

# تحول مهني تحول شخصي

الرقم ٨٤  
الأربعاء  
١٤٤٥/٠٢/٠٥  
الصفحة ١



AradBranding.com



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 يليق طموحاتي وقدراتي الداخلية. قررت إجراء تغيير جذري في نمط حياتي ومهنتي. منذ يونيو ٢٠٢٣، انضمت إلى مجموعة آراد براندينج من بندر تشابهار، وهي مدينة تقع في أقصى جنوب إيران، ذات معامل تجاري سبعة، وبعد خضوعي للتدريب وبدء نشاطي في مجال التجارة الداخلية، توصلت إلى أن قدراتي وإمكاناتي يمكن أن تؤثر أيضاً في مجال التصدير. بمشورة ومرافقة أساتذة المجموعة، ارتقيت بمسيرتي، ورفعت من مستواي المهني، وفي أكتوبر ٢٠٢٤ بدأت إقامتي في مدينة قم لمتابعة نشاطاتي التصديرية من مركز البلاد. كان هذا الانتقال، رغم صعوبته وتحدياته، بهدف النمو والوصول إلى آفاق جديدة، واليوم أصبحت نتائج هذا القرار ملموسة ومحفزة بالنسبة لي. على عكس الماضي حيث كنت أعمل في الإدارة والهياكل الإدارية، أنا الآن أسير لتحقيق أهدافي الشخصية وتطوير اقتصادي ذاتي. كان اختياري لدخول مجال تصدير مواد التنظيف مدروساً بدقة وإرشادات مجموعة آراد؛ منتج دائم الطلب في المنطقة وله سوق واسع في الدول المجاورة. حالياً، أجريت مفاوضات فعالة وحضورية عبر الإنترنت مع عدة ممثلين أجانب، وإحدى العقود في مراحلها النهائية من الاتفاق. عملية بناء السوق تسير بجدية وأتوقع مستقبلاً مشرقاً لهذا المسار. بلا شك، فإن سنوات خبرتي الطويلة في التعليم والتربية كان لها أثر كبير في نجاحاتي التجارية.

الكاتب: محسن جهان تيغ، رئيس قسم مسحوق الغسيل في مدينة قم، آراد براندينج.

## المدير الأعلى بناء الثقة، شرط أساسي للبيع



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

الكاتب: فرشته مؤمن، عضو فريق التوريد في آراد براندينج.

كونوا مراسلينا ومحركينا  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد براندينج:  
Wa.me/989190808088

المهندس شعباني: التجارة تعني إيجاد الحاجة، بناء الطريق، وخلق القيمة للآخرين. نؤمن بأن كل تاجر ناجح يجب أن يكون في البداية خادماً؛ خادماً للناس، خادماً للسوق، وخادماً للصدق، وهذا الصدق هو أساس التجارة المستدامة.

## الابتكار الإيراني



**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 «كوير» هو نتاج جهود مخترع إيراني ملتزم، ينتج ماءً صحياً وفعالاً بدون نفايات. يمكن لاستخدام هذا الجهاز أن يحسّن نمط الاستهلاك ويكون خطوة فعالة في إدارة أزمة المياه. هذه التقنية ليست فقط استجابة لأزمة المياه، بل تمثل أيضاً رمزاً للقدرة العلمية والمسؤولية البيئية لدى الإيرانيين. دعم مثل هذه الإنجازات يعني استثماراً في مستقبل مستدام وصحي للأجيال القادمة. الكاتب: بابك نظري، تاجر أجهزة تنقية المياه في آراد براندينج.

## الإنتاجية المستدامة



**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 الحديثة، والعمليات المحسنة. تحسين الإنتاجية لا يساهم فقط في النمو الاقتصادي، بل يعزز جودة الحياة أيضاً. زيادة الإنتاجية في المنظمات تتطلب بناء ثقافة مناسبة، تدريب مستمر، ورصد منظم للأداء؛ فهذه الطريقة فقط يمكن تفعيل القدرات الخفية للموارد البشرية والمادية وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. في النهاية، الإنتاجية هي المحرك الأساسي للتنمية المستدامة والتقدم في أي منظمة ومجتمع. الكاتب: بهنام أمير، مدير نيات الإمارات في آراد براندينج.

# دفتر التجارة العالمية المس التجارة

الرقم ٨٤  
الأربعاء  
١٤٤٥/٠٢/٠٥  
الصفحة ٢



AradBranding.com



حتى قبل عدة سنوات، كان دخول الأسواق العالمية يتطلب المرور بمسارات مكلفة ومعقدة؛ حجز تذكرة الطيران، تعبئة الحقائق، بعينات من البضائع، التنسيق مع الوسطاء، المشاركة في المعارض الخارجية، وقضاء وقت ورأس مال كبير لبدء مفاوضات 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 «آراد براندينج» هو رد دقيق 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 المشتري الحقيقيين بدون الحاجة إلى وسطاء؛ مع إمكانية إرسال رسائل مباشرة، تقديم الأسعار، تعريف ميزات المنتج، والحصول على ردود فورية. في هذه المنصة، يتواجد التجار، الموردون، مندوبي 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

## مكتب التجارة العالمية بين يديك

### ٣ النمو العالمي



#### اللوز، جوهرة الطبيعة الذهبية

مع النمو العالمي في الاهتمام بالأغذية العضوية، يبرز اللوز بشكل خاص كأحد الخيارات الأولى المتألفة. 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 ومنح نكهة الصحة إلى موائد العالم. من قلب التراب النقي إلى سلة الصحة العالمية... اللوز الماماي هو سفيرنا الذهبي. وبالاعتماد على التعبئة الاحترافية، والمعايير الدولية، وسرد قصة الأصالة الإيرانية، يمكننا تحويل هذا الكنز الطبيعي إلى فرصة مستدامة في الاقتصاد غير النفطي للبلاد.

الكاتب: كيانوش رستمى، مدير قسم اللوز الماماي الهندي  
آراد براندينج.

### ٢ فرصة تصدير

#### فرص تصدير منتجات المفروشات

تعتبر صناعة منتجات النوم، كجزء من قطاع النسيج، من المنتجات مثل البطانيات، المقاراش، الوسائد، المراتب، الأغشية والمناشف، التي تمتلك قدرة عالية على التصدير إلى جانب السوق المحلي. ومن بين هذه المنتجات، تحظى المناشف بأهمية خاصة في التصدير بسبب استهلاكها الواسع، وسرعة تلفها، والطلب المستمر عليها. أصبحت محافظة آذربايجان الشرقية، من خلال تطوير البنى التحتية الإنتاجية، قطباً ناشئاً لإنتاج المناشف في البلاد، حيث شكلت مدن مثل تبريز ومراغة سلسلة كاملة من الإنتاج حتى التعبئة لهذه المنتجات. القرب الجغرافي من الدول المستهدفة مثل جمهورية آذربايجان، أرمينيا، روسيا وآسيا الوسطى، يوفر فرص تصديرية واسعة لهذه المنطقة.

الكاتب: سيديده حق سرشت، مديرة قسم البطانيات في الإمارات، آراد براندينج.



### ١ جسر التجارة



#### 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 والتقنيات والثقافات. من هذا المنظور، تعد التجارة عاملاً تفاعلياً في تقدم المجتمعات وخلق فرص جديدة للأفراد والشركات للتجارة دور في تعزيز الابتكار وريادة الأعمال، وفتح آفاق جديدة للتعاون والاستثمار. كما تساهم في بناء علاقات دولية قائمة على المصالح المشتركة، وتدعم المشاريع الصغيرة لتحقيق تنمية مستدامة.

الكاتب: مصطفى عباسي، مدير زيت المحركات في باكستان، آراد براندينج.

كونوا مراسلينا ومحريينا  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد براندينج:  
Wa.me/989190808088

الأستاذ تاليا: في التجارة، المبدأ الأول هو الفهم الدقيق لاحتياجات السوق، والمبدأ الثاني هو تقديم ميزة تنافسية بذكاء. إذا عرف التاجر ماذا يبيع، ولمن، وكيف ولماذا، سيكون طريق النجاح ممهداً أمامه.

# من العطار إلى التجارة المعرفة التي تكفي

الرقم ٨٤  
الأربعاء  
١٤٤٥/٠٢/٠٥  
الصفحة ٣



AradBranding.com



## معالج بدون دخل

الكثير من رجال ونساء هذا الوطن، 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 وقيمتها الخاصة. حان الوقت الآن لأن لا يحرك المنتج فقط، بل يحرك نفسه أيضاً! وأن يقدم نفسه للعالم.

الحقيقة 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، المسار، والثقة بالنفس للدخول إلى المرحلة التالية. التجارة اليوم لم تعد عملاً فردياً فقط؛ فكل شخص يعرف جزءاً من الطريق، وبالتعاون والشراكة يمكن تجميع سلسلة من التخصصات. من يعرف المنتج يكفي أن يقف بجانب من يعرف السوق، ويتقن لغة التواصل، ويفهم طرق الحصول على التصاريح.

عند مشاهدة هذه القصة، انجذب عقلي تلقائياً. رجل لديه سنوات طويلة من الخبرة في الطب التقليدي، ومعرفة عميقة بالأعشاب الطبية وفوائدها، يعمل منذ سنوات في مساحة محدودة لعطار؛ شخص يعرف تماماً أي نبات فعال 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.

٣

### البراند الإيراني

#### الزعفران الإيراني رمز الهوية والتفوق في التجارة العالمية

آراد براندينك، مجموعة رائدة في مجال بناء العلامات التجارية وتطوير الصادرات، تعمل بهدف تمكين المنتجين الإيرانيين وربطهم بالأسواق العالمية. تعتمد الشركة على التسويق الرقمي، تحليل الأسواق، وبناء العلامات الشخصية والتنظيمية، لتسهيل دخول الفاعلين الاقتصاديين إلى مجال التصدير. في عالم اليوم، لا يكفي الإنتاج بدون بناء العلامة التجارية وتطوير السوق. تساعد آراد براندينك المنتجين، من خلال شبكة واسعة من التجار والمتخصصين، على الوصول إلى المشتريين الأجانب مباشرة دون وسطاء، وتثبت علامتهم 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 براندينك.



٢

### الصادرات الفنية



#### رابطة الفن الإيراني بالسوق العالمية

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

الكاتب: بيجن بورتي، رئيس قسم الصناعات اليدوية في جيلان، آراد براندينك.

١

### الجزء الاقتصادية

#### تصميم مستقبل التجارة بالجرأة

في عالم التجارة المتغير اليوم، فقط من ينجح هم من يفكرون بجرأة وابتكار ويتجاوزون الأطر التقليدية ويبنّون المستقبل بأيديهم. التاجر المستقبلي لا ينتظر الفرص، بل يخلقها؛ هو ليس مجرد مقلد، بل صانع طريق. نحن في آراد براندينك لسنا مجرد مصدري للبضائع، بل نحن معماريون لفرص جديدة نرفع علم إيران في الأسواق العالمية. في هذا المسار، لا نخاف من المخاطر ولا نخلق الأعذار، لأننا نعلم أن التردد لا يجلب سوى الندم. الوقت الآن للعمل؛ يجب أن نهض، نصمم، نتحرك ونبني. التجارة بالنسبة لنا ليست مجرد وظيفة، بل رسالة لبناء مستقبل أكبر، أكثر وطنية وأدوم. جئنا لنحفر اسم إيران بذكاء على قمم التجارة العالمية.

الكاتب: أمير عظيم زاده، مدير قطاع الفولاذ في روسيا، آراد براندينك.



كونوا مراسلينا ومحركينا  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد براندينك:  
Wa.me/989190808088

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

# التصدير الموجه التجارة الذكية

الرقم ٨٤  
الأربعاء  
١٤٤٥/٠٢/٠٥



آراد براندينج الصفحة ٤

AradBranding.com

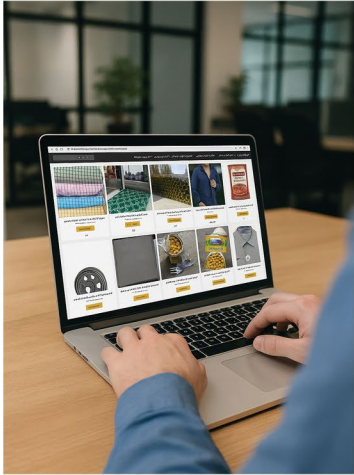


## بيت التجارة

### واجهة فخر التجار

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

الكاتبة: ریحانه بهرامي، موظفة في القسم الفني لدى آراد براندينج.



آدرس تجارتخانه آراد براندينج: Shp.AradBranding.com

## النمو المستدام

### من الأرض إلى العالم طريق ذكي لتصدير المنتجات الزراعية

في مسار تطوير التجارة الزراعية، أصبح الاستفادة من المعرفة المتخصصة، الفهم الدقيق للأسواق المستهدفة، والاعتماد على البنى التحتية التصديرية من العوامل الرئيسية للنجاح. ما يزداد أهمية اليوم في مجال تصدير المنتجات الزراعية ليس فقط الإنتاج، بل الإدارة الدقيقة لسلسلة التوريد، الحفاظ على الجودة خلال الشحن، الالتزام بالمعايير الدولية، وإقامة تواصل فعال مع العملاء الخارجيين. تمكنت بعض المجموعات الفاعلة في هذا المجال، بالاعتماد على قدرات الدعم من آراد براندينج، من بناء جسر فعال ومستدام بين المنتجين المحليين والأسواق العالمية. هذا النوع من النشاط يتجاوز مجرد بيع السلع، إذ يعكس نقل المصداقية والثقة والصورة الصحيحة لقدرات الزراعة الإيرانية إلى العالم. في زمن يتغير فيه التنافس العالمي بسرعة، ما يدوم هو النظرة المستهدفة، التحديث المستمر، والتقدم المبني على الخبرة والتعاون الذكي. طريق التصدير المستدام لا يمكن اجتيازه إلا بالتكامل الحقيقي بين الإنتاج، التوريد، والتسويق.

الكاتبة: معصومة شعباني، رئيسة قسم التفاح في طهران، آراد براندينج.

في الاجتماع التخصصي الأخير حول استراتيجيات تطوير الصادرات، شرح المهندس شعباني، رئيس مجلس إدارة آراد براندينج، رؤيته حول المبادئ الأساسية للتجارة ومسار النجاح في الأسواق الدولية. أكد على ضرورة اتباع نهج علمي وهندسي في التجارة، موضحاً 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، مشيراً 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، محكوم عليه بالفشل في التفاوض. وأكد المهندس شعباني، مستنداً إلى سنوات خبرة آراد براندينج في مجال تطوير الصادرات، أننا نسير اليوم في مسار يجب أن يكون التصدير فيه منظماً وقابلًا للتكرار ومبنياً على سلسلة متماسكة من الإنتاج حتى التسليم، وليس مجرد حدث عارض أو مؤقت أو شكلي. كما أشار إلى أنه لتحقيق التصدير المستدام، يجب تجاوز ثلاثة عناصر رئيسية التنظيم في جذب العملاء الأجانب، بناء علامة تجارية محترفة، ومنصة رقمية للتواصل المباشر مع المشتريين العالميين.

الكاتب: محمد عبد الله، المستشار التجاري في آراد براندينج.

## التجارة المبتكرة

### التاجر صانع الغد

التجارة هي الرقصة الديناميكية بين العرض والطلب؛ والتاجر هو الفنان الذي يمزج بين معرفة الاحتياجات، الإبداع والابتكار ليخلق منتجاً أو خدمة تسهل الحياة وتجعلها أكثر متعة. التجارة ليست مجرد تبادل للبضائع والخدمات، بل هي خلق قيمة، توفير فرص عمل، وبناء عالم أفضل للجميع. للتاجر مخاطر، لكنه يسير بخطى مدروسة وعقلية، يكتسب الخبرة مع كل خطوة ويقترب من مقام النجاح. في عالم تسوده المنافسة القاسية، التاجر الحقيقي هو من لا يخشى التحديات ولا يهرب من التغيير، بل يحولهما إلى منصة انطلاق له.

الكاتب: محسن حاج نايب، مدير قسم كابلات الكهرباء في السعودية، آراد براندينج.



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

كونوا مراسلينا ومحررينا  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد براندينج:  
Wa.me/989190808088



# للنجاح المستدام اختر الطريق المُضيء

الرقم ٨٣  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٤



آراد براندينج الصفحة ١

AradBranding.com



## ما هو عمل آراد براندينج؟



في آراد براندينج، يتجاوز التفكير الحدود الجغرافية، فنحن نرسم أفكاراً مشتركة للتجار في إيران والعالم من خلال استراتيجيات ذكية وبرؤية مستقبلية واضحة. من أهم مستهدفاتنا الأساسية أن النجاح ليس منطقة خفية، بل هو نتيجة قرارات واضحة وإصرار دائم، وشاغل مع فريق محترف. لقد موجهنا في آراد الجهد المتواصل بالانغماس بالجوهر واستكشاف الفرص الجديدة على المستوى الدولي، لخلق بيئة خصبة للنمو والتطور والدخول الفاعل إلى الأسواق العالمية. كل مشروع يبدأ هنا هو ثمرة نهج الضربة والتخصص والتعابير العالمية، فنحن لا نرى التصديقات كعائق، بل كفرصة للتألق. ونتعامل معها برؤية استراتيجية تحولها إلى إنجازات دائمة. نحن نؤمن بعرض مفهوم العائنة، فكلنا لا نواجهها فقط الصعاب، بل نتفكّم بروح بناءة ووحدة داخلية لنخلق أثراً جديداً 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 فاصلة وهادئة لنمو مستقبلي مختلف ومتغير. مستقبل يستحق كل تجرّ طموح ورؤيوي. نؤمن أنه بالمهنية والتميز والفرقة الطويلة واحترافنا واحترافنا، يمكننا رسم طريق جديد في التجارة الدولية. آراد براندينج ليست مجرد شركة، بل هي رمز للقوة والاحتراف، والإبداع، والابتكار في عالم الأعمال. ولاكتساب على المعرفة والخبرة. لا نعرف بأي حدود. ولا نرى هدفاً مستحيلاً. فالتجارة مع آراد هي بوابة آمنة نحو الأسواق العالمية ومبنية للنمو المستدام على المستوى الدولي.

• الكتابة: سحر طيبر • مستشارة تجارية في آراد براندينج.

### دخول صحن



#### التاجر يبدأ رحلته نحو العالمية من هنا

في "آراد براندينج"، لا نُعتبر الترويج تكلفة للدخول ولا وسيلة لجلب أعضاء جديد، بل هي منصة فاعلة للارتقاء عن المنتجات وبناء علاقات مؤثرة مع العملاء المحليين والعالميين. يخلق الاتصال داخلهم من خلال بيع المنتج المعقّي، ويعدّوه أفكار الجدد تتم بشكل احترافي، تتواءم مع مكوّنات واضحة ومحددة. هذا النموذج القائم على النشاط المهني، الشفافية والسمعة الطويلة، يتمتع بثباته سليمة وقبولة من المجتمعين الشرعية والاعتراف. وإذا استمر على نفس المنهجية، وأهملنا جاذبيته، يزداد المنتج، فيمكن أن يكون نموذجاً ناجحاً ومستداماً في التجارة الإيرانية. التقدم هو لمرحلة الصدى والاستمرار في العمل.

• الكتابة: هوشنگ وهمايتي، مستشارة تجارية في آراد براندينج.

### مناخية التصدير



#### مزايا من الثقافة، العائنة والابلية التصدير

لقد ألهي الأكتيوم ذات الاستعمال الواحد مزايا من العود، النظافة، والتوفير. ما يجعلها خياراً دائماً لمرارة اليوم السريع. يعمل مقاومتها العالية للحراة ومقاومة ومدمجة مباشرة على القلب، فهي مثالية لطهي الطعام، ونقل الطعام في المناسبات، الرحلات، المطاعم، وخدمات الطعام الجاهز. في ظل تزايد أهمية السلامة الغذائية والكميل ولقد التمسك، أصبح هذه الأواني في رفح مستوى الصحة العامة. طهي الطعام، والحسين إدارة الوقت، وتزويد حصة إيران من هذا السوق في المنطقة يوماً بعد يوم.

• الكتابة: مهدي كزيب، مشرف على الأكتيوم، طهران، آراد براندينج.

### المصدر العام

#### بناء الثقة شرط أساسي للنجاح



لم يحدث من خلف المكاتب، بل من قلب ميدان التجارة. في اجتماع بدأ كآلة حواراً فاعلة، شارك المهتمين الإيراني، المدير التنفيذي آراد براندينج، مهدي وهمايتي، ومجموعة من التجار المستدامة ليس من خلال المقاربات المعتادة بل اعتماداً على الخبرة والتجربة إحدى الممارسات التي جذبت اهتمام المجتمع كاتحدي الفوضى، ما يؤدي إلى البيع ليس الكلام، بل القيمة المفقودة. وبحسب قولهم فإن هناك الكثير من الباحثين الذين يكتسبون الكلام، ولكن القليل منهم من يستمع ويستمع. فكلنا طموح للتاجر هو من يعرف تماماً على احتياجات السوق الآخر قبل أن يقدم عرضه. وقد أكد أن التجارة الناجحة ليس على العلاقات الواسعة.

• الكتابة: زهرا ريگالي، خبيرة التوصيات في وصود آراد براندينج.

كونوا مؤسسية ومهترمين  
T.me/AradBranding\_News



بدء التعاون مع آراد براندينج  
Wechat:0091908000000



الأساس تاجر النجاح في البيع يبدأ بطرح دقيق لاحتياجات العميل، ويتحقق من خلال الصدى في العرض والمطابقة المعينة. التأثير الذي هو من بين الثقة وليس فقط من بيع المنتج.

# التاجرون المستقبل سفراء العزة الوطنية

الرقم ٨٣  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٤  
الصفحة ٢



آراد براندينج  
AradBranding.com



١ مليون تاجر

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 أثراً عميقاً في المجتمع. التجارة الحديثة تعني هندسة الفرص، أي التعرف على المزايا التنافسية للمواطنة، وتوجيهها بقوة السوق المستهدف، وتصميم طريق للوصول إلى النظام الاقتصادي للدولة الأخرى. دخول عالم التجارة خلافاً لما يُظن، لا يحتاج إلى إمكانيات مغلقة أو رؤوس أموال ضخمة، بل يمكن أن يبدأ فقط بدعوة شخص واحد إلى عالم التجارة. هذه الخطوة البسيطة يمكن أن تكون قوة عظمى لبناء مستقبل اقتصادي اليلة، لأن كل تاجر جديد يشكل جسراً يربط بين الإنتاج الداخلي والسوق الخارجي. إن، التي تمتلك القدرة على إنتاج أكثر من عشرة آلاف منتج متنوع وعالي الجودة، إذا أرادت تصدير هذه المنتجات إلى أكثر من مئة دولة، فهي بحاجة لتدريب ودعم مليون تاجر قارئ، وملتزمين، تاجر برفهون راية الإنتاج الوطني في الأسواق العالمية لتحقيق هذا الهدف، يجب توفير نهج الدولة تجاه التجارة من السلبية إلى الإيجابية، ويجب أن يصبح طريق التصدير ممكناً لكل إيراني.

✶ الكاتب: سيد أحمد توميلدار، مقدم إعلامي في آراد براندينج.

الدول الناجحة مثل الصين، اليابان وكوريا الجنوبية تشكل نماذج واضحة أمامنا، دول اعتمدت على ملايين التاجر النشطين وتمكنت من طرح منتجاتها المحلية 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 البشري، التعليمي، والمالي لتطوير شبكة واسعة من التاجر المحليين، واليوم وأصبحوا يشاركون في جزءاً كبيراً من نجاحهم 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 التاجر. هذا النقص هو أحد الأسباب الرئيسية لانخفاض الصادرات ونقلها. عائدات العملة الأجنبية، وتوقف دورة الإنتاج، وزيادة الفجوة 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، وإشراك علاقات قوية. أن تكون تاجراً في عصرنا هذا لا يعني فقط تبادل السلع، بل يشمل الدخل، المستدام، والاعتماد الاقتصادي، والاتصالات.



القيم الدقيق للسوق

التجارة ناجحة  
في قلب كل منزل، هناك نكهات تبقى خالداً، وتخلق ذكريات، السكر والقهوة هي من تلك النكهات الأبدية. والبنزلة، منتجات صحية، لذيذة، المعطر مثالية، صبر وحسد، واستخدام أفضل أنواع السكر الإيراني وبدون أي إضافات، حافظاً أو مركبات ضارة. أنتج منتجاتنا نكهات حتى الصحة وتنتج مذاقاً شهيقاً من مائدة ملونة وشاي عشي، نكهات الزعفران، كزبرة البقر، الفلفل، والليمون، إلى مكعبات السكر ذات التصميم الخاصة والسكر المعكرونة للاستخدام اليومي مع الشاي، كل شيء يتم برفاه، ذوق ورعاية. التغليفات مصممة بشكل جميل وعالمي، جاهزة للمناسبات، مثل الهدايا، التجمعات، مهر الزواج، الخ.



صناعات حلوة  
طعم صحي من قلب التقاليد والمحبة  
في عالم اليوم السريع الخطى، العودة إلى التغذية الصحية والطبيعية أصبحت ضرورة عالمية. الفشار المطبق الطبيعي، كمنتج أصلي، في تناقلاته العائلية الإيرانية لا يتغير طعمه بمذاق التذيق بل بمصالحته البرونزيكية التي تلبس ذوقاً فعالاً في تحسين الهضم، تعزيز المناعة، ورفع مستوى الصحة العامة. من منظور تاجر دولي، موهبة بالجملة، الفشار المطبق ليس مجرد سادة عائلية، بل هو ممثل لأسلوب حياة صحي إيراني قادر على الوجود بقوة في السوق العالمية. إذا تم تعبئته وتغليفه وتقديمه بشكل صحيح، يمكن أن يتحول إلى مصدر لاجع وموثر. ✶ الكاتب: مهدي رحيمي، رئيس قسم الفشار المطبق عند آراد براندينج.



صادرات صحية  
تصدير من نوع الصحة وتقلد الغذاء الإيرانية  
في عالم اليوم السريع الخطى، العودة إلى التغذية الصحية والطبيعية أصبحت ضرورة عالمية. الفشار المطبق الطبيعي، كمنتج أصلي، في تناقلاته العائلية الإيرانية لا يتغير طعمه بمذاق التذيق بل بمصالحته البرونزيكية التي تلبس ذوقاً فعالاً في تحسين الهضم، تعزيز المناعة، ورفع مستوى الصحة العامة. من منظور تاجر دولي، موهبة بالجملة، الفشار المطبق ليس مجرد سادة عائلية، بل هو ممثل لأسلوب حياة صحي إيراني قادر على الوجود بقوة في السوق العالمية. إذا تم تعبئته وتغليفه وتقديمه بشكل صحيح، يمكن أن يتحول إلى مصدر لاجع وموثر. ✶ الكاتب: مهدي رحيمي، رئيس قسم الفشار المطبق عند آراد براندينج.

# أسرار التجارة من البيع إلى الحدود

الرقم ٨٣  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٤



آراد براندينج الصفحة ٣  
AradBranding.com



المتابعة من وجهة نظر الأستاذة فاطمة رئيس مجلس إدارة آراد براندينج ليست مجرد نشاط اقتصادي فقط بل هي مسار واسع مليء بالتحديات ولهم السوق بوابة الاستراتيجية. يعتقد أن التاجر الناجح هو من يفهم احتياجات العميل بدقة، ويتفاوض بصقل، ويملك ويروي القيمة المضافة المصنوعة بما يتجاوز السعر. البيع يعني إقامة اتصال فعال، ومعرفة هضم العميل، وتقديم إجابات دقيقة لاحتياجاته. السعر هو أداة فقط، لكن بناء الثقة وتقديم تجربة شراء مختلفة هو ما يجعل البيع مستمتعاً.

التواجد في الأسواق يتطلب عمقاً يكون مثبثاً على الفهم المتبادل والسعي للمصالح المشتركة. وليس مجرد تقنيات متكررة. في التصدير، يؤكد الأستاذة فاطمة أن النجاح ليس صدفة، بل معرفة السوق المستهدف وفهم لغته، وتحليل ميزة المنتج التنافسية، وإدارة القدرة التبريد بشكل صحيح. كلها مفاتيح للتصدير الناجح. والتصدير يعني الدخول الواعي إلى السوق العالمية بهدف الاستمرارية، وليس مجرد خطوة قصيرة الأمد. يقول: «التجارة هي بناء جسور عبر بوابات وآفاق جديدة هذه النظرة

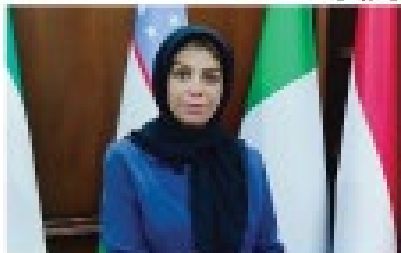
المتابعة من وجهة نظر الأستاذة فاطمة رئيس مجلس إدارة آراد براندينج ليست مجرد نشاط اقتصادي فقط بل هي مسار واسع مليء بالتحديات ولهم السوق بوابة الاستراتيجية. يعتقد أن التاجر الناجح هو من يفهم احتياجات العميل بدقة، ويتفاوض بصقل، ويملك ويروي القيمة المضافة المصنوعة بما يتجاوز السعر. البيع يعني إقامة اتصال فعال، ومعرفة هضم العميل، وتقديم إجابات دقيقة لاحتياجاته. السعر هو أداة فقط، لكن بناء الثقة وتقديم تجربة شراء مختلفة هو ما يجعل البيع مستمتعاً.

## ٣ صناعة الفخمة

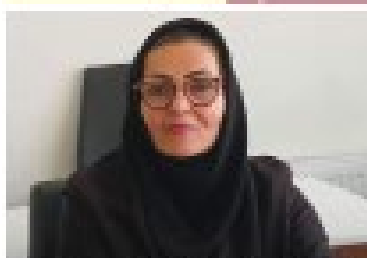
### تجارة اللباس بين الربحية والمسؤولية

تجارة اللباس هي واحدة من الصناعات الرئيسية والأهم في العالم، والتي لا تؤثر فقط على اقتصاد الدول، بل تلعب دوراً محورياً في الثقافة والمجتمع. تشمل هذه الصناعة التصميم، الإنتاج، التوزيع، والبيع للمستهلك. وقد شهدت تطوراً كبيراً منذ القدم وحتى اليوم، مع دخولها العصر الرقمي، توسعت لتشمل الإنتاج الكبير والصانع المتوسطة الأعمال مثل المتاجر الصغيرة، المصانع، المصانع التجارية الفاخرة، ومنصات البيع الإلكترونية. تجارة اللباس توفر فرص عمل لملايين الأشخاص حول العالم، لكنها تواجه تحديات الفرض الاقتصادية، تحديات مثل التغير في الموضة، وظروف العمل غير المستقرة.

الكاتبة أمل طه سلطان، رئيس قسم ملابس النساء بوزارة آراد براندينج.



## ٢ التصدير العالمي



### الوصول إلى السوق العالمية من تقديم ذكي

إبراز المبرم المتميز مجموعة متنوعة من الصناعات لتعمل في السوق العالمية. المنتجات البرازيلية، الهندية، المواد المعدنية، والخرق اليدوية، مع التركيز على الصناعات غير النفطية، جرت محاولات لتقليل الاعتماد على النفط، لكن التحديات مثل تقلبات الأسعار العالمية، العقوبات، والحدود المصرفية لا تزال قائمة. بالرغم من ذلك، تتمتع إيران بموارد طبيعية غنية، قوة عاملة شابة، وتنوع صناعي كبير، مما يجعلها قادرة على تحقيق تطوير الصناعات، توسيع التجارة مع الدول المجاورة وتعزيز الصادرات غير النفطية. ويمكن أن يساهم مسار النمو الاقتصادي المستدام، تحقيق هذا الهدف يتطلب تقديم المزايا بشكل صحيح في الأسواق العالمية.

الكاتبة: أمل طه سلطان، رئيس قسم ملابس النساء بوزارة آراد براندينج.

## ١ التجارة الخارجية

### اختيار المنتجين لتزويد دقيق ومستدام

إذا كنتم تبحثون عن تركيب سريع، قوي، وفعال، فالتجارة الخارجية هي الحل الأمثل. هذا التركيب يضمن هذا التركيب المتكامل وقوة الاقتصاد الفعالة، حيث يخلق على المدى الطويل في مكانه حتى في الظروف البيئية الصعبة. بين العراق أو العراق، تعمل الفلاحة الوطنية والعربية بشكل مثالي. مما يجعله الخيار المثالي للاستخدام في المشاريع الصناعية والخدمية الخارجية. باستخدام هذا التركيب، تزداد كفاءة الإنتاج، أرباحه، سهولة الاستخدام، ويساهم في تعزيز التنمية الاقتصادية. كما أن المنتج يدعم الاقتصاد الوطني ويعزز القدرة على التكيف مع مختلف الأسواق مثل المنتجات العربية، والمنتجات العالمية، وعلى مختلف الأسطح مثل المنتجات العربية، والمنتجات العالمية.

الكاتبة: أمل طه سلطان، رئيس قسم ملابس النساء بوزارة آراد براندينج.



# من الإنتاج الوطني إلى السوق العالمية

الرقم ٨٣  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٤



آراد براندينج الصفحة ٤

AradBranding.com



## آ حوار فاطمة انتصاري

من قم إلى أوروبا؛ تصدير البطانيات الإيرانية إلى ١٠ دول!



### بيت التجارة

## منشور ثلاثي اللغات سز الاختراق إلى الأسواق العالمية



إذا كنتم ترغبون في نشر منشور عالمي على تطبيق آراد براندينج، يصبح منشور بثلاث لغات: بهذه الطريقة، يمكن لعالمكم التجارية من خلال منشور واحد أن تدخل عدة أسواق دولية في نفس الوقت، يجب أن يكون محتوى المنشور متناسقاً اختاراً واحداً بحيث يوضح بشكل واضح نوع المنتج، السعة الجاهزة للتصدير، الجودة والاستعداد للتصدير، من الأفضل تجهيز التفاصيل الفنية والمعلومات الإضافية إلى المراسلات المباشرة والمعالجة الأسطى. يشرح ترتيب اللغات بالإنجليزية، العربية، والفارسية لسهولة الفهم للمستهلك الدولي. وأيضاً، يظهر أكثر اهتماماً لعالمكم التجارية، يعتبر التواصل الفعال مع العملاء من أساسيات نجاح أي عملية تجارية، مع بطاقات الاختراع فرصكم في الوصول إلى جمهور أوسع وراء حوائط تجارية مستدامة.



**بايك پست  
سه بازار رو بغير**

مجان مكتب التجارة الإيرانية، AradBranding

البصائر آراد براندينج

### ذوق اصل

## من المائدة إلى الصحة، تواصل محبوبة

المطبخ، التهيئة المحبوبة على موائد الإيرانيين، ليس مجرد نكهة بسيطة بل هو جزء من ذكرياتنا وألواننا، ولعل دافعنا من الكتاب والمزج إلى السندويشات يتم الشهية، العلوم المعرفية، والطعم القمعي، والفالج يفتح تجربة ممتعة أثناء تناول الطعام، لكن المفضل بتجارب النكهة ليحبل أوقات صعبة قبل اختراقها، هذه العملية التعليل الطبيعي لوجته معدة غذاء بقرينجيك، لصحة المعجز الهضمي، ويحتوي على فيتامين د، العديد لصحة المعظم وعملية تحلل الدم، الاستهلاك المعتدل هو المفتاح للاستفادة من فوائد الصلصة، خصوصاً بسبب احتوائه على الملح، اليوم، تنوع المعخلات بتكاملات مختلفة، يوفر خيارات عديدة لكل طيف المفضل، رمز المنتج البسيطة والأدوية في التجارة الإيرانية، وسيعالج هذا التهيئة المعروفة على مائدتها في الفوب، مواءمة يريدنا بولاً ما ترى نكهتها العامة على أوقات العافية أرباباً.

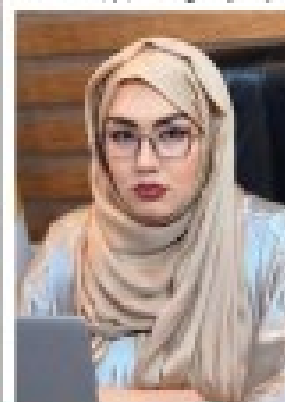
الكاتب: مهدي مجادي، في: ثابرة المفضل آراد براندينج

بدأت نشاطي المهني في مجال التجارة منذ عام ٢٠١٥، حيث وكزت بشكل رئيسي على منتجات المنزل، وخاصة البطانيات. بدأت رحلتي بإنتاج محتوى متخصص والرد المباشر على العملاء. ومع تزايد الاتصالات والعلاقات، كنت بتطوير فريق مبيعات وبناء هيكل منظم، هذا التصار مهد الطريق لتوسيع العلاقات مع الموردين، وأيضاً بعد تسجيل العلامة التجارية وتأسيس الشركة، تم تطوير البنية التحتية اللازمة لتطوير الأنشطة التجارية، الآن، نجحت في توصيل المنتجات إلى جميع المحافظات الـ ٣١ في البلاد، حوالي ٩٠٠ مدينة. أشعر بفخر كبير لأن اسمي أصبح معروفًا بين العاملين في هذا المجال، ولم يأت بناء لعلاقات مستدامة وعلاقة 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، ومضموهم تصرف على منتجاتي غير المنتشرة بالفارسية. هذه العلاقات كانت دافعا لدخول الأسواق الدولية بشكل أكثر جدية. بعد ذلك، ومع إطلاق مواقع إلكترونية خارجية، وإنتاج محتوى متعدد اللغات، وبناء علاقات مع مستلحين دوليين، خاصة من خلال آراد براندينج، والمنصات المتخصصة التابعة لها، تمكنت من بدء التصدير إلى دول مختلفة، بما في ذلك النيل الأوروبية، من الواضح أن طريق التجارة، وخاصة على المستوى الدولي، ليس خالياً من التحديات، لكن بوجود رؤية واضحة ودعم مؤسسي قوي، تصبح هذه التحديات فرصاً للنمو والتوسع.

الكاتبة: فاطمة انتصاري، مدبرة توريد البطانيات آراد براندينج

### التفاوض والتصدير

## أول مفاوضات تصديرية؛ من الخوف إلى تجربة دائمة



أول مفاوضات تصديرية لي كانت بداية مليئة بالخوف، لكن هذا الخوف تحول بسرعة إلى فرصة لتجربة. عندما حان الوقت للتصديت الأولى مرة مع العميل أجنبي، كنت قلقاً، هل لغتي كافية ماذا لو طرح سؤالاً لا أفهمه إجابته؟ ماذا لو لم أظهر بشكل احترافي؟ لكن سرعان ما أدركت أن هذا الخوف هو أكثر جزء طبيعي في بدء أي طريق كبير. تجاوز ذلك، بدأت الأمر، تعلمت على متجدي بشكل أفضل، راجعت الأساليب الشائعة، ولبست أن التعليل ليس ضعفاً المهم أن أكون صادقة وصادقة، ربما لم تكن أول مفاوضة مثالية لكنها كانت تجربة عظيمة وأتينا لي.

الكاتبة: سوسن پورعلي، مدير كشمش كويت آراد براندينج

كونوا حواسية وعضوريستا  
T.me/AradBranding\_News



ببب البصائر مع آراد براندينج  
Wechat:0091988888888



المهندسين التجاري: التجار في البيع لا يعتمد فقط على جودة المنتج، بل يحتاج إلى فهم احتياجات العميل، تقديم في الوقت المناسب، ومعالجة استفساراته، كل عملية بيع تعني بناء الثقة، وليس مجرد صفقة.

# للنجاح المستدام اختر الطريق المُضيء

الرقم ٨٢  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٣  
الصفحة ١



AradBranding.com



## ما هو عمل آراد براندينك؟



في آراد براندينك، يتجاوز التفكير الحدود الجغرافية، فنحن نرسم أفقاً مشتركاً للتجارة في إيران والعالم من خلال استراتيجيات ذكية وبرؤية مستقبلية واضحة. من أهم مستهدفاتنا الأساسية أن النجاح ليس منطقة محيرة بل هو نتيجة خيارات واضحة وإصرار دائم وشاملين مع فريق محترف. لقد موجهنا في آراد الجهد المتواصل بالانغماس بالجوهر واستكشاف الفرص الجديدة على المستوى الدولي، لخلق بيئة خصبة للنمو والتطور والدخول التام إلى الأسواق العالمية. كل مشروع يبدأ هنا هو ثمرة نهج الضربة والتخصص والتعابير العالمية، فنحن لا نرى التصديقات كعائق، بل كفرصة للتألق. ونتعامل معها بروية استراتيجية تحولنا إلى إنجازات دائمة. نحن نؤمن بعقول يتفهمون العائكة، فائقة لا توارها فقط الصداقات، بل تفكرهم بروج بكفاءة ووحدة داخلية تلهم أفكاراً 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 فاصلة وهادئة لنمو مستقبلي مختلف ومتغير. مستقبل يستحق كل تجر طموح ورؤيوي. نؤمن أنه بالمهنية والتميز والفرقة الطويلة باحتياجات الأسواق العالمية، يمكن رسم طريق جديد في التجارة الدولية. آراد براندينك ليست مجرد شركة بل هي رمز للقوة والاحتراف، والإبداع، والابتكار في عالم الأعمال. ولاكتساب على المعرفة والخبرة. لا نعترف بأي حدود. ولا نرى هدفاً مستحيل. فالتجارة مع آراد هي بوابة آمنة نحو الأسواق العالمية ومبنية للنمو المستدام على المستوى الدولي.

الكاتب: سحر طيبر • مستشارة تجارية في آراد براندينك.

### دخول صحن



#### التاجر يبدأ رحلته نحو العالمية من هنا

في آراد براندينك، لا نُعتبر الترويج لكافة الدخول ولا وسيلة لجلب أعضاء جديد، بل هي منصة فائقة للإعلان عن المنتجات وبناء علاقات مؤثرة مع العملاء المحليين والعالميين. يخلق الاتصال داخلهم من خلال بيع المنتج المعهني، ودعمه الأفراد الجدد تتم بشكل احترافي، تماشياً مع مبادئ واضحة ومحددة. هذا النموذج القائم على النشاط المعهني، الشفافية والسمعة الطويلة، يتمتع ببيئة سليمة وقبولة من المجتمعين الشريعة والوطنية. وإذا استمر على نفس المنهجية وأهملنا جاري، بزيادة المنتج، فيمكن أن يكون نموذجنا ناجحاً ومستداماً في التجارة الإيرانية. التقدم هو لصحة العمل والاستمرار في العمل.

الكاتب: هوشنگ رهنماي، مستشارة التجارة في آراد براندينك.

### مناخية التصدير



#### مزايا من الثقافة، المعانة والابلية التصدير

لقد ألهي الأكتيوم ذات الاستعمال الواحد مزايا من القوة، الثقافة، والتفكير. ما يجعلها خياراً دائماً لعمارة اليوم السريع. بفضل مقاومتها العالية للحزبه وامكانية وضعها مباشرة على القهقه فهي مثالية للطهي، الحفظ، ونقل الطعام في المناسبات، الرحلات، المطاعم، وخدمات الطعام الجاهز. في ظل تزايد أهمية السلامة الغذائية والكميل ولقد التمسيل، أصبح هذه الأواني في رفح مستوى الصحة العامة. فطبخ الكافيه، والحسين إدارة الوقت، وتزويد حصة إيران من هذا السوق في المنطقة يوماً بعد يوم.

الكاتب: مهدي كزيب، مشرف على الأكتيوم، طهران، آراد براندينك.

### المصدر العام

#### بناء الثقة شرط أساسي للبيع

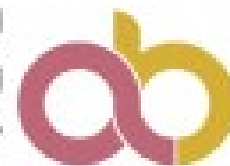


لم يحدث من خلف المكاتب بل من قلب ميدان التجارة. في اجتماع بدأ كآلة حواراً فطرية حارة، قدم المهندس قراني، المدير التنفيذي لآراد براندينك، صورة واقعية وطموحاً من التجارة المستدامة. ليس من خلال العلاقات المعقدة بل اعتماداً على الخبرة والتجربة إحدى الممارسات التي جذبت انتباه الجميع كانتهي التفاوض، ما يؤدي إلى البيع ليس الكلاف، بل القهم الدقيق. وبحسب قوله فإن هناك الكثير من الباحثين الذين يكتسبون الكلاف، ولكن القليل منهم من يستوعب ويلهم حلقاً فاعلاً في الخارج هو من يعرف تماماً على احتياجات السوق الآخر قبل أن يقدم عرضه. وقد أكد أن التجارة الناجحة ليس على العلاقات الواسعة.

الكاتب: زوا براندلي، خبيرة التوصيات في وصود آراد براندينك.

# التاجرون المستقبل سفراء العزة الوطنية

الرقم ٨٢  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٣  
الصفحة ٢



آراد براندينج  
AradBranding.com



## ١ مليون تاجر

الدول الناجحة مثل الصين، اليابان وكوريا الجنوبية تشكل نماذج واضحة أمامنا، دول اعتمدت على ملايين التجار النشطين وتمكنت من طرح منتجاتها المحلية 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 البشري، التعليمي، والمالي لتطوير شبكات واسعة من التجار المحليين، واليوم وأصبحوا يلعبون أدواراً كبيرة في نجاحهم المحلي والإقليمي. 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 ونقلها. عائدات العملة الأجنبية، وتولف دورة الإنتاج، وزيادة الفجوة 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، وإشراك علاقات قوية. أن تكون تاجراً في عصرنا هذا لا يعني فقط تبادل السلع، بل يشمل الدخل، المستدام، والاعتماد الاقتصادي، والتواصل.



٣ تجارة ناجحة

القيم الدقيق للسوق

التجارة ليست مجرد كلمة بل هي مزيج من خمسة مبادئ رئيسية تحدد طرق نجاح كل تاجر. أولها: التركيز على الذات. أي اختيار طريق واضح والالتزام به. ثانياً: الاستثمار مع الذات. أي الاستثمار الفعال في التعليم، بناء العلاقات، والتجربة. ثالثاً: القدرة على قراءة السوق. أي القدرة على قراءة ما بين السطور بدلاً من التجربة والخطأ القوي. رابعاً: التركيب ليس أداة أو القفص من التشتت والتركيز الكامل على تيار واحد. وخامساً: القدرة مع الذات. أي المرافقة ضمن هيكل متنامية للوصول إلى نمو مستدام. التاجر الذي يضمن بهذه المبادئ الخمسة يسبق طريق التجارة بثقة وأمان.



٢ صادرات حلوة

طعم صحي من قلب التقاليد والمحبة

في قلب كل منزل هناك نكهات تبقى خالداً وتخلق ذكريات السكر والفاكهة هي من تلك النكهات الأبدية والجزءية والجزئية منتجات صحية، لذيذة، المغشية بمياه، صبر، وصحة. واستخدام أفضل أنواع السكر الإيراني وبدون أي إضافات، حافظاً أو مركبات ضارة. أنتج منتجاتنا تحافظ على الصحة وتنتج مذاقاً شهيقاً من مبادئ حلوة وشاي، عشبي، بنكهات الزعفران، كزبرة البحر، الفلفل، والليمون. إلى مكونات السكر ذات التصاميم الخاصة والسكر المعصور للاستخدام اليومي مع الشاي. كل شيء يتم بدقة، دون زيف. التقاليد مصممة بشكل جميل وعلمي، جاهزة للتصاميم مثل الهدايا، التسميات، عبور الزواج، التقد.



بعضها من الصادرات. والعنا سبيلاً للتصدير في السوق وراء مذاق صحي، يضاف الفلفل، والسليم، الكافور، والزعفران، وفي شاي، والليمون، بعضي إله براندينج.



١ صادرات صحية

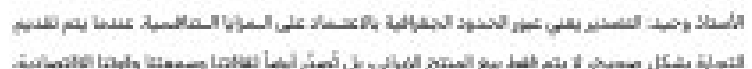
تصدير من نوع الصحة وتقلد الغذاء الإيرانية

في عالم اليوم السريع الخطى، العودة إلى التغذية الصحية والطبيعية أصبحت ضرورة عالمية. الفيل المفضل الطبيعي، كمنتج أصلي، في الثقافة الإيرانية الإيرانية لا يتغير فقط بمذاق الفلفل بل بمصالحه الصحية التي تلبي ذوقاً عاماً في تحسين الهضم، تعزيز المناعة، ورفع مستوى الصحة العامة. من منظور تاجر دولي، موهبة بالصادرة، الفيل المفضل ليس مجرد سلع عالمية بل هو يمثل أسلوب حياة صحي إيجابي قادر على الوجود بقوة في السوق العالمية. إذا تم تعبئته وتوزيعه وتقديمه بشكل صحيح، يمكن أن يتحول إلى تصدير ناجح ومؤثر.

الكاتب: مهدي رحيمي، رئيس قسم الفيل المفضل عندنا إله براندينج.



► [AradBranding.com](http://AradBranding.com)



# من الإنتاج الوطني إلى السوق العالمية

الرقم ٨٢  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٣  
الصفحة ٤



AradBranding.com



حوار فاطمة انتصاري

من قم إلى أوروبا؛ تصدير البطانيات الإيرانية إلى ١٠ دول!



## بيت التجارة

### منشور ثلاثي اللغات سز الاختراق إلى الأسواق العالمية



إذا كنتم ترغبون في نشر منشور عالمي على تطبيق آراد براندينج، يصبح منشور بثلاث لغات: بهذه الطريقة، يمكن لعلائكم التجارية من خلال منشور واحد أن تدخل عدة أسواق دولية في نفس الوقت، يجب أن يكون محتوى المنشور مكتوبةً احترافيًا وهدفًا بحيث يوضح بشكل واضح نوع المنتج، السعة الجاهزة للتصدير، الجودة والاستعداد للتصدير، من الأفضل تجهيز التفاصيل الفنية والمعلومات الإضافية إلى المراسلات المباشرة والمعالجة الأسطى. يشرح ترتيب اللغات بالإنجليزية، العربية، والفارسية لسهولة الفهم للجمهور الدولي. وإضافة مظهر أكثر احترافية لعلائكم التجارية. يعتبر التواصل الفعال مع العملاء من أساسيات نجاح أي عملية تجارية. توفر بثلاث لغات، آراد براندينج، مساعدة إلى جمهور أوسع وراء حواجز تجارية مستدامة.

**بايك پست  
سه بازار رو بغير**

مجان مكتب التجارة الإيرانية، AradBranding

اليوسائط آراد براندينج

## ذوق أصيل

### من المائدة إلى الصحة، تواصل محبوبة

المطبخ، التهيئة المحبوبة على موائد الإيرانيين، ليس مجرد نكهة بسيطة بل هو جزء من ذكرياتنا وألواننا، وأصناف دافئة، وألوان زاهية، والرائحة التي تستدعي ذكرياتنا. يتم الشهية، الطعم المميز، والطعم الفطري، والفلاح منتج تجربة ممتعة أثناء تناول الطعام. لكن التعامل بتجارب النكهة ليحضر أولاد صحة قبل اهتمامنا. يعد عملية التعليل الطبيعي لوجته مصدرًا غنيًا بالفيتامينات، لصحة الجهاز الهضمي، ويحتوي على فيتامينات عديدة. لصحة الجهاز الهضمي، معالجة الدم، الاستهلاك المعتدل هو المفتاح للاستفادة من فوائد الصحة. خصوصًا بسبب التحول إلى المطبخ، اليوم، تنوع المعالجات، بتلكات مختلفة. يوفر خيارات عديدة لكل ذوق، المعامل رمز المنتج البسيطة، والأدوية في التجارة الإيرانية، وسيعالج هذا التنوع المعروفة على مائدتنا في السوق، مؤلفه، ويريدنا بولاً، ما نرى نكهتها العامة على أبنائنا العالمية أرباب.

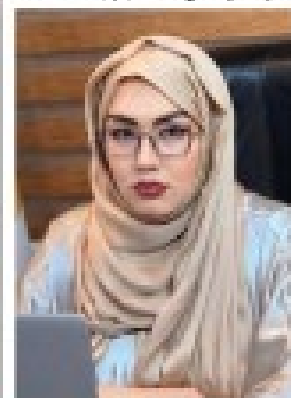
الكاتب: مهدي مجدي، في: دائرة المعامل آراد براندينج

بدأت نشاطي المهني في مجال التجارة منذ عام ٢٠١٥، حيث ركزت بشكل رئيسي على منتجات المنزل، وخاصة البطانيات. بدأت رحلتي بإنتاج محتوى متخصص، والرد المباشر على العملاء. ومع تزايد الاتصالات والعلاقات، كنت بتعليم فريق مبيعات وبناء هيكل منظم، هذا القرار مهد الطريق لتوسيع العلاقات مع الموردين، وأيضًا بعد تسجيل العلامة التجارية، وتأسيس الشركة. تم تطوير البنية التحتية اللازمة لتطوير الأنشطة التجارية، الآن، نجحت في توصيل المنتجات إلى جميع المحافظات الـ ٣١ في البلاد، حوالي ٩٠٠ مدينة. أشهر بغير كبير لأن اسمي أصبح معروفًا بين العاملين في هذا المجال. ولم يأت بناء لعلاقات مستدامة وعلاقة 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، ومضاهيهم تصرف على منتجاتي غير المنتجة في السوق بالفارسية. هذه العلاقات كانت دافعًا لدخول الأسواق الدولية بشكل أكثر جديّة. بعد ذلك، ومع إطلاق مواقع إلكترونية خارجية، وإنتاج محتوى متعدد اللغات، وبناء علاقات مع مستلحي دوليين، خاصة من خلال آراد براندينج، والمنصات المتخصصة التابعة لها، تمكنت من بدء التصدير إلى دول مختلفة. بما في ذلك النيجل الأوروبية، من الواضح أن طريق التجارة، وخاصة على المستوى الدولي، ليس خاليًا من التحديات، لكن بوجود رؤية واضحة ودعم مؤسسي قوي، تصبح هذه التحديات فرصًا للنمو والتوسع.

الكاتبة: فاطمة انتصاري، مدبرة توريد البطانيات آراد براندينج

## التفاوض التجاري

### أول مفاوضات تصديرية؛ من الخوف إلى تجربة دائمة



أول مفاوضات تصديرية لي كانت بداية مليئة بالخوف، لكن هذا الخوف تحول بسرعة إلى فرصة جديدة. عندما حان الوقت للتحدث لأول مرة مع العميل أجنبي، كنت قلقًا، هل لغتي كافية؟ ماذا لو طرح سؤالاً لا أفهم إجابته؟ ماذا لو لم أظهر بشكل احترافي؟ لكن سرعان ما أدركت أن هذا الخوف هو أكثر جزء طبيعي في بدء أي طريق كبير. تجاوزت ذلك، بدأت الأمر، تعلمت على متجدي بشكل أفضل، راجعت الأساليب الشائعة، وعليت أن التعامل ليس صعبًا، المهم أن أكون صادقة وصادقة. ربما لم تكن أول مفاوضات مثالية، لكنها كانت تجربة عظيمة وأساسية لي.

الكاتبة: سوسن پورعلي، مدير كشمش كويت آراد براندينج

كونوا حواسية وصحريستا  
T.me/AradBranding\_News

بهد المعلنون مع آراد براندينج  
Wechat: 9991668888888

المهندسين التجاري: النجاح في البيع لا يعتمد فقط على جودة المنتج، بل يحتاج إلى فهم احتياجات العميل، تقديم في الوقت المناسب، ومعالجة استفساراته. كل عملية بيع عالمي بناء الثقة، وليس مجرد صفقة.

الرقم ٨٢  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٣

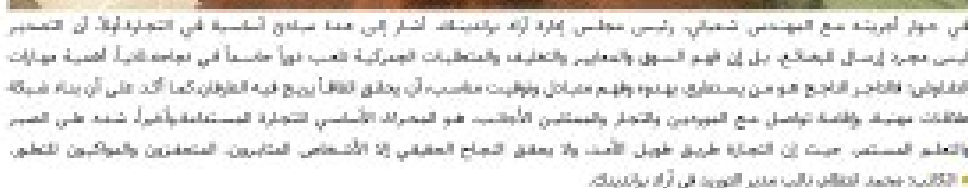
► [AradBranding.com](http://AradBranding.com)



**الشرط المسبق للدخول إلى مشاريع ولجان أراء**

المدير التنفيذي الأعلى

## أسرار النجاح في التصدير والتفاوض



■ الكتاب: دكتور الفخري، مشرف قسم الهندسات في  
الجامعة كائن آزاد بادشاه

الأسدلا وحيد التجارة الناجحة تولد من الفهم العميق للسوق وفن التفاوض الاحترافي. في طريق التصدير، كل كلمة المستخدم بشكرا، مودع يمكن أن تكون حساسا بعدد كبير. في ذات التفاوض، هذه أداة است لخدمة.

Time/Brand/Handling: None



© 2000 Blackwell Science Ltd  
Journal of Internal Medicine 247: 391–398



الرقم ٨٢  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٣  
الصفحة ٢

عندما سمعت هذا الكلام، شعرت كما لو أن أحدهم كان يحدّثني عن عالمي الداخلي والظنّ، ليسوفات، كنت حائفاً في هذا التقاطع، وبطبيعة ثلاثة أبعاد، كنت في الفضاء العكسي، أو طريق عليّ، بالتحديد، كنت فيمكنني نحو الاستقلال المعني، المعطلة أن الوطاف العكسية تعاد من حرية الإنسان بشكل كبير، يجب أن تنحصر في وقت محدود كل يوم، وأخيراً، نقوم باتصال لم نختارها أو نشارك في تصميمها، والقرارات المهمة، مثلنا، في الإدارة العليا، حتى لو كانت لديك فكرة أو رؤية في التفكير، يجب أن تتر بعد تصعيد، وفي النهاية قد أسمع فقط، دون تعليق، لكن حين أن ذلك، التمييز، يعزى، أو لا، متجوز، أو امتلاك، أو امتلاك، متجوز، أو لا، ولكن بقوله كذا، أو لا، بل من تجربة، عملية، تأخذ، بدأ كل شيء، وتخرج لي، امتلاك، المتجوز، أو بشكل عام، العمل الحر، يعني، استعادة السيطرة على حياتك، يعني أن تختار، مشاركتك، وتعلم، وقت، صلات، وتحديد، صفقات، وإذا أردت، تسمى، لا، صلات، العمل الحر، ليس، فقط، مثلاً، صلات، أو رمز، أسلوب، حياة، أسلوب، تكون، فيه، صاحب، القرار، وجهودك، وإدراكك، لترجم، مباشرة، إلى، نتائج، على، عكس، الوطاف، القارة، حيث، قد، تحصل، على، ترقية، بسهولة، أو، مكافأة، ورغم، يدل، جود، كبير، في، العمل، الحر، أن، فكرة، جديدة، وكل، طريقة، جديدة، يمكن، تصديق، ذلك، أو، تصديق، غير، صلات،



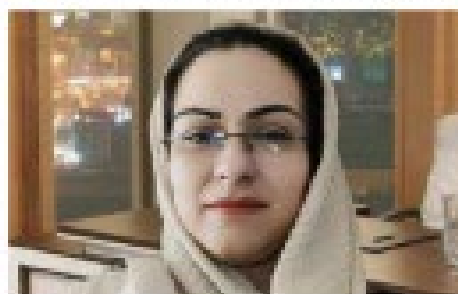
عند الظفولة، قبل لنا أن نسعى لإطفاء  
حكومة لأنها "مفسدة"، "أثمة وإفراط"،  
"إفراطاً زائداً"، لكن علينا نلاحظ أنه  
ما هو الشئ الذي خلف هذه الأمان الظاهري؟  
هناك رغبة، عدم رضا داخلي، نقص  
في النمو الطبيعي، عدم حرية الفكر،  
حتى شعور بالجزء عن التأثير، كلها  
أمر طبيعي وهذا الأمان الظاهري،  
لكن ذلك الخارج لم تتضمنه جملة بسيطة  
بالنسبة لي بل كانت خدعة، وفيه جدي،  
ثم إذا لم تكن أنت من يملك قرار حركتك،  
إذا لم تضع مسارك بنفسك، حتى أكثر  
الوظائف، أمّا أن تتعبد راضاً بهذا الأمان  
الظاهري، أنه معنى فقط عندما يراه  
الجميع، الهنك، الذئق، الصور، فإن  
الذين يمسرونهم، فهذا كان مضموناً  
يعتقدوا، صبر الأيام بلا حدود،  
أن بعد سماع تلك الكلمات، لم أعد ذلك  
الشخص السابق، أنا أكثر صدقاً مع نفسي،  
وأعلم أن علي بناء علي الخاص، عمل  
يعتني الحرية والإنجاز، وأتصور وهذا هو  
بدية مسار جديد، مسار العودة إلى ذاتي،  
لأن بعد سماع تلك الكلمات، لم أعد  
الشخص السابق، أنا أكثر صدقاً مع  
نفسى، وأعلم أن علي بناء علي الخاص،  
عمل يعتني الحرية والإنجاز، وأتصور.  
وهذا هو بدية مسار جديد، مسار  
العودة إلى ذاتي، ومسار بناء حياة مهنية  
جديدة، قليل بطموحي،  
الكتاب، سيمر من مضمون، مستشاري في

www.elsevier.com/locate/jmb



ضرورة ملأ العلامة التجارية للمنتجات الإيرانية

ينتج اليوم منتجو المعجون الطماطم في إيران بكمية أكبر من أي وقت مضى. أدوية طماطم التجارية القوية الزائدة العالمية، ووجبة المنتج المتزايد والأسواق الإقليمية المتنامية تهيئ أجواء مواتية للتصدير. لكن ما يقرب من النصف من إنتاج الطماطم الإيرانية، على الأقلية التجارية، ينتج مثل المعجون مع تغليف مكثف، وسرعة الصلابة التجارية. وتطور مشترك في القطاع الزراعي، يمكن أن يتحول إلى سلطة تصديرية لأوروبا في عالم اليومين قرية العائلات. المنتج الذي ينتقل إلى عتبة التجارة ليس بسهولة. **الطالب:** حيدرآباد محلي، مشرف منتج معجون الطماطم **عائش:** عواصم الجديدة (2) في إيران.



► [AradBranding.com](http://AradBranding.com)



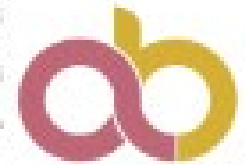


AradBranding.com



# بدأت الصادرات تحقق الهدوء التام

الرقم ٨١  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٢



آراد براندينج الصفحة ١

AradBranding.com



مقابلة مع هوساين زيدى  
!فقط رجال الأعمال هم من يستطيعون إنقاذ البلاد

عشرات السنوات في وظائف مختلفة، من العمل المتواضع في أحد البنوك إلى استيراد أنواع إلكترونية من دول أجنبية وحتى تأسيس مشروع مع بعض الأصدقاء، كل مسار من هذه المسارات منحني تجارب، لكن أياً منها لم يمنحني شعور الرضا والتقدير الحقيقي، لأنني كنت دائماً أضع أني ألتزم طاقتي وأستعطي في الأعمال لا لتفويض شئاً أبداً. عندما تقوم بالاستيراد، فأنت في الواقع تخرج الأموال من البلد، وعندما تكون موظفاً فأنت تتحرك فقط في دوائر ثابتة ومحددة، لكن التصدير هو التفرغ تماماً للكل، هذا التصدير يعني دخول رأس المال إلى البلد، يعني إزدهار الإنتاج المحلي، يعني بناء المستقبل، لذلك ولما خرجت وصلت إلى هذه القناعة، عندما أفركت أنه إذا أمنت القيام بعمل قريب، طويل الأمد، وحتى مستوى عالمي، فيجب أن أعمل في تجارة التصدير، عند ذلك الحين، وبالتحديد ودعم العائلة، بدأت مسار تصدير منتج أتنا تشتهه، وأبديت بصيرة توريد منتجات وصقل جودة المنتج لا يجب أن يكون منتجاً لأحد، بل منتجاً للبلد، المنتج الأهم هو وجود مورد جيد وموثوق، عندما يكون التوريد صعباً جداً يصبح استثمار المسار قديماً للشخص، لأن قول بقاءة إن التجارة هي الطريق الوحيد للحد من التضخم الاقتصادي للبلد، وإذا أراد شخص ما تحقيق نمو حقيقي، وخيراً، ودخل منتج، والتاجر التجاري، فيجب أن يكون في مسار التجارة، قد تكون البداية صعبة، وقد يبدو البدء صعباً، لكن عندما تتعلم الخطوات الأولى، وتفتح الطريق خطوة بخطوة، تتشكل العلاقات وتظهر الفرص، وبأني الأشخاص الذين يمكنهم المساعدة لإيجاد التجارة ليست فقط الأفكار العاصمين، بل هي للجميع، بشرط أن تريد، وأن تبدأ، وأن تستمر في النهاية، لا شيء يعاين شعور بناء شيء، يستد أنك أبتدئ مشروعك، ووطنك، كل خطوة جمعتها في التجارة، شعوري بتعب، واقع الاقتصاد الوطني، وعوامل العمل، والأهم من ذلك، أن الاستثمار والإصرار هما من أهم أدوات النجاح الحقيقي.

الكاتب: هوساين زيدى، مستشار التسويق في آراد براندينج.

## المفاوضات التجارية

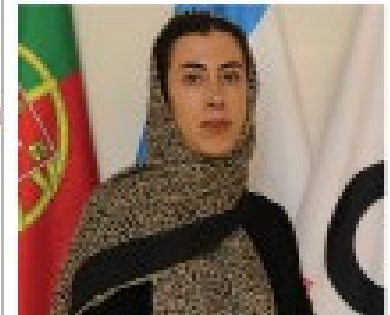


### مبادئ النجاح في المفاوضات التجارية الهادفة

المفاوضات الهادفة هي التجارة هي إحدى الطرق التجارية الفعالة للوصول إلى اتفاق من الأطراف، ولتستخدم بذلك توفير الوقت، وتقليل تكاليف السفر، وتسريع عملية اتخاذ القرار. في هذا النوع من المفاوضات، يتحقق النجاح عندما يدخل الفرد المفاوض يستعد كامل، ويستعمل لغة مهنية وحاسمة، ويكون واضحاً ودقيقاً في حديثه، ويستمع بعناية إلى الطرف الآخر، ويسجل النقاط الرئيسية بدقة، لتعريف الطرف الآخر في آراد براندينج، مروت، وتجارب، عديدة أثبتت أن هذه المبادئ البسيطة يمكن أن تعود المفاوضات التجارية إلى نتائج ناجحة ومربحة.

الكاتب: إبراهيم طاهر، مدير مدير طوب الإمارات، آراد براندينج.

## تصدير المنتجات



### إرسال نكهة إيران إلى موائد العالم

في مسار تصدير المنتجات المختلفة، دائماً ما أسمى لتقديم النكهة الأصلية للمنتجات الإيرانية، بأعلى جودة، ومعايير صحية إلى الأسواق العالمية، بالنسبة لي، التصدير ليس مجرد إرسال منتج، بل هو نقل جزء من الثقافة، والصحة، وسعة إيران إلى دول أخرى. أقوم أن أركز على العميل والصحة، عندما أبدأ التجارة العالمية، يستعني أني في مجموعة آراد براندينج، لأدق الفرصة لأربط المنتجين المحليين بالأسواق العالمية، وأتعاون خطوة بخطوة في مسار التنمية المستدامة للصادرات، مساري هو إرسال النكهة الأصلية لإيران إلى موائد العالم.

الكاتب: شفاة أسدي، مديرة المنتجات البهجة في روسيا، آراد براندينج.

## المدير التنفيذي

### سر النجاح في التجارة من وجهة نظر المهندس قرباني



المهندس قرباني، أحد المديرين ذوي الخبرة في آراد براندينج، طرح نقاطاً رئيسية حول التجارة، والتفاوض، والتصدير في إحدى الجلسات الداخلية لمجموعة. يعتقد أن النجاح في التجارة يعتمد قبل كل شيء على مهارة التفاوض وبناء الثقة. التاجر الذي يتمتع بالصدق، والشفافية، والوفاء، بالوفاء سيكون الخيار الأول للعميل حتى في المواقف الصعبة من وجهة نظر التصدير، يعني فهم الفروق الثقافية والاقتصادية قبل البدء في التفاوض والتكيف معاً. كما أكد على أن الاستمرارية في النشاط هي سر تشكيل العلاقة التجارية، وأن فرص التصدير لا تنتظر أحداً. التاجر الناجح هو من يبدأ التواصل، والتقديم، والصطفاء بدلاً من الانتظار.

الكاتب: مصطفى حاجي، مدير نائب الاتصالات الداخلية في آراد براندينج.

للتواصل مع آراد براندينج  
T.me/AradBranding\_News



بريد الإلكتروني مع آراد براندينج  
We are 0091558888888



المهندس شفاة أسدي، في عملية التصدير، المعرفة الداخلية السوق المستهدفة، ولهم احتياجات العميل تسبق إرسال المنتج، دائماً ما أؤكد أن التصدير نشاط مخطط، وليس إجراءً عشوائياً.

# مكافأة نقدية بدعوة إلى التجارة

الرقم ٨١  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٢



آراد براندينج الصفحة ٢

AradBranding.com



مجتمع كبير من تجار آراد، ويحصل على دعم كامل وتدريب متخصص في التجارة الداخلية والتجارية مع التدرجات التي توفرها مجموعة آراد براندينج مجاناً، يمكنه في وقت قصير تعلم التجارة والتواصل مع العملاء المحليين محلياً ودولياً، وهذه مساهمة التجاري، تشير الإحصاءات إلى أن أكثر من ٩٥٪ من تجار آراد، بعد دخولهم هذا المسار، حققوا تقدماً ملحوظاً في حياتهم المالية والمهنية والشخصية، لأن آراد براندينج ليست مجرد مجموعة اقتصادية، بل هي شبكة متكاملة تمكن الأفراد، شبكة تقوم الأفراد إلى طريق النجاح من خلال هيكل منظم وتدريب عالٍ، ودعم مستمر، لا تتسب في عالم اليوم، نمر القرض أسرع من أي وقت مضى، إذا كنت تبحث عن طريق موهوب ومباشر، وتربح، فابدأ اليوم، بداية هذا المسار تكون فقط بتقديم شخص واحد، لكن نتاجه يمكن أن تحول مستقبله، العالي، لذا إذا كنت تعرف شخصاً في محيطك، موهوباً ومحباً للتعليم، ومبتدئاً بالتجارة، فابعد اليوم إلى هذا المسار، أنت لن تصاحبه فقط، بل ستصبح نفسك أيضاً على طريق الربح والنجاح، هذا المخطط ليس مجرد مكافأة مالية، بل هو بداية لتعبير كبير في حياتك.

✶ الكاتب: سيد أحمد صهيول، مقدم إعلامي في آراد براندينج.

في المخطط الجديد وغير المصنوع لمجموعة آراد براندينج، 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 يلتزم 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 ضابط، نعم! هذا يعني أنه بدلاً من قضاء الوقت في محاولات غير موفقة ودخول ضلالتك، يمكنك البدء في كسب دخل بالملايين من اليوم، فقط من خلال تقديم شخص موهوب محلياً أو دولياً والتجارة لتحويل الآن، أنه إذا كنت بحاجة أربعة أشخاص من محيطك، أو معارفك، إلى هذا المسار خلال عشرة أيام، في أقل من أسبوعين، ستحصل على أربعين مليون تومان كمكافأة نقدية، لا تعطيات إلكترونية، ولا وعود فارغة، ولا انتظار طويل، يكفي أن تبدأ العمل بجد، وهذا المخطط متاح للجميع، سواء كنت أمماً منزلية، أو طاقلاً، أو موظفاً، أو متقاعداً، أو حتى شخصاً لم يحدد بعد مساره وأيضاً المستقلة، الشرط الوحيد للدخول هو امتلاك الإرادة والقرار الجاد لتغيير الحياة، قد تتساءل: ماذا يحدث بعد التقديم؟ الإجابة بسيطة، ينضم الشخص المتقدم إلى



ريخ مستدام

الفرص المربحة في عالم المنتجات البلاستيكية

في السنوات الأخيرة، شهد إنتاج واستهلاك المنتجات البلاستيكية في إيران نمواً ملحوظاً، واحتلت هذه السلع مكانة خاصة في سول الأديت المنزلية، وأديت المطبخ، وأديت العائلات، وذلك بسبب أسعارها المنخفضة، وبوزنها الخفيفة، وبمتانتها الكبيرة، وبمقاومتها للعوامل الجوية، الأواني البلاستيكية ذات التصميم المربحة، والمواد الأولية الصعبة تعتبر بداية جيداً للأدبيات التقليدية، كما أن الطاولات والبلاستيك المصنوعة من البوليستر، بمقاومتها العالية للرطوبة وأشعة الشمس، والصنعة، تعد من أكثر العائلات مبيعاً، المساهمة بالزيادة في المبيعات من المنتجات المعطرية، باستخدام تقنيات الصنعة، في تصميم هذه المنتجات إلى دول المنطقة، وهذا الطريق للعلامات التجارية المتعددة.

✶ الكاتب: أبو الفضل شهابي، مدير الأواني البلاستيكية في آراد براندينج.

تحول الصادرات

الصادرات الاحترافية منقذ صناعة الجلفنة

جلفنة هو ورق الحديد المجلفن، بعد إجراء الأبحاث والتحقيقات، توصلت إلى أن التجارة الدولية في ورق الحديد المجلفن تشهد تذبذباً كبيراً، الجلفنة فترة الإنتاج التي يرضى الشركات المصنعة، على الرغم من أن ورق الحديد المجلفن الإيراني ينتج بجودة عالية، إلا أن صادراته لم تحظ بالقبول المطلوب في الأسواق الدولية، وأفضل تفسير لهذا المشكلة هو غياب الاتصالات القوية في التجارة الدولية، لذا، بدأنا بوسائل أنه بدعم موجهة آراد براندينج، في مجال تصدير ورق الحديد المجلفن، استصبح في المستقبل القريب، واحدة من أكبر مصدري ورق الحديد المجلفن في العالم.

✶ الكاتب: علي سليمي، مدير ورق الحديد المجلفن في آراد براندينج.



تجارة ذكية



بداية ذكية، بناء مستدام

لبدء مسار مهني في التجارة، لا يكفي امتلاك المنتج أو الفاعل فقط، بل ما يهم هو المعرفة الدقيقة للبركان السوق، والتحكم في أسلوب جذب العملاء، والفهم العميق لعملية التوريد والتوزيع، ولعلم العناوين الأساسية التي يمكن أن تعهد الطريق لعمل تجاري مستدام، ما كان فزناً والتسويق، أي في آراد براندينج، هو وجود التدرجات المعقدة، والاستراتيجيات الواقعية، ودعم الأفراد ذوي الخبرة الذين جعلوا هذا المسار في متناول أي شخص، حتى بدون خبرة سابقة، هذا في آراد براندينج، أبواباً فرصة النمو.

✶ الكاتبة: خديجة باقاي، تجارة الامتياز التجارية في آراد براندينج.



# آمال مستيقظة البداية من هنا

الرقم ٨١  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٢  
الصفحة ٣



AradBranding.com



## التفكير الخاطئ الخاطي عن بدء التجارة

لغداً، المجتمع كله يتأخر. لأن الشخص الذي كان يمكنه البدء قد تم استبداله. الشخص الذي كان يمكنه أن يكون رائد أعمال قد أصبح الآن... هذا هو الخطأ الذي يجب أن نعمل فيه شيئاً. لأن إلقاء شخص من الجانب يعني إلقاء مستقبل كان يمكن بناؤه. وإعطاء طريق لم يسلكه، ومصنع لم يُصنع، وطائفة تتكلم، وجيل يمكنه أن يتعلم أن "التفكير" ليس حلاً على من هم أفضل منذ... التفكير، مساهمة، موهبة، تصوير في آراء براندينج.

لكننا نسيئاً، لكنه يفتح طريقاً أن الطريق الصحيح ليس له بصاق. أن التجارة، والنمو، وحتى الوظيفة الجديدة، هي فقط لأهلها الذين طمعت بهم المقاعد منذ البداية. أحد أكثر الأشياء سرراً يمكن رؤيتها هو الفجوة بين الرغبة والقدرة. عندما يكون لدى شخص كل شيء (الإمكانية)، أدركت أن التجارة للكثيرين ليست حلاً جيداً. المال، بل حتى حقيقي، فربما منه فقط. أليس غير مرتين أو لا يمتلكون النمو، وعندما يصبح هذا العيمان أمرًا خطياً لا يتأخر فرد واحد.

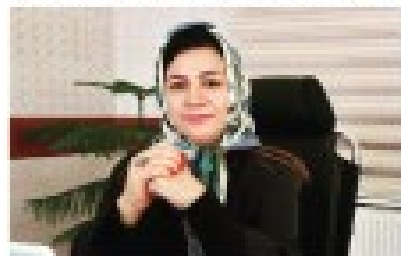
أحياناً، تعلم البدء من مشهد بسيط أكثر مما تعلمه من حالة معاصرة. ماركيت كان حقيقة كبيرة الفهر ليس فقط غياب المال، بل هو عندما يكون لديك فكرة، وفكرة، وحتى تعليم، ولكن لا يوجد من يأخذ. طموحك الأمل، معك ما يبيع الإنسان أكثر من تعلم رأس المال هو غياب النمو وعدم الرؤية. هناك أشخاص ليسوا كسالى أو باعدين من الرضا، لكنهم رأوا الكثير من الضغوط والفرصة حتى بدأ العمل في الطرق الصحيحة يتأخر. وهذه هي النقطة الخطيرة، عندما يكون الشخص

### ٣ السوق المستهدفة

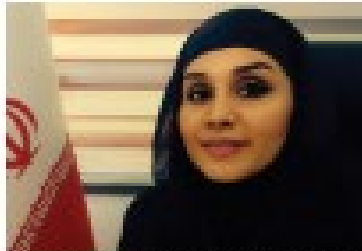
#### القطب الرئيسية لاختيار المنتج التجاري

البدء، مسار تجاري ناجح، بعد اختيار المنتج المناسب. أمراً بالغ الأهمية، أيضاً دراسة الشركات المنطقة التي تعيش فيها، حتى لا تواجه مشاكل في توفير المنتج، أكثر متنافاً. أدرك، اهتمام أو خبرة فرد هذا، وفكرتك دافلاً، وهكذا. أفضل للسوق، من الأفضل أيضاً اختيار منتج إما لا يوجد له منافسة، وبالفرد جيد، أو إذا كان السوق شاملاً، لديك ميزة خاصة لتقدمه. قابلية التطوير، والابتكار في المستقبل، هي أيضاً من السمات المهمة لمنتج مناسب. تذكر أن جميع المنتجات لها نماذجها الخاصة، هذه هي نماذجك في التعرف على السوق المستهدف، والقدرة على تقديمه بذهارة بريق.

الكاتب: دالين بوزي، مدير أمو بيلاروسيا في آراء براندينج.



### ٢ التجارة العالمية



#### إيرانية جسر بين الثقافات والتجارة العالمية

إيران، ذات التاريخ التجاري الذي يمتد لأكثر من ألف سنة، تلقى اليوم كأحد اللاتنين الاقتصاديين الرئيسيين في المنطقة. والعمل على توسيع علاقاتها التجارية مع مختلف دول العالم، من الميزة الطبيعية الغنية مثل النفط والغاز إلى السلع الصناعية والتكنولوجية. تمتلك إيران إمكانيات هائلة للتصدير، جودة المنتجات الإيرانية المصنوعة، خاصة في مجالات مثل الأسفلت، والبتروكيماويات، والمصنوعات الزراعية، والسجاد، والمكسرات، توجد في السب، لغة الأسواق العالمية. إيران ليست فقط مصدراً للموارد والمنتجات، بل أيضاً بفضل موقعها الجغرافي الاستراتيجي، تعتبر بوابة للتجارة الشرق والغرب، والشمال والجنوب.

الكاتبة: صديقة علي بوز، مديرة الأعمال الهندية في آراء براندينج.

### ١ طرق القيمة

#### التجارة خلق الثقة وليس فقط المنتج

التجارة، في الحقيقة، هي القدرة على تحديد الاحتياجات الخفية، وتصميم حلول فعالة، وبناء الثقة بين الأطراف. وتحويل الأفكار الضام إلى قيمة حقيقية، وملموسة. في العصر الحديث، لا يقتصر النجاح التجاري على تقديم منتج فقط، بل يعتمد على تقديم تجربة كاملة، وجودة مستدامة، وصدق مهني. النجاح هو من يستلزم، عليهم تحقيق للسلوك، بناء علاقة دائمة مع العميل، ولبية احتياجاته اليومية، وتوقع رغباته ودعمه. هذا المنطق، التجارة ليست فقط أداة للنمو الاقتصادي، بل هي جسر متين بين الإبداع، والتمتع، وفعل القيمة، مسار يؤدي، من داخل المسؤولية، والقيم الأخلاقية، والتوجه طويل الأمد، إلى الاستقرار والتنمية المستدامة.

الكاتب: قاسم نبي بار، نائب نقل، يمنة، في آراء براندينج.



# طريق التجارة المستدامة من الحركة إلى الوجهة

الرقم ٨١  
الأحد  
١٤٤٥/٠٢/٠٢



آراد براندينك الصفحة ٤

AradBranding.com



## آراد براندينك نحو الثروة

### التطبيق

#### مع آراد، اجعلوا الاتصالات الدولية ذكية



#### خطوة واحدة نحو العالمية

للدخول إلى سوق التجارة العالمية الكبيرة فإن الخطوة الأولى والأهم هي بناء اتصالات هادئة وأساسية بدون التواصل. حتى أفضل المنتجات والخدمات لن تعطي فرصة الفهم. تطبيق آراد براندينك هو أداة ذكية وسريعة لإقامة هذه الاتصالات. من خلال الدخول إلى التطبيق واستخدام قسم "الاتصالات" و"مشاركات". يمكن اختيار البلد المستهدف والوصول بسهولة إلى التجار والمشتريين والممثلين في ذلك البلد. يكفي تقديم تعريف مناسب عن نفسك ومنتجاتك لفتح أبواب التعاون مع الفاعلين الحقيقيين في السوق العالمية. الخطوة الرئيسية هنا هي أن بناء العلاقات ليس إجراء لمرة بل يجب تحويله إلى عادة يومية.

الكاتبة: كوكب رحيمي، صحفية إعلامية  
آراد براندينك

تعاون تطبيق آراد براندينك: AradBranding.com

### المنتج الأصلي

#### تمر المضافتي جوهره سوداء من قلب واحات النخيل الإيرانية

تمر المضافتي، بؤله الذلكن، وشيجه الناهب، ومغلفه الحلو والكراملي، ليس فقط أحد أنواع التمور في إيران بل هو جوهره لاصقة في السوق العالمية للمنتجات الزراعية. هذا التمر، الذي يُزرع بشكل رئيسي في محافظة كرمان، وخاصة في مدينة بوم، يتميز بتركيبه فريد يجمع بين القيمة الغذائية العالية، والعمر التخزيني الجيد، والقابل العالمي. المضافتي، برطونه الطبيعية وشيجه شبه الجاف، مصدر غني بالمغذات والفيتامينات، والبروتين، ودهون الأحماض، هذه الخصائص تجعله يحتل مكانة مميزة ليس فقط في الاستخدام التقليدي، بل أيضًا في الصناعات الغذائية، والمذاقية، والصحية. في أسواق التصدير، يُعرف تمر المضافتي الإيراني كعلامة تجارية موثوقة وذات سمعة طيبة. ما يميز هذا المنتج ليس فقط جودته الاستثنائية بل أيضًا الثقافة والأصالة المتجذرة في كل حبة منه. إنّه يأتي حبات خضراء بعد جيل في مزارع النخيل الصحراوية، واليوم تزين موائد العالم في محلات حصرية ومسابحة الفخمين.

الكاتبة: علي فاسم زاده، تاجر التمور في آراد براندينك

عند مشاهدة هذا البرنامج، تغيرت نظرتي حقلًا لمسار التجارة، ما شرحته الأستاذة تاليا وأسلوب جديدي وصالح هو بالضغط ما يقلل عنه التفكير مما في مسار الأعمال. أن تدخل في عمل ما وتُفكر أن كل شيء سيتجلى نفسه بنفسه هو مجرد وهم. قدمت الأستاذة أمّلة بسيطة مثل القيادة أو الطريق، موضحة أن التجارة ليست مجرد أدوات المنتج أو رأس المال. التجارة تعني أن تعرف في أي طريق أنت، وما هي الأدوات التي تحتاجها، وهل أنت صانع جيد أم لا، وأن يوجد العميل، وهل الطريق الذي تسلكه سيوصلك إلى وجهتك أم لا. في آراد، الطريق واضح تمامًا، والمصدر مفاد، وشروط النجاح الوحيد هو أن تتحرك. الكثير من الناس يلقون فقط بحجاب الطريق ويتوقعون الوصول إلى الوجهة، والبعض الآخر أتقى المال، واشترى الأدوات، لكنه لم يتحرك، وأحيانًا يظنون أنهم لم يخطئوا نتائج. الحقيقة هي أنه حتى تدخل الميدان، وحتى تذهب إلى السوق، وحتى ترق العميل، وحتى تتحدثه، 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 ذلك أفضل منتج، وسعر مناسب، وجودة عالية، وتغليف من الدرجة الأولى، ولكن إذا لم يكن لديك عميل، فعلمًا لا تملك شيئًا. العميل هو الذي يمدح العمل التجاري الجيد. لذا بدلاً من التركيز فقط على تحسين المظهر الخارجي للعمل، يجب أن نركز على إيجاد العملاء والمحافظة عليهم.

الكاتبة: لانا مضمدي، مستشارة تجارية في آراد براندينك

### السوق العالمية

#### سر النجاح في التجارة

هدف آراد هو دعم الفئات الأقل حظًا لتطبيق دخل والدولار والنمو الشخصي والاجتماعي. التجارة القائمة تتعلم من خلال تحديد أهداف واضحة، والتخطيط، والجهود المستمر، والتعلم من الإخفاقات. العزلة، وبناء الشبكات، وتحسين المهارات، والتركيز على العميل هي العناصر الأساسية في هذا المسار. من خلال التقديم المستمر والتخطيط الذي يمكن تطبيقه بكفاءة عالية في الأسواق العالمية، في عالم اليوم التنافسي، النجاح ليس ضمانًا بل هو نتيجة الالتزام، والكوش، والمثابرة. آراد يوفر فرصة للأفراد لبدء مسار التجارة حتى بدون رأس مال أولي.

الكاتبة: سحر شوش كياني، تاجر أكراب الدولي  
إيريلين في آراد براندينك



كونوا مرسلين وصحفيين  
T.me/AradBranding\_News



بعض المعلنين مؤازر براندينك  
WhatsApp: 00961588880000



الأستاذ وخيت التجارة تعني تحديد دقيق لاختيارات السوق والتدريب حلول فعالة بسرعة ودقة، والالتزام دائمًا لأؤكد لطلابي أن في عالم التجارة، السمعة أكثر قيمة من الربح المؤقت.

# التجارة الناجحة للجميع من الصفر حتى تصبح

الرقم ٨٠  
السبت  
١٤٤٥/٠٢/٠١  
الصفحة ١



AradBranding.com



كثير من الناس يعتقدون أن العمل في مجال التجارة محصور فقط لفئة معينة ويتطلب وجود رأس مال ضخمة، بينما الحقيقة مختلفة تماماً. كواحدة من موظفي مجموعة آراد براندينغ، 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 للتعليم، ويمكن لأي شخص بدون معرفة سابقة أن يصل لمستوى يؤهله لبدء نشاطه التجاري خلال ٣ إلى ٦ أشهر. ما يميز مجموعة آراد براندينغ هو تقديم هذه الدورات التدريبية مجاناً 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 التجارية. لا تخف، بل أصبحت وسيلة واقعية لتحقيق الاستقلال المالي لأي شخص. في آراد براندينغ، نؤمن أن كل فرد يستحق فرصة عادلة ليصبح تاجراً ناجحاً، ونحن هنا لدعمه في كل خطوة.

الكاتبة: ليلي محمدي، نائبة التعيينات في آراد براندينغ.



## مستقبل مشرق مع التجارة

التجارة بالنسبة لي ليست مجرد مهنة؛ بل هي طريق آمن لبناء مستقبل مشرق لي ولأبنائي. في مجموعة آراد براندينغ، تعلمت أنه يمكن الدخول في مسار التجارة الاحترافية حتى بدون رأس مال أولي أو مصنع، والاعتماد على عملاء محليين ودوليين، والوصول إلى مكانة كانت في السابق مجرد حلم. آراد براندينغ، 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 أخض 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 براندينغ 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 براندينغ.

كونوا مراسليننا ومحررينا  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد براندينغ:  
Wa.me/989190808088



## تجارت موفق



### فرصة ذهبية للزراعة الإيرانية

نظراً 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 سوقاً مناسبة للفواكه المجففة والمعالجة. التركيز على جودة المنتج، والتغليف المناسب، والالتزام بالمعايير التصديرية يمكن أن يُسهل مسار الاستثمارية في هذا السوق. تصدير البرقوق المجفف إلى الهند لا يزيد فقط من حصة إيران التصديرية، بل يخلق أيضاً فرص عمل متعددة للمنتجين والمصدرين المحليين.

الكاتب: سعيد خراسانيان، مدير البرقوق المجفف في الهند آراد براندينغ.

## طريق الثراء



### طريق 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 واستمرت في المسير.

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

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.

# زيارة تجارية ناجحة بداية تعاون تصديري

الرقم ٨٠  
السبت  
١٤٤٥/٠٢/٠١



آراد براندينج الصفحة ٢

AradBranding.com



قام ممثلو شركة آراد براندينج انترناشونال بزيارة

من مصنع الكيمتشي

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 "بيديار" 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 ويسرع خطوات التعاون التجاري الفعلي.

الكاتب: محمد صابري، مستشار تجاري في آراد براندينج.

في الزيارة الرسمية التي حضرها السيد نديم أحمد، ممثل دولة باكستان، والسيد محمد جعفر، ممثل دولة لبنان، إلى مصنع المخللات "بيديار"، تم توفير فرصة للوفود الأجنبية للتعرف عن قرب على قدرات الإنتاج، البنية التحتية الصحية، وإمكانيات 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 شحن المنتجات، مدة صلاحية المنتج، تنوع النكهات، وتوافق المنتج مع أذواق المستهلكين في بلدانهم، مما يعكس جدية رغبتهم في التعاون المستقبلي.

## ٣ الاتصالات



### 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 وتحول العميل إلى مؤيد للعلامة التجارية. الشركات التي تستمع إلى احتياجات العملاء وردود أفعالهم تبني أساساً 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: أحمد رضا بوداقي، رئيس قسم الزرشك قم آراد براندينج.

## ٢ التصدير الفعال

**دور صادرات في تعزيز المكانة الاقتصادية لإيران**  
تلعب الصادرات دوراً رئيسياً 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 أحمددي، مدير منتجات التنظيف غنا، آراد براندينج.



## ١ التحول التجاري



### 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 براندينج 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 رحيمي، رئيسة فرقة فرخسان رضوي، آراد براندينج.

كونوا مراسلينا ومحركينا  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد براندينج:  
Wa.me/989190808088



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.

# اكتساب المهارات الشرط الأساسي للتجارة

الرقم ٨٠  
السبت  
١٤٤٥/٠٢/٠١  
الصفحة ٣



AradBranding.com



**بضع ساعات مع مدير كبير  
المهندس شباني**

كل هذه المهارات قابلة للتعليم، 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 "آراد براندينغ" هي أن جميع هذه التدريبات تُقدم مجاناً للجميع، سواء عبر المدرسة التجارية الإلكترونية، أو من خلال الجلسات الحضورية، الورش، فرق العمل، والملتقيات التخصصية.

الكاتبة: سحر عليبور، مستشارة تجارية في آراد براندينغ.

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.

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 يعتقد 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

## ٣ بنية تحتية قوية

### 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 توفر مصادر غنية في مجال البتروكيماويات، والموقع الجغرافي المناسب، والاستفادة من القوى العاملة المتخصصة، قد جعل من إيران واحدة من المنتجين البارزين لهذا المنتج في تسهم 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 البنية 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 براندينغ.



## ٢ تحول تجاري



### 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 (البراندينغ)، 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 براندينغ.

## ١ مسار النمو

### آراد براندينغ؛ نقطة اتصال من الفكرة إلى سيادة

في عصر يُعدّ فيه التميز سرّ بقاء الأعمال، تعمل شركة آراد براندينغ، 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 بهاولو، مشرف لوز جهارمحال وبختياري آراد براندينغ.



كونوا مراسلينا ومحررينا  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد براندينغ:  
Wa.me/989190808088



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.

# من البيع إلى بناء الثقة المسار الحقيقي للتصدير

الرقم ٨٠  
السبت  
١٤٤٥/٠٢/٠١



آراد براندينج الصفحة ٤

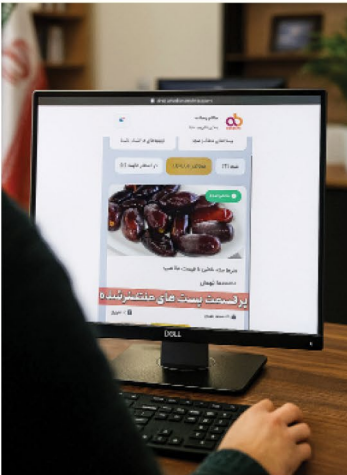
AradBranding.com



٢

## بيت التجارة

### زيادة الظهور من خلال المشاركة الذكية للمنشورات



لزيادة ظهور المنشورات في بيت التجارة آراد براندينج، 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 مكناتك ضمن خوارزميات العرض. كذلك، فإن استخدام الوسوم (الهاشتاقات) بشكل هادف يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات للمنشور. كما أن استخدام الوسوم (الهاشتاقات) بشكل هادف يؤدي إلى زيادة عدد المشاهدات للمنشور. بهذه الخطوات البسيطة، يمكن لأي محتوى أن يحقق أثرًا أكبر ويصل إلى جمهور أوسع.

الكاتبة: ربحانة بهرامي، موظفة في القسم الفني آراد براندينج.

عنوان تطبيق آراد براندينج: Shp.AradBranding.com

٣

## التقدم المستدام

### 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 وفعال في ثقافة تسعى لتجاوز الركود والوصول إلى الازدهار. ولتعويض التأخر، 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 نُضاء شمعة في الظلام حتى تُثير 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 براندينج.

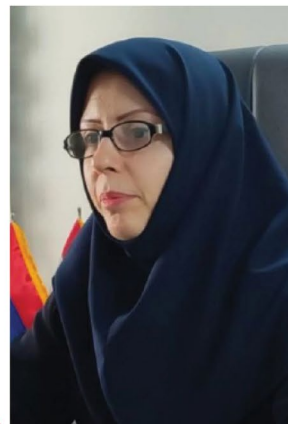
في أحد الاجتماعات التخصصية لمجموعة آراد براندينج، طرح الأستاذ وحيد رؤية مختلفة لمفهوم التجارة والتصدير من منظور علمي، دقيق واستراتيجي، بحيث أصبحت هذه الرؤية ضرورة لا غنى عنها لكل فاعل اقتصادي، من وجهة نظره، التجارة لا تقتصر على بيع المنتج فحسب، بل هي عملية بناء مسار شفاف، مستدام وذكي يبدأ من إنشاء العلاقات وبناء الثقة، ويصل إلى النجاح من خلال الاستمرار، والتخطيط، والمعرفة العميقة بالسوق المستهدف. ومن النقاط المحورية التي شدد عليها الأستاذ وحيد، كانت "دور الصمت" في المفاوضات. فبرأيه، التاجر الناجح ليس من يكثر الكلام، بل من يستخدم الصمت الفعال ويدير أجواء الحوار بذلك، موجّهًا ذهن الطرف المقابل نحو اتخاذ القرار المطلوب. كما أكد 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، محذّرًا من أن دخول الأسواق الخارجية دون فهم لاحتياجاتها وأدائها ومعييرها، 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، ويرى 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 براندينج.

١

## التقدم المستدام

### طريق آمن للتقدم في التجارة



إن التعرف على مجموعة آراد براندينج الكبرى، واكتساب المعرفة والوعي اليومي في مجال التجارة، يذكرنا دومًا بحقيقة أن الاستمرار في الجهدان كانيسيطوي 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، وقرت شركة آراد براندينج، من خلال خبرتها الممتدة لـ ١٩ عامًا، طريقًا واضحًا آمنًا يُمكننا من النمو المؤثر في المعاملات الداخلية والخارجية على حد سواء. وبفضل التوجيه المستمر من آراد، يصبح هذا الطريق أكثر إشراقًا وأمانًا.

الكاتبة: سهيلا كرمني، تاجرة منسوجات طبية ذات الاستخدام الواحد في آراد براندينج.

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

كونوا مراسلينا ومحررينا  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد براندينج:  
Wa.me/989190808088



# قابلية التعلم سرّ الاستمرارية

الرقم ٧٩  
الجمعة  
١٤٤٥ / ٠١ / ٢٩  
الصفحة ١



آراد برنديك  
AradBranding.com



كنت اليوم في تجمع حيث افتتحت أمامي كثير من الأمور بوضوح. سمعت حديثاً ربما كان يراود فكري مراراً، 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 مثلاً بسيطاً وممتعاً: قال إن البيزتا الجيدة تأتي من وصفة دقيقة. لا يمكنك أن تتصرف بحسب ذوقك فقط. البعض يعتقدون أنه بما أنهم يعرفون بعض الأمور، يمكنهم العمل بطريقةهم 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 بانديفاع، فسوف تقع سريعاً جزء آخر من الحديث كان عن الاستعجال. بعض الناس يريدون نتائج سريعة، مثل أن تخرج البيزتا الجيدة من الفرن فوراً. لكنهم لا يدركون أن الطهي الكامل يحتاج إلى وقت. التجارة كذلك. لا يمكنك أن تبدأ اليوم وتصبح لديك زبائن دائمون غداً في الخارج. عليك أن تتحلى بالصبر، وأن تكون مستعداً للتعلم. عليك أن تعرف أنه إذا كنت تعرف ٧٠٪ من شيء ما، فإن الـ ٣٠٪ المتبقية أكثر قيمة؛ لأنها يمكن أن تكون سبب الفشل أو النجاح. بعض الناس لأنهم يعرفون جزءاً فقط، لا يأخذون الباقي بجدية. بينما ذلك الـ ١٠٪ المتبقى قد يدمرهم. نقطة مهمة أخرى كانت عن نظرتنا للعلماء والموردين؛ قالوا لا تكن متشائماً ولا متفائلاً بشكل مفرط. لا تعتبر الجميع جيدين، ولا الجميع سيئين.

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

## العلامة التجارية الإيرانية



### 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 أيضاً، وهذا المسار يتطلب تخطيطاً، مثابرة، ونظرة استراتيجية للمستقبل. تأزر المنتجين المحليين مع شبكة التصدير هو سر النجاح في هذا الطريق الدولي. مع توسعة البنى التحتية للتصدير وفهم دقيق لاحتياجات الأسواق المستهدفة، يمكن تحويل مزايانا 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 ذكية، ودور فعال للتجار في آراد برنديك في الأسواق المستهدفة. وللنجاح، لا بد من الحضور الميداني وفهم السوق المستهدف.

الكاتب: مجتبی میکانیل زاد، رئيس قسم القهوة في ألبرز، آراد برنديك.

كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برنديك:  
Wa.me/989190808088



## التجارة

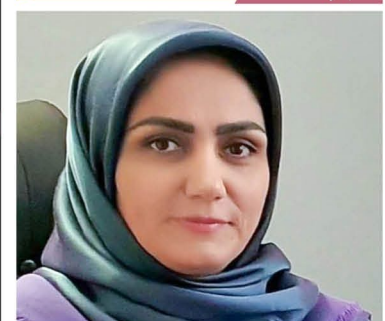


### إعلام ومزايا النباتات الطبية

إعلام، بتنوع نباتاتها الطبية مثل الريحان، 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 إعلام 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 إعلام الطبية.

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

## تجارة خاصة



### تجارة إقليمية بمنتجات مميزة

صدرت مسترنج إيران بجودة عالية وسعر مناسب حققت موقعاً جيداً في الأسواق الإقليمية. هذه الميزات لم تؤد فقط إلى زيادة الطلب في دول مثل تركيا، بل وفرت أيضاً أرضية مناسبة لتشكيل تعاون تجاري مستدام مع الجيران. حالياً، يعتبر مسار تصدير هذا المنتج من الفرص النامية في العلاقات الاقتصادية بين إيران وتركيا. إلى جانب الجانب الاقتصادي، يمكن أن يلعب تصدير المسترنج دوراً مهماً في تعزيز العلامة التجارية الوطنية. التموين المستدام والتغليف المعياري هما عاملان أساسيان للحفاظ على هذا السوق الناشئ.

الكاتبة: فهيمة والي، مديرة مستر بچ تركيا 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 جيداً، فلن يحقق النجاح. التصدير يعني فهم السوق.

# كن محترفًا ولا تكن متحفظًا

الرقم ٧٩  
الجمعة  
١٤٤٥/٠١/٢٩  
الصفحة ٢



AradBranding.com



حوار مع توحيد علي زاده

## إخفاء المعلومات في البايو حازر مخفي في طريق التجارة

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 برنديك 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 المشتري بأنهم يتعاملون مع شخص جدي، منظم، وذو خلفية موثوقة.

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

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 لصفتك على واتساب أو ملفك الشخصي يقرر خلال ثواني معدودة ما إذا كان سيدأ الحوار أم يتجاهلك. في هذه اللحظة الحاسمة، إذا

٣

### الإنتاج العالمي



#### 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 أبداً إلى الازدهار الذي نستحقه. لكن عندما يُعرض منتجنا في واجهة التجارة الدولية، تظهر قيمته الحقيقية. التجارة ليست فقط مصدر دخل، بل هي مصدر كرامة؛ للمنتج وللدولة معاً.

الكاتب: محمد سادقاني، رئيس قسم الأثاث في طهران

آراد برنديك.

٢

### تواصل فعال

#### النجاح رهين بالمعلومات والتواصل

في التجارة، هناك أمران مهمان: المعلومات والتواصل. كانت معلوماتنا وتواصلنا أقوى، كنا أنجح في التجارة. أنا، بدري حمزة خاني، مسؤولة بناء العلامة التجارية لآلو بخارا في آراد برنديك، 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 برنديك.



١

### التحول التجاري



#### أولوية التجارة، طريق التقدم

التجارة كانت نقطة تحول 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، وبلاستثمار في البنى 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 برنديك.

كن مراسلنا ومُعَدِّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برنديك:  
Wa.me/989190808088



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

# تاجر صامت عميل صامت

الرقم ٧٩  
الجمعة  
١٤٤٥/٠١/٢٩  
الصفحة ٣



AradBranding.com



## هل لم تلاحظ لأنك لم تقم بعمل مميز؟



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، تُعرف نفسك، تعلن عن وجودك، وتتفاعل باستمرار. النظام ليس أكثر من مسرح، وإذا لم يدخل الممثل إلى خشية المسرح، فلن يكون هناك عرض إطلاقًا. لقد شاهدت مرارًا بعض التجار لديهم صفحات في بيت التجارة، ولكن

السيرة الذاتية فارغة، لا توجد صورة، ولا يوجد ستوري، ولا حتى تعريف بالمنتج أو بأنفسهم على موقع آراد برندينك. 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 برندينك أو شبكات التواصل، فخورزميات البحث ستعبرك غير نشط ولا تستحق الظهور. العميل كذلك يبحث عن شخص يُعرف نفسه، يضع صورة حقيقية، يرد على الرسائل، ويظهر أنه يعمل فعليًا. الظهور يعني "الحضور المستمر"، يعني إنتاج

الكاتب: حميد رضا عقيلي، تاجر الأثاث في آراد برندينك.

### ٣ تحليل السوق

#### 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 يهدد 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 للانطلاق 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.



من مراسلنا ومُعدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News

### ٢ التحول التجاري



#### الرائد في توفير الصحة

أعتبر التجارة مسارًا للتنمية، التحول، وخلق القيمة؛ مسار يوقر 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 جديّة 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: مربية شالجي، رئيسة قسم الملابس الطبية في قم آراد برندينك.

### ١ الرزق الطيب

#### التجارة بنية، والخدمة بهدف

تُظهر 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 أحمددي، مدير الملائم في الصومال، آراد برندينك.



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.

بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088

# عمان بوابة التصدير فرصة ذهبية لإيران

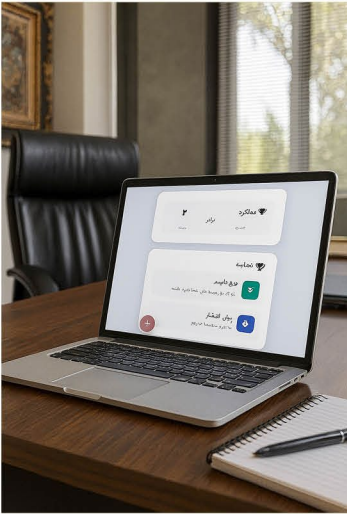
الرقم ٧٩  
الجمعة  
١٤٤٥/٠١/٢٩  
الصفحة ٤



AradBranding.com



## بيت التجارة سجل الأداء؛ المسار الشفاف للنمو في بيت التجارة آراد برندينك



عنوان متجر آراد برندينك: Shp.AradBranding.com

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.

كان مشاهدة هذا المقطع بالنسبة لي جذابة وملئية 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 للسلح مثل الأسمنت، الزعفران، النباتات الطبية، الأحجار البنايية، 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

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



## تقدّم مستدام

### 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 وتطبيق 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 أثنى 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 الحسل في آراد برندينك.

كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088



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.

# تعامُل ذكي وضمان موثوق

الرقم ٧٨  
الخميس  
١٤٤٦ / ٠١ / ٢٨  
الصفحة ١



AradBranding.com



## الاتفاق على الجوانب المالية مع قسم التوريد

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 تُدعى 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 برنديج، تتم جميع هذه الخطوات بمنهجية احترافية، دعم فني، وتركيز على السوق المستهدف لضمان تصدير مستدام ومربح. توسيع شبكات التوزيع الدولية والحضور الفعال 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 روي، مدير قسم البطانيات في الصين آراد برنديج.



## 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 برنديج، 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 روي، مدير قسم البطانيات آراد برنديج.

كن مراسلنا ومُعَدِّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد برنديج:  
Wa.me/989190808088



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

## تجارة مفيدة



## اللوز التصديري، جسر بين الصحة والاقتصاد

اللوز الشجري هو أحد أئمن 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، المكمّلات الغذائية، اللوشنات، وكريمات العناية بالبشرة. تعتبر الهند، كواحدة من مراكز استهلاك وتجيز اللوز، سوقًا مهمًا للمصدرين المحترفين، مما يتطلب ترويجًا منظمًا 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 برنديج.



## طعام بدوم، 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 برنديج.

# التركيز على العلامة التجارية يعني ترسيخ المكانة في السوق

الرقم ٧٨  
الخميس  
١٤٤٦ / ٠١ / ٢٨  
الصفحة ٢



AradBranding.com



## لقاء المدير العام آراد برنديك مع تجار الزهور والنباتات

أراد برنديك 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 نجاحاً من التشتت في منتجات متعددة.

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

إحدى الجلسات القيمة والمؤثرة التي عُقدت في الماضي كانت لقاءً بمناسبة يوم زراعة الأشجار بحضور المدير التنفيذي لشركة آراد برنديك 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

### ٣ جودة التصدير



#### 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: علي رضا شاهزادي، مسؤول قسم الأرضيات أصفهان آراد برنديك.

### ٢ التجارة بلا حدود

#### أكسر حدود التجارة العالمية

التجارة هي فنٌّ 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 نعهد 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: علي رضا حاجي حسيني، مسؤول خميرة طهران آراد برنديك.



### ١ اعتبار العلامة التجارية



#### 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، وبمعرفةنا لقوانين استيراد بلد الوجهة، وبالتعاون مع منتجين ملتزمين، نقدم منتجات ذات جودة عالية ومعايير تسويقية جذابة. كما نحرص على تحديث مستمر لمعلوماتنا الإنتاجية لضمان تلبية متطلبات الأسواق المتجددة وتعزيز ثقة عملائنا في منتجاتنا.

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

كن مراسلنا ومُعَد تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برنديك  
Wa.me/989190808088



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

# السي ان تنفيذ لن تحقق ربحاً

الرقم ٧٨  
الخميس  
١٤٤٦ / ٠١ / ٢٨  
الصفحة ٣



AradBranding.com



## سرّ نجاح التجار

تم التأكيد أيضاً على أن التجارة ليست وصفة جاهزة تُسلم للعميل، بل هي مسار يُبنى بالمحاولة والخطأ، وبالاكتفاء الشخصي. الفرق بين التاجر الناجح وغير الناجح ليس في الموارد، بل في الجرة على التنفيذ والمتابعة المستمرة. وأخيراً، لا يتحمل مسؤولية قراراته، سيقبى أسير التردد، حتى لو توقرت 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 داتشي، المستشار التجاري في آراد برندينگ.

العمل. لا التعليم، ولا رأس المال، ولا حتى جودة المنتج تعني شيئاً 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 "موتوقاً" يمكن أن تكون أساساً للتجارة، بشرط أن يعترف نفسه، ويسوق 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.

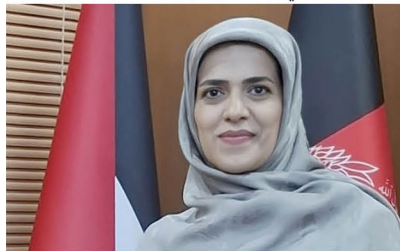
تحدثت الأستاذة تاليا عن إحدى المشكلات الشائعة لدى المبتدئين في مجال التجارة؛ وهي أن كثيراً ممن يدفعون التكاليف ويدخلون العملية، ينتظرون أن يأتي من يوجههم خطوة بخطوة. في حين أن تنفيذ الخدمات يشبه بناء مبنى: تم شراء الأرض، وتوفرت المواد، ورُسمت الخريطة، لكن إن لم يقل صاحب المشروع للمقاول "ابداً"، فلن يُبنى 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 وأخيراً على

### ٣ النظرة المهنية

#### تاجر آراي، مصدر يركز على القيمة

في العصر الحالي، حيث تتصل الأسواق ببعضها البعض، أصبحت التجارة فناً يتطلب المعرفة، والشجاعة، ورؤية جديدة. في آراد برندينگ 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 توشل، رئيسة قسم التعبئة المعقدة بالمستشفيات في همدان آراد برندينگ.



### ٢ المنتجات التصديرية



#### 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 نخطو الخطوة الأولى، يبدأ الطريق بالتوضيح تدريجياً. الدعم التنظيمي، التدريب المستمر، ومرافقة الأشخاص ذوي الخبرة في مجموعة آراد برندينگ، توفر فرصة حقيقية للنمو لكل مبتدئ. فقط عندما تؤمن بقدرتك، تكون قد قطعت نصف طريق التجارة.

الكاتب: عيسى مبرعلاني، رئيس قسم أنابيب وصلات أصفهان آراد برندينگ.

### ١ التأمين الذكي

#### ذكاء التأمين، قوة السوق

بفضل المعرفة العميقة بالسوق وشبكة التوريد الواسعة، يلعب دوراً محورياً 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 برندينگ نسعى لفهم هذه العوامل بدقة ومعرفة السوق المستهدف جيداً، لتوفير بصل لا يلبي فقط احتياجات العملاء، بل يمتلك أيضاً القدرة على المنافسة في السوق الدولي. كما نؤمن في آراد برندينگ بأن الابتكار المستمر وتحسين العمليات هما مفتاح النجاح المستدام في الأسواق التنافسية.

الكاتب: عيسى وحيد، تاجر بصل آراد برندينگ.



كن مراسلنا ومُعَد تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينگ:  
Wa.me/989190808088



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

# الكويت سوق ذهبي تصدير ذكي وربح مستدام

الرقم ٧٨  
الخميس  
١٤٤٦ / ٠١ / ٢٨  
الصفحة ٤



AradBranding.com



٢

تطبيق

## 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 تجاهل هذا القسم؛ كن محترفاً في ظهرك. قسم «السيرة الذاتية» في تطبيق آراد برندينك هو المكان المناسب لتقديم خلفياتك، مهاراتك، ومجال تخصصك بشكل دقيق. كلما كُتِب هذا القسم بدقة واحترافية أكبر، زادت مصداقية الشخص في نظر الجمهور الدولي. في كثير من الحالات، يكون القرار الأولي للتعاون منبثقاً على هذه المعلومات المختصرة لكنها أساسية.

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

شپ.آراد برندينك: Shp.AradBranding.com

٣

تصدير المواد الغذائية

## التفاح المجفف؛ الذهب الصحي التصديري

الفواكه المجففة غنية بالقيمة الغذائية وملتزمة بالفيتامينات، المعادن، والألياف. هذه الوجبة الخفيفة الصحية تمنح طاقة كبيرة وتُعد بديلاً جيداً للوجبات الخفيفة غير الصحية. في السوق العالمية اليوم، يبحث المستهلكون عن منتجات توفر صحتهم وتُقدم ضمن عبوات صحية، معيارية، وطويلة العمر الافتراضي. يجتذب التفاح المجفف اهتماماً خاصاً 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.

الكويت هي واحدة من الدول الصغيرة المطلة على الخليج العربي، وبالرغم من مساحتها المحدودة، فإنها تتمتع بأحد أعلى معدلات الدخل للفرد في العالم، وتُعتبر دائماً وجهة مناسبة للسلع الإيرانية. يُحب الناس في هذا البلد، رغم توجهاتهم التقليدية، السلع الإيرانية الأصيلة كثيراً. وترجع العلاقات التجارية بينهم وبين إيران إلى ما قبل الثورة الإسلامية. نظراً للدخل النفطي العالي والدعم الواسع، يُقدَّر 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 جداً 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. لجسّتها، 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 السريعة. 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.

١

تجارة الصحة

## دور الزعفران الإيراني في أسواق الصحة العالمية



تشكل الصادرات دوراً هاماً 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 الزعفران البري في سمنان، 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.

كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088



# البداية من التعريف والتحرك نحو النجاح

الرقم ٧٧  
الأربعاء  
١٤٤٦/٠١/٢٧  
الصفحة ١



AradBranding.com



## السرية المفرطة في التجارة سمّ النجاح

في مسار التجارة، يُعدّ أحد أكبر العوائق الذهنية التي يعاني منها الكثير من المبتدئين هو الخوف من الإعلان عن الذات وتقديم النفس. يظنّ كثيرون أن التحول إلى تاجر يجب أن يحدث في صمت وسريّة، داخل غرفة مغلقة، دون ضجيج، حتى يأتي اليوم الذي ينجحون فيه فجأة، ثم يصرّحون: "لقد أصبحت تاجرًا". 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 كتجار 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 أقدم على هذا التعريف في ذلك الوقت، لضاعت الفرصة بلا شك. فالتعريف بالنفس هو أبسط، ولكن أهم خطوة لدخول عالم التجارة المحترفة. الإخفاء لا يمنع فقط جذب العملاء، بل يُضَيّع فرصة التواصل مع الموردين والشركاء وحتى المرافقين التجاريين. ومن ناحية نفسية، نجد أن كثيرين يسبب الأفكار المترسّخة 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 برندينك.

٣

### المدير التنفيذي

## 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 برندينك نؤكد دائماً: إذا أردت أن تكون تاجرًا، 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.

الكاتب: زهرا رضائي، منتورة التصدير لدى آراد برندينك.

كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088



الورد الأصيل



### الورد الإيراني عطر عالمي من الزهرة والمناخ

جودة ماء الورد لا تقتصر على زهرة الغل 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، نقّي 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: سبيده صفارزاده، تاجرة ماء ورد لدى آراد برندينك.

الدوام



### 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، التجعد، الاحتكاك والصدمات الحرارية. المنتج الذي يعرف بدقة هذه المتغيرات يمكنه تقديم منتج ليس فقط جميلًا ومتعدد التصميم، 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 برندينك.

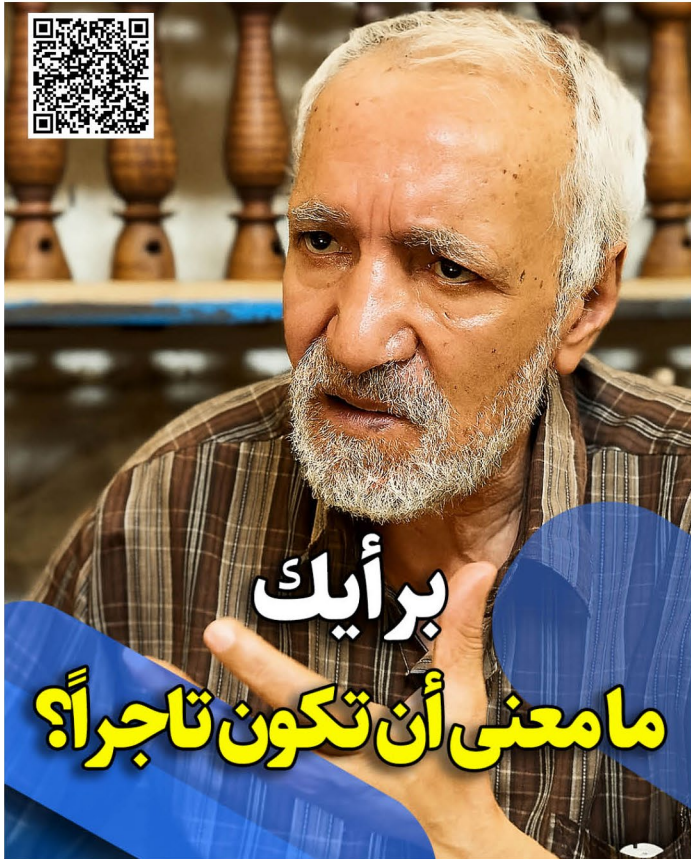
الأستاذ وحيد: في التجارة، المبدأ الأول هو معرفة حاجة السوق، والمبدأ الثاني هو الاستجابة لها بحل مميز. بدون هذين المبدئين، يكون البيع مؤقتًا؛ لا دائماً، ولا مربحًا. التجارة تعني بناء الطريق، وليس مجرد اتباعه.

# الاقتصاد بنكهة الثقافة والتجارة في خدمة الهوية الإيرانية

الرقم ٧٧  
الأربعاء  
١٤٤٦/٠١/٢٧  
الصفحة ٢



AradBranding.com



برأيك

ما معنى أن تكون تاجراً؟

هو ليس فقط الشخص الذي يشتري ويبيع السلعة، بل يلعب دوراً محورياً في دورة الإنتاج، التوريد، التوزيع وحتى السياسات الاقتصادية. سواء كان مُصدراً 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 منبياً 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، ويسيرونها 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

## ٣ الشفافية التجارية



### 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 برندينك.

## ٢ الجودة التجارية

### ديمومة الجودة في معجون الطماطم التصديري

يجب أن تتم عملية إنتاج معجون الطماطم بطريقة تحافظ ليس فقط على طعم ولون وملبس الطماطم، بل أيضاً على قيمها الغذائية مثل فيتامين C والليكوبين لفترة طويلة. التقييس في الإنتاج، استخدام طماطم عالية الجودة، التحكم الدقيق في درجة الحرارة، والتغليظ 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 برندينك.



## ١ الإنتاج المتقدم



### 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 تلبّي احتياجات السوق المحلي فقط، بل تستطيع أيضاً منافسة العلامات التجارية العالمية المرموقة في الأسواق الخارجية بسهولة. هدفنا في آراد برندينك هو إنتاج قطع تجمع بين الهندسة المتقدمة والتقنيات الحديثة، وتوفّر ميزة تنافسية مستدامة في التصدير. تطوير التصدير في هذا المجال يتطلب دقة في اختيار المواد، مراقبة جودة مستمرة، وتحديث تقنيات الإنتاج.

الكاتب: علي رضا باباي، مدير قطع غيار الشاحنات في أذربيجان لدى آراد برندينك.

كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088



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.

# المصادر المستمرة تجربة آرا دي

الرقم ٧٧  
الأربعاء  
١٤٤٦/٠١/٢٧  
الصفحة ٣



AradBranding.com



## التجارة بنظرة القلب

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 والتميز في عالم التجارة. التصدير ليس عبور حدود جغرافية فحسب، بل هو توسيع لحدود الطموح والرؤية. كل خطوة تخطوها في عالم التجارة تفتح أمامك أبواباً جديدة، الكاتب: مسعود ميرخلف، رئيس قسم السكر السائل في قم لدى آراد برندينك.

ولدي أيضاً تجربة ناجحة في التصدير إلى اليابان، ولا زلت على تواصل مع ذلك الفريق وانتظر 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 طنين من معجون التمر إلى كرج، وكان ذلك خطوة مهمة أخرى في رحلتي. التصدير بالنسبة لي ليس مجرد عمل

أنا مسعود ميرخلف، تاجر من قلب آراد برندينك؛ ربما عيني لا ترى العالم الخارجي، لكن بقلبي بصير وجدت طريقي في عالم التجارة. ما يعتبره كثيرون عقبة، كان لي دافعاً لأثبت أن القدرة لا تقتصر على البصر، بل تعتمد على الإيمان، المثابرة، والإرادة. على مدى ست سنوات في آراد برندينك، وبفضل الله وبمساعدة فريق مجتهد، اجتزت طريق التجارة والتصدير بكل تحدياته، واليوم أفخر بأن بصماتي موجودة في عدة دول. قبل شهر، أرسلت شحنة إلى أفغانستان.

### ٣ التجارة العالمية

#### دليل الدخول إلى سوق التمر في الهند

تمر 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 برندينك.



### ٢ جودة التصدير



#### نقش لجستيك در كيفيت داروهاي صادراتي

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 يمهّد الطريق لدخول الأسواق العالمية.

الكاتبة: طاهرة آيين، تاجرة أدوية لدى آراد برندينك.

### ١ السوق المستهدف

#### 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 دوراً أساسياً 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 برندينك.



كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News



بدء التعاون مع آراد برندينك:  
Wa.me/989190808088



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.

# أسس التجارة نظرة استراتيجية

الرقم ٧٧  
الأربعاء  
١٤٤٦/٠١/٢٧  
الصفحة ٤



آراد برنديك  
AradBranding.com



## بيت التجارة من الانتشار إلى التقييم؛ تواصل دقيق لكل منشور



قام القسم الفني في تجارخانه آراد برنديك، ضمن تطوير بنياته التحتية الذكية، بإطلاق ميزة إعلام دقيقة وفورية لحالة منشورات التجار النشطين. يستطيع جميع التجار الأعضاء في تجارخانه 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 بفعلية. 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 تجارخانه.

الكاتبة: سوكند نادی، موظفة القسم الفني في آراد برنديك.

عنوان متجر آراد برنديك: Shp.AradBranding.com

## التحول الأمّن

### التقدم في السلامة، من المعايير إلى الثقافة

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

الكاتبة: هانيه فرخندي، تاجرة أذية السلامة في آراد برنديك.

عندما يُناقش في جمع آرايديها 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 منتجة على الأرض حتى لو كانت الأفضل. النقطة الثانية هي الشفافية في الكلام والصدق في المعاملة. لقد قال الأستاذ وحيد مراراً: «العمل الخارجي يبحث أكثر من أي شيء عن الصدق والاستمرارية. لا تقدم وعداً لا تستطيع الوفاء به. العمل 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 يفضل في الحوار. النقطة الرابعة هي الإمام التام بمعلومات المنتج والسوق المستهدف. كثيراً ما رأيت الأستاذ يختبر التجار في الاجتماعات ويسألهم: «إذا سألتك 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 قراني، نائب مدير المفاوضات الداخلية في آراد برنديك.

## بداية التصدير مع الزبيب؛ جسر يربط بين المزرعة والسوق العالمية

إيران من أكبر منتجي الزبيب في العالم، لكنها لم تحظ بعد بمكانتها الحقيقية في الأسواق العالمية. بفضل إدراكي لهذه الإمكانيات الكامنة واهتمامي الشخصي بالزراعة والتصدير، قررت أن أكون جسراً 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 خياراً مثالياً 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 برنديك.



كن مراسلنا ومُعَدّ تقاريرنا.  
T.me/Aradbranding\_News

بدء التعاون مع آراد برنديك:  
Wa.me/989190808088

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