرها. كذلك تناولنا كلمة «الشكر»، إذ أن الشكر ليس مجرد قول عبارة، بل هو سلوك يدلّ على الامتنان الحقيقي، إذا كنا نقدر شخصًا ما، يجب أن تظهر ذلك بالفعل، وهذا الأمر ينطبق على الوالدين، الأسرة، المعلمين، ومعنى في عالم الأعمال، لكن أهم جزء في الاجتماع كان حين وصل النقاش إلى «الهدف النهائي» وتساءلنا: إلى أين نحن جميعًا نريد أن نصل في النهاية؟ كان هذا السؤال بسيطًا لكنه جوهريًا، شعل تفكيري كثيرًا، فهمت أنه إذا لم أعرف، منذ اليوم في العيادة، فلن أعرف ما الذي يجب أن أفعله غدًا. عندما تحدث تاجر شاب عن حلمه في بناء ألف تاجر، تساءلت في نفسي: أين أريد أن أصل حقًا؟ هل هو التوازن المالي والفرح؟ هل لدي خطة مجدولة للاستثمارات القادمة، السنة القادمة، كل شهر، كل أسبوع، وكل يوم؟ النقطة الأساسية في الاجتماع بالنسبة لي، هي أن من يسعى للنجاح فيالتصديريجب أن يُنظّم كل جوانب حياته وفق هذا الهدف.حين كيفية استخدامالوقت، إلى التفاعلات، والتعليم، وإنتاج المحتوى، وحتى العلاقات الشخصية. أكد الأستاذ أن مجموع الأعمال التي نقوم بها هي التي تصنعنا، وليس فقط الكلمات التي نتحدث بها

■ الكاتبة: يومن بكائي، رئيس قسم الأمنية سيدات رواد أصفهان آراد براندينگ

تجارة آمنة ١

تجارة محترفة بدعم كامل في مسارالتصدير

في مجموعة آراد براندينگ لا نفكر فقط في توفير وبيع السلع، بل نصمم وندير لك كامل مسار التجارة من مرحلة تحديد السوق، اختيار الفرصة المناسبة، التعبئة والتغليف القياسي، التفاوض مع المشتري الخارجي، والتسليم الآمن حتى بوابة بلد الوجهة. نحن نؤمن أن التاجر الناجح هو من يحقق إلى جانب النمو المالي السمعة والثقة طويلة الأمد. وهذا بالضبط هو المجال الذي نبدأ فيه خيوتنا بفضل شبكة التوريد القوية، التي التحتية للتصدير، المعرفة الفنية بالأسواق العالمية، ومرافقة الخبراء المحترفين. نحن شريكك الموثوق في طريق تطوير التصدير وتحقيق أرباح مستدامة.

■ الكاتب: سعيد سلطاني، مدير تعبير مدافاني صربيا آراد براندينگ

بيت التجارة ٣

رابط خاص طريقة بسيطة لجذب العملاء المباشرين

يستطيع المتجار النشطون في منصة «تاجرينو» استخدام خاصية الرابط المخصصلكل منشور لجذب العملاء مباشرة. يكفي أن يدخل التاجر إلى لوحة التحكم الخاصة به، ثم في قسم «المنشورات المنشورة» يضغط على خيار «عرض» المعروض له الرابط الكامل للمنشور. بمشاركة هذا الرابط عبر وسائلالتواصل الاجتماعي، مجموعات العمل، أو رسائله للعملاء، يتم خلق مسار اتصال مباشر وبدون وسيط مع الجمهور. هذه الآلة البسيطة تُعد وسيلة فعّالة لزيادة عدد الزيارات، تعزيز العلامة التجارية، وتوفير عدد المكالمات الإيضاحيةده الطريقة، يدخل الجمهور مباشرة إلى صفحة المنتج دون الحاجة إلى خرج إضافي، ويحصل على كل المعلومات اللازمة في نظرة واحدة.

■ الكاتبة: الهام رحيمي، حريرالوسائط آراد براندينگ. متجر مكتب التجارة آراد براندينگ: Shp.AradBranding

تصدير آمن ٣

إيران المصر الآمن لتصدير المنطقة

تقع إيران في مواقع استراتيجي بين ثلاث قارات، مع إمكانية الوصول إلى المياه الدولية. ويوفر مهمة مثل بندر عباس وچابهار. وأيضا من الأسواق الإقليمية الكبرى، مما يمنحها قدرة فائقة لتصبح واحدة من المحاور اللوجستية والتصديرية في المنطقة. إذا تم تطوير بنى النقل البرية والحديدية والبحرية في البلاد بنهج ذكي، يمكنها فتح طرق تجارية جديدة لتصدير المنتجات الإيرانية إلى الدول المستهدفة. من التحديات الحالية في التصدير عدم الاستفادة الكاملة من هذه البنى التحتية وعدم وجود إدارة متكاملة لسلسلة التوريد. لكن بنظرة استراتيجية للموسسات يمكن التقليل وقت وتكلفة شحن البضائع. وزيادة ثقة المشترين الأجانب. الصادرات الإيرانية النجاح في التصدير يتطلب لوجستيات محترفة. علاقات دولية قوية. وفهم دقيق لأسواق الوجهة. حان الوقت الآن لإيران أن تستفيد من موقعها الجغرافي وقدرتها الإنتاجية الداخلية لتحقق حصة أكبر من التجارة الإقليمية.

■ الكاتب: سليمان علي ادار، مدير أتايب وتوصيلات جاي إشبارتن إنترنيوا آراد براندينگ

بعدة للتعاون مع آراد براندينگ:
Ms.mo1991908888888
كونوا مرافقينا ومحررينا
T.me/AradBranding_News

الرقم ٨١
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٢
آراد براندينگ الصفحة ١
AradBranding.com

بدأت الصادرات تحقق الهدوء التام

صادف أسبوعك في وظائف مختلفة من العمل الموظف في أحد البنوك إلى استيراد قطع إلكترونية من دول أجنبية وحتى تأسيس مشروع مع بعض الأصدقاء. كل مسار من هذه المسارات صحبني تجاربه لكن أيًا منها لم يمنحني شعور الرضا والتأثير الحقيقي. لأني كنت دائمًا أشعر أني أستخدم طاقتي وإمكاناتي في أعمال لا تضيف شيئًا لبلدي. عندما تقوم بالاستيراد، فأنت في الواقع تخرج الأموال من البلد. وعندما تكون مبيعاتك فأنت تتحرك فقط في دورة ثابتة ومحدودة. لكن التصدير هو النقيض تمامًا. لكل هذا التصدير يعني دخول رأس المال إلى البلد، يعني إنعاش الإنتاج المحلي، يعني بناء المستقبل. لذلك وبالآخرين وصلت إلى هذه القناعة عندما أدركت أنه إذا أردت القيام بعمل قيّم طويل الأمد، وعلى مستوى عالمي، فيجب أن أدخل في تجارة التصدير. عدة ذلك الحين، وبالتشاور وتعميم الطاقة، بدأنا مسار تصدير منتج آخر تمامًا. وأدرنا بتصدير توريد مؤثوق وجودة جيدة. الاختيار المنتج لا يجب أن يكون معقدًا لنهاية النقطة الأهم هي وجود مورد جيد وموثوق. عندما يكون التوريد صحيحًا يصبح استمرار المسار قابلاً للتخطيط الأول بقلة إن التجارة هي الطريق الوحيد لإنقاذ الاقتصاد لبلدك. وإذا أردت شخصي ما لتحقيق نمو حقيقي وحرية، وداخل مرتفع، وتأثير اجتماعي، فيجب أن يكون في مسار التجارة. قد تكون البدايات صعبة، وقد يبدو البدء مخيفًا، لكن عندما تتخذ الخطوة الأولى، يتفتح الطريق خطوة بخطوة. تتشكل العلاقات، وتظهر الفرص، وبأني الأشخاص الذين يمكنهم المساعدة إلى بلد التجارة ليست فقط لكثرة الحاسمين، بل هي للجميع، بشرط أن تريد. وأن تبدأ. وأن تستمر في التهيئة لا شيء يضاهي شعور بناء شيء بنفسك أنت ليشمل مجتمعك، ووطنك. كل خطوة صعبة في التجارة تستحق عناء، لتعبير بطابع الاقتصاد الوطني بعد وأفضل بأنه على يقين بأن الاستمرار والإصرار هما مفتاح النجاح الحقيقي.

• الكاتب: بهروز حسن زادة، مدير التصوير في آراد براندينگ.

المعاوضات الهاتفية

مبادئ النجاح في المعاوضات التجارية الهاتفية

المعاوضات الهاتفية في التجارة هي إحدى الطرق التواصلية الفعالة للوصول إلى اتفاق بين الأطراف، وتُستخدم بهدف توفير الوقت، وتقليل تكاليف السفر، وتسريع عملية اتخاذ القرار. في هذا النوع من المعاوضات، يتحقق النجاح عندما يدخل القرار العمار باستعداد كامل، ويستخدم لغة مهنية ومناسبة، ويكون واضحًا ودقيقًا في حديثه، ويستمع بعناية إلى الطرف الآخر، ويسجل النقاط الرئيسية بدقة. كمدير لطوب الإمارات في آراد براندينگ، مررت بتجارب عديدة أثبتت أن هذه المبادئ البسيطة يمكن أن تقود المعاوضات التجارية إلى نتائج ناجحة ومرضية.

• الكاتب: إبراهيم طاهر زاده، مدير طوب الإمارات آراد براندينگ.

تصدير المخصبات ٢

إيصال نكهة إيران إلى موائد العالم

في مسار تصدير المخصبات المحفظة، دائمًا ما أسعى لتقديم النكهة الأصيلة للمخصبات الإيرانية بأعلى جودة وتعابير صحية إلى الأسواق العالمية. بالنسبة لي، التصدير ليس مجرد إرسال منتج، بل هو نقل جزء من الثقافة والصحة. وسمعة إيران إلى دول أخرى. أؤمن أن التركيز على العميل والصحة هما أساس التجارة الدائمة. يسعدني أنني في مجموعة آراد براندينگ لدي الفرصة لربط المنتجين المحليين بالأسواق العالمية وإنجاز صفوه فعالة في مسار التنمية المستدامة للصادرات. مساري هو إيصال النكهة الأصيلة لإيران إلى موائد العالم.

• الكاتبة: شفاف أحمدي، مديرة المخصبات المجففة في روسيا آراد براندينگ.

التصدير التطبيقي ٣

سر النجاح في التجارة من وجهة نظر المهندس قرباني

المهندس قرباني، أحد المديرين ذوي الخبرة في آراد براندينگ، طرح نقاطًا رئيسية حول التجارة، والتفاوض، والتصدير في إحدى الجلسات الداخلية للمجموعة. يعتقد أن النجاح في التجارة يعتمد قبل كل شيء على مهارة التفاوض وبناء الثقة. التاجر الذي يتمتع بالصدق، والمتابعة، والوفاء بالوعود، سيكون العمار الأول للعميل، حتى في المناقشات الصعبة. من وجهة نظره، التصدير يعني فهم الفروق الثقافية والاقتصادية للبلد المستهدف والتكيف الذكي معها. كما أكد على أن الاستمرارية في النشاط هي سر تشكيل العلامة التجارية. وأن فرص التصدير لا تنتظر أحدًا. التاجر الناجح هو من يبدأ التواصل، والتعديل، والصعفة بدلاً من الانتظار.

• الكاتب: مصطفى حاجي بور، نائب الاتصالات الداخلية في آراد براندينگ.

المهندس قرباني في عملية التصدير. المعرفة الدقيقة للسوق المستهدفة وتفهم احتياجات العميل تسبق إرسال البضائع. دائمًا ما أؤكد أن التصدير نشاط مخطط، وليس إجراء متسرعًا.

الرقم ٨١
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٢
آراد برندينگ الصفحة ٢
AradBranding.com

مكافأة نقدية بدعوة إلى التجارة

في المخطط الجديد وغير المسبوق لمجموعة آراد برندينغ، تم توفير فرصة ذهبية لجميع الذين يطمحون بدخول مسار خلق الثروة والاستقلال المالي، والتجارة الاحترافية؛ مسار لا يتطلب رأس مال أولي، ولا خبرة سابقة، ولا يقتصر على عمر أو شهادة دراسية. يمكنك، فقط من خلال تقديم شخص واحد إلى هذا المسار التجاري، الحصول على مكافأة نقدية تعادل عشرة ملايين تومان، دون سحب قرعة وبشكل شفاف تمامًا. هذا يعني أنه بدلاً من قضاء الوقت في مسارات غير مربوحة ودخول ضئيلة، يمكنك البدء في كسب دخل بالملايين من اليوم، فقط من خلال تقديم شخص مهتم حقًا بالنمو والتجارة. تخيل الآن أنه إذا قمت بدعوة أربعة أشخاص من محيطك، أو معارفك، إلى هذا المسار خلال عشرة أيام، في أقل من أسبوعين، ستحصل على أربعين مليون تومان كمكافأة نقدية! لا تعقيدات إدارية، ولا وعود فارغة، ولا انتظار طويل. يكفي أن تبدأ العمل بحماس وجدية. هذا المخطط متاح للجميع، سواء كنت أمًا منزلية، أو طالبًا، أو موظفًا، أو متقاعدًا، أو حتى شخصًا لم يعتد بعد مسارًا واضحًا لمستقبله. الشرط الوحيد للدخول هو امتلاك الإرادة والقرار الجاد لتغيير الحياة. قد تتساءل: ماذا يعتدث بعد التقديم؟ الإجابة بسيطة: يتم الشخص المقدم إلى مجتمع كبير من تجار آراد، ويحصل على دعم كامل وتدريبات متخصصة في التجارة الداخلية والخارجية، مع التدريبات التي توفرها مجموعة آراد برندينغ مجانًا. يمكنه في وقت قصير تعلم التجارة والتواصل مع العملاء الحقيقيين محليًا ودوليًا، وبدء مساره التجاري. تشير الإحصاءات إلى أن أكثر من ٩٥٪ من تجار آراد، بعد دخولهم هذا المسار، حققوا تقدمًا ملحوظًا في حياتهم المالية، والمهنية، والشخصية. لأن آراد برندينغ ليست مجرد مجموعة اقتصادية، بل هي شبكة متكاملة تمكين الأفراد؛ شبكة تقود الأفراد إلى طريق النجاح من خلال هيكل منظم وتدريب هادف. ودعم مستمر. لا تدع في عالم اليوم، تمر الفرص أسرع من أي وقت مضى، إذا كنت تبحث عن طريق موثوق ومباشر، وربح، فابدأ اليوم. بداية هذا المسار تكون فقط بتقديم شخص واحد. لكن نتائجه يمكن أن تحول مستقبلك المالي. لذا إذا كنت تعرف شخصًا في محيطك مجتهدًا ومهتمًا بالتعلم، ومهتمًا بالنمو، فادعه اليوم إلى هذا المسار. أنت لن تساعده فقط، بل ستضع نفسك أيضًا على طريق الربح والنجاح. هذا المخطط ليس مجرد مكافأة مالية، بل هو بداية لتغيير كبير في حياتك.

• الكاتب: سيد أحمد نعيمي دلير، مقدم إعلامي في آراد برانديننك

تجارة دائمة ١

بداية ذكية، بناء مستدام

ابدء مسار مهني في التجارة، لا يكفي امتلاك المنتج أو الدافع فقط، بل ما يهم هو المعرفة الدقيقة لهيكل السوق، والتحكم في أسلوب جذب العملاء، وفهم السبيل لعملية التوريد والبيع. وتعلم المبادئ الأساسية التي يمكن أن تمهد الطريق لعمل تجاري مستدام. ما كان دائمًا بالنسبة لي في آراد برندينغ هو وجود التدريبات العملية، والاستراتيجيات الواضحة، ودعم الأفراد ذوي الخبرة الذين جعلوا هذا المسار في متناول أي شخص، حتى بدون خبرة سابقة. هذا في آراد برندينغ، نهيأ فرصة النمو.

• الكاتبة: مديرة بقائي، تاجرة القطعان الوجالية في آراد برانديننك

تحول الصادرات ٢

الصادرات الاحترافية منقذ صناعة الجلفنة

منتجنا هو ورق الحديد المجلفن. بعد إجراء الأبحاث والتحقيقات، توصلت إلى أن التجارة الدولية في ورق الحديد المجلفن تشهد انخفاضًا. كما انخفضت قدرة الإنتاج لدى بعض الشركات المصنعة. على الرغم من أن ورق الحديد المجلفن الإيراني يتمتع بجودة عالية، إلا أن تجاربه لم تحظ بالقبول المطلوب في الأسواق الدولية. وأفضل تفسير لهذه المشكلة هو غياب الاتصالات القوية في التجارة الدولية. لذا منطلق ويؤمن أنه بدعم وريادة آراد برانديننغ في مجال تصدير ورق الحديد المجلفن، سنتمتع في المستقبل القريب، وإحدًا من أكبر مصدري ورق الحديد المجلفن في العالم.

• الكاتب: علي سليمي، مدير ورق الحديد المجلفن في آراد برانديننك

ربح مستدام ٣

الفرص المربحة في عالم المنتجات البلاستيكية

في السنوات الأخيرة، شهد إنتاج واستهلاك المنتجات البلاستيكية في إيران نموًا ملحوظًا، واحتلت هذه السلع مكانة خاصة في سوق الأدوات المنزلية. وأدوات المطبخ، وأثاث المنازل، وذلك بسبب أسعارها المناسبة، ووزنها الخفيف، وتنوعها الكبير، ومدائها الطويلة. الأواني البلاستيكية ذات التصاميم العريضة والمواد الأولية الصحية تعتبر بديلة جيدًا للأواني التقليدية. كما أن الطاولات والكراسي المصنوعة من البوليمر، بمقاومتها العالية للرطوبة، وأشعة الشمس، والضغط، تُعد من أكثر الخيارات شيوعًا في المساحات الخارجية. تروج العديد من المنتجين المحليين، باستخدام التقنيات الحديثة، في تصدير هذه المنتجات إلى دول المنطقة، ويهيئوا الطريق للعلامات التجارية المتخصصة.

• الكاتب: أبو الفضل شهابي، مدير الأواني البلاستيكية في غصان آراد برانديننك

المهندس الرباني: البيع الناجح ليس مجرد نقل البضائع، بل هو بناء علاقة مستدامة مع العميل.
كتاجر محترف، كنت دائمًا أسعى لتقديم قيمة لأطباق الثقة، وليس مجرد تحقيق

الرقم ٨١
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٢
آراد برندينگ الصفحة ٣
AradBranding.com

آمال مستيقظة البداية من هنا

التفكير الخاطئ الخاطئ عن بدء التجارة

أعرف يتملّك الرعب من مشهد بسيط أكثر مما يتعلّقه من مادة محاضرة. مارأيته كان حقيقة كبيرة الفقر ليس فقط غياب المال، بل هو عندما يكون عندك فكرة، وقدرة، وحتى تعليم، ولكن لا يوجد من يأخذ خطوتك الأولى معك. ما يميّق الإنسان أكثر من نقص رأس المال هو غياب الدعم وعدم الرؤية. هناك أشخاص ليسوا كسالى أو باحثين عن الراحة. تكتهم رؤية الكثير من السقوط والعزلة حتى بدأ أنفسهم في الطرق الصحيحة يتقاعسون. وهذه هي النقطة الأخطر، عندما يكون الشخص ذكيًا وشيقًا، لكنه يقتنع تدريجيًا أن الطريق الصحيح ليس له بصدق أن التجارة والنمو، وحتى الوظيفة الجيدة، هي فقط لأولئك الذين خلقت لهم العظام منذ البداية. أحد أكثر الأشياء مرارة يمكن رؤيتها هو الفجوة بين الرغبة والقدرة، عندما يكون لدى شخص كل شيء إلا "الإمكانية". أدركت أن التجارة للكثيرين ليست حلمًا بعيد المنال، بل حق حقيقي حُرموا منه فقط لأنهم غير مرئيين أو لا يمتلكون الدعم. وعندما يصبح هذا العيمان أمرًا عاديًا، لا يأخذ فرد واحد فقط المجتمع كله يتأخر. لأن الشخص الذي كان يمكنه البناء، قد تم استبعاده. الشخص الذي كان يمكنه أن يكون رائد أعمال قد أصابه اليأس. هذا هو بالضبط المكان الذي يجب أن نفعل فيه شيئًا. لأن إنقاذ شخص من اليأس يعني إنقاذ مستقبل كان يمكن بناؤه. وإنقاذ طريق لم يُسلك، ومجتمع لم يُؤسس، وطاقة تنتظر. وجيل يمكنه أن يتعلم أن "التعثر" ليس حاجزًا على من هم أفضل منذ

• الكاتبة سماح رجبي، موجهة تحرير في آراد براندينغ.

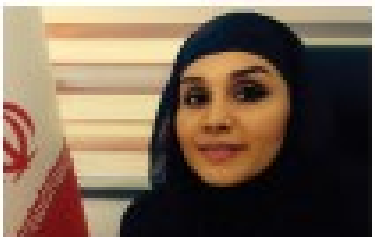
خلق القيمة ١

التجارة خلق الثقة وليس فقط المنتج

التجارة في الحقيقة، هي القدرة على تحديد الاحتياجات الخفية، وتصميم حلول فعالة، وبناء الثقة بين الأطراف، وتحويل الأفكار العام إلى قيمة حقيقية وملموسة. في العصر الجديد، لا يقتصر النجاح التجاري على تقديم منتج فقط، بل يعتمد على تقديم تجربة كاملة، وجودة مستدامة، وصدق مهني. التاجر الناجح هو من يستطيع بفهم عميق للسوق، بناء علاقة دائمة مع العميل، وقابلية احتياجات اليوم، وتوقع رغبات الغد من هذا المنطلق، التجارة ليست فقط أداة للنمو الاقتصادي، بل هي جسر متين بين الإبداع والثقة، وعقل القيمة. مسار يومي من خلال المسؤولية، والفهم العميق، والنهج طويل الأمد، إلى الاستقرار والتنمية المستدامة.

• الكاتب: قاسم نبي بل، تاجر نقل ينتمشك في آراد براندينغ.

التجارة العالمية ٢



إيران: جسر بين التقاليد والتجارة العالمية

إيران، ذات التاريخ التجاري الذي يمتد لآلاف السنين، تقف اليوم كأحد اللاعبين الاقتصاديين الرئيسيين في المنطقة. وتعمل على توسيع علاقاتها التجارية مع مختلف دول العالم. من الموارد الطبيعية الغنية مثل النفط والغاز إلى السلع الصناعية والتعدينية، تمتلك إيران إمكانيات فريدة للتصدير. جودة المنتجات الإيرانية المتعددة، خاصة في مجالات مثل الأسلحة، والبتروكيميائيات، والأسمدة، والزعفران، والسجاد، والملابس، تجعلها في السبب لدة الأسواق العالمية. إيران ليست فقط مصدرًا للموارد والإنتاج، بل أيضًا بفضل موقعها الجغرافي الاستراتيجي، تُعتبر بوابة لمنة الربط الشرق بالغرب، والشمال بالجنوب.

• الكاتبة: صديقة فلي پور، مديرة الأسقلت الهندي آراد براندينغ.

السوق المستهدفة ٣

النقاط الرئيسية لاختيار المنتج التجاري

لبدء مسار تجاري ناجح، يعد اختيار المنتج المناسب أمرًا بالغ الأهمية. ابدأ بدراسة فجوات السوق التي تعيش فيها حتى لا تواجه مشاكل في توفير المنتج. اختر منتجًا تدرك اهتمام أو خبرة فيه. هذا يعطيك دافعًا وفهمًا أعمق للسوق. من الأفضل أيضًا اختيار منتج إما لا يوجد له منافسة وتوافره جيد، أو إذا كان السوق تنافسيًا، لديك ميزة خاصة تقدمها. قابلية التطوير والابتكار في المستقبل هي أيضًا من السمات المهمة لمنتج مناسب. تذكر أن جميع المنتجات لها عملاؤها الخاصون؛ هذه هي مهارتك في التعرف على السوق المستهدف والقدرة على تقديمه بمهارة بيع.

• الكاتب: نازلي يزدان پرست، مدير أقو تجارة ومبيعات آراد براندينغ.

الأساتذة: ثانيا، في عملية التصدير، لا يكفي امتلاك منتج عالي الجودة فقط. ما يهم هو المعرفة الدقيقة للسوق المستهدف، والطريقة الصحيحة لتقديم السلعة، والقدرة على بناء الثقة مع

الرقم ٨١
الأحد
١٤٤٥/٠٢/٠٢
آراد برندينگ الصفحة ٤
AradBranding.com

طريق التجارة المستدامة من الحركة إلى الوجهة

عند مشاهدة هذا البرنامج، تغيرت نظرتي حقًا لمسار التجارة. ما شرحته الأستاذة تالا بأسلوب حميمي وصادق هو بالضبط ما يغفل عنه الكثير منا في مسار الأعمال. أن تدخل في عمل ما وتأمل أن كل شيء سيتصاح نفسه بنفسه هو مجرد وهم. قدمت الأستاذة أمثلة بسيطة مثل القيادة أم الطريق، موضحة أن التجارة ليست مجرد امتلاك المنتج أو رأس المال. التجارة تعني أن تعرف في أي طريق أنت، وما هي الأدوات التي تحتاجها، وهل أنت سائق جيد أم لا، وأين يوجد العميل، وهل الطريق الذي تسلكه سيوصلك إلى وجهتك أم لا. في آراد، الطريق واضح تمامًا، والمسار مضاء، وشرط النجاح الوحيد هو أن تتحرك. الكثير من الناس يفوتون فقط بجانب الطريق ويتوقعون الوصول إلى الوجهة. والبعض الآخر أنفق المال، واشترى الأدوات، لكنه لم يتحرك والآن يقولون إنهم لم يحققوا نتائج. الحقيقة هي أنه حتى لدخول الميدان، وحتى تذهب إلى السوق، وحتى ترى العميل، وحتى تتحدث، وحتى تتفاوض، لن يحدث أي شيء. هذا شيء لا يمكن تعلمه في التعليم النظري. يجب أن تذهب بنفسك إلى قلب الحدث، جزء مهم جدًا من حديث الأستاذة، والذي كان تعليميًا جدًا بالنسبة لي، هو أن كل شيء ينتهي بالعميل. حتى لو كان لديك أفضل منتج، وسعر مناسب، وجودة عالية، وتغليف من الدرجة الأولى، ولكن إذا لم يكن لديك عميل، فعمليًا لا تملك شيئًا. العميل هو الذي يمنح العمل التجاري الحياة. لذا، بدلاً من التركيز فقط على تحسين المظهر الخارجي للعمل، يجب أن نركز على إيجاد العملاء والحفاظ عليهم.

■ الكاتبة: الآنسة محمدي، مستشارة تجارية في آراد براندينك.

السوق العالمية ١

سر النجاح في التجارة

هدف آراد هو دعم الشركات داخل سطًا لتحقيق دخل بالدولار والنمو الشخصي والاجتماعي. التجارة الناجحة تتحقق من خلال تحديد أهداف واضحة، والتخطيط، والجهد المستمر، والتعلم من الإخفاقات العرضية. بناء الشبكات، وتحسين المهارات، والتركيز على العميل هي المبادئ الأساسية في هذا المسار. من خلال التقييم المستمر والتخطيط الذكي، يمكن لتطبيق مكانة مؤثرة في الأسواق العالمية. في عالم اليوم التنافسي، النجاح ليس مضمونًا، بل هو نتيجة الالتزام، والوعي، والمثابرة. آراد يوفر فرصة للأفراد لبدء مسار التجارة حتى بدون رأس مال أولي.

■ الكاتب: سعيد خوش كيش، تاجر أدوية الوبائي إيطاليين في آراد براندينك.

تطبيق ٢

مع آراد، اجعلوا الاتصالات الدولية ذكية

للدخول إلى سوق التجارة العالمية الكبيرة فإن الخطوة الأولى والأهم هي بناء اتصالات هادفة وأساسية، بدون التواصل، حتى أفضل المنتجات والخدمات التي تعطي فرصة للفهم. تطبيق آراد براندينغ هو أداة ذكية وسريعة لإقامة هذه الاتصالات، من خلال الدخول إلى التطبيق واستخدام قسم "الاتصالات" وخيار "Find"، يمكن اختيار البلد المستهدف والوصول بسهولة إلى التجار والمشترين والمصنعين في ذلك البلد. يكفي تقديم تعريف مناسب عن نفسك وبمنتجاتك لفتح أبواب التعاون مع النشطاء الحقيقيين في السوق العالمية. النقطة الرئيسية هنا هي أن بناء العلاقات ليس إجراء لمرة واحدة، بل يجب تحويله إلى عادة يومية.

■ الكاتبة: كوثر رحيمي، محررة إعلامية آراد براندينك.

عنوان تطبيق آراد براندينك: Shg.AradBranding.com

المنتج الأصيل ٣

تمر الفضافتي جوهرة سوداء من قلب واحات النخيل الإيرانية

تمر الفضافتي، بلونه الداكن، وشريحته الناعمة، ومذاقه الحلو والمرضي، ليس فقط أحد أجود أنواع التمور في إيران، بل هو جوهرة نادرة في السوق العالمية للمنتجات الزراعية. هذا التمر، الذي يُزرع بشكل رئيسي في محافظة كرمان، وخاصة في مدينة بم، يتميز بتركيبة فريدة تجمع بين القيمة الغذائية العالية، والعمر التخزيني الجيد، والقبول العالمي. الفضافتي، برطوبته الطبيعية ونسيجه غير الجاف، مصدر غني بالطاقة، والألياف، والبوتاسيوم، ومضادات الأكسدة. هذه الخصائص جعلته يحتل مكانة مميزة ليس فقط في الاستخدام التقليدي، بل أيضًا في الصناعات الغذائية، والدوائية، والصحية في أسواق التصدير. تعرف تمر الفضافتي الإيراني كعلامة تجارية موثوقة وذات سمعة طيبة، ما يميز هذا المنتج ليس فقط جودته الاستثنائية، بل أيضًا الثقافة والأصالة المتجذرة في كل حبة منه. إنه يأتي حقًا حبةً بعد حبيل في مزارع النخيل الصحراوية، واليوم يزين موائد العالم في عبوات جذابة ومعالجة للتصدير.

■ الكاتب: علي قاسم زاده، تاجر التمور في آراد براندينك.

الأستاذ وحيد: التجارة تعني تحديد دقيق لاحتياجات السوق وتقديم حلول فعالة بسرعة، ودقة، والتزام. دائمًا أؤكد لطلابي أن في عالم التجارة، السمعة أكثر قيمة من الربح المؤقت.

آراد براندینگ
الرقم ٨٠
السبت
١٤٤٥/٠٢/٠١
الصفحة ١
AradBranding.com

التجارة الناجحة للجميع من الصفر حتى تصبح

كثير من الناس يعتقدون أن العمل في مجال التجارة محصور فقط لفئة معينة ويتطلب وجود رأس مال ضخم، بينما الحقيقة مختلفة تمامًا. كواحدة من موظفي مجموعة أراد براندينك، شاهدت العديد من الأشخاص الذين تمكنوا من التحول إلى تجار ناجحين فقط عبر اكتساب المهارات اللازمة، دون الحاجة لرأس مال أولي أو خلفية في مجال التجارة. الأمر المهم هو أن المهارات المطلوبة للعمل في التجارة مكتسبة، ولا توجد قيود وراثية أو فطرية عليها. يمكن تصنيف هذه المهارات إلى فئتين رئيسيتين: الفئة الأولى تشمل كل المهارات المتعلقة بشخصية التاجر، مثل طريقة الملبس والسلوك، الثقة بالنفس، المعتقدات الداخلية، أسلوب الحديث، وغيرها من الصفات التي تعزز الهيبة الشخصية في التفاعلات التجارية.الفئة الثانية تخص المعرفة والمهارات الفنية في مجال التجارة، مثل فنون التفاوض، التعرف على المنتج، معرفة قوانين ولوائح التصدير والاستيراد، قواعد النقل الدولي، المصطلحات التخصصية، وغيرها من المواضيع ذات الصلة.كل هذه المهارات قابلة للتعلم، ويمكن لأي شخص بدون معرفة سابقة أن يصل لمستوى يؤهله لبدء نشاطه التجاري خلال ٣ إلى ٦ أشهر.ما يميز مجموعة أراد براندينك هو تقديم هذه الدورات التدريبية مجانًا لجميع المهتمين، سواء الذين يرغبون في دخول عالم التجارة أو الذين يسعون لتطوير معرفتهم الاقتصادية فقط. إن الإرادة والتعلم هما المفتاحان الرئيسيان للنجاح في عالم التجارة. لا تدع الخوف أو الشكوك توقفك عن تحقيق أحلامك التجاريمن خلال تجربتي، لاحظت أن الالتزام والمثابرة يصنعان الفارق بين من يحلم بالتجارة ومن ينجح فيهابالفعلالتجارة لم تعد حكرًا على طبقة معينة، بل أصبحت وسيلة واقعية لتحقيق الاستقلال المالي لأي شخص.في آراد براندينك ، نؤمن أن كل فرد يستحق فرصة عادلة ليصبح تاجرًا ناجحًا، ونحن هنا لدعمه في كل خطوة.

- الكاتبة: ليلى محمدي، نائبة التعيينات في آراد براندينك.

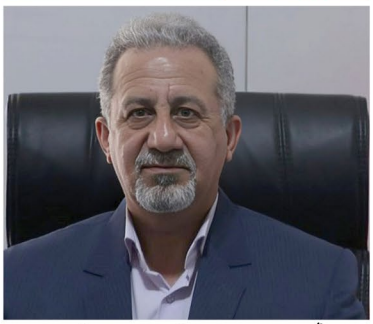
تجارت موفق ١

فرصة ذهبية للزراعة الإيرانية

نظرًا للطلب العالي من الهند على المنتجات الزراعية الإيرانية، بما في ذلك البرقوق المجفف (آلو بخارا)، تم توفير قدرة تصديرية مناسبة للغاية للفاعلين في هذا المجال. تُظهر التجربة أن الهند، بسبب كثافتها السكانية وتنوع الأذواق الغذائية، تُعتبر سوقًا مناسبة للفواكه المجففة والمعالجة. التركيز على جودة المنتج، التغليف المناسب، والالتزام بالمعايير التصديرية يمكن أن يُسهل مسار الاستمرارية في هذا السوق. تصدير البرقوق المجفف إلى الهند لا يزيد فقط من حصة إيران التصديرية، بل يخلق أيضًا فرص عمل متعددة للمنتجين والمصدرين المحليين.

- الكاتب: سعيد خراسانيان، مدير البرقوق المجفف الهند آراد براندينك.

طريق الثراء ٢



طريقٌ تجاوز من قلب الخوف

في مسيرتي التجارية تعلمت أن العديد من الفرص الكبيرة مخبأة خلف الستار من المخاوف والشكوك الأولية. دائماً يتردد في ذهني هذا القول: ربما وراء الخوف ينتظرني عالم من الثروة والتقدم. عندما قررت دخول تجارة لاصق البلاط والسيراميك، كنت أعلم أن الطريق لن يكون سهلاً، لكنني كنت مؤمناً بأن الشجاعة والحركة الصحيحة يمكن أن تضمن لي حصة في السوق. واليوم، إذا كان هناك نتيجة، فهي ثمرة تلك اللحظات التي وقفت فيها بدل التراجع واستمررت في المسير.

- الكاتب: محمد جواد مطوس، تاجر لاصق البلاط والسيراميك في آراد براندينك.

طريق التقدم ٣

مستقبل مشرق مع التجارة

التجارة بالنسبة لي ليست مجرد مهنة؛ بل هي طريق آمن لبناء مستقبل مشرق لي ولأبنائي. في مجموعة آراد براندينك، تعلمت أنه يمكن الدخول في مسار التجارة الاحترافية حتى بدون رأس مال أولي أو مصنع، والعثور على عملاء محليين ودوليين، والوصول إلى مكانة كانت في السابق مجرد حلم. آراد براندينك، بهيكل ذكي، ودورات تدريبية موجهة، وبنية تحتية فنية، وعلاقات عالمية واسعة، توفر الظروف التي تمكن أي شخص بعزيمة واجتهاد من أن يبدأ خطواته في مسار التصدير. في هذا الطريق، لم أخضِ فقط تجربة النمو الشخصي، بل أدركت أنني أستطيع أن أكون مصدر إلهام للآخرين وأن أشارك خبرتي مع من يرغبون في دخول عالم التجارة. رغم الصعوبات التي يواجهها هذا المسار، إلا أنه مع وجود داعم قوي يصبح الطريق ممهداً، وآراد براندينك هو ذلك الداعم الواثق الذي كنا جميعاً بحاجة إليه. أنا، كامرأة إيرانية، أعلن بفخر أنه لا وجود لأي قيود في مسار التجارة؛ كل ما نحتاجه هو الإيمان بأنفسنا واختيار الشريك الصحيح.

- الكاتبة: طاهرة سادات حسيني، مشرفة قسم البطانيات في نرمينه بافت طهران آراد براندينك.

الأستاذ وحيد: التصدير ليس مجرد إرسال البضاعة، بل هو بداية علاقة مهنية ودائمة. عندما نلتزم بمبادئ التواصل والالتزام، والمتابعة، يصبح السوق الخارجي هو من يطلبنا بنفسه. التصدير الناجح يعني الالتزام بالمبادئ الصحيحة.

بدء التعاون مع آراد براندينغ:
Wa.me/989190808088
كونوا مراسلينا ومحرريـنا
T.me/Aradbranding_News

الرقم ٨٠
السبت
١٤٤٥/٠٢/٠١
الصفحة ٢
آراد برندينگ
AradBranding.com

زيارة تجارية ناجحة بداية تعاون تصديري

في الزيارة الرسمية التي حضرها السيد نديم أحمد، ممثل دولة باكستان، والسيد محمد جعفر، ممثل دولة لبنان، إلى مصنع المخللات "پديدار"، تم توفير فرصة للوفود الأجنبية للتعرف عن قرب على قدرات الإنتاج، البنية التحتية الصحية، وإمكانات التصدير للمجموعة. جاءت هذه الزيارة بهدف دراسة إمكانيات الإنتاج بالجملة، مراجعة عمليات الإنتاج وفق المعايير، وتقييم الظروف التصديرية. خلال الزيارة، تم تقديم معلومات رئيسية وشفافة تتعلق بعملية الإنتاج، نوع المواد الأولية، طرق التغليف، نظام مراقبة الجودة، والمؤشرات المتوقعة في الأسواق الدولية.طرح ممثلو الدول المذكورة أسئلة حول قدرة المصنع على تلبية الطلبات، شروط شحنالمنتجات،مدة صلاحية المنتج، تنوع النكهات، وتوافق المنتج مع أذواق المستهلكين في بلدانهم، مما يعكس جدية رغبتهم في التعاون المستقبلي.

الهدف الأساسي من هذه الزيارة كان خلق فهم مشترك بين المصنع والممثلين الأجانب لتأسيس قاعدة تعاون مستدام وطويل الأمد.ولله الحمد، كانت الردود إيجابية ومشجعة للغاية، ويبدو أن هذا التفاعل سيكون نقطة انطلاق مناسبة لدخول منتجات مصنع "پديدار" رسميًا إلى أسواق باكستان ولبنان. في المراحل القادمة، من الضروري أن لا تقتصر تنسيقات الاجتماعات المشابهة على العرض الظاهري فقط، بل يجب إعداد وتقديم معلومات متخصصة للطرف الأجنبي تشمل الشهادات الصحية، القدرة الإنتاجية اليومية، إمكانيات التخزين، تفاصيل التعبئة، وأساليب إدارة الجودة بشكل منظم وموجه. مما يعزز ثقة الشركاء المحتملين ويُسرّع خطوات التعاون التجاري الفعلي.

● الكاتب: محمد صابري، مستشار تجاري في آراد براندينك.

التحول التجاري ١

أولوية التجارة، طريق التقدم

الجلوس والصبر ليسا طريق التاجر. في عالم التجارة، الفرص لا تأتي إلى الأشخاص السلبيين، بل تُصنع لأولئك الذين يملكون الشجاعة للتحرك. تعلمت في مجموعة آراد براندينك أنه إذا انتظرت، سيفوز المنافسون بالميدان قبلك. طريق التصدير يحتاج إلى الجرأة، اتخاذ القرار السريع، ورؤية دولية. الاتصالات الفعالة مع التجار، المستشارين، والمنتجين العالميين تشكل أساس التجارة الناجحة. إذا أردت أن تنمو، يجب أن تخرج من قوقعة التردد، تتحمل المسؤولية، وتحارب من أجل مستقبل مختلف.

● الكاتبة: شهلا رحيميان، رئيسة فرقة فر خراسان رضوي، آراد براندينك.

التصدير الفعال ٢

دور صادرات في تعزيز المكانة الاقتصادية لإيران

تلعب الصادرات دورًا رئيسيًا في تقديم المنتجات الإيرانية وتعزيز مكانة البلاد على الساحة العالمية. من خلال توسيع الأسواق الخارجية، يمكن للمنتجين زيادة مبيعاتهم والمساهمة في جلب العملات الأجنبية إلى البلاد. هذا المسار يؤدي إلى رفع الجودة، تنويع المنتجات، والترويج للثقافة المحلية الإيرانية على المستوى الدولي. كما توفر الصادرات بيئة جاذبة للاستثمار الأجنبي ونمو التكنولوجيا في الصناعات المحلية. في النهاية، ليست الصادرات مجرد نشاط اقتصادي، بل هي أداة فعالة للتقدم المستدام وترسيخ العلامة الوطنية في العالم. هذا الطريق هو جسر نحو الفرص العالمية.

● الكاتب: بهزاد أحمدي، مدير منتجات التنظيف غنا، آراد براندينك.

الاتصالات ٣

إنشاء علاقات طويلة الأمد مع العملاء

في عالم التجارة الحديثة، النجاح لا يقتصر فقط على البيع الأولي بل يكمن في الحفاظ على وتعزيز العلاقة مع العملاء. العلاقات طويلة الأمد تؤدي إلى الولاء، تكرار الشراء وتحويل العميل إلى مؤيد للعلامة التجارية. الشركات التي تستمع إلى احتياجات العملاء وردود أفعالهم تبني أساسًا من الثقة والتعاون المستمر. خلق قيمة مضافة، تقديم خدمات ما بعد البيع والاستجابة السريعة هي عوامل حيوية للحفاظ على هذه العلاقات. استخدام أدوات التواصل مثل وسائل التواصل الاجتماعي، النشرات الإخبارية وبرامج الولاء يساعد في تعزيز التفاعل. في علاقة جيدة، يشعر العميل بأنه مسموع وله أهمية كبيرة للشركة.

● الكاتب: أحمدرضا بوداقي، رئيس قسم الزرشک قم آراد براندينك.

الأستاذ تاليا: في البيع، المبدأ الأول هو معرفة حاجة العميل وتقديم الحل الدقيق. عندما يُبنى الثقة، يتحول البيع إلى علاقة دائمة، والبيع الناجح يعني الاستجابة الدقيقة لاحتياجات العميل.

آراد براندینگ
الرقم ٨٠
السبت
١٤٤٥/٠٢/٠١
الصفحة ٣
AradBranding.com

اكتساب المهارات الشرط الأساسي للتجارة

في طريق خلق الثروة، إذا قرر شخص ما أن يصبح تاجرًا، فعليه أن يدرك أن التجارة، كأي مهنة أخرى، تحتاج إلى التعلم واكتساب المهارات. النقطة المهمة هي أن التحول إلى تاجر لا يتطلب جينات خاصة ولا رأس مال ضخم، خلافًا لما يعتقده الكثيرون. المكانة الاجتماعية ومستوى العمل في التجارة أعلى من كثير من المهن الأخرى، ومع ذلك فإن المهارات المطلوبة للنجاح فيها كلها مكتسبة، أي يمكن لأي شخص أن يتعلمها من خلال الجهد والمثابرة. حتى إن العديد من المنتجين والمستثمرين، عندما يجدون شخصًا ماهرًا ومتمكنًا، لا يترددون في وضع أموالهم أو بضائعهم تحت تصرفه ليقودها في مسار التجارة.لشرط الأساسي للوصول إلى هذه المكانة هو اكتساب المهارات، والتي تنقسم إلى قسمين رئيسيين:مهارات تتعلق بـ "أنا التاجر": المظهر، السلوك، الكلام، الشخصية والمعتقدات الفردية، والتي يجب أن تكون بمستوى يليق بتاجر محترف.مهارات تتعلق بـ مجال التجارة: وتشمل المعرفة بمبادئ وفنون التجارة، مهارات التفاوض، معرفة المنتج، قوانين النقل والجمارك، الأنظمة الدولية، المصطلحات التخصصية وغيرها من المواضيع ذات الصلة. كل هذه المهارات قابلة للتعلم، ولا تتجاوز قدرات الإنسان العادي. حتى الشخص الذي ليست لديه أي معرفة مسبقة بالتجارة، يمكنه أن يتعلم هذه المهارات خلال فترة تتراوح بين ثلاثة إلى ستة أشهر. الميزة الكبرى في هذا المسار داخل مجموعة "أراد براندينغ" هي أن جميع هذه التدريبات تُقدم مجانًا للجميع، سواء عبر المدرسة التجارية الإلكترونية، أو من خلال الجلسات الحضورية، الورش، فرق العمل، والملتقيات التخصصية.

● الكاتبة: سحر عليبور، مستشارة تجارية في آراد براندينك.

مسار النمو ١

آراد براندينك؛ نقطة اتصال من الفكرة إلى سيادة

في عصر يُعدّ فيه التميّز سرّ بقاء الأعمال، تعمل شركة آراد براندينك، بالاعتماد على المعرفة المحلية والإبداع العالمي، كشريك استراتيجي للعلامات التجارية الإيرانية في مسار النمو وترسيخ المكانة في السوق التنافسية للبلاد. تقدم هذه المجموعة خدمات متكاملة في ثلاثة مجالات رئيسية تشمل:صياغة استراتيجية العلامة التجارية (الهوية البصرية، تحديد الموقع، سرد قصة العلامة)،التسويق الرقمي (حملات مستهدفة، تحسين محركات البحث، إدارة شبكات التواصل الاجتماعي)،وأبحاث السوق (تحليل سلوك المستهلك والتعرف على المنافسين)،وذلك في سعي لتحويل التحديات المعقدة في السوق الإيراني إلى فرص ذهبية.تجربة آراد الناجحة في التعاون مع طيف واسع من الصناعات التكنولوجية إلى المشاريع الإبداعية، دليل واضح على قدرة هذه المجموعة في تقديم حلول مخصصة ومناسبة.

● الكاتب: نبي الله بهاءلو، مشرف لوز جهارمحال وبختياري آراد براندينك.

تحول تجاري ٢

الزعفران الإيراني؛ جسر ذهبي بين الشرق والغرب

الزعفران، الذي يُعرف منذ القدم باسم "الذهب الأحمر"، يحتل اليوم مكانة استراتيجية في التجارة العالمية، وتُعد إيران، التي تستحوذ على أكثر من ٩٠٪ من الإنتاج العالمي، اللاعب الرئيسي في هذا السوق. وتُعد محافظات خراسان الأقطاب الأساسية لإنتاج الزعفران، حيث تلعب دورًا مهمًا في توفير فرص العمل على المستوى المحلي وفي التصدير.تُعتبر الأسواق الأوروبية مثل ألمانيا وفرنسا، وكذلك الدول الآسيوية مثل الصين والإمارات من الزبائن الدائمين للزعفران الإيراني. وعلى الرغم من التحديات كالعقوبات وضعف العلامة التجارية (البراندينك)، فإن فرص تطوير الصادرات لا تزال متاحة من خلال تحسين التغليف، وتطوير التكنولوجيا الزراعية، والحضور الفعّال في الساحة الدولية.

● الكاتب: مهدي حدادي، تاجر الزعفران آراد براندينك.

بنية تحتية قوية ٣

المسار نحو النمو الصناعي المستدام

تُعدّ صادرات أنابيب البولي إيثيلين من إيران إحدى الطاقات الرئيسية غير النفطية، حيث تلعب دورًا مهمًا في التنمية الاقتصادية وزيادة العائدات من العملات الأجنبية. إن توفّر مصادر غنية في مجال البتروكيماويات، والموقع الجغرافي المناسب، والاستفادة من القوى العاملة المتخصصة، قد جعل من إيران واحدة من المنتجين البارزين لهذا المنتج في تُسهم هذه الصادرات، بالإضافة إلى توفير العملة الصعبة، في تعزيز التكنولوجيا، وخلق فرص العمل، وتحسين العلاقات التجارية الدولية. كما أن الحضور الفعّال في الأسواق العالمية يساعد على ومن خلال تطوير البنى التحتية التصديرية، والعلامة التجارية الاحترافية، وتقديم خدمات ما بعد البيع، يمكن تعزيز حصة إيران في السوق العالمية لأنابيب البولي إيثيلين والارتقاء بالمكانة الصناعية للبلاد.

● الكاتبة: نرجس دارابي، ممثلة شركة أنابيب واتصالات ألبرز آراد براندينك.

المهندس شعباني: في التصدير، ما هو أكثر أهمية من السعر هو الالتزام بالجودة، واستمرارية التواصل، والفهم الدقيق لاحتياجات السوق المستهدف.فالتاجر المحترف هو من يُرسل الثقة قبل أن يُرسل البضاعة.

بدء التعاون مع آراد براندينغ:
Wa.me/989190808088
كونوا مراسلينا ومحررينا
T.me/Aradbranding_News

آراد برندينگ
الـرقـــم ٨٠
الـســبـــت
١٤٤٥/٠٢/٠١
الصفحـة ٤
AradBranding.com

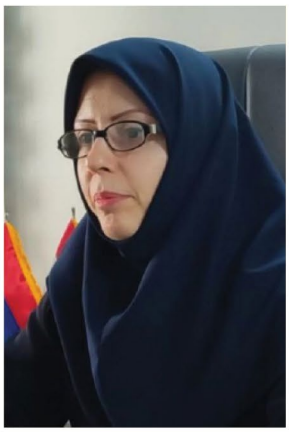
من البيع إلى بناء الثقة المسار الحقيقي للتصدير

في أحد الاجتماعات التخصصية لمجموعة آراد براندينك، طرح الأستاذ وحيد رؤية مختلفة لمفهوم التجارة والتصدير من منظور علمي، دقيق واستراتيجي، بحيث أصبحت هذه الرؤية ضرورة لا غنى عنها لكل فاعل اقتصادي. من وجهة نظره، التجارة لا تقتصر على بيع المنتج فحسب، بل هي عملية بناء مسار شفاف، مستدام وذكي يبدأ من إنشاء العلاقات وبناء الثقة، ويصل إلى النجاح من خلال الاستمرار، والتخطيط، والمعرفة العميقة بالسوق المستهدف.ومن النقاط المحورية التي شدّد عليها الأستاذ وحيد، كانت "دور الصمت" في المفاوضات. فبرأيه، التاجر الناجح ليس من يكثر الكلام، بل من يستخدم الصمت الفعّال ويدير أجواء الحوار بذكاء، موجّهًا ذهن الطرف المقابل نحو اتخاذ القرار المطلوب. كما أكّد على مبدأ أن "العلامة التجارية الحقيقية" لا تُبنى بالإعلانات السريعة، بل تتكوّن في ذهن العميل عبر التكرار، والثبات، وإنتاج محتوى مؤثر، والمتابعة المهنية المستمرة. ويرى الأستاذ وحيد أن التجارة ساحة للفعل، لا مكان للانتظار. فالتاجر الناجح هو من يمتلك الجرأة على اتخاذ القرار، وليس من ينتظر الظروف المثالية. وقد أشار أيضًا إلى أن التحليل الدقيق للأسواق التصديرية المستهدفة هو أحد أركان التجارة الناجحة، محذرًا من أن دخول الأسواق الخارجية دون فهم لاحتياجاتها وأذواقها ومعاييرها، حتى بأفضل المنتجات، سيؤدي إلى الفشل. وفي ختام الجلسة، بقيت جملة واحدة من الأستاذ محفورة في ذهني كموظف في هذه المجموعة: في التجارة، الأنجح هو من يبني الثقة قبل تقديم العرض، ويُرى قبل أن يبيع.فكلمات الأستاذ وحيد لم تكن مجرد ملاحظات عابرة، بل كانت بمثابة دعوة جادة لإعادة تعريف مفاهيمنا التجارية وتوسيع أفقنا الاستراتيجي. وإن تطبيق هذه الرؤية سيمنح كل تاجر أدوات حقيقية للنجاح في السوق المحلي والدولي على حد سواء.

● الكاتب: أمير كريمي، مدير فريق بناء العلامة التجارية في آراد براندينك.

التقدم المستدام ١

طريق آمن للتقدم في التجارة

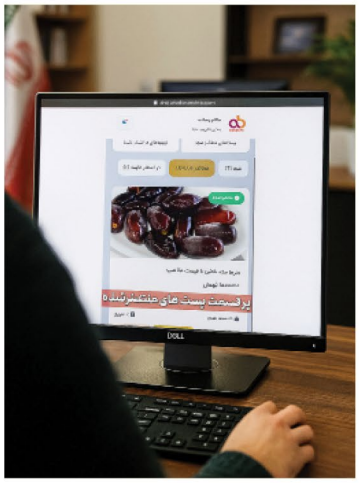


إن التعرف على مجموعة آراد براندينغ الكبرى، واكتساب المعرفة والوعي اليومي في مجال التجارة، يذكرنا دومًا بحقيقة أن الاستمرار في الجهد إن كان بسيطًا يؤدي في النهاية إلى نتائج مثمرة. تُعدّ تجارة المستلزمات الطبية، وخاصة الملابس الطبية ذات الاستخدام الواحد، من الاحتياجات الحيوية في قطاع الصحة والعلاج، حيث استحوذت على حصة كبيرة من الصناعة الإنتاجية، ولعبت دورًا مهمًا في كل من التوريد المحلي والتصدير. وفي هذا السياق، وفّرت شركة آراد براندينغ، من خلال خبرتها الممتدة لـ١٩ عامًا، طريقًا واضحًا أمامنا يُمكّننا من النمو المؤثر في المعاملات الداخلية والخارجية على حد سواء.وبفضل التوجيه المستمر من آراد، يصبح هذا الطريق أكثر إشراقًا وأمانًا.

● الكاتبة: سهيلا كرمي، تاجرة منسوجات طبية ذات الاستخدام الواحد في آراد براندينك.

بيت التجارة ٢

زيادة الظهور من خلال المشاركة الذكية للمنشورات



لزيادة ظهور المنشورات في بيت التجارة آراد براندينك، فإن إنتاج المحتوى وحده لا يكفي؛ بل إن طريقة نشره لها أهمية كبيرة أيضًا. ومن الطرق الفعالة، مشاركة رابط المنشور المباشر على شبكات التواصل الاجتماعي. من الأفضل وضع الرابط في أول تعليق، وكتابة "الرابط في أول تعليق" داخل النص، لأن الخوارزميات غالبًا ما تُقلل من عرض المنشورات التي تحتوي على روابط داخل النص. بدء المنشور بسؤال جذاب أو بإحصائية لافتة، مع دعوة المستخدمين للتفاعل، يؤدي إلى زيادة التفاعل وبالتالي زيادة ظهور المنشور. كما أن الرد على التعليقات والنشاط المستمر في قسم التعليقات له دور مهم في تعزيز مكانتك ضمن خوارزميات العرض. كذلك، فإن استخدام الوسوم (الهاشتاغات) بشكل هادف يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات للمنشور. كما أن استخدام الوسوم (الهاشتاغات) بشكل هادف يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات للمنشور. بهذه الخطوات البسيطة، يمكن لأي محتوى أن يحقق أثرًا أكبر ويصل إلى جمهور أوسع.

● الكاتبة: ريحانة بهرامي، موظفة في القسم الفني آراد براندينك.

عنوان تطبيق آراد براندينك: Shp.AradBranding.com

التقدم المستدام ٣

من الفكرة إلى السوق؛ دور التجارة في ازدهار الأفكار التكنولوجية

في مسار نمو وتقدم أي مجتمع، يتمتع التجار بدور مهم جدًا في دعم الاختراعات والابتكارات؛ وهو منظور بارز وفعّال في ثقافة تسعى لتجاوز الركود والوصول إلى الازدهار. ولتعويض التأخّر، نحن بحاجة إلى الاستفادة من الطاقات البشرية والفكرية حتى في أبسط صورها. لا يمكن لأحد أن ينكر تأثير المخترعين والمبتكرين في بناء الحضارات، فهم من خلال الحافز، وتوليد الأفكار، والإبداع، قادرون على اختصار طريق مئة عام في بضع خطوات. يكفي أن تُضاء شمعة في الظلام حتى تُنير الطريق للجميع.أحد المشاريع الحديثة المطروحة هذه الأيام لتحقيق تحول ونمو للتجار هو مشروع تصدير الاختراعات، والأفكار، والمنتجات المعرفية عالية التقنية (High-Tech)؛ وهو برنامج طويل الأمد يهدف إلى تقديم وتوسيع الإنجازات العلمية والتكنولوجية في الأسواق الدولية. نحن في انتظار تحديد العناوين الرئيسية ومشاريع هذا البرنامج، ولكن ما هو واضح أن البلاد في حاجة ماسة إلى التكامل بين المخترعين، والمبتكرين، والفاعلين الاقتصاديين من أجل تحقيق مستقبل مستدام ومشرق.

● الكاتبة: كيانوش رستمي، مدير لوز مامائي الهندي آراد براندينك.

المهندس قرباني: تبدأ الصادرات الناجحة بفهم السوق المستهدف. فالتاجر المحترف يبني الثقة أولاً قبل البيع، ويُنشئ تواصلاً فعالاً. هذا المسار يتطلب المتابعة والالتزام بالمبادئ المهنية.

الرقم ٧٩
الجمعة
١٤٤٥/٠١/٢٩
الصفحة ١
آراد براندينك
AradBranding.com

قابلية التعلم سرّ الاستمرارية

كنت اليوم في تجمع حيث انفتحت أمامي كثير من الأمور بوضوح. سمعت حديثًا ربما كان يراود فكري مرارًا، لكن لم يجرؤ أحد على شرحه لي بكل صراحة ووضوح هكذا من قبل.كانت إحدى النقاط المهمة أن حب العمل يعني التضحية بنفسك من أجله. عندما تقول "أنا ملتزم بالتجارة"، فهذا يعني أنك عاشق لعملك، لمنتجك، ولعملية العرض. ليس فقط أن تنتظر أن تصبح الأمور مثالية لتبدأ.أعطى مثالًا بسيطًا وممتعًا؛ قال إن البيتزا الجيدة تأتي من وصفة دقيقة. لا يمكنك أن تتصرف بحسب ذوقك فقط. البعض يعتقدون أنه بما أنهم يعرفون بعض الأمور، يمكنهم العمل بطريقتهم الخاصة، لكن الحقيقة أنه "لا توجد طريقة خاصة". عندما يكون هناك طريق ووصفة محددة، يجب أن تتبعها بدقة. هذا ينطبق على التفاوض، والسلوك، وحتى نبرة حديثك. إذا حاولت التصرف باندفاع، فسوف تقع سريعًا.جزء آخر من الحديث كان عن الاستعجال. بعض الناس يريدون نتائج سريعة، مثل أن تخرج البيتزا الجيدة من الفرن فورًا. لكنهم لا يدركون أن الطهي الكامل يحتاج إلى وقت. التجارة كذلك. لا يمكنك أن تبدأ اليوم وتصبح لديك زبائن دائمون غدًا في الخارج. عليك أن تتحلى بالصبر، وأن تكون مستعدًا للتعلم. عليك أن تعرف أنه إذا كنت تعرف ٧٠٪ من شيء ما، فإن الـ٣٠٪ المتبقية أكثر قيمة؛ لأنها يمكن أن تكون سبب الفشل أو النجاح. بعض الناس لأنهم يعرفون جزءًا فقط، لا يأخذون الباقي بجدية. بينما ذلك الـ١٪ المتبقي قد يدمرهم.نقطة مهمة أخرى كانت عن نظرتنا للعملاء والموردين؛ قالوا لا تكن متشائمًا ولا متفائلًا بشكل مفرط. لا تعتبر الجميع جيدين، ولا الجميع سيئين.

● الكاتبة: شهرناز حيدري، رئيسة قسم ملفات الألمنيوم في طهران، آراد برنديك.

التاجرات ١

إيلام ومزايا النباتات الطبية

إيلام، بتنوع نباتاتها الطبية مثل الريواس، الزعفران الجبلي، زهرة النعناع البري، بومادران، المردقوش وأنواع محلية أخرى، تمتلك قدرة خاصة على إنتاج المنتجات العضوية والطبية.المناخ الخاص لهذه المحافظة يوفر بيئة مناسبة لزراعة النباتات ذات الخصائص العلاجية، مما يمهد الطريق لتطوير صادرات المنتجات الطبيعية إلى الأسواق الإقليمية والدولية.بدعم المنتجين المحليين واستغلال فرص التصدير، يمكن ترسيخ مكانة إيلام في سلسلة توريد النباتات الطبية في البلاد.تركز آراد برنديك على التصدير المتخصص وبناء العلامة التجارية الدولية، مما يوفر منصة مناسبة لتعريف القدرات الخاصة بنباتات إيلام الطبية.

● الكاتبة: فريا هادي زاده، رئيسة قسم النباتات في إيلام آراد برنديك.

تجارة خاصة ٢

تجارة إقليمية بمنتجات مميزة

صدرت مسترنج إيران بجودة عالية وسعر مناسب حققت موقعًا جيدًا في الأسواق الإقليميةهذه الميزات لم تؤدِ فقط إلى زيادة الطلب في دول مثل تركيا، بل وفرت أيضًا أرضية مناسبة لتشكيل تعاون تجاري مستدام مع الجيران.حاليًا، يعتبر مسار تصدير هذا المنتج من الفرص النامية في العلاقات الاقتصادية بين إيران وتركيا.إلى جانب الجانب الاقتصادي، يمكن أن يلعب تصدير المسترنج دورًا مهمًا في تعزيز العلامة التجارية الوطنية.التموين المستدام والتغليف المعياري هما عاملان أساسيان للحفاظ على هذا السوق الناشئ.

● الكاتبة: فهيمة والي، مديرة مستر بج تركيا آراد برنديك.

العلامة التجارية الإيرانية ٣

التصدير طريق نمو العلامات التجارية الإيرانية

التجارة العالمية نافذة واسعة نحو فرص غير محدودة وإنجازات عظيمة. كل منتج يُصدر إلى الأسواق الدولية هو خطوة كبيرة نحو بناء إرث عالمي وقيم لعملك. بالتصدير، لا توسع سوقك فقط، بل تعزز مكانة علامتك التجارية أيضًا، وهذا المسار يتطلب تخطيطًا، مثابرة، ونظرة استراتيجية للمستقبل. تآزر المنتجين المحليين مع شبكة التصدير هو سر النجاح في هذا الطريق الدولي.مع توسعة البنى التحتية للتصدير وفهم دقيق لاحتياجات الأسواق المستهدفة، يمكن تحويل مزايا المنتج التنافسية إلى دخل مستدام.في عالم اليوم، التصدير ليس مجرد بيع سلعة، بل هو الدخول في سلسلة القيمة العالمية وإثبات القدرات الوطنية.الاستمرارية في تقديم العلامة التجارية، ثبات الجودة، والمتابعة المستمرة للعلاقات، هي الركائز الأساسية للنجاح في التجارة العالمية.إذا تم تقديم القهوة بمنهج علمي وتركيز تصديري، يمكن أن تصبح من المنتجات الرائدة للبلاد في الأسواق العالمية، مما يتيح فرصة ذهبية لترسيخ مكانة إيران في صناعة المشروبات العالمية.هذا المسار يحتاج إلى دعم هيكلي، بناء علامة تجارية ذكي، ودور فعال للتجار في آراد برنديك في الأسواق المستهدفة.وللنجاح، لا بد من الحضور الميداني وفهم السوق المستهدف.

● الكاتب: مجتبى ميكائيل زاده، رئيس قسم القهوة في ألبرز، آراد برنديك.

الأستاذة تاليا: في التصدير، ما هو أهم من المنتج نفسه هو «فهم الوجهة» والمعرفة الدقيقة بالسوق المستهدف.إذا لم يعرف التاجر الوجهة، مهما كان منتجه جيدًا، فلن يحقق النجاح. التصدير يعني فهم السوق.

بدء التعاون مع آراد برنديك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد براندينك
الرقم ٧٩
الجمعة
١٤٤٥/٠١/٢٩
الصفحة ٢
AradBranding.com

كن محترفًا ولا تكن متحفظًا

خلال النشاطات الميدانية والمراجعات المتكررة، لوحظ أن بعض التجار، حتى بعد أشهر من العمل، لم يقدموا تعريفًا واضحًا لأنفسهم على المنصات الرقمية؛ لا صورة احترافية، ولا وصف مختصر لمجال تخصصهم، ولا حتى سيرة ذاتية توضح موقعهم التجاري أو المنتج المستهدف. هذا الاختفاء غير المقصود غالبًا ما ينبع من الاعتقاد الخاطئ بأن "يجب أولاً تحقيق دخل ونجاح واضح قبل تقديم التعريف بالنفس". في حين أن هذا التفكير يتعارض مع منطق التجارة الاحترافية.التجارة تبدأ، قبل أي صفقة، برؤية وبناء الثقة. التعريف الدقيق والشفاف بالنفس هو أحد الركائز الأساسية للثقة الأولية.المتصفح لصفحتك على واتساب أو ملفك الشخصي يقرر خلال ثوانٍ معدودة ما إذا كان سيبدأ الحوار أم يتجاهلك. في هذه اللحظة الحاسمة، إذا لم يكن هناك أي دلالة على هويتك التجارية، تفقد الفرصة للتواصل.الأمر المهم هو أنه حتى لو لم تصل بعد إلى مرحلة التصدير أو الدخل المستدام، يجب عليك عرض صورة احترافية، موقع تنظيمي واضح، المنتج المستهدف، وعلاقتك بعلامة آراد براندينك في السيرة الذاتية. هذا الإجراء البسيط يعكس الجدية، التنظيم، والالتزام، وله دور كبير في كسب ثقة الطرف الآخر. التاجر الذي لا يقدم نفسه لا يخسر فقط فرصة الظهور، بل يظهر عدم ثقته الكافية بنفسه ومساره. التعريف الواضح في قسم السيرة الذاتية لا يعزز مكانتك بين التجار الدوليين فقط، بل يطمئن المشترين بأنهم يتعاملون مع شخص جدي، منظم، وذو خلفية موثوقة.

● الكاتب: توحيد علي زاده، تاجر زيت المحرك في آراد براندينك.

التحول التجاري ١

أولوية التجارة، طريق التقدم

التجارة كانت نقطة تحوّل كبيرة في العالم وأسهمت في النمو الشامل للدول على المستويات الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية.لتحقيق نمو أكبر وتقدم مستدام، من الضروري التركيز على التجارة وجعلها أولوية.الدول التي لها حضور عالمي اليوم، قد أدركت منذ سنوات طويلة أن التجارة هي المحرك الأساسي لتطورها، وبالاستثمار في البُنى التحتية للتصدير، والعلاقات الدولية، وسلسلة التوريد العالمية، مهدت طريق النمو.وهذا الطريق يتطلب إرادة وجهد جماعي.

● الكاتب: مجيد عين الهي، مدير قسم مسحوق الغسيل أرمينيا، آراد براندينك.

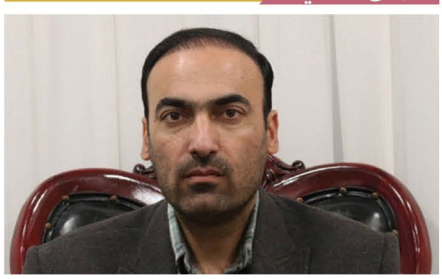
تواصل فعّال ٢

النجاح رهين بالمعلومات والتواصل

في التجارة، هناك أمران مهمان: المعلومات والتواصلكلما كانت معلوماتنا وتواصلنا أقوى، كنا أنجح في التجارة.أنا، بدري حمزة خاني، مسؤولة بناء العلامة التجارية لآلو بخارا في آراد براندينك، أؤمن أن الركائز الأساسية للنجاح في التجارة هي «المعلومات» و«التواصل».أي تاجر أو علامة تجارية موثوقة وصلت إلى مكانة مهمة، هو ثمرة سنوات من الجهد في جمع البيانات الدقيقة، تحليل السوق، وبناء علاقات واسعة مع العملاء والموردين والشركاء الخارجيين.في التجارة اليوم، وجود المنتج وحده غير كافٍ؛ يجب أن نعرف أين، كيف، وبأي طريقة نقدمه. وهذا لا يتحقق إلا من خلال المعلومات الصحيحة والتواصل الهادف.

● الكاتبة: بدري حمزة خاني، تاجرة آلو بخارا آراد براندينك.

الإنتاج العالمي ٣



تحويل الإنتاج إلى تجارة، طريق الكرامة الاقتصادية

الإنتاج في مسار التجارة خطوة مهمة لتوفير فرص العمل للدولة وزيادة الدخل الوطني في ظل الظروف الاقتصادية الصعبة، وهو الطعم الحلو للتجارة نحو تحقيق الثراء ورفاهية الأسرة.لقد اختبرت أن الطريق الحقيقي لإنقاذ الاقتصاد يمر عبر الإنتاج الذي يكون هدفه الأسواق التجارية.إذا اكتفينا بالإنتاج والبيع المحلي فقط، فلن نصل أبدًا إلى الازدهار الذي نستحقه.لكن عندما يُعرض منتجنا في واجهة التجارة الدولية، تظهر قيمته الحقيقية.التجارة ليست فقط مصدر دخل، بل هي مصدر كرامة؛ للمُنتج وللدولة معًا.

● الكاتب: محمد سادقيان، رئيس قسم الأثاث في طهران آراد براندينك.

المهندس قرباني: التصدير يعني اللعب وفق القواعد الدولية. ومن لا يعرف هذه القواعد، فلن يكون له مكان في المنافسة العالمية، مهما كان منتَجه جيدًا.فهم السوق، التسعير الصحيح، والتواصل الفعّال هي مفاتيح النجاح.

بدء التعاون مع آراد براندينك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

الرقم ٧٩
الجمعة
١٤٤٥/٠١/٢٩
الصفحة ٣
آراد براندينك
AradBranding.com

تاجر صامت عميل صامت

الكثيرون عندما يدخلون عالم التجارة ويحصلون على ترقية أو عرض ترويجي، يظنون أن النظام سيقوم بجذب العملاء وتسويق المنتجات تلقائيًا، وأن كل شيء سيسير دون تدخل منهم.لكن الحقيقة أن التجارة الحقيقية لا تعمل بهذه الطريقة. التجارة تعني "عرض نشط للقدرات"، أي أنك يجب أن تظهر، تُعرّف نفسك، تعلن عن وجودك، وتتفاعل باستمرار.النظام ليس أكثر من مسرح، وإذا لم يدخل الممثل إلى خشبة المسرح، فلن يكون هناك عرض إطلاقًا. لقد شاهدت مرارًا بعض التجار لديهم صفحات في بيت التجارة، ولكن السيرة الذاتية فارغة، لا توجد صورة، لا يوجد ستوري، ولا حتى تعريف بالمنتج أو بأنفسهم على موقع آراد براندينك.وهذا يعني "صمت كامل"، وفي عالم التجارة، الصمت يعني "الإقصاء".جوجل يبحث عن مؤشرات النشاط؛ فإذا لم يكن هناك أي أثر لك على موقع آراد براندينك أو شبكات التواصل، فخوارزميات البحث ستعتبرك غير نشط ولا تستحق الظهور. العميل كذلك يبحث عن شخص يُعرّف نفسه، يضع صورًا حقيقية، يرد على الرسائل، ويُظهر أنه يعمل فعليًا.الظهور يعني "الحضور المستمر"، يعني إنتاج محتوى، إرسال صور حقيقية للشحنات، النشر في الستوري، التعريف الدقيق بالمنتج، الرد على الرسائل، وحتى طرح الأسئلة على العميل.عليك أن تُشعر جوجل، العميل، والنظام كلّه، بأنك موجود، نشط، جدير بالثقة، وجاهز للتعاون. من يجلس وينتظر فقط، لن يُرى، ولن يبيع.التجارة طريق اختياري، والظهور في هذا الطريق يبدأ بـ"التحرك المستمر"، لا بالانتظار السلبي. فإذا كنت تاجرًا حقيقيًا، لا تختبئ، بل كُن حاضرًا دائمًا.

● الكاتب: حميدرضا عقيلي، تاجر الأثاث في آراد براندينك.

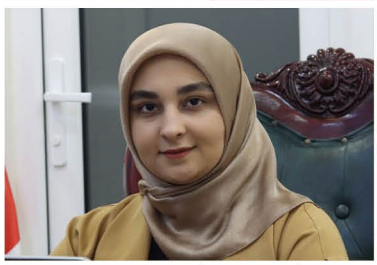
الرزق الطيب ١

التجارة بنيّة، والخدمة بهدف

تُظهِر هذه التعاليم أن التجارة في الإسلام ليست مجرد وسيلة لكسب المال، بل فرصة لخدمة المجتمع ونيل رضا الله.ينظر الإسلام إلى التجارة بنظرة أعمق وأسمى من مجرد تحقيق الربح؛ فهي أداة لتحقيق العدالة الاقتصادية، ومساعدة الآخرين في معيشتهم، وتعزيز التماسك الاجتماعي. عندما يدخل التاجر ميدان التجارة بنية خير، فإنه لا يحقق الربح لنفسه فحسب، بل يخلق فرص عمل، ويسهم في النمو الاقتصادي، ويخدم المجتمع. وهذا يعني أن التجارة هي طريق للتقرب إلى الله. كما أن التزام التاجر بالمسؤولية الاجتماعية يعكس جوهر الروح الإسلامية في التجارة، ويضمن استمرارية النجاح على المدى الطويل.

● الكاتب: محمد أحمدي، مدير الملاط في الصومال، آراد براندينك.

التحول التجاري ٢



الرائد في توفير الصحة

أعتبر التجارة مسارًا للتنمية، التحول، وخلق القيمة؛ مسار يوفّر فرصًا متعددة للنمو الفردي والتأثير على نطاق واسع.في مجال تخصصي للألياف والمستلزمات الطبية، تقع على عاتقي مسؤولية تأمين المنتجات الصحية والمتوافقة مع المعايير العالمية، وهي مهمة جدية وحساسة تُتابع بدقة وانضباط ونظرة احترافية. ما يهمني في هذا المسار هو الجمع بين الالتزام، الجودة، والابتكار؛ لأنني أؤمن بأن منتجات القطاع الصحي، أكثر من أي سلعة أخرى، تحتاج إلى بناء الثقة، الشفافية، والمعايير الدقيقة للإنتاج والتوزيع.

● الكاتبة: مرضية شالچي، رئيسة قسم الملابس الطبية في قم آراد براندينك.

تحليل السوق ٣

التركيز على الجودة، والنظر نحو التنمية

في مجال تجارة البلاط والسيراميك، كان تركيزي دائمًا على تحديد الفرص التي يمكن أن تؤدي إلى تنمية مستدامة للأسواق المحلية والخارجية.أظهرت التجربة أن إقامة تواصل فعال مع العملاء وتحليل دقيق لاحتياجاتهم يمهد الطريق لخلق قيمة وتقديم خدمات عالية الجودة. لهذا السبب، سعيت لاستغلال القدرات المتاحة لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج والحفاظ على رضا الجمهور بشكل مستمر. بالنسبة لي، يجب أن يكون كل منتج لسانًا يعبر عن الالتزام، الجودة، والرؤية المستقبلية؛ وأن يكون كل تفاعل منصة لانطلاق تطوير العلامة التجارية والتغلغل في الأسواق المستهدفة. هذا النهج الاستراتيجي جعل نشاطي لا يقتصر على البيع فقط، بل يشكل أساسًا لبناء الثقة والتعاون طويل الأمد مع العملاء.

● الكاتبة: مريم خاكي، رئيسة قسم البلاط والسيراميك في أصفهان آراد براندينك.

الأستاذ وحيد: التجارة تعني بناء المستقبل بالإرادة والقرار.دائمًا أقول: من يعرف كيف يبني تواصلًا صحيحًا، هو دائمًا المنتصر في ميدان التجارة.التجارة ليست مجرد شراء وبيع، بل هي بناء طريق للمبيعات.

الـرقـــم ٧٩
الـجـمـعـــة
١٤٤٥/٠١/٢٩
الصفحـــة ٤
آراد برندينك
AradBranding.com

عمان بوابة التصدير فرصة ذهبية لإيران

كان مشاهدة هذا المقطع بالنسبة لي جذابة ومليئة بالفائدة، لأنه قدّم صورة شاملة ودقيقة عن قدرات سلطنة عمان في مجال التجارة الخارجية.تُعتبر عمان، بفضل حدودها البحرية المشتركة مع إيران وموقعها الاستراتيجي في مضيق هرمز، واحدة من الفرص الذهبية للتصدير الإيراني. ما لفت انتباهي بشكل خاص هو الإدارة الاقتصادية الناجحة لهذا البلد، الذي يضم حوالي ٥ ملايين نسمة، والذي رغم اكتشاف النفط المتأخر، حقق في التسعينيات نموًا اقتصاديًا مزدوج الرقم، وصل حتى إلى ٣٤٪. اليوم، يصل حجم صادرات عمان السنوية إلى أكثر من ٦٣ مليار دولار، ويشكّل الجزء الأكبر منها إعادة تصدير خاصة إلى دول شرق إفريقيا، مما يؤكد أهمية عمان كبوابة رئيسية لدخول سوق القارة الأفريقية. سوق عمان، ليس فقط بسبب الاستقرار الاقتصادي والقوانين الجمركية الواضحة، بل وأيضًا بفضل الروح التجارية لشعبها، توفر بيئة مناسبة لتطوير صادرات إيران.يمكن للسلع مثل الأسمنت، الزعفران، النباتات الطبية، الأحجار البنائية، البلاستيك عالي الجودة، والمواد الغذائية المعبأة أن تدخل هذا السوق بسهولة وتحقق استمرارية إذا ما استوفت المعايير اللازمة.النقطة الأساسية أن الشعب العماني ينظر إلى التجارة بنظرة إيجابية واستراتيجية؛ حيث يشترون الكثير من السلع ليس للاستهلاك الداخلي فقط، بل بهدف إعادة التصدير، وهذا يفتح فرصًا فريدة للتجار الإيرانيين. في بعض أجزاء المقطع، ذُكر أن بعض الشركات العمانية تعمل على تصميم منصات تصديرية خاصة بها مستندة إلى نموذج آراد برندينك الناجح؛ وهو ما يدل على صحة وفاعلية مسار عملنا. باختصار، عمان ليست مجرد سوق استهلاكي، بل نقطة انطلاق ذكية لتصدير إيراني متقدم.

الكاتبة: سيدة سونيا شكري، المستشارة التجارية في آراد برندينك.

جودة مستدامة ١

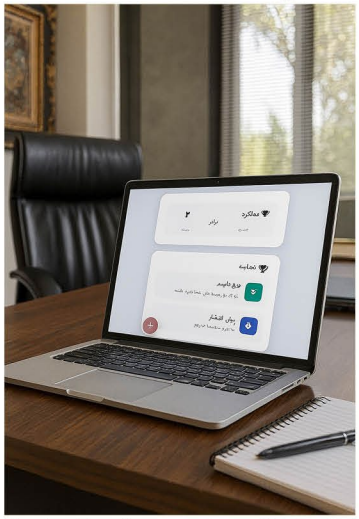
الجل الملكي؛ تجارة دقيقة للأسواق الخاصة

في تجارة الجل الملكي المحلية، يلعب عاملان دورًا حيويًا: أولاً، ثبات الجودة في عملية التوريد والتغليف، وثانيًا، استمرارية سلسلة التبريد حتى لحظة التسليم للمستهلك.الجل الملكي هو منتج حي وحساس للغاية، حيث يمكن لأدنى تغير في درجة الحرارة أو التعرض للضوء أو مدة التخزين أن يؤثر على خواصه. لقد تمكنا، بالاعتماد على المعايير المهنية واختيار الموردين الملتزمين، من الحفاظ على جودة هذا المنتج بأعلى مستوى. من جهة أخرى، ساهمت المعرفة الدقيقة بأسواق استهلاك هذا المنتج الخاصة، مثل المراكز العلاجية للطب التقليدي، والعطاريين الموثوقين، والمستهلكين المحترفين، في جعل التوزيع موجهًا وفعالًا.

الكاتب: سيد شهاب الدين روحاني، رئيس قسم الجل الملكي في طهران آراد برندينك.

بيت التجارة ٢

سجل الأداء؛ المسار الشفاف للنمو في بيت التجارة آراد برندينك



في قسم «الأداء» في بيت التجارة آراد برندينك، تُعرض مؤشرات مثل نسبة اعتماد المنشورات، توقيت النشر، وحالة النشاط اليومي للتجار بدقة ووقت حقيقي.يساعد هذا القسم التجار على مراقبة أدائهم بشكل مستمر، تصحيح نقاط الضعف، رفع جودة المحتوى المرسل، وتسريع وتيرة النمو التجاري.تسجيل تقرير الأداء اليومي والانتباه إلى إحصائيات هذا القسم من متطلبات المسار المهني في التجارة مع آراد، ويُظهر مدى التزام وتخطيط واستعداد كل تاجر لدخول المشاريع والأسواق الأكثر جدية.معلومات هذا القسم ليست فقط أداة تقييم فردية، بل هي أساس لبناء الثقة مع مديري المشاريع والاختيار في فرص التعاون الأكبر.

الكاتبة: راضية سوري، موظفة الوحدة الفنية في آراد برندينك.

عنوان متجر آراد برندينك: Shp.AradBranding.com

تقدّم مستدام ٣

تجارة صحيحة، حياة أفضل

التجارة ليست مجرد بيع المنتج؛ بل تعني بناء مسار مستدام من الإنتاج حتى رضا العميل.ما كان له أهمية كبيرة في مسيرتي هو «الفهم الدقيق للسوق المستهدف».الكثير يمتلكون منتجات جيدة، لكنهم لا يعرفون أين، ولمن، وبأي لغة يجب تقديمها. هنا يأتي دور تحليل احتياجات العميل وتطابق التغليف والسعر والرسالة وحتى توقيت العرض.النقطة التي ألتزم بها دائمًا هي أنه إذا شعر العميل حقًا بأنك تقدر قيمته، فلن يشتري فقط، بل سيصبح سفيرًا لعلامتك التجارية. التجارة تعني إقامة علاقة رابحة للجميع، وليس مجرد صفقة عابرة.عندما دخلت عالم التجارة، تعلمت أن الصبر والاستمرارية أثمن من أي رأس مال؛ فالفرص ليست دائمًا خلف الأبواب المغلقة، وأحيانًا يكفي فقط أن تبذل جهدًا أكبر لتفتح تلك الأبواب بنفسها.في التجارة، ينجح من يفكر أولاً في نمو نفسه، ثم في الربح، لأن نموك الشخصي يجلب الربح تلقائيًا.

الكاتبة: أكرم سلطان زاده، تاجر العسل في آراد برندينك.

المهندس شباني: التجارة تعني بناء مسار مستدام، وليس مجرد شراء وبيع لحظي. من يعرف مبادئ التواصل، بناء الثقة والاستمرارية، يمكنه أن يظل ثابتًا في أي سوق، وثباته هو سر النجاح التجاري.

بدء التعاون مع آراد برنديك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد برندينك
الرقم ٧٨
الخميس
١٤٤٦/٠١/٢٨
الصفحة ١
AradBranding.com

تعامُل ذكي وضمان موثوق

في تصدير البطانيات إلى الأسواق الدولية، تُعتبر العناية بنوع المواد الخام، الألياف، والمعايير المضادة للحساسية أمورًا ذات أهمية بالغة للحفاظ على جودة وراحة المستهلك. لكن الأمر لا يقتصر على الجودة الفنية فقط.في تصدير البطانيات، تلعب عوامل مثل تصميم التغليف، معايير الصحة في جمارك البلد المستورد، طرق التخزين، وحتى الذوق الثقافي للدولة المستهدفة دورًا حيويًا.البطانيات من السلع التي تُحد ضمن المنتجات الأساسية، ويمكن أيضًا تقديمها كهدية، وتستخدم في مناسبات خاصة مثل فصل الشتاء أو المساعدات الإنسانية. لذلك، يجب على التاجر المحترف أن يستغل مختلف فرص التسويق وقنوات البيع لتعريف أفضل بهذا المنتج.التعاون مع المنتجين الموثوقين، الرقابة الدقيقة على عملية التعبئة، والالتزام بالمعايير الدولية، كلها شروط ضرورية لدخول ناجح إلى أسواق تصدير البطانيات. في مجموعة آراد برنديك، تتم جميع هذه الخطوات بمنهجية احترافية، دعم فني، وتركيز على السوق المستهدف لضمان تصدير مستدام ومربح. توسيع شبكات التوزيع الدولية والحضور الفعّال في المعارض المتخصصة يُعتبران من العوامل المهمة لنجاح تصدير البطانيات. كما أن الاهتمام بردود فعل العملاء الخارجيين والتحسين المستمر في جودة المنتجات يعززان من سمعة العلامة التجارية ويحافظان على حصتها في السوق العالمي. الاستثمار في تدريب الفرق المحلية على معايير الجودة وخدمة العملاء يساهم بشكل كبير في تعزيز قدرة الشركة على المنافسة في الأسواق الدولية. كما أن الابتكار في تصميم المنتجات وتكييفها مع متطلبات الأسواق المختلفة يعزز من فرص النجاح والتوسع. بالإضافة إلى ذلك، بناء شراكات استراتيجية مع موزعين محليين في البلدان المستهدفة يساهم في تسهيل عملية الدخول وزيادة المبيعات بشكل مستدام.

● الكاتب: مسعود روحي، مدير قسم البطانيات في الصين آراد برنديك.

تجارة مفيدة ١

اللوز التصديري، جسر بين الصحة والاقتصاد

اللوز الشجري هو أحد أثمن المنتجات الزراعية التصديرية، حيث يحتوي على أحماض دهنية مفيدة، فيتامين E ومركبات مضادة للأكسدة، مما يجعله يحتل مكانة خاصة في سلة الغذاء للأسر حول العالم، وكذلك في صناعة الأدوية والمنتجات الصحية. بالإضافة إلى الاستهلاك المباشر، يُستخدم هذا المنتج على نطاق واسع في إنتاج حليب اللوز، زبدة اللوز، المكملات الغذائية، اللوشنات، وكريمات العناية بالبشرة. تعتبر الهند، كواحدة من مراكز استهلاك وتجهيز اللوز، سوقًا مهمًا للمصدرين المحترفين، مما يتطلب تزويدًا منتظمًا وفهمًا عميقًا للسوق. توفير جودة ثابتة والالتزام بالمواصفات الدولية يعززان من مكانة المنتج في الأسواق التنافسية ويضمنان استمرارية الطلب من العملاء العالميين.

● الكاتب: صادق نعمتي، مدير اللوز الشجري في الهند آراد برنديك.

الثبات ٢

طعام يدوم، سوق عالمي

التونة تُعدّ من المصادر القيمة للبروتين الحيواني، وتحظى بمكانة مميزة في سلة غذاء العديد من الدول. بفضل عملية التعليب عند درجات حرارة مرتفعة، تتمتع التونة بعمر افتراضي طويل وتحافظ على طعمها الطبيعي دون الحاجة إلى مواد حافظة كيميائية. هذه الخصائص تجعل التونة ذات أهمية كبيرة في صادرات المواد الغذائية، وكذلك في برامج التغذية لدى المنظمات الدولية والمتاجر الكبرى. تُعتبر دولة الإمارات سوقًا مهمًا للمصدرين المحترفين بسبب الطلب العالي وتنوّع أذواق المستهلكين. كما أن الاهتمام بالتغليف الجذاب والمعايير الصحية في جمارك الإمارات يُعدّ مفتاح النجاح في هذا السوق التنافسي.

● الكاتب: عباس غفاربور، مدير قسم التونة في الإمارات آراد برنديك.

الدقة في الاختيار ٣

جودة في التصدير، ودقة في الاختيار

في شحن البطانيات إلى الأسواق الدولية، يُعتبر الاهتمام بنوع المواد الأولية، الألياف، والمعايير المضادة للحساسية أمرًا ذا أهمية بالغة للحفاظ على جودة وراحة المستهلك. ولكن المسألة لا تقتصر فقط على الجودة الفنية. في تصدير البطانيات، تلعب مواضيع مثل تصميم التغليف، المعايير الصحية للجمارك في بلد الوجهة، طريقة التخزين، وحتى الذوق الثقافي للبلد المستورد دورًا حيويًا.البطانيات من السلع التي تُعتبر من المنتجات الأساسية، ويمكن تقديمها كهدايا، وتستخدم في مناسبات خاصة مثل الشتاء أو المساعدات الإنسانية. لذلك، يجب على التاجر المحترف أن يستفيد من قدرات التسويق المتنوعة وقنوات البيع لتعريف أفضل بهذا المنتج. التعاون مع المصنعين الموثوقين، السيطرة الدقيقة على عملية التعبئة، ومتابعة المعايير الدولية، كلها ضرورات لدخول ناجح إلى أسواق تصدير البطانيات. في مجموعة آراد برنديك، تُجرى جميع هذه المراحل بمنهجية احترافية، دعم فني، وتركيز على السوق المستهدف لتحقيق تصدير مستدام ومربح. في ظل المنافسة الشديدة في الأسواق العالمية، يجب على التاجر التركيز أيضًا على الابتكار في تصميم المنتجات وتقديم خدمات ما بعد البيع لضمان رضا العملاء. تعزيز التواصل المستمر مع الشركاء التجاريين يساعد في بناء علاقات طويلة الأمد وفتح آفاق جديدة للتوسع.

● الكاتب: مسعود روحي، مدير قسم البطانيات آراد برنديك.

مهندس قرباني: التجارة الناجحة تعني فهم دقيق لاحتياجات السوق والاستجابة بجودة مناسبة. في التصدير، المنتج وحده ليس المهم؛ بل طريقة العرض، التواصل، والمصداقية المهنية تحدد المسار.

بدء التعاون مع آراد برنديك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد برندينك
الرقم ٧٨
الخميس
١٤٤٦/٠١/٢٨
الصفحة ٢
AradBranding.com

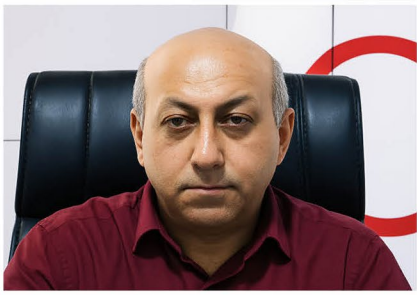
التركيز على العلامة التجارية يعني ترسيخ المكانة في السوق

لقاء المدير العام آراد برنديك مع تجّار الزهور والنباتات

إحدى الجلسات القيمة والمؤثرة التي عُقدت في الماضي كانت لقاءً بمناسبة يوم زراعة الأشجار بحضور المدير التنفيذي لشركة آراد براندينك وجمع من التجار النشطين في مجال الزهور والنباتات.تم تنظيم هذه الجلسة بنهج عملي وتجريبي تمامًا، مما وفر بيئة مناسبة لتبادل الآراء، ونقل الخبرات، ومناقشة التحديات والفرص الموجودة في مسار تجارة منتجات الزهور والنباتات.في بداية الجلسة، أشار المدير التنفيذي إلى أهمية الاستفادة من خبرات الآخرين، مؤكداً أن العديد من النقاط التي يطرحها التجار تأتي نتيجة سنوات من الخبرة الميدانية، وأن نقل هذه النقاط للآخرين يمكن أن يسهل مسار التجارة لكثيرين.من أهم المواضيع التي نوقشت في هذه الجلسة كانت مشاكل التوريد في أوقات ومناسبات خاصة، والتي قد تسبب تقلبات حادة في الأسعار واضطراب الاتفاقيات التجارية. وفي هذا السياق، تم اقتراح أن تدخل آراد براندينك بشكل مباشر في هيكل التوريد لبعض القطاعات ذات الاستهلاك العالي لضمان استقرار سلسلة التوريد في التصدير.موضوع مهم آخر كان مناقشة المبيعات أحادية المنتج، التي رغم أنها قد تبدو مربحة في البداية، إلا أنها بسبب طول الوقت والانشغالات التنفيذية تؤدي إلى فقدان التركيز على العملاء الرئيسيين. وأكد الحضور على ضرورة تفويض مثل هذه الطلبات لأشخاص موثوقين، ليتمكن التاجر من توجيه طاقته نحو الأسواق ذات السعة العالية. في جزء آخر من الجلسة، تم مناقشة موضوع التخصص في اختيار المنتج، حيث تم التأكيد على أن التركيز على منتج واحد محدد والسعي لأن يصبح المرجع المختص فيه هو أكثر نجاحًا من التشتت في منتجات متعددة.

● الكاتب: سعيد حجت الإسلامي، مدير مستخلصات النباتات الطبية في آراد براندينك.

اعتبار العلامة التجارية ١



تصدير ناجح للمنتجات الغذائية إلى عمان

عرض المنتجات الغذائية المصنعة في الأسواق الدولية يتطلب الامتثال لمعايير سلامة الغذاء، تاريخ الانتهاء، وطرق التعبئة. في دول منطقة الخليج، وخاصة عمان، هناك حساسية كبيرة تجاه صحة المستهلك وجودة التصنيع. أي ضعف في مراقبة النظافة، المواصفات الفنية، أو ظروف التخزين قد يؤثر على مصداقية العلامة التجارية. نحن في آراد برنديك، وبمعرفتنا لقوانين استيراد بلد الوجهة، وبالتعاون مع منتجين ملتزمين، نقدم منتجات ذات جودة عالية ومعايير تسويقية جذابة. كما نحرص على تحديث مستمر لعملياتنا الإنتاجية لضمان تلبية متطلبات الأسواق المتجددة وتعزيز ثقة عملائنا في منتجاتنا.

● الكاتب: محمد رضا داغستاني، مدير منتجات الأغذية المصنعة في عمان آراد برنديك.

التجارة بلا حدود ٢

اكسر حدود التجارة العالمية

التجارة هي فنّ عبور حدود القيود؛ حيث الإيمان الراسخ، الجهد المستمر، والرؤية العالمية تحوّل الأحلام إلى أرباح وواقع ملموس. في هذا الطريق، التاجر الحقيقي هو من لا يعرف السوق فقط، بل يصنع المستقبل أيضًا. فهو يدرك أن النمو المستدام لا يتحقق بدون الجرأة في اتخاذ القرار والالتزام بالجودة. نحن في آراد برنديك نمهد هذا الطريق لكي يتمكن التجار من أن يكونوا الفاعلين الرئيسيين في الاقتصاد العالمي، مدعومين بالعلم والخبرة الدولية. حتى أصغر خطوة في مسار التجارة العالمية، إذا كانت مبنية على فهم صحيح لاحتياجات السوق ومعرفة ثقافة المستهلك، يمكن أن تصبح نقطة تحول في بناء العلامة التجارية. كما نؤمن بأن الابتكار والتجديد المستمر هما مفتاحا النجاح في مواجهة تحديات الأسواق العالمية المتغيرة.

● الكاتب: عليرضا حاجي حسيني، مسؤول خميرة طهران آراد برنديك.

جودة التصدير ٣

أهمية المواد الخام في إنتاج الأرضيات المصدرة

تختلف الأرضيات حسب نوع المواد المستخدمة في مقاومتها للرطوبة، والتآكل، والاحتراق، مما يؤثر على التكلفة والطلب في السوق. في الأسواق التصديرية، يُعد اختيار الأرضيات التي تجمع بين الجودة والمتانة والمظهر الجذاب عاملاً حاسماً في نجاح المبيعات. نحن في آراد برنديك نسعى من خلال تحديد دقيق لخصائص المنتج واحتياجات السوق المستهدفة، إلى تقديم أرضيات تجمع بين المعايير الفنية والتنافسية الاقتصادية. هذه الدقة في الاختيار تساهم في خلق ميزة تنافسية مستدامة. كما نولي أهمية كبيرة لتدريب فرقنا على أفضل ممارسات خدمة العملاء لضمان رضا المستهلك وتعزيز مكانتنا في الأسواق العالمية.

● الكاتب: على رضا شاهزيدي، مسؤول قسم الأرضيات أصفهان آراد برنديك.

الأستاذ وحيد: في التجارة، المبدأ الأول هو الفهم الدقيق لاحتياجات السوق، والمبدأ الثاني هو القدرة على الاستجابة الفعالة لتلك الاحتياجات. إذا لم يُلتزم بهذين المبدأين، فلن يجد حتى أفضل وأعلى جودة منتج زبائن.

آراد برندينك
الرقم ٧٨
الخميس
١٤٤٦/٠١/٢٨
الصفحة ٣
AradBranding.com

إلى أن تنفذ لن تحقق ربحًا

سرّ نجاح التجّار

تحدثت الأستاذة تاليا عن إحدى المشكلات الشائعة لدى المبتدئين في مجال التجارة؛ وهي أن كثيرًا ممن يدفعون التكاليف ويدخلون العملية، ينتظرون أن يأتي من يوجههم خطوة بخطوة. في حين أن تنفيذ الخدمات يشبه بناء مبنى: تم شراء الأرض، وتوفرت المواد، ورُسمت الخريطة، لكن إن لم يقل صاحب المشروع للمقاول "ابدأ"، فلن يُبنى شيء. النقطة الجوهرية هي أن الكثير يعتقد أن دفع المال يعني بداية النجاح، بينما النتيجة لا تظهر إلا عند الدخول في مرحلة التنفيذ. كثيرون توقفوا عند مرحلة اتخاذ القرار، ويتوقعون نتائج دون تنفيذ.تم التأكيد على أن النجاح يعتمد أولاً وأخيرًا على العميل. لا التعليم، ولا رأس المال، ولا حتى جودة المنتج تعني شيئًا إذا لم يكن هناك عميل. تم تقديم أمثلة لأطباء ومحامين ومنتجين يمتلكون كفاءة عالية، لكن بدون عملاء، ليس لديهم دخل.النقطة الأساسية الأخرى: يجب على كل شخص أن يربح من قدراته الحالية. حتى ميزة بسيطة كأن يكون "موثوقًا" يمكن أن تكون أساسًا للتجارة، بشرط أن يعرّف نفسه، ويسوّق لها، ويدخل السوق بالشكل الصحيح. لا أن ينتظر الكمال ليبدأ. كما تم الإشارة إلى أن من حصلوا على خدمات ولم ينفذوها، لا يمكنهم توقع أن تُنجز فرق العمل المشاريع دون مشاركة وتوجيه واضح من العميل. تم التأكيد أيضًا على أن التجارة ليست وصفة جاهزة تُسلَّم للعميل، بل هي مسار يُبنى بالمحاولة والخطأ. وبالاجتهاد الشخصي.الفرق بين التاجر الناجح وغير الناجح ليس في الموارد، بل في الجرأة على التنفيذ والمتابعة المستمرة.وأخيرًا، من لا يتحمّل مسؤولية قراراته، سيبقى أسير التردد، حتى لو توفّرت له أفضل الأدوات والدعم. ولهذا، فإن الانطلاقة الحقيقية تبدأ عندما يتوقف الشخص عن البحث عن من يُمسك بيده، ويبدأ هو بصناعة خطوته الأولى بثقة ومسؤولية.

● الكاتب: إسماعيل دانشي، المستشار التجاري في آراد برنديك.

التأمين الذكي ١

ذكاء التأمين، قوة السوق

بفضل المعرفة العميقة بالسوق وشبكة التوريد الواسعة، يلعب دورًا محوريًا في ضمان جودة فائقة، وتقديم أسعار تنافسية، والتسليم في الوقت المحدد لهذا المنتج الاستراتيجي في الأسواق المحلية والخارجية.في مجال المنتجات الزراعية، يُعتبر اختيار وقت الحصاد، وطريقة الفرز، وظروف التخزين، ومسار النقل، جميعها عوامل تؤثر على مدة الصلاحية، والسعر، ورضا المشتري. نحن في آراد برنديك نسعى لفهم هذه العوامل بدقة ومعرفة السوق المستهدف جيدًا، لتوفير بصل لا يلبي فقط احتياجات العملاء، بل يمتلك أيضًا القدرة على المنافسة في السوق الدولي. كما نؤمن في آراد برنديك بأن الابتكار المستمر وتحسين العمليات هما مفتاح النجاح المستدام في الأسواق التنافسية.

● الكاتب: عيسى وحيدي، تاجر بصل آراد برنديك.

المنتجات التصديرية ٢

دور اللوجستيات في جودة الأدوية الصادرة

البداية في التجارة أصعب من التجارة نفسها، لأن التحديات الأولى لا تظهر في السوق، بل تتشكل في عقولنا. الخوف من الفشل، قلة الخبرة، نقص رأس المال، أو القلق من المستقبل، كلها حواجز إذا لم نتجاوزها، لن ندخل المسار أبداً.لكن عندما تُخطو الخطوة الأولى، يبدأ الطريق بالتوضح تدريجياً. الدعم التنظيمي، التدريب المستمر، ومرافقة الأشخاص ذوي الخبرة في مجموعة آراد برنديك، توفّر فرصة حقيقية للنمو لكل مبتدئ. فقط عندما تؤمن بقدرتك، تكون قد قطعت نصف طريق التجارة.

● الكاتب: عيسى ميرعلائي، رئيس قسم أنابيب وصلات أصفهان آراد برنديك.

النظرة المهنية ٣

تاجر آرادي، مصدر يركز على القيمة

في العصر الحالي، حيث تتصل الأسواق ببعضها البعض، أصبحت التجارة فناً يتطلب المعرفة، والشجاعة، ورؤية جديدة. في آراد برنديك نؤمن أن كل خطوة في هذا المسار تمثل فرصة للنمو والتطور الفردي والتنظيمي؛ من تحسين عمليات الإنتاج وتوحيد المعايير إلى استخدام استراتيجيات تصدير مبتكرة، تتركز جهودنا على خلق قيمة مضافة للعملاء وتعزيز مكانة المنتجات المحلية في الأسواق العالمية.هذا النهج الشامل والمستقبلي لا يلبي فقط الاحتياجات الحالية، بل يمثل أيضاً نوراً يرشد لبناء مستقبل مستدام وناجح في ميدان التجارة. يكون استثمار القدرات العالمية مجدياً عندما تتجاوز نظرتنا مجرد البيع، وتركز على خلق القيمة.

● الكاتبة: فاطمة ربيعي توسّل، رئيسة قسم التعبئة المعقمة بالمستشفيات في همدان آراد برنديك.

المهندس شباني: في التجارة الاحترافية، الفائز هو من يدرس بنية عقل الطرف الآخر قبل التفاوض. الفهم الدقيق لاحتياجات العميل، والتوقيت المناسب لعرض العرض، غالبًا ما يكونان أكثر تأثيرًا من أي حجة أخرى.

بدء التعاون مع آراد برنديك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد برندینگ
الرقم ٧٨
الخميس
١٤٤٦/٠١/٢٨
الصفحة ٤
AradBranding.com

الكويت سوق ذهبي تصدير ذكي وربح مستدام

الكويت هي واحدة من الدول الصغيرة المطلة على الخليج العربي، وبالرغم من مساحتها المحدودة، فإنها تتمتع بأحد أعلى معدلات الدخل للفرد في العالم، وتُعتبر دائمًا وجهة مناسبة للسلع الإيرانية.يُحب الناس في هذا البلد، رغم توجهاتهم التقليدية، السلع الإيرانية الأصيلة كثيرًا، وترجع العلاقات التجارية بينهم وبين إيران إلى ما قبل الثورة الإسلامية.نظرًا للدخل النفطي العالي والدعم الواسع، يُقدّر متوسط دخل الأسرة الكويتية الشهري بين ٣٥٠٠ إلى ٤٥٠٠ دولار أمريكي، مما يتيح قدرة شرائية مرتفعة للمستهلكين في هذا البلد. ومع ذلك، فهم دقيقون وحساسون جدًا بشأن جودة ونوعية تغليف المنتجات.من بين السلع المفضلة لدى الشعب الكويتي، تحتل المنتجات التقليدية مثل الزعفران والعسل والسجاد والحرف اليدوية الإيرانية مكانة خاصة، لكنهم يتوقعون أن تُقدم هذه المنتجات بتغليف أنيق، عصري، ومناسب لكرامة المستهلك. في مجال الاستيراد، يبحث التجار الكويتيون عادةً عن منتجات يمكنهم بيعها بسهولة في السوق المحلية.لوجستيًا، فإن إرسال البضائع إلى الكويت سهل ومنخفض التكلفة، مع توفر عدة طرق مثل موانئ بندر عباس، بوشهر، خرمشهر وحتى جزيرة قشم للنقل البحري.كما أن وجود حدود رسمية يجعل عملية التخليص الجمركي متوقعة وقابلة للبرمجة.رغم أن الكويت دولة صغيرة، إلا أن أهميتها في التجارة الخارجية لإيران كبيرة، لأن الناس يشترون البضاعة للاستهلاك، وليس فقط للمقارنة السعرية.من جهة أخرى، تُعتبر الكويت بوابة الدخول إلى أسواق دول مجلس التعاون الخليجي الأخرى مثل قطر، البحرين، والسعودية، وإقامة علاقات مستدامة مع العملاء الكويتيين يمكن أن تؤدي إلى توسيع الصادرات إلى باقي دول المنطقة.

● الكاتبة: إلهة آرام، المستشارة التجارية في آراد برندينك.

تجارة الصحة ١

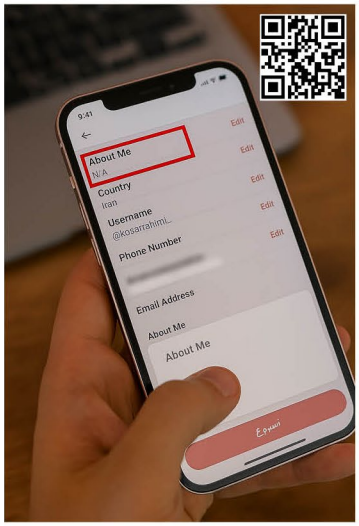
دور الزعتر الإيراني في أسواق الصحة العالمية

تشكل الصادرات دورًا هامًا في نمو الاقتصاد الوطني، حيث تساهم في زيادة فرص العمل، تحقيق عائدات نقدية، وتعزيز القوة المالية للدولة.بالنظر إلى القدرات الواسعة لإيران في مجال النباتات الطبية وخصائصها العلاجية الفريدة، يمكن أن تحقق صادرات هذه المنتجات حصة كبيرة في الأسواق العالمية.إن وضع معايير جودة، تطوير سلسلة التوريد، وتحديد الأسواق المستهدفة بدقة، من الإجراءات التي ترفع مكانة إيران في صناعة النباتات الطبية.من ناحية أخرى، يدعم تأييد المنتجين المحليين وربطهم بشبكات التصدير استدامة هذه الصناعة بشكل كبير.

● الكاتبة: فاطمة محمدي مجد، رئيسة قسم الزعتر البري في سمَنان، آراد برندينك.

تطبيق ٢

سيرة ذاتية احترافية، مصداقية دولية



في تطبيق آراد برندينك، قسم «About Me» هو واجهة تقديمك للتجار الأجانب ومديري المشاريع. إذا ملأت هذا القسم بدقة واحترافية، فإنك تظهر تقديرك لعلامتك الشخصية. أظهرت الدراسات أن الملفات الشخصية التي تحتوي على سيرة ذاتية كاملة تُشاهد حتى ٥ مرات أكثر وتحصل على فرص تواصل وتصدير أكبر. لذا، لا تتجاهل هذا القسم؛ كن محترفًا في ظهرك. قسم «السيرة الذاتية» في تطبيق آراد برندينك هو المكان المناسب لتقديم خلفياتك، مهاراتك، ومجال تخصصك بشكل دقيق. كلما كُتب هذا القسم بدقة واحترافية أكبر، زادت مصداقية الشخص في نظر الجمهور الدولي. في كثير من الحالات، يكون القرار الأولي للتعاون مبنيًا على هذه المعلومات المختصرة لكنها أساسية.

● الكاتبة: راضية سوري، موظفة في القسم الفني لدى آراد برندينك.

عنوان متجر آراد برندينك: Shp.AradBranding.com

تصدير المواد الغذائية ٣

التفاح المجفف؛ الذهب الصحي التصديري

الفواكه المجففة غنية بالقيمة الغذائية ومليئة بالفيتامينات، المعادن، والألياف. هذه الوجبة الخفيفة الصحية تمنح طاقة كبيرة وتُعد بديلاً جيدًا للوجبات الخفيفة غير الصحية.في السوق العالمية اليوم، يبحث المستهلكون عن منتجات توفر صحتهم وتُقدّم ضمن عبوات صحية، معيارية، وطويلة العمر الافتراضي. يجتذب التفاح المجفف اهتمامًا خاصًا في هذه الفئة من السوق. بفضل قدرات الإنتاج المحلية، والتواصل المباشر مع المزارعين، ومراقبة الجودة خطوة بخطوة، واستخدام الإمكانيات التصديرية لدى آراد برندينك، تمكنا من ترسيخ هذا المنتج في سلة الصادرات الإيرانية.هدفنا هو أن يُعرف التفاح المجفف الإيراني ليس فقط كوجبة مفيدة، بل كرمز للجودة والصحة في الأسواق العالمية. تعزيز الوعي بفوائد هذا المنتج وتقديمه في أسواق جديدة يمكن أن يزيد بشكل ملحوظ من حصة إيران في تصدير الأغذية الصحية.

● الكاتبة: شهين گرگاني، رئيسة قسم التفاح المجفف في آذربايجان الغربية، آراد برندينك.

الأستاذ تاليا: التصدير الناجح لا يبدأ بمنتج جيد فحسب، بل يبدأ بفهم دقيق للسوق المستهدف. في مبادئ التصدير، ما يحدد النجاح هو القدرة على التنبؤ، التكيف مع ثقافة المستهلك، واستمرارية التوريد.

آراد برندينك
الرقم ٧٧
الأربعاء
١٤٤٦/٠١/٢٧
الصفحة ١
AradBranding.com

البداية من التعريف والتحرك نحو النجاح

الورد الأصيل ١

الورد الإيراني عطرٌ عالمي من الزهرة والمناخ

جودة ماء الورد لا تقتصر على زهرة الكل محمدي فحسب، بل هي نتاج ارتباط دقيق بين المناخ، توقيت الإزهار، نوع الصنف، طريقة الحصاد، وتقنيات التقطير. في كل منطقة، تؤثر الاختلافات المناخية، ومستوى الرطوبة، وساعات التعرض للشمس، في الرائحة والطعم النهائيين. على المورّد المحترف أن يُحدّد قبل الجمع ما إذا كان المنتج للاستهلاك المحلي أو للتصدير، إذ إنّ الأسواق الدولية تتطلب ماء ورد عالي التركيز، نقيّ بالكامل، طويل الأمد، وذو تغليف مطابق للمعايير. إنّ الفهم الدقيق للظروف البيئية، والمعرفة بالمعايير العالمية، والالتزام بالقواعد الصحية، هي مفاتيح إنتاج منتج يسطع ليس فقط في السوق الإيراني، بل في الأسواق العالمية أيضًا.

● الكاتبة: سپيده صفازاده، تاجرة ماء ورد لدى آراد برنديك.

الدوام ٢

السيراميك ليس جميلًا فقط، بل يتمتع بالدوام

في إنتاج البلاط والسيراميك، يؤثر التوازن الدقيق بين أنواع الطين، كمية الماء، درجة حرارة الحرق، ومدة التعرض للحرارة بشكل مباشر على جودة المنتج. لكن أهمية الأمر لا تقتصر على المتانة الميكانيكية فقط، بل تحدد هذه العوامل المقاومة النهائية للمنتج أمام امتصاص الماء، التجمد، الاحتكاك والصدمات الحرارية.المُنتج الذي يعرف بدقة هذه المتغيرات يمكنه تقديم منتج ليس فقط جميلاً ومتعدد التصاميم، بل قادر أيضًا على المنافسة في الأسواق التصديرية. اختيار المواد الأولية المناسبة والتحكم في عملية الحرق يشكلان أساس دوام العلامة التجارية في سوق السيراميك العالمي.

● الكاتب: سعيد أمين، تاجر بلاط وسيراميك لدى آراد برنديك.

في مسار التجارة، يُعدّ أحد أكبر العوائق الذهنية التي يُعاني منها الكثير من المبتدئين هو الخوف من الإعلان عن الذات وتقديم النفس. يظنّ كثيرون أن التحوّل إلى تاجر يجب أن يحدث في صمت وسرّية، داخل غرفة مغلقة، دون ضجيج، حتى يأتي اليوم الذي ينجحون فيه فجأة، ثم يصرّحون: "لقد أصبحت تاجراً". لكن واقع التجارة أبعد بكثير من هذا التصوّر الانعزالي؛ فالتجارة ميدان للحضور، وساحة للظهور والتعريف وبناء العلاقات. وللأسف، كثير من الأشخاص، خصوصًا في بداية الطريق، يمتنعون عن تقديم أنفسهم كتجّار خوفًا من حكم الآخرين أو خشية الفشل. بينما في الحقيقة، يبدأ النجاح من لحظة الإعلان. اللحظة التي يجرؤ فيها الإنسان على الظهور ويقول: "أنا هنا، أعمل في هذا المجال، وأنا تاجر لهذا المنتج". أذكر ذات يوم أنني كتبت جملة بسيطة في سيرتي الذاتية على أحد مواقع التواصل: "أنا تاجر أرضيات بناء"، وبعد أيام قليلة تواصل معي مُورّد أجنبي من الإمارات، وانتهى ذلك الاتصال بعقد جاد. ولو لم أُقدِم على هذا التعريف في ذلك الوقت، لضاعت الفرصة بلا شك. فالتعريف بالنفس هو أبسط، ولكن أهمّ خطوة لدخول عالم التجارة المحترفة. الإخفاء لا يمنح فقط جذب العملاء، بل يُضيّع فرصة التواصل مع المورّدين والشركاء وحتى المرافقين التجاريين. ومن ناحية نفسية، نجد أن كثيرين بسبب الأفكار المترسخة منذ الطفولة يعتقدون أنه لا يجب الحديث عن العمل حتى يكتمل. لكن التجارة ليست امتحان مدرسة تُهمّ فيه الدرجة النهائية فقط.في التجارة، لا تبدأ الفرص إلا عندما تبدأ أنت بالإعلان عن نفسك.

● الكاتب: حامد صداقت، تاجر أرضيات لدى آراد برنديك.

المدير التنفيذي ٣

أسرار التفاوض، أساسيات التصدير

في التجارة، المعلومات أهم من رأس المال. يتعلم كل تاجر محترف أولاً، ثم يتفاوض. التفاوض يعني الاستماع، التحليل، والرد بالنبرة المناسبة. في التصدير، الصدق في التعريف، الدقة في الإرسال، والالتزام بالوعود هي مفتاح النجاح. كثيرون ينتظرون الظروف المثالية، لكن التجارة للذين يبدؤون بشجاعة وينمون في الطريق. نحن في آراد برنديك نؤكد دائماً: إذا أردت أن تكون تاجراً، يجب أن تكون سفيراً جيداً، لأن التصدير ليس مجرد نقل بضائع، بل نقل شخصيتك المهنية.أنجح المصدرين هم من يعطون التفاصيل اهتماماً جاداً؛ من نوع التغليف حتى اختيار أفضل وقت للإرسال. في عالم المنافسة اليوم، الفارق بين صفقة ناجحة وصفقة ضائعة هو جملة واحدة جيدة في التفاوض.

● الكاتبة: زهرا رضائي، منتورة التصدير لدى آراد برنديك.

الأستاذ وحيد: في التجارة، المبدأ الأول هو معرفة حاجة السوق، والمبدأ الثاني هو الاستجابة لها بحل مميز.
بدون هذين المبدأين، يكون البيع مؤقتًا؛ لا دائمًا، ولا مربحًا. التجارة تعني بناء الطريق، وليس مجرد اتباعه.

بدء التعاون مع آراد برنديك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد برندينك
الرقم ٧٧
الأربعاء
١٤٤٦/٠١/٢٧
الصفحة ٢
AradBranding.com

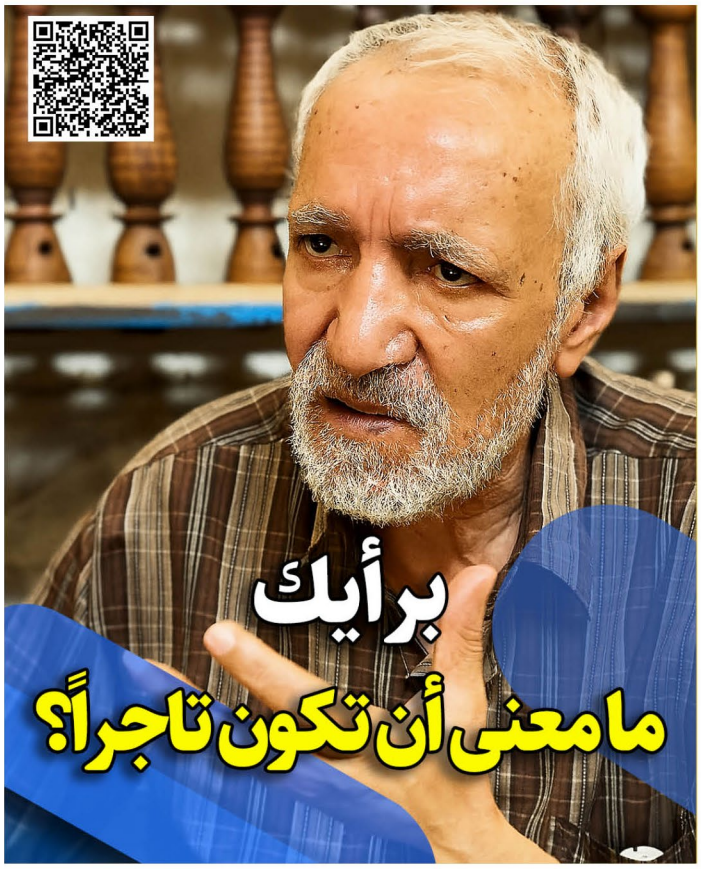
الاقتصاد بنكهة الثقافة والتجارة في خدمة الهوية الإيرانية

هو ليس فقط الشخص الذي يشتري ويبيع السلع، بل يلعب دوراً محورياً في دورة الإنتاج، التوريد، التوزيع وحتى السياسات الاقتصادية. سواء كان مُصدّراً يقدم منتجاً محلياً يحمل هويته الوطنية الكاملة إلى الأسواق العالمية، أو مستورداً يفهم احتياجات المجتمع بدقة ويسعى لتوفير أفضل الخيارات من المنتجات العالمية؛ في كلتا الحالتين، يتحمل التاجر مسؤولية كبيرة.

التاجر الحقيقي، منذ اليوم الأول لدخوله هذا الطريق، يجب أن يلتزم بمبادئ تتجاوز الربح الشخصي. عليه أن يدرك أن عمود التجارة هو "الثقة"، وهذه الثقة لا تتشكل إلا بالصدق، الشفافية، الالتزام، والسلوك المهني. لا ربح يدوم إذا كان مبنياً على الخداع أو الغش. التجار ذوو النظرة القصيرة قد يحققون أرباحاً في البداية، لكنهم سرعان ما يختفون من ميدان المنافسة. أما الذين يلتزمون بالأخلاقيات والمبادئ التجارية، فهم يعززون علامتهم التجارية الشخصية والتجارية، ويسيرون على طريق النمو المستدام.

التجارة فن في خلق التوازن بين الإنتاج والتوزيع. يجب أن يكون للتاجر نظرة رحيمة تجاه المنتج، وفي نفس الوقت يفهم احتياجات السوق ورغبات المستهلك بشكل صحيح. خصوصاً في مجالات مثل المنتجات الزراعية، الحرف اليدوية، السجاد، النباتات الطبية أو المنتجات الغذائية، يجب على التاجر أن يرى نفسه حلقة وصل بين الثقافة والاقتصاد. لأن كل سلعة تُصدّر هي سفير من أرضنا. حين نصدر منتجاً، لا نرسل فقط سلعة، بل نعرض ثقافتنا، جودة منتجاتنا، وسمعتنا الوطنية. وعندما نستورد، يجب أن يكون ذلك بمسؤولية ودقة وإنصاف لتلبية احتياجات الناس بأفضل شكل، وليس لإضعاف السوق المحلية أو خلق تبعية غير ضرورية. التاجر الواعي يقدّر جهود الفلاح الإيراني، الصناعي الإيراني، والفنان الإيراني. لا ينبغي له أن يفكر فقط في مصلحته، بل يجب أن يرى سلسلة القيمة كاملة: من المورد إلى المستهلك النهائي. التصدير مقدس عندما يعزز الإنتاج المحلي. الاستيراد ذو قيمة عندما يعالج نقص السوق، وليس عندما يدفع الإنتاج المحلي للسقوط. التاجر الحقيقي هو الوسيط المربح بين الناس والأسواق العالمية؛ ليس مجرد وسيط، ولا تاجر يبحث عن الربح دون التزام. في آراد برنديك، هذا النهج المسؤول في التجارة كان أساس النشاط منذ تأسيس المجموعة. نؤمن أن التاجر يجب أن يهتم بنمو بلده، ليس بالكلام فقط، بل بالفعل. يجب أن يكون متعلماً، ملتزماً، نشيطاً وصبوراً. يجب أن يستطيع التعلم، بناء فريق، إنتاج محتوى، تقديم نفسه، التواصل، ويصبح تدريجياً من ناشط اقتصادي إلى علامة تجارية موثوقة.

● الكاتب: سعيد أكبرپور، منتور صادراتي لدى آراد برنديك.



الإنتاج المتقدم ١

منافسة القطع الإيرانية في السوق العالمية

يجب تصميم وتصنيع قطع غيار الشاحنات والحافلات وفقاً للمعايير العالمية من حيث الجودة، المتانة، الأداء والسلامة. إذا كانت هذه القطع على مستوى فني عالي، فهي لا تلبي احتياجات السوق المحلي فقط، بل تستطيع أيضاً منافسة العلامات التجارية العالمية المرموقة في الأسواق الخارجية بسهولة.هدفنا في آراد برنديك هو إنتاج قطع تجمع بين الهندسة المتقدمة والتقنيات الحديثة، وتوفر ميزة تنافسية مستدامة في التصدير. تطوير التصدير في هذا المجال يتطلب دقة في اختيار المواد، مراقبة جودة مستمرة، وتحديث تقنيات الإنتاج.

● الكاتب: عليرضا بابايي، مدير قطع غيار الشاحنات في أذربيجان لدى آراد برنديك.

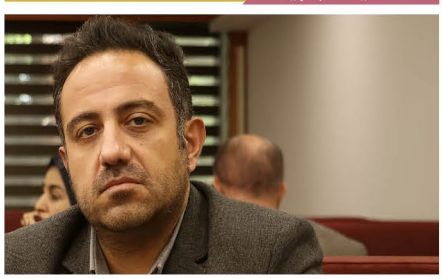
الجودة التجارية ٢

ديمومة الجودة في معجون الطماطم التصديري

يجب أن تتم عملية إنتاج معجون الطماطم بطريقة تحافظ ليس فقط على طعم ولون وملمس الطماطم، بل أيضاً على قيمها الغذائية مثل فيتامين C والليكوبين لفترة طويلة. التقييس في الإنتاج، استخدام طماطم عالية الجودة، التحكم الدقيق في درجة الحرارة، والتغليف السليم، كلها عوامل تجعل هذا المنتج خياراً موثوقاً للأسواق المحلية والتصديرية. يمكن لمعجون الطماطم أن يحظى بمكانة مناسبة في سلة التصدير عندما يلبي رضا المستهلك من حيث الصحة الغذائية وثبات الجودة. كما يلعب الالتزام بمعايير النظافة والتحكم الدقيق في عملية الإنتاج دوراً مهماً في زيادة مدة صلاحية وقبول هذا المنتج عالمياً.

● الكاتب: مرتضى زارعي، مدير معجون الطماطم في السعودية لدى آراد برنديك.

الشفافية التجارية ٣



دور الجودة في تصدير الزجاج الصناعي

في عملية إنتاج الزجاج، يلعب التحكم الدقيق في درجة الحرارة وسرعة التبريد دوراً مهماً في تحديد الجودة النهائية. خصائص مثل الشفافية العالية، المقاومة الميكانيكية، القدرة على المرونة، بالإضافة إلى تحمل الضغط والصدمات، تعتمد جميعها على هذه العملية.كلما كان التحكم في مرحلة الصهر والتبريد أدق، كان أداء الزجاج المنتج أفضل في المجالات الصناعية، الإنشائية، والصحية. هذه الخصائص جعلت الزجاج من أكثر المواد الأولية استخداماً في مختلف الصناعات.في التصدير، جودة عملية إنتاج الزجاج هي العامل الحاسم في جذب العملاء الأجانب. هذه التفاصيل الفنية تمثل ميزتنا التنافسية في الأسواق الدولية.

● الكاتب: مهدي غفاري مقدم، تاجر زجاج لدى آراد برنديك.

الأستاذ تاليا: التصدير يعني فن الدخول إلى ملعب اللعبة العالمية. الناجح هو من يستطيع فهم حاجة السوق المستهدفة، معايير المنتج، وبنية النقل، ثم يدمجهم بذكاء. التصدير هو الدخول الذكي إلى عقل السوق العالمي.

الرقم ٧٧
الأربعاء
١٤٤٦/٠١/٢٧
الصفحة ٣
آراد براندينك
AradBranding.com

الصادرات المستمره تجربة آرادي

أنا مسعود ميرخلف، تاجر من قلب آراد براندينك؛ ربما عينيّ لا ترى العالم الخارجي، لكن بقلبٍ بصير وجدت طريقي في عالم التجارة. ما يعتبره كثيرون عقبة، كان لي دافعًا لأثبت أن القدرة لا تقتصر على البصر، بل تعتمد على الإيمان، المثابرة، والإرادة. على مدى ست سنوات في آراد براندينك، وبفضل الله وبمساعدة فريق مجتهد، اجتزت طريق التجارة والتصدير بكل تحدياته، واليوم أفتخر بأن بصماتي موجودة في عدة دول. قبل شهر، أرسلت شحنة إلى أفغانستان. ولدي أيضاً تجربة ناجحة في التصدير إلى اليابان، ولا زلت على تواصل مع ذلك الفريق وأنتظر طلباتهم القادمة.كما تعاونت مع عميل هندي لإرسال ٢٤ وحدة من معجون التمر، وكانت تجربة أخرى في مساري. وحتى في السوق المحلية، لدي عملاء في محافظة قم طلبوا كميات كبيرة من منتجاتنا. وقريباً، بإذن الله، سأبدأ التصدير إلى تركيا وأسعى لعلاقة تعاون مستمرة مع تلك المنطقة.في ١٤ مهر ١٤٠٣، شحنت طنّين من معجون التمر إلى كرج، وكان ذلك خطوة مهمة أخرى في رحلتي. التصدير بالنسبة لي ليس مجرد عمل تجاري، بل رحلة لإثبات أنه لا حدود للنمو والتأثير. هذا الطريق هو طريق النمو الشخصي، توسيع العلاقات الدولية، وإظهار القوة الحقيقية للمنتج الإيراني. لا تدع أي عائق يوقفك، فكل تحدٍ هو فرصة جديدة للنجاح والتميّز في عالم التجارة. التصدير ليس عبور حدود جغرافية فحسب، بل هو توسيع لحدود الطموح والرؤية. كل خطوة تخطوها في عالم التجارة تفتح أمامك أبوابًا جديدة.

● الكاتب: مسعود ميرخلف، رئيس قسم السكر السائل في قم لدى آراد براندينك.

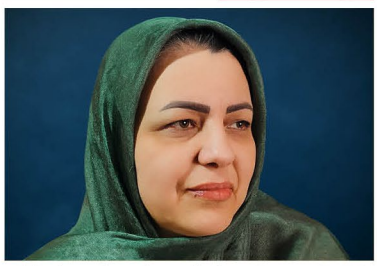
السوق المستهدف ١

تصدير العسل؛ حاجة إلى المعايير العالمية

الأسواق الدولية للعسل تتأثر بشكل رئيسي بجودة المنتج، ودقة عمليات المعالجة، والالتزام بالمعايير الصحية، والتوافق مع متطلبات المستهلكين في مجالات الصحة والتغذية. من ناحية أخرى، فإن التغليف الحديث، والشفافية في مكونات المنتج، وتقديم شهادات السلامة، تلعب دورًا أساسيًا في بناء ثقة العملاء الأجانب. ولا يمكن تحقيق تصدير ناجح للعسل إلا إذا كانت سلسلة الإنتاج من تربية النحل إلى التوزيع النهائي تحت إشراف علمي وبما يتماشى مع المعايير. كما أن اختيار مصدر رحيق النباتات والمناخ المناسب للإنتاج، يمكن أن يعزز بشكل كبير من القيمة التصديرية للعسل.

● الكاتبة: فرحناز غلامپور، مديرة قسم العسل في الإمارات آراد براندينك.

جودة التصدير ٢



نقش لجستيک درکیفیت داروهای صادراتی

الالتزام بسلسلة التبريد في نقل الأدوية الحساسة، مثل اللقاحات والأنسولين، يلعب دوراً حيوياً في الحفاظ على فعالية الأدوية ومنع تلفها حتى تصل إلى المستهلك. هذا الأمر لا يؤثر فقط بشكل مباشر على الصحة العامة للمجتمع، بل يساهم أيضاً في تقليل تكاليف العلاج وزيادة الثقة في سلسلة توريد الأدوية.في هيكل تجارة الأدوية، يُعد الالتزام بالمبادئ العلمية، الدقة في عمليات التعبئة، والتحكم الدقيق في ظروف التخزين ضماناً لنجاح وتطوير تصدير هذه المنتجات. كما أن الانتباه للمعايير الدولية في لوجستيات الأدوية يمهد الطريق لدخول الأسواق العالمية.

● الكاتبة: طاهرة آيين، تاجرة أدوية لدى آراد براندينك.

التجارة العالمية ٣

دليل الدخول إلى سوق التمور في الهند

تمور مضافتي تُعد من المنتجات الإستراتيجية لإيران في مجال التصدير، وتعتبر الهند من الأسواق ذات الطلب المرتفع التي تملك قدرة كبيرة على استيعاب هذا المنتج.التقارب في الأذواق الغذائية بين شعبي إيران والهند، ووجود عدد كبير من المسلمين، وتنوع الثقافات، خاصة في المناسبات مثل شهر رمضان، يجعل الطلب على التمر المضافتي في الهند مستمراً وعالياً.لكن دخول السوق الهندي يتطلب فهماً دقيقاً لخصائص هذا السوق. فالهنديون عادةً صبورون ومهتمون بالتفاصيل في التفاوض، ويفضلون المفاوضات الطويلة؛ لذا يجب التحلي بالصبر والدقة والاهتمام في التعامل معهم. في هذا السوق، الاحترافية هي العامل الأهم.

● الكاتب: حسين خلجي، رئيس قسم تمر مضافتي طهران آراد براندينك.

المهندس قرباني: البيع يعني فهم دقيق لاحتياجات العميل والرد عليها بشكل مهني. لا يمكن تحقيق بيع ناجح بدون بناء الثقة والمتابعة المستمرة. البيع يعني بناء علاقة مفيدة ومستدامة.

بدء التعاون مع آراد براندينك:
Wa.me/989190808088
كن مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.
T.me/Aradbranding_News

آراد براندینگ
الرقم ٧٧
الأربعاء
١٤٤٦/٠١/٢٧
الصفحة ٤
AradBranding.com

اسس التجارة
نظرة استراتيجية

عندما يُناقش في جمع آراديها مبادئ النجاح في التجارة، قلّ من لا يعرف النظرة الدقيقة والواقعية للأستاذ وحيد. كمدير استراتيجي للمجموعة، يؤكد دائماً على عدة مبادئ أساسية في مسار التصدير والتفاوض، والتي من الضروري لكل تاجر، سواء كان مبتدئاً أو ذا خبرة، أن يسمعها.أول هذه النقاط المهمة التي نسمعها دائماً من الأستاذ هي: «الاتصال أولاً، ثم الشحن». بمعنى أن التصدير لا يبدأ أبداً من بوليصة الشحن والجمارك، بل يبدأ بالتعريف، وبناء الثقة، والحوار المهني إذا لم يتمكن التاجر من التفاوض، فستبقى سلعة منتجه على الأرض حتى لو كانت الأفضل.النقطة الثانية هي الشفافية في الكلام والصدق في المعاملة. لقد قال الأستاذ وحيد مراراً: «العميل الخارجي يبحث أكثر من أي شيء عن الصدق والاستمرارية. لا تقدم وعداً لا تستطيع الوفاء به. العميل الوفي هو نتيجة التزامك الحقيقي.»المبدأ الثالث هو فهم ثقافة وسلوك العميل في السوق المستهدفة. لا يمكن التعامل مع عميل عربي، هندي، أو تركي بنفس الأسلوب الذي نتحدث به داخل البلاد. ينصح الأستاذ دائماً بأنه قبل إرسال حتى رسالة واتساب واحدة، يجب أن تعرف كيف يفكر الطرف الآخر، ما هو المهم لديه، وما الأسلوب الذي لا يفضله في الحوار. النقطة الرابعة هي الإلمام التام بمعلومات المنتج والسوق المستهدف. كثيراً ما رأيت الأستاذ يختبر التجار في الاجتماعات ويسألهم: «إذا سألك العميل ما هو المعيار الدولي للمنتج، هل لديك جواب؟»وهذا يعني أنه لا يجب الجلوس على طاولة التصدير بدون استعداد كامل.وأخيراً، المبدأ الخامس والأهم الذي يقدمه الأستاذ وحيد كمهارة حاسمة للتاجر هو: القدرة على البدء وتعريف نفسك كتاجر محترف.

● الكاتب: مهدي قرائي، نائب مدير المفاوضات الداخلية في آراد براندينك.

بداية التصدير ١

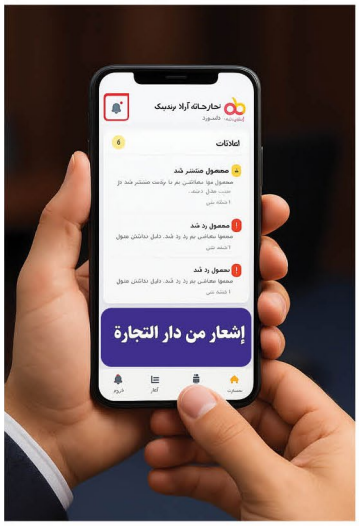
بداية التصدير مع الزبيب؛ جسر يربط بين المزرعة والسوق العالمية

إيران من أكبر منتجي الزبيب في العالم، لكنها لم تحظَ بعد بمكانتها الحقيقية في الأسواق العالمية.بفضل إدراكي لهذه الإمكانات الكامنة واهتمامي الشخصي بالزراعة والتصدير، قررت أن أكون جسرًا يربط بين المزارعين المجتهدين في البلاد والأسواق الدولية.الزبيب منتج دائم، صحي، وشائع الاستهلاك في الأسواق العالمية، يتميز بقيمته الغذائية العالية وسهولة تصديره.هذه الخصائص، إلى جانب إمكانية التعبئة المتنوعة وسهولة النقل، تجعل منه خيارًا مثاليًا لبدء عمل تجاري تصديري.هدفي هو التنمية المستدامة والمساهمة في رفع مكانة الزبيب الإيراني على المستوى الدولي.

● الكاتب: علي لواساني، رئيس قسم الزبيب الذهبي في طهران آراد براندينك.

بيت التجارة ٢

من الانتشار إلى التقييم؛ تواصل دقيق لكل منشور



قام القسم الفني في تجارتخانه آراد براندينك، ضمن تطوير بنياته التحتية الذكية، بإطلاق ميزة إعلام دقيقة وفورية لحالة منشورات التجار النشطين. يستطيع جميع التجار الأعضاء في تجارتخانه تفعيل التنبيهات الداخلية ليكونوا على اطلاع مستمر بآخر مراحل نشر، اعتماد، وترتيب محتوى منشوراتهم التجارية.توفر هذه الميزة، خاصة للتجار الحريصين، إمكانية متابعة أفضل لأنشطة علامتهم التجارية الشخصية، تحليل تفاعل المستخدمين، وتعديل استراتيجيات المحتوى بفعالية.أي تأخير في النشر، حاجة لتحسين السيو أو مراجعة العنوان، يتم إعلام الفرد بها مباشرة عبر إشعارات على الصفحة الرئيسية. يأتي هذا الإجراء في إطار تعزيز شفافية الأداء المحتوى، تقليل الأخطاء البشرية، ورفع جودة مخرجات تجارتخانه.

● الكاتبة: سوگند نادی، موظفة القسم الفني في آراد براندينك.

عنوان متجر آراد براندينك: Shp.AradBranding.com

التحول الآمن ٣

التقدم في السلامة، من المعايير إلى الثقافة

بدأ تاريخ الأحذية الواقية في إيران مع تنفيذ أول المعايير الوطنية في عام ١٣٤٤ هـ.ش، حين تم وضع وتنفيذ معيار حذاء السلامة للمرة الأولى كخطوة جدية لتنظيم وضمان جودة أحذية السلامة. كان الهدف من هذه المعايير هو استخدام أحذية مناسبة لطبيعة كل مهنة وتوفير الخصائص الوقائية المطلوبة في البيئات الصناعية وورش العمل.مع مرور الوقت وتطور الصناعات المختلفة، تطورت أحذية السلامة لتلبي الاحتياجات الجديدة.تقدم التكنولوجيا دفع المصنعين نحو تصميمات أكثر تطورًا، مواد أكثر متانة، والالتزام الدقيق بمبادئ الأرغونوميا.من المحطات المهمة في هذا المسار، زيادة وعي أرباب العمل والعمال بأهمية استخدام معدات السلامة، وخاصة الأحذية الواقية، في السنوات الأخيرة.هذا الوعي ساهم بشكل كبير في تقليل الحوادث المهنية، وغرس ضرورة استخدام أحذية آمنة وذات معايير عالية في مختلف الصناعات.

● الكاتبة: هانيه فرخندي، تاجرة أحذية السلامة في آراد براندينك.

المهندس شعباني: تصبح التجارة والتصدير ناجحة عندما تقوم على فهم السوق، التواصل الفعّال، والالتزام بالوعود. إذا كنت تعرف المبادئ الصحيحة، يمكن لأي منتج أن يتحول إلى فرصة اقتصادية كبيرة.