

مسیر هموار رقابت سخت

شماره ۸۷

شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۱۱

صفحه ۱



آراد برندینگ

AradBranding.com



امارات متحده عربی، همسایه جنوبی ایران، امروز یکی از مهم‌ترین و در دسترس‌ترین مقاصد صادراتی برای کالاهای ایرانی است. این کشور نه تنها بازار مصرف بزرگی دارد، بلکه به دلیل موقعیت استراتژیک خود، به عنوان دروازه صادرات مجدد به کشورهای دیگر از جمله قطر، آفریقا و آسیای شرقی شناخته می‌شود. با وجود نزدیکی جغرافیایی، مسیرهای حمل و نقل متنوع و ارزان قیمت، از جمله بنادر بوشهر، بندرعباس و فرودگاه امام خمینی، امارات از منظر لجستیک همواره در دسترس ایران قرار دارد. کالاهای سبک و لوکس از طریق هوایی ظرف کمتر از ۲۴ ساعت به دبی و ابوظبی می‌رسند و محموله‌های حجیم نیز از طریق دریا با هزینه کمتر و سرعت قابل قبول ارسال می‌شوند. بازار امارات، بازاری چندلایه و رقابتی است. این کشور هم میزبان مصرف‌کنندگان نهایی است و هم تاجران واسطه‌ای که کالا را از امارات به کشورهای دیگر صادر می‌کنند. همین مسئله ضرورت توجه ویژه به کیفیت محصول، طراحی بسته‌بندی، سرعت در تأمین و خدمات حرفه‌ای برندینگ را دوچندان می‌کند. باید توجه داشت که اغلب خریداران در امارات، خود مردم این کشور نیستند؛ بلکه بیشتر تاجران پاکستانی، هندی، لبنانی و حتی آفریقایی‌تبار هستند که با دیدگاه‌های فرهنگی و تجاری متفاوتی عمل می‌کنند. بنابراین مذاکره و فروش در این بازار، نیازمند آگاهی از تنوع فرهنگی، رفتار حرفه‌ای، ادب، پاسخگویی سریع و ارائه برند معتبر و قابل اعتماد است. ویدئوهای معرفی برند، کاتالوگ‌های حرفه‌ای و لیست قیمت دقیق، ابزارهای ضروری برای ورود به این بازار رقابتی هستند. بازار امارات، بازاری نزدیک ولی پیچیده است. رقابت در آن بالاست اما فرصت‌های آن بی‌نظیر است. تنها شرط ورود موفق، ارائه بهترین نسخه از کالا و برند ایرانی است.

● نویسنده: ملیکا طباحی، راینر تجاری آراد برندینگ.

مدیر ارشد تجارت حرفه‌ای آغاز از درک مشتری



در گفت‌وگویی داخلی با مهندس قربانی، مدیرعامل آراد برندینگ، نکاتی دقیق و کاربردی درباره اصول تجارت و صادرات مطرح شد که مرور آن‌ها برای هر تاجر نوپا یا باتجربه‌ای ضروری است. ایشان تأکید داشتند که مذاکره، پایه موفقیت در تجارت است؛ اما نه صرفاً به معنای معرفی کالا، بلکه به عنوان هنر شناخت طرف مقابل و ارائه پاسخ دقیق به نیاز او. به گفته ایشان، صادرات واقعی یعنی انتقال اعتماد؛ یعنی مشتری خارجی احساس کند با مجموعه‌ای روبه‌روست که متعهد، پاسخگو و قابل اتکا است. مهندس قربانی همچنین یادآور شدند که استمرار، تیم قوی و شناخت فرهنگ مقصد، سه ضلع اصلی موفقیت در تجارت بین‌الملل است. این نگاه راهبردی، مت‌هاست که در آراد برندینگ پیاده‌سازی شده و به وضوح، نتایج آن در مسیر رشد تاجران مجموعه قابل مشاهده است. ● نویسنده: نسترن یاری، مشاور تجاری آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088

سنت ماندگار



چای، نوشیدنی فرهنگی ایرانیان

چای در ایران، ریشه‌ای عمیق در فرهنگ، تاریخ و سبک زندگی مردم دارد. از گذشته‌های دور، چایخانه‌ها تنها محل نوشیدن چای نبودند، بلکه پایگاهی اجتماعی برای گفت‌وگو، مشورت، تبادل نظر و حتی تصمیم‌گیری‌های مهم به شمار می‌آمدند. نقش چای در دوره‌های خانوادگی، نشست‌های کاری و تعاملات اجتماعی، آن را به یک عنصر نمادین در زندگی ایرانیان تبدیل کرده است. امروز نیز در بسیاری از محافل کاری و اقتصادی، نوشیدن چای آغازگر ارتباطات مؤثر و بستر ساز گفتگوهای سازنده است. در مسیر توسعه تجارت و مذاکرات بین‌المللی، شناخت فرهنگ نوشیدنی‌ها، از جمله چای، می‌تواند نقطه اتصال مهمی میان ملت‌ها باشد. ● نویسنده: حسن امجدی‌راد، مدیر چای ایرانی روسیه آراد برندینگ.

باور تجاری



باور، آغاز مسیر تحول در تجارت آرا

باور، نقطه آغاز هر تحول بزرگ است. بسیاری از ما با رویای موفقیت وارد دنیای تجارت شدیم، اما چیزی که ما را در مسیر نگه داشت، فقط آموزش یا سرمایه نبود، بلکه باوری بود که در دل‌مان جوانه زد باور به اینکه می‌توانیم، و اینکه آراد برندینگ بستری است که این توانستن را ممکن می‌سازد. وقتی با آراد همراه می‌شوی، یاد می‌گیری که تجارت فقط یک شغل نیست؛ تجارت یعنی رشد، یعنی اثرگذاری، یعنی ساختن آینده‌ای که در آن، خودت تصمیم‌گیرنده‌ای. اینجا می‌بینی که انسان‌های معمولی با پشتکار و باور، به تاجران بزرگ تبدیل می‌شوند، کسانی که نه تنها زندگی خود، بلکه زندگی اطرافیان‌شان را نیز دگرگون کرده‌اند. ● نویسنده: رقیه سادات مروج، تاجر سبزیجات خشک آراد برندینگ.

استاد تالیا: مذاکره فقط بازی کلمات نیست؛ هماهنگی هوشمندانه منافع است. کسی که گوش می‌دهد تا بفهمد، نه فقط تا پاسخ دهد، در مذاکره همیشه دست برتر را خواهد داشت.

تجارت سیار فرصت در حرکت

شماره ۸۷
شنبه
۱۴۰۴/۰۵/۱۱
صفحه ۲



AradBranding.com



روز گذشته در سالن انتظار یکی از فرودگاه‌های کشور، در حالی که همه مسافران از تأخیر پروازها گلایه‌مند بودند، گفت و گویی غیرمنتظره میان دو مسافر توجه حاضران را جلب کرد. یکی از آن‌ها با ناراحتی گفت: «دو روز مرخصی گرفتم، نصف روز همین‌طوری رفتم، باید به خاطر مادرم برم شیراز، مریضه». مردی که کنارش نشسته بود، آرام و بی‌اضطراب پاسخ داد: «من الان دقیقاً دارم کار رو انجام می‌دم. به همکارام گفتم تا پنج دقیقه دیگه جلسه آنلاین داریم. قراره باهم روند پروژه‌ها رو بررسی کنیم.» پرس‌وچوی کوتاه از این مرد نشان داد که او یکی از مدیران تجاری شرکت آزاد برندینگ است؛ مجموعه‌ای که در سال‌های اخیر به الگویی نوین از سبک زندگی تجاری در کشور تبدیل شده. وقتی از او پرسیدند «مگه شما کارمند نیستی؟» با لبخند گفت: «کار من تجارت بین‌الملله، واردات، صادرات و آموزش تجارت. ما منتظر دفتر یا ساعت خاصی نمی‌مونیم؛ تجارت در لحظه اتفاق می‌افته، حتی اینجا در سالن فرودگاه.» یکی از مسافران با تعجب پرسید: «یعنی پروازت هم تأخیر بخوره، باز کارت پیش می‌ره؟» پاسخ او نشان از نوعی تفکر سیال و نوین داشت: «بیشتر از قبل حتی. الان فرصت خوبی برای شبکه‌سازی، بررسی ایمیل‌ها و پاسخگویی به مشتری‌هاست. تازه با شما هم آشنا شدم که شاید یک مسیر تازه تجاری باشه.» این گفت‌وگو نه تنها تفاوت دیدگاه افراد نسبت به زمان و فرصت را

۳ تجارت بزرگ



زرشک ایرانی؛ طعم سرخ اصالت و صادرات

می‌توانیم گام به گام مسیر تجارت را بیاموزیم، مهارت‌های لازم در میان گنجینه‌ی بی‌نظیر طعم‌های سرزمین ایران، زرشک همچون یاقوتی سرخ، جلوه‌گری می‌کند. دانه‌های ریز و خوش‌رنگ آن، نه تنها زینت‌بخش سفره‌های سنتی ما هستند، بلکه با طعم ترش و دل‌پذیر خود، خاطرات شیرین کودکی و عطر دل‌انگیز غذاهای مادرانه را زنده می‌کنند. زرشک، میوه‌ی درختچه‌ای کوچک است که در مناطق کوهستانی و معتدل کشور، به‌ویژه استان خراسان جنوبی، به‌خوبی رشد می‌کند. این استان به‌عنوان خاستگاه اصلی زرشک، سهم بزرگی در تولید این محصول ارزشمند دارد. برداشت زرشک معمولاً در فصل پاییز انجام می‌شود.

نویسنده: رضا محمد زاده عرب، مدیر زرشک امارات آزاد برندینگ.

۲ برند گیاهی

سلامت با سیاه‌دانه؛ صادرات با اصالت

استفاده از گیاهان دارویی، بازتاب‌دهنده پیوند عمیق انسان با طبیعت است. در میان این گیاهان، سیاه‌دانه و زیره به‌عنوان دو ماده ارزشمند، نقش مهمی در ارتقای سلامت عمومی ایفا می‌کنند. ترکیبات فعال موجود در این گیاهان، نه تنها در طب سنتی ایران جایگاه ویژه‌ای دارند، بلکه در سال‌های اخیر مورد توجه بازارهای بین‌المللی نیز قرار گرفته‌اند. برندسازی علمی این محصولات، می‌تواند فرصتی بی‌نظیر برای ورود پایدار به عرصه صادرات و پاسخ‌گویی به نیازهای روزافزون مصرف‌کنندگان در سراسر جهان باشد. در آزاد برندینگ، ما بر آیم تا با حفظ اصالت، کیفیت و معرفی هوشمندانه، جایگاه جهانی گیاهان دارویی ایرانی را تثبیت کنیم.

نویسنده: راضیه میرزائیا، تاجر سیاه دانه آزاد برندینگ.



۱ اعتماد تجاری



صادرات حرفه‌ای؛ از تولید تا اعتماد

تجربه ما در بازار امارات نشان می‌دهد که کشف ایرانی، اگر با استاندارد جهانی و بسته‌بندی حرفه‌ای عرضه شود، ظرفیت رقابت با برندهای بین‌المللی را دارد. صادرات موفق تنها به کیفیت محصول محدود نمی‌شود؛ آنچه اهمیت دارد، درک بازار مقصد، شناخت سلیقه مشتری و پیگیری هوشمندانه است. در آزاد برندینگ، تلاش ما این است که تولیدکننده ایرانی نه تنها صادرکننده شود، بلکه صادرکننده‌ای پایدار و حرفه‌ای باقی بماند. بی‌اعتمادی اولیه بسیاری از مشتریان خارجی با پاسخ‌گویی دقیق و تعهد در تحویل به‌موقع، به رضایت بلندمدت تبدیل می‌شود. ما در امارات آموخته‌ایم که حضور مستمر و ارتباط فعال، مهم‌تر از تبلیغات مقطعی است.

نویسنده: فریده بهزادافشار، مدیر کشف امارات آزاد برندینگ.

هویت تاجر واقعی از کلام تا اعتماد

شماره ۸۷
شنبه
۱۴۰۴/۰۵/۱۱
صفحه ۳



AradBranding.com



نقشه راه تاجران آزادی

شد که تصویر ذهنی مشتری از یک تاجر، نه با ظاهر یا قیمت، بلکه با شیوه صحبت کردن، کلمات انتخاب شده و فهم دقیق از نیاز مخاطب شکل می‌گیرد. قدرت تأثیرگذاری در تجارت از واژه‌ها آغاز می‌شود؛ این پیامی بود که در تمام بخش‌های جلسه بارها به آن تأکید شد. برای من، این جلسه فرصتی بود تا بار دیگر به اهمیت تمرین واژگان تخصصی و ارتقای بیان حرفه‌ای در ارتباطات تجاری پی ببرم.

نویسنده: اویس معافی، مدیر ظروف چوبی ارمنستان آزاد برندینگ.

واژگان حرفه‌ای و انتقال مفهوم با بیانی مطمئن است. استاد تالیا فرمودند: ورود به تجارت بدون زبان تخصصی، مانند سفر به کشوری ناشناخت بدون دانستن زبان آن. ایشان با مثال‌های روشن، یادآور شدند که بسیاری از افراد به اشتباه تصور می‌کنند هدف اصلی تجارت، فقط پول است؛ در حالی‌که پول نتیجه ساختن روابط پایدار و اعتمادسازی مداوم است. اگر تاجر نتواند از طریق ارتباط کلامی صحیح، اعتماد مشتری را جلب کند، حتی با بهترین محصول هم موفق نخواهد شد. در این نشست همچنین بیان

در جلسه اخیر «نقشه راه تاجران آزادی» که به‌صورت اختصاصی با حضور اعضای هیئت امنای استان‌ها برگزار شد، استاد تالیا رئیس شورای سیاست‌گذاری آزاد برندینگ به تشریح نقش «ادبیات تخصصی» در موفقیت‌های تجاری پرداخت؛ موضوعی که به باور من، یکی از کلیدی‌ترین مباحث در مسیر حرفه‌ای شدن هر تاجر است. به‌عنوان یکی از اعضای هیئت امنای، در این جلسه به‌وضوح درک کردم که تخصص، صرفاً دانستن ویژگی‌های محصول نیست؛ بلکه توانایی صحبت با زبان بازار، استفاده از

۳ تجارت مطمئن

نقش حیاتی لجستیک در موفقیت صادراتی تاجران
در بحث تجارت یکی از ارکان مهم و تأثیرگذار گذار در فرایند تجارت و بخصوص صادرات بحث «لجستیک» و حمل و نقل است. بطور خلاصه لجستیک یعنی تمام مراحل حمل و نقل و عملیات انتقال هر محموله از مبدأ به مقصد مورد نظر است. بنابراین اهمیت لجستیک در تجارت برای هر تاجری که به صادرات فکر می‌کند دو چندان خواهد بود. متأسفانه تعدادی از تاجران عزیز به مقوله لجستیک توجه کافی نکرده و چه بسا انتخاب یک شرکت فرورادر غیر کارشناسی شده ضررهایی جبران ناپذیری برای تاجران به‌مراه خواهد داشت. دیارتمان لجستیک تاجران در مراکز استان‌ها راهکار هوشمندانه برای رفع دغدغه‌های تاجران عزیز می‌باشد.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

۲ کالای ایرانی



صادرات هوشمند مسیر رشد کالای خواب ایران
توسعه صادرات کالای خواب ایران به کشورهای همسایه نیازمند ترکیبی از روش‌های مؤثر است؛ از جمله فروش از طریق نمایندگی‌های محلی و همکاری با برندهای منطقه‌ای برای تولید و توزیع مشترک. این دو مسیر، در کنار جلب اعتماد مشتری و شناخت نیاز بازار، می‌تواند زمینه‌ساز رشد پایدار در منطقه باشد. یکی از الزامات اصلی موفقیت در این مسیر، دریافت استانداردهای تجاری موردنیاز هر کشور است. به‌عنوان نمونه، عراق و افغانستان بر ثبت برند و رعایت استانداردهای عمومی تأکید دارند، روسیه نیازمند گواهینامه EAC و تطابق با استانداردهای گمرکی است، و کشورهای عربی حوزه خلیج فارس، گواهی‌های بهداشت و کیفیت مطابق با استاندارد GCC را مطالبه می‌کنند.

نویسنده: دیارا خدای، تاجر روختی آزاد برندینگ.

۱ صادرات سلامت

نوآوری ایرانی در خدمت سلامت و اقتصاد
تولید کیت‌های تشخیص سریع بیماری یکی از موفقیت‌های مهم شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی است که نقش مؤثری در ارتقای نظام سلامت کشور ایفا کرده است. این کیت‌ها با بهره‌گیری از فناوری نوین، امکان تشخیص سریع و دقیق بیماری‌ها را فراهم می‌کنند و به پزشکان در درمان به‌موقع بیماران یاری می‌رسانند. کاربرد آسان، دقت بالا و قابلیت استفاده در مناطق محروم از مزایای اصلی این محصولات است. علاوه بر تأثیر مثبت بر سلامت جامعه، کیت‌های ایرانی ظرفیت بالایی برای صادرات دارند و می‌توانند منبع ارزآوری، اشتغال‌زایی و رشد اقتصادی کشور باشند. پشتوانه علمی نخبگان داخلی و تلاش تاجران برای ورود به بازارهای بین‌المللی، زمینه‌ساز خودکفایی و الگویی موفق در مسیر توسعه فناوری سلامت ایران است.

نویسنده: سیدامین شکری، مدیر تاجر کیت تشخیص بیماری آزاد برندینگ.



مهندس قربانی: در بازار امروز، فروشنده کسی‌ست که بتواند اعتماد بسازد، نه فقط قیمت را بشکند. آن‌که ارزش خلق کند، همیشه در ذهن مشتری می‌ماند؛ حتی اگر رقبای ارزان‌تر بفروشند.

شروع همکاری با آزاد برندینگ:
Wa.me/989190808088

رابطه مؤثر فرصت اقتصادی

شماره ۸۷

شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۱۱

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



گفتگو با علیرضا پهلوانی

تجاری سازی ارتباطات غیر تجاری



تجارتخانه تصویرسازی هوشمند در تجارت مدرن



ظاهر محصولت صدای برندت!

در دنیای پرقابلیت امروز، حرفه‌ای بودن یک در دنیای امروز، نخستین چیزی که در تجارت دیده می‌شود، تصویر محصول است. بسیاری از تاجران به دلیل استفاده از عکس‌های بی‌کیفیت، فرصت جلب اعتماد مشتری را از دست می‌دهند؛ در حالی‌که با ابزارهایی مانند هوش مصنوعی، می‌توان به‌سادگی تصویری حرفه‌ای و جذاب تولید کرد. استفاده از پلتفرم‌هایی مانند ChatGPT این امکان را فراهم کرده تا تنها با یک اسکرین‌شات یا توضیح کوتاه، تصویری با کیفیت بالا و مناسب برای معرفی محصول ایجاد شود. عکس باکیفیت، نه تنها ارزش بصری محصول را افزایش می‌دهد، بلکه نشان‌دهنده جدیت و حرفه‌ای بودن تاجر است.

نویسنده: کوثر رحیمی، تدوینگر رسانه آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

برند هوشمند

راز موفقیت در تجارت ساده اما قدرتمند

موفقیت در تجارت نیازمند ترکیبی از خلاقیت، انضباط و ارتباطات مؤثر است. اولین قدم، شناخت بازار و نیازهای مشتری است؛ چرا که بدون این درک، حتی بهترین محصولات نیز با شکست مواجه می‌شوند. برندسازی هوشمند و ارائه ارزش واقعی به مشتری، پایه‌گذار اعتماد و وفاداری است. همچنین، مدیریت مالی دقیق و سرمایه‌گذاری هوشمند، زیربنای رشد پایدار هر کسب‌وکار موفق محسوب می‌شود. در این میان، نقش تیم بسیار تعیین‌کننده است. کارمندان متعهد، خلاق و هماهنگ، موتور محرک هر سازمانی‌اند. با ترکیب این عوامل و پشتکار مستمر، موفقیت نه یک رؤیا، بلکه یک واقعیت دست‌یافتنی خواهد بود. به یاد داشته باشید: تجارت موفق، هنر تبدیل چالش‌ها به فرصت‌هاست. و این واقعیت‌های بزرگ، در کنار مجموعه منسجم و هدفمند آراد برندینگ، به بهترین شکل رقم خواهد خورد. با آراد، مسیر تجارت روشن‌تر و آینده‌سازتر خواهد بود. همین امروز می‌توان آغازگر این مسیر تحول‌آفرین بود.

نویسنده: لیلا آرزو، سرپرست بادمجان یاسوج آراد برندینگ.

امروز در دنیای تجارت، آنچه مسیر موفقیت را هموار می‌کند، صرفاً سرمایه یا محصول نیست، بلکه هنر ساختن فرصت از دل روابط انسانی است. من، به‌عنوان یکی از فعالان اقتصادی مجموعه آراد برندینگ، باور دارم بسیاری از آنچه به ظاهر «رابطه غیرتجاری» نامیده می‌شود، در واقع بستری پنهان برای ایجاد پروژه‌های اقتصادی بزرگ است؛ اگر آن رابطه به‌درستی دیده و هدایت شود. در همین راستا، آراد برندینگ با نگاهی راهبردی و آینده‌نگر، پروژه‌ای با عنوان «تجاری سازی ارتباطات غیرتجاری» را راه‌اندازی کرده که مأموریت آن شناسایی ظرفیت‌های ارتباطی تاجران و تبدیل آن‌ها به فرصت‌های ملموس تجاری است. این کمیته با ساختار مشخص، به تاجر آموزش می‌دهد که چگونه با مسئولان محلی، نمایندگان مجلس، اساتید دانشگاه، وکلا یا حتی یک دوست قدیمی، به گونه‌ای تعامل کند که این رابطه به پیشنهادی تجاری مؤثر ختم شود؛ پیشنهادهایی که هم برای طرف مقابل جذاب باشد و هم منجر به رشد اقتصادی تاجر شود. تجربه شخصی من نشان داده است که بسیاری از روابطی که قبلاً به آن‌ها صرفاً به چشم آشنایی نگاه می‌کردیم، می‌توانند زمینه‌ساز پروژه‌هایی چند میلیاردی شوند. در یکی از استان‌ها، از دل یک ارتباط ساده با یکی از مدیران شهری، یک مسیر صادراتی برای چند محصول ایرانی باز شد که هم منافع مالی خوبی برای جمع داشت و هم به برند ایرانی قدرت بیشتری در بازار داد. مدل پروژه‌ها در این کمیته به‌گونه‌ای طراحی شده که منافع حاصل از هر طرح، صرفاً متعلق به یک نفر نیست، بلکه میان تمام اعضای تیم پروژه تقسیم می‌شود.

نویسنده: علیرضا پهلوانی، تاجر قطعات آسانسور آراد برندینگ.

برند غذایی

طعمی جهانی از دل زمین‌های حاصل‌خیز ایران



خیارشور ایرانی، با طعمی منحصر به فرد، کیفیت بالا و فراوری مطابق با فناوری روز، توانسته جایگاهی ویژه در میان محصولات صادراتی کشور به دست آورد. این محصول نمونه‌ای موفق از تلفیق سنت و استانداردهای بین‌المللی محسوب می‌شود. صادرات خیارشور ایرانی به کشورهای چون روسیه، عراق، امارات متحده عربی و برخی کشورهای اروپایی، فرصتی ارزشمند برای توسعه بازارهای خارجی، ارزآوری و ترویج فرهنگ غذایی ایران به شمار می‌رود. بسته‌بندی بهداشتی، رعایت دقیق استانداردهای کیفی، تنوع در طعم و نوع برش، از عواملی است که این محصول را در بازارهای جهانی رقابتی و قابل اعتماد کرده است.

نویسنده: سیمین دخت سرشاد، مدیر خیارشور روسیه آراد برندینگ.

مهندس شعبانی: صادرات بدون نقشه، مثل سفر در جاده ناشناخته است. تاجر هوشمند، بازار مقصد را مثل بازار خود می‌شناسد و برای هر چالش، از پیش راه‌حل دارد. این اصل بنیادین در ساختار صادراتی ماست.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



صادرات حرفه‌ای از نظم تا اعتماد

شماره ۸۶
جمعه
۱۴۰۴/۰۵/۱۰
صفحه ۱



آراد برندینگ

AradBranding.com



همه چیز درباره پکینگ لیست در صادرات

در فرآیند صادرات، اسناد مختلفی تهیه می‌شود که هر کدام نقشی حیاتی در تسهیل عبور کالا از مرزها دارند؛ اما در میان آن‌ها، سندی به نام «پکینگ لیست» وجود دارد که از نگاه بسیاری از صادرکنندگان تازه‌کار، کم اهمیت تلقی می‌شود، در حالی که بی‌توجهی به آن می‌تواند موجب بازگشت کالا، جریمه‌های سنگین و حتی خدشه به اعتبار تاجر شود. به عنوان کسی که سال‌ها در حوزه صادرات فعالیت کرده‌ام، بارها دیده‌ام که صرفاً به دلیل درج وزن اشتباه یا عدم ثبت دقیق ابعاد بسته‌بندی، محموله‌ها در گمرک متوقف شده‌اند. یک اختلاف ساده در وزن، حتی در حد چند کیلوگرم، می‌تواند روند ترخیص را به تأخیر بیندازد یا آن را غیرممکن کند. پکینگ لیست سندی است که تمام اطلاعات ظاهری و فیزیکی کالا از جمله وزن خالص و ناخالص، ابعاد بسته‌ها، تعداد اقلام، نوع بسته‌بندی، کدگذاری و علامت‌گذاری‌ها را به صورت شفاف ارائه می‌دهد. اگرچه فاکتور تجاری به ارزش ریالی و مالی می‌پردازد، اما این سند مکملی است که گمرک، شرکت حمل‌ونقل و حتی مشتری نهایی بر اساس آن تصمیم می‌گیرند. ما امروز ابزارهای دیجیتال و نرم‌افزارهای هوشمندی داریم که به کمک آن‌ها می‌توان پکینگ لیست را با دقت بالا تولید کرد. این ابزارها نه تنها خطای انسانی را کاهش می‌دهند، بلکه زمان و هزینه‌های حمل‌ونقل و ترخیص را نیز کم می‌کنند. حتی در تجارت داخلی، داشتن پکینگ لیست نشانه‌ای از نظم، دقت و حرفه‌ای بودن تاجر است. توصیه من به تمام صادرکنندگان، به ویژه تازه‌واردان این عرصه، آن است که این سند را جدی بگیرند. پیش از ارسال، بسته‌بندی‌ها را چک کرده، ابعاد را اندازه بگیرید، از هر مرحله عکس بگیرید، و در صورت امکان با منتورها و افراد باتجربه مشورت کنید. هر چه مستندتر و دقیق‌تر عمل کنید، هم اعتماد بازار را جلب می‌کنید و هم صادراتی روان‌تر خواهید داشت.

نویسنده: هوشنگ رهنما، مدیر ارشد بازرگانی و امور صادراتی، مدیر دفتر آراد برندینگ.

قلب صادرات



قلب تپنده تولید بادم ایران

ایران به عنوان پنجمین تولیدکننده بادم در جهان، سهم قابل توجهی در تولید این ماده غذایی مغزی در جهان دارد. استان‌های چهارمحال بختیاری، خراسان شمالی، فارس، اصفهان و آذربایجان شرقی از مناطق اصلی تولید بادم در ایران هستند. بیشترین تولید بادم درختی در ایران متعلق به استان چهارمحال و بختیاری است. این استان با تولید حدود ۲۴ هزار تن بادم در سال، نقش مهمی در تأمین این محصول در کشور دارد. همچنین، استان‌های اصفهان و فارس نیز از قطب‌های تولید بادم درختی در ایران محسوب می‌شوند. به طور کلی استان چهارمحال و بختیاری و شهرستان‌های بن و سامان به عنوان قطب اصلی تولید، نقش کلیدی در تولید و صادرات این محصول ایفا می‌کند.

نویسنده: فهیم ترحمی، مدیر بادم عمان آراد برندینگ.

تجارت موفق



کلید موفقیت در صادرات عسل

عسل طبیعی ایران، در مسیر جهانی شدن با کیفیتی بی‌نظیر، درخششی تازه یافته است. صادرات این محصول ارزشمند، پلی شیرین میان تولیدات اصیل بومی و بازارهای بین‌المللی ایجاد کرده و نمادی از سلامت، اصالت و نوآوری ایرانی به شمار می‌رود. با عطر گل‌های کوهستانی و طعمی بی‌همتا، عسل ایران نماینده‌ای شایسته از طبیعت و تلاش زنبورداران ایرانی است. برندهای ایرانی نیز با حضور در بازارهای صادراتی، پرچمدار اعتبار، کیفیت و قدرت ایران در عرصه تجارت جهانی شده‌اند. هر قطره از عسل صادراتی، گواهی بر ظرفیت‌های غنی این سرزمین و هنری از دستان پرتوان زنبورداران است که با پشتکار، شیرینی ایران را به کام جهان می‌رسانند.

نویسنده: اسماعیل خیری، سرپرست عسل گیلان آراد برندینگ.

مدیر ارشد

رمز موفقیت در تجارت و صادرات



در مسیر تجارت، آنچه افراد را از یکدیگر متمایز می‌کند، تنها سرمایه یا تخصص محصول نیست؛ بلکه کیفیت ارتباط و توانمندی در مذاکره است. استاد وحید، عضو راهبردی آراد برندینگ، در گفت‌وگویی تصریح کرد: «تجارت، دودین کور نیست؛ مسیری هدفمند است که باید با آگاهی طی شود. در مذاکره با طرف خارجی، نباید صرفاً به فکر فروش باشیم؛ بلکه باید اعتماد بسازیم. صادرات، انتقال اعتبار ما به آن سوی مرزهاست.» او افزود: «بسیاری از تاجران تازه‌کار، مذاکره را با چانه‌زنی اشتباه می‌گیرند، در حالی که مذاکره یعنی درک متقابل، تحلیل شرایط و رسیدن به راهکاری که هر دو طرف احساس برد داشته باشند. موفقیت پایدار، تنها در سایه گفت‌وگوی حرفه‌ای و هم‌راستا با منافع طرف مقابل شکل می‌گیرد.»

نویسنده: صالح نوروزی، مدیر دفتر اصفهان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس شعبانی: در صادرات، نخست باید فهمید چه چیزی را صادر می‌کنیم؛ فقط کالا نیست، اعتبار کشور است. صادرات موفق، با برنامه‌ریزی، استمرار و شناخت دقیق زنجیره تأمین رقم می‌خورد، نه با هیجان و شتاب.

جهان جدید اقتصاد مستقل

شماره ۸۶
جمعه
۱۴۰۴/۰۵/۱۰
صفحه ۲



AradBranding.com



امکان طراحی سازوکارهای بومی و منطقه‌ای در تبادلات را فراهم می‌سازد. برای اجرایی شدن چنین طرحی، توسعه روابط پولی دوجانبه، انعقاد توافقات بانکی با کشورهای همسایه و راه‌اندازی سامانه‌های تسویه غیردلاری ضروری است. استفاده از ارزهای دیجیتال ملی، قراردادهای تهاتری و پیمان‌های پولی مشترک مانند آنچه در بلوک بریکس دنبال می‌شود، بخشی از ابزارهای تحقق این هدف‌اند. در صورت موفقیت، ایران می‌تواند با کشورهایی که تحت فشار تحریم‌های مشابه هستند، شبکه‌ای از تبادلات پایدار و مستقل ایجاد کند. از سوی دیگر، صادرکنندگان ایرانی نیز با حذف محدودیت‌های دلاری، سرعت، امنیت و تنوع بیشتری در دریافت ارز حاصل از صادرات تجربه خواهند کرد. نقش بانک مرکزی و دستگاه دیپلماسی اقتصادی در این روند بسیار پررنگ است. ایجاد اعتماد، تدوین زیرساخت‌های فنی و حقوقی و هماهنگی با سیستم‌های بانکی طرف مقابل از جمله الزامات تحقق این تحول راهبردی است. در مجموع، کنار گذاشتن دلار نه تنها یک اقدام مقاومتی، بلکه حرکتی در راستای شکل‌گیری نظم اقتصادی چندقطبی و عادلانه‌تر در جهان امروز است. حرکتی که ایران می‌تواند یکی از پرچم‌داران آن باشد. در چنین مسیری، شفاف‌سازی و مستندسازی مبادلات نیز اهمیت مضاعفی پیدا می‌کند تا اعتماد طرف‌های تجاری حفظ شود.

● نویسنده: علی رشیدی، منور صادراتی آزاد برندینگ.

اگر ایران تصمیم بگیرد دلار را دور بزند، بازی اقتصاد جهانی به شکلی اساسی تغییر خواهد کرد. تصور کنید که معاملات بین‌المللی بدون دلار انجام شود؛ یعنی ارزهای متنوع و مستقل جایگزین دلار شده و جریان مالی تازه‌ای در اقتصاد جهان شکل بگیرد. در چنین وضعیتی، نفوذ دلار به‌طور محسوس کاهش می‌یابد و ایران می‌تواند قدرت بیشتری در بازارهای جهانی پیدا کند. این تغییر، امکان تجارت بدون تحریم‌ها و محدودیت‌های مبتنی بر نظام مالی دلاری را فراهم می‌سازد. روابط اقتصادی کشورها به شکل جدیدی بازتعریف می‌شود؛ تجارتی آزادتر، سریع‌تر و مستقل‌تر از گذشته. در این مدل نوین، ارزهای ملی، پیمان‌های پولی دوجانبه و قراردادهای مبتنی بر توافق متقابل، به پل‌های ارتباطی میان ایران و سایر کشورها تبدیل می‌شوند. ایران دیگر صرفاً صادرکننده نفت نخواهد بود، بلکه به یک بازیگر کلیدی در بازارهای مالی بین‌المللی بدل می‌شود؛ کشوری که قدرت واقعی خود را در عرصه اقتصاد جهانی به نمایش می‌گذارد. کارشناسان می‌گویند این تنها آغاز راه است. آغاز حرکتی که اگر به‌درستی مدیریت شود، می‌تواند نظم سنتی اقتصاد جهان را بازنویسی کرده و ایران را در جایگاهی جدید و راهبردی قرار دهد. این تغییر پارادایم نه تنها وجه سیاسی دارد، بلکه از منظر اقتصادی نیز بسیار تعیین‌کننده است. حذف دلار از مبادلات، وابستگی به سیستم‌های مالی تحت کنترل غرب را کاهش می‌دهد و

۳ تجارت بزرگ



آموزش مؤثر، تجارت بزرگ

با آموزش‌های منسجم، کاربردی و هدفمند در آزاد برندینگ، می‌توانیم گام‌به‌گام مسیر تجارت را بیاموزیم، مهارت‌های لازم را کسب کنیم، از تجربیات دیگران بهره ببریم و با پشتوانه علمی و عملی قوی، به یک تاجر موفق و بزرگ تبدیل شویم. در این مسیر، آموزش صرفاً انتقال اطلاعات نیست، بلکه ساختن نگرش، تقویت اعتمادبه‌نفس، توانایی تحلیل بازار، قدرت تصمیم‌گیری در شرایط واقعی، و تربیت نگاه اقتصادی در تاجر است. هر گامی که با دانش و تمرین برداشته می‌شود، ما را یک قدم به موفقیت پایدار در تجارت نزدیک‌تر می‌کند. در آزاد، آموزش یعنی آغاز یک مسیر حرفه‌ای، نه صرفاً پایان یک جلسه درسی.

● نویسنده: مهدی نمازی، مدیر نمک صورتی امارات آزاد برندینگ.

۲ راه تجاری

راز موفقیت در تجارت شناخت مسیر شخصی است

در بازار، هیچ راز پنهانی برای کشف کردن وجود ندارد و هیچ راهکار قطعی و منحصر به‌فردی برای موفقیت در تجارت تعریف نشده است. کسانی که به‌دنبال پاسخ‌های درست برای ورود به بازارها هستند، تا زمانی که پرسش‌های درستی نپرسند، به نتایج مؤثر نخواهند رسید. به اعتقاد کارشناسان تجارت، هر فرد باید سبک تجاری متناسب با شخصیت و روحیات خود را شناسایی کند؛ چراکه هیچ فرمول واحدی برای همه وجود ندارد. تجارت روزانه مناسب همه نیست و موفقیت زمانی حاصل می‌شود که روش کار با نگرش فرد هماهنگ باشد.

● نویسنده: غلامرضا هادی نژاد، مدیر کنسانتره دایس میوه ترکیه آزاد برندینگ.



۱ بحران سازندگی



فرصت آفرینی بحرانی

در دل هر بحران، فرصتی نهفته است که فقط نگاه هوشمند و ذهن خلاق آن را می‌بیند. هنر ساختن فرصت از دل بحران، یعنی تبدیل تهدید به مزیت، محدودیت به نوآوری، و ترس به انگیزه‌ای برای رشد. تاجران و کارآفرینان موفق نه تنها از بحران‌ها نمی‌هراسند، بلکه آن‌ها را به سکوی پرتاب برای تحول و توسعه تبدیل می‌کنند. در دنیای تجارت، آینده از آن کسانی است که در تاریک‌ترین لحظات، چراغ راهی نو را روشن می‌کنند. در دل هر بحران، فرصتی نهفته است. تاجر موفق کسی است که از دل محدودیت، مسیر رشد می‌سازد و از هر تهدید، پلی به‌سوی موفقیت می‌زند.

● نویسنده: مرضیه مرادی فر، سرپرست نشاسته گلوکز ترکیه آزاد برندینگ.

دفاتر متحد مسیر هموار

شماره ۸۶
جمعه
۱۴۰۴/۰۵/۱۰
صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



جلسه مهندس شعبانی با مدیران دفاتر استانبول و آنکارا

محصول و پاسخ‌گویی را کنار بگذارند. به گفته او، «سال جاری باید سالی متفاوت در خروجی‌ها و دستاوردهای صادراتی باشد». این نشست بخشی از سیاست‌های کلان آراد برندینگ برای ایجاد شبکه‌های منسجم از دفاتر خارجی جهت حمایت میدانی و حقوقی از تاجران ایرانی در بازارهای جهانی است. این اقدامات، گامی راهبردی در مسیر تبدیل آراد برندینگ به یکی از بازیگران اثرگذار تجارت منطقه‌ای و بین‌المللی تلقی می‌شود.

نویسنده: جاوید میرزایی، مدیر دفتر آنکارا آراد برندینگ.

پس، تاجران ما می‌توانند بدون نیاز به پرداخت از داخل ایران، در مذاکرات خود تحویل کالا و تسویه مالی را در خاک ترکیه انجام دهند. او افزود: «این امکان جدید، باعث می‌شود مسیر تجارت بین‌المللی برای اعضای آراد برندینگ بسیار روان‌تر و حرفه‌ای‌تر پیش برود. در کنار کاهش محدودیت‌ها، قدرت چانه‌زنی و سرعت عمل تاجران نیز افزایش خواهد یافت.» مهندس شعبانی همچنین از تاجران آرای خواست تا با جدیت بیشتری از این پستر آماده بهره‌برداری و با تمرکز بر فعالیت عملی، نگرانی‌های مربوط به

توران ارچین، مدیر دفتر آراد برندینگ در استانبول، با هدف بررسی ظرفیت‌های تازه صادراتی، به تهران سفر کرد و با مهندس شعبانی، رئیس هیئت‌مدیره آراد برندینگ، دیدار و گفت‌وگو کرد. در این نشست، جاوید میرزایی، مدیر دفتر آراد در آنکارا نیز حضور داشت. در این دیدار، مهندس شعبانی با تأکید بر نقش مهم دفاتر خارجی در تسهیل فرآیند صادرات تاجران آرای، اظهار داشت: «با ارتقاء جایگاه دفتر آنکارا، امروز این ظرفیت فراهم شده که بسیاری از قراردادهای تجاری، مستقیماً در ترکیه منعقد شود. از این

۳ فروش حرفه‌ای

زیبایی طبیعی، صادرات جهانی

سنگ تراورتن از محبوب‌ترین سنگ‌های ساختمانی در ایران و جهان است که با ویژگی‌هایی چون زیبایی طبیعی، دوام بالا، تنوع رنگی و قابلیت صیقل‌پذیری، در نمای بیرونی، کفپوش، دیوار و پله کاربرد فراوانی دارد. این سنگ آهکی که از ته‌نشین شدن مواد معدنی در چشمه‌های آب گرم به‌وجود می‌آید، دارای بافتی متخلخل و جلوه‌ای منحصر به فرد است. ایران با دارا بودن معادن مطرحی چون حاجی‌آباد و آتشکوه، یکی از قطب‌های اصلی تولید تراورتن در دنیاست. در فروش موفق تراورتن، شناخت بازار هدف اهمیت بالایی دارد؛ از پیمانکاران و انبوه‌سازان تا طراحان داخلی و خریداران خرد، هر کدام نیازها و اولویت‌های متفاوتی دارند.

نویسنده: داریوش شیبانی، مدیر سنگ تراورتن تجرینه آراد برندینگ.



۲ تجارت استوار



تاجر روزهای سخت؛ ایستاده میان خاکستر و فردا

در دل روزهایی که خاک وطن هنوز بوی آتش و دود می‌داد، در زمانی که امید زیر آوارها پنهان شده بود، او ایستاد؛ نه با زرهی از پول، بلکه با باور. تاجر ایرانی، انسانی که نه از فرازها مغرور می‌شد، نه از فرودها خسته. او یاد گرفته بود که دنیا همیشه مطابق میل آدمی نمی‌چرخد. جنگ آمده بود، بازارها ویران شده بودند، اما ذهن او هنوز بیدار بود. با هر تغییر، خود را دگرگون می‌کرد. اگر دیروز کالای خارجی می‌آورد، امروز تولید داخلی را رونق می‌داد. اگر دیروز در بازار سنتی قدم می‌زد، امروز با تلفن همراهش در بورس معامله می‌کرد. آنچه او را متمایز می‌کرد، توانایی‌اش در تطبیق با تغییرات بود.

نویسنده: لیلا اکباتانی، مدیر رب گوجه فرنگی کانادا آراد برندینگ.

۱ تجارت اصالت

روایت هزاررنگ تمدن و فرصت‌های تجاری آینده

تاریخ پارچه، داستانی است از تمدن، خلاقیت و تحول. از نخستین تار و پودهایی که با داستان انسان‌های نخستین بافته شد تا امروز که صنعت نساجی یکی از ارکان بزرگ تجارت جهانی به‌شمار می‌رود، پارچه همواره نقشی تعیین‌کننده در فرهنگ، اقتصاد و زیبایی ایفا کرده است. این ماده ارزشمند نه تنها پوشاننده بدن انسان بوده، بلکه روایت‌گر سبک زندگی، هویت ملی و سلیقه‌ی جوامع در گذر زمان نیز بوده است. اکنون، این صنعت کهن با پشتوانه‌ای از هنر، تخصص و تجربه، بستری مناسب برای تجارتی هوشمندانه، خلاق و سودآور فراهم کرده است. اگر به دنبال ورود به دنیای پررنگ و نقش‌نساجی هستید، امروز بهترین زمان برای شروع است؛ مسیری که ترکیبی از فرهنگ و اقتصاد را در خود جای داده است.

نویسنده: محمدتقی حسینی، مدیر پارچه پرده ای عراق آراد برندینگ.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



استاد وحید: تجارت، نقطه تلاقی خواستن و توانستن است. کسی که دید جهانی داشته باشد و دغدغه اقتصادی یک ملت را در دلش حمل کند، دیر یا زود در مسیر تجارت به جایگاهی مؤثر خواهد رسید.

تغییر مسیر تولد دوباره

شماره ۸۶

جمعه

۱۴۰۴/۰۵/۱۰

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



گفتگو با سعید زارع

از قیچی تا تجارت؛

تاجر شو



فصل مجازی تاجر حرفه‌ای، روایت‌گر واقعیات کاری



کسی که دیده می‌شه
می‌فروشه!

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

در دنیای پرقابلیت امروز، حرفه‌ای بودن یک تاجر تنها به داشتن قراردادهای بزرگ و محصولات باکیفیت محدود نمی‌شود؛ بلکه شیوه نمایش فعالیت‌ها و ارتباط با مخاطب نیز به عاملی کلیدی در جلب اعتماد بازار تبدیل شده است. کارشناسان معتقدند که تاجری که به جای انتشار مطالب تکراری، اخبار غیرمرتبط یا پیام‌های روزمره، روزانه مستنداتی واقعی از فعالیت خود به اشتراک می‌گذارد، تصویر حرفه‌ای‌تری از خود می‌سازد. به گفته فعالان حوزه بازاریابی، شفافیت در عملکرد و نمایش منظم و هدفمند روند کاری، نه تنها موجب دیده شدن تاجر می‌شود، بلکه نقش بسزایی در افزایش فروش و توسعه ارتباطات تجاری ایفا می‌کند.

نویسنده: کوثر رحیمی، تدوینگر رسانه آراد برندینگ.

سال‌ها در صنف آرایشگری در شیراز فعالیت داشتم. در این مسیر به موفقیت‌های زیادی دست یافتیم؛ از کسب عنوان آرایشگر نمونه استان و دریافت جایزه قیچی طلایی گرفته تا عضویت در هیئت بازرسی صنف و راهاندازی سالن اختصاصی. با وجود درآمد قابل قبول، همواره احساسی از رکود و فرسایش در من وجود داشت، چرا که سرمایه اصلی این شغل، جسم انسان است و تداوم آن، به بهای استهلاک دائمی توان بدنی‌ست. در شرایطی که بسیاری از اطرافیان و حتی خود من نسبت به ورود به مسیر تجارت تردید داشتیم، آشنایی با مجموعه آراد برندینگ نقطه عطفی شد که نگرش مرا نسبت به آینده تغییر داد. ابتدا نسبت به این مجموعه ذهنیت منفی داشتم، اما پس از حضور در یکی از همایش‌های آراد در شیراز و گفتگو با مدیران ارشد مجموعه، به‌ویژه مهندس شعبانی، متوجه شدم که با ساختاری هدفمند، علمی و منظم مواجه هستم؛ ساختاری که می‌تواند بستری واقعی برای رشد اقتصادی و توسعه شخصی باشد. از همان زمان تصمیم گرفتم ذهنیت گذشته را کنار بگذارم و مبتنی بر راهبردهای تعریف‌شده مجموعه، حرکت کنم. این انتخاب، ثمرات قابل توجهی برایم به همراه داشت. امروز در حوزه تجارت بین‌الملل فعالیت دارم، قراردادهای صادراتی منعقد می‌کنم و به دستاوردهایی رسیده‌ام که تا پیش از این، صرفاً در حد آرزو بودند. در کنار موفقیت‌های اقتصادی، سبک زندگی خانوادگی من نیز دچار تحول شده است. از منظر تربیتی، فرهنگی و اعتقادی، فضای زندگی‌ام غنا پیدا کرده و آرامشی حاصل شده که در گذشته، حتی با درآمد بالا نیز تجربه نمی‌کردم.

نویسنده: سعید زارع، مدیر ادوات کشاورزی زیمباوه آراد برندینگ.

برند پرت مسیری از دل کویر تا بازارهای جهانی

در تجارت، مسیر همیشه هموار نیست. پیچ‌وخم‌ها، نوسانات بازار و تصمیمات سرنوشت‌ساز، بخشی از واقعیت این راه‌اند، این مسیر را از نزدیک لمس کرده‌ام. محصولی که در دل کویر رشد می‌کند، نیازمند دانش عمیق و راهبردی هوشمندانه برای رسیدن به بازارهای بزرگ است. در این مسیر، همکاری با آراد برندینگ برای من نقطه‌ای عطفی بود. آراد نه فقط یک مشاور، بلکه یک همراه واقعی است؛ با نگاهی حرفه‌ای، برنامه‌ریزی دقیق و سیستمی کارآمد که به تاجر قدرت می‌دهد تا بدرخشد. غنا اگرچه کوچک است، اما پتانسیلی بزرگ دارد. امروز، این محصول ایرانی را با افتخار در بازارهای داخلی و خارجی عرضه می‌کنم، چون یاد گرفته‌ام که با اتکا به دانش و تجربه‌ی درست، هیچ مسیری غیرممکن نیست. ما در آراد آموختیم که تجارت فقط خرید و فروش نیست، بلکه ساختن آینده‌ای روشن است؛ پس با دانش، پشتکار و انتخاب مسیر درست، موفقیت از همین‌جا آغاز می‌شود.

نویسنده: فاطمه خسروی، تاجر غناب آراد برندینگ.

تعامل مؤثر فروش موفق؛ هنر تعامل با لبخند و اعتماد



در دنیای رقابتی امروز، فروش موفق به مهارت ارتباطی و نحوه تعامل با مشتریان نیز بستگی دارد. یکی از مهم‌ترین اصول در مسیر فروش مؤثر، لذت بردن از فرآیند فروش و ایجاد تجربه‌ای مثبت برای مشتریان است. زمانی که فروشنده با انرژی، احترام و لبخند با مشتری برخورد می‌کند، اعتماد و علاقه در دل مشتری شکل می‌گیرد و همین احساس خوشایند می‌تواند زمینه‌ساز فروش‌های پایدار و روابط بلندمدت شود. مشتری جذب روی خوش، صداقت و حس اطمینانی می‌شود که فروشنده به او منتقل می‌کند. به یاد داشته باشیم که فروش، فقط انتقال کالا نیست؛ بلکه فرصتی برای ساختن ارتباط، درک نیاز مشتری و ارائه راه‌حل است.

نویسنده: هوشنگ لطفی، تاجر مصالح ساختمانی آراد برندینگ.

صادرات هوشمند بازارهای نو ظهور

شماره ۸۵
پنجشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۹
صفحه ۱



AradBranding.com



سنگال، کشور کلیدی در غرب آفریقا، با جمعیتی نزدیک به ۱۸ میلیون نفر و بندر راهبردی داکار، دروازه‌ای مهم برای صادرات به کشورهای همسایه همچون مالی، گینه، گامبیا و ساحل عاج محسوب می‌شود. با وجود ثبات سیاسی، این کشور به‌شدت به واردات وابسته است و کالاهای ایرانی نظیر خرما، زعفران، کودهای شیمیایی، ابزارآلات، کفش و صندل می‌توانند جایگاه مناسبی در این بازار پیدا کنند. مردم سنگال با فرهنگی مبتنی بر صداقت تجاری، به ظاهر و بسته‌بندی محصولات اهمیت زیادی می‌دهند. حتی برای محصولاتی چون رب گوجه‌فرنگی، طراحی بسته‌بندی و شفافیت اطلاعات از عوامل تعیین‌کننده در تصمیم خرید هستند. مسیر حمل دریایی از بندر ایران به بندر داکار حدود ۲۰ تا ۲۵ روز زمان می‌برد و گزینه‌ای مناسب برای کالاهای غیر فاسدشدنی است. با وجود حضور پررنگ کشورهای رقیب مانند چین، هند، ترکیه و مراکش در بازار سنگال، هنوز برند ایرانی در این کشور شناخته‌شده نیست. این در حالی است که اگر تاجر ایرانی با اطلاعات درست، ظاهر حرفه‌ای، قیمت‌گذاری شفاف و محتوای مناسب وارد شود، می‌تواند سهم قابل توجهی از این بازار را از آن خود کند. در این مسیر، آراد برندینگ با ایجاد بسترهای محتوایی، آموزشی و تجاری برای تاجران ایرانی، نقش مهمی در معرفی آن‌ها به بازارهای جهانی ایفا می‌کند. درج پروفایل در سایت‌های معتبر، ارائه محتوا و قیمت‌های دقیق، یکی از عوامل مؤثر در جلب اعتماد خریداران آفریقایی است؛ چرا که در این منطقه، شفافیت و صداقت در ارائه اطلاعات، اصل اطمینان و نقطه شروع هر رابطه تجاری است. سنگال، برای ایران نه تنها یک مقصد صادراتی جدید، بلکه فرصتی واقعی برای تثبیت برند ملی در منطقه‌ای پرجمعیت و در حال رشد است.

نویسنده: الهه آرام، راینز تجاری آراد برندینگ.

نوآوری ایرانی



تحول اقتصادی با سرمایه جوانان

با توجه به حضور حدود ۴ میلیون دانشجوی کشور، آراد برندینگ با اجرای طرحی نوین درصدد ایجاد پل ارتباطی میان دانشگاه و بازار تجارت است. این پروژه با هدف جذب دانشجویان و فارغ‌التحصیلان به حوزه تجارت، علاوه بر رفع سردرگمی شغلی جوانان، بستری برای بهره‌گیری از ظرفیت علمی کشور در مسیر توسعه اقتصادی فراهم می‌سازد. به گفته مسئولان این مجموعه، فرهنگ‌سازی تجارت میان قشر تحصیل‌کرده می‌تواند زمینه ساز تحولی گسترده در آینده اشتغال، تولید و صادرات کشور باشد. این طرح با تأکید بر آموزش، مهارت‌آموزی و ورود عملی جوانان به عرصه تجارت، از هدر رفت استعدادهای دانشگاهی جلوگیری می‌کند.

نویسنده: شهلا روزبهانی، مدیر سنگ‌های ساختمانی عمان آراد برندینگ.

مذاکره صادراتی



کلید موفقیت در صادرات

مذاکره، قلب تپنده صادرات موفق و عامل کلیدی در تبدیل فرصت‌های بین‌المللی به همکاری‌های پایدار و سودآور است. در دنیای پیچیده تجارت جهانی، مذاکره تنها به چانه‌زنی بر سر قیمت محدود نمی‌شود؛ بلکه فرآیندی استراتژیک برای تعیین دقیق شرایط همکاری، مدیریت ریسک، ایجاد اعتماد، و تضمین منافع متقابل میان طرفین با فرهنگ‌ها و انتظارات متفاوت است. در غیاب مهارت‌های مذاکره حرفه‌ای، حتی باکیفیت‌ترین محصولات نیز در بازارهای جهانی با چالش فروش روبه‌رو می‌شوند و جذب و حفظ مشتریان خارجی به‌سختی ممکن خواهد بود.

نویسنده: افسانه سیدمحمودی، تاجر ماکارونی آراد برندینگ.

مدیر ارشد



رمز موفقیت در تجارت و صادرات

در یکی از جلسات تخصصی مجموعه آراد، استاد تالیا بر اهمیت سه اصل اساسی در تجارت تأکید کرد: تسلط بر محصول، شناخت بازار هدف، و مهارت در مذاکره حرفه‌ای. به گفته ایشان، در صادرات، موفقیت فقط با کیفیت کالا حاصل نمی‌شود؛ بلکه نحوه ارائه، تعامل و اعتمادسازی با مشتری خارجی نقش کلیدی دارد. ایشان همچنین بر ضرورت داشتن تفکر سیستمی، توانایی تحلیل داده‌های بازار و پیگیری منسجم فرآیندهای فروش تأکید کردند و یادآور شدند که تاجر حرفه‌ای نه تنها فروشنده، بلکه استراتژیست ارتباطات بین‌المللی است. مذاکره موفق، نقطه آغاز صادرات حرفه‌ای است.

نویسنده: محمد مهدی زارعی، مشاور تجاری آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888



استاد وحید: تجارت موفق، بیش از آن‌که وابسته به سرمایه باشد، نیازمند دید استراتژیک، پشتکار و درک عمیق از نیاز بازار هدف است. در آراد، راهبرد ما تربیت تاجران است که بازار را نمی‌سنجند، بلکه آن را می‌سازند.

بازدید هنری گفت‌وگوی اقتصادی

شماره ۸۵

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۹

صفحه ۲



آراد برندینگ

AradBranding.com



جلسه مهندس قربانی با نویسندگان و کارگردان

حوزه‌های فرهنگ و اقتصاد است؛ جایی که هنر می‌تواند بسترساز تحول در نگرش عمومی نسبت به تجارت شود و ابزار قدرتمندی برای توسعه برندهای ایرانی در بازارهای جهانی باشد. در پایان این نشست، پیشنهادهایی برای همکاری‌های مشترک در زمینه تولید برنامه‌های آموزشی و مستندهای تجاری مطرح شد. همچنین از ظرفیت‌های رسانه‌ای برای روایت داستان‌های موفقیت تاجران ایرانی در قالب‌های هنری استقبال شد. آراد برندینگ این تعامل را گامی مؤثر در پیوند میان روایت‌گری هنری و توسعه اقتصاد ملی می‌داند. مهندس قربانی با تأکید بر نقش سینما در فرهنگ‌سازی اقتصادی، این دیدار را آغاز فصل جدیدی از تعامل میان هنر و تجارت دانست. آقای طاهری نیز از رویکرد تحول‌گرایانه آراد برندینگ در توانمندسازی اقتصادی جوانان ایرانی ابراز خرسندی کرد.

نویسنده: علی رشیدی، منتور صادراتی آراد برندینگ.

در رویدادی صمیمی و ارزشمند، آقای سید جواد طاهری، نویسنده، کارگردان و بازیگر باسابقه سینما و تلویزیون ایران، از دفاتر مرکزی مجموعه آراد برندینگ بازدید به عمل آورد. این بازدید با هدف آشنایی با فعالیت‌های این مجموعه در حوزه‌های صادرات، توسعه تجارت و توانمندسازی اقتصادی جوانان و تولیدکنندگان ایرانی انجام شد. در ادامه این بازدید، نشست رسمی‌ای با حضور مهندس قربانی، مدیرعامل آراد برندینگ، برگزار گردید. در این جلسه، دو طرف درباره اهمیت نقش رسانه در ترویج فرهنگ تجارت نوین و لزوم بهره‌گیری از ظرفیت‌های فرهنگی و هنری برای معرفی بهتر محصولات ایرانی در سطح بین‌الملل گفتگو کردند. سید جواد طاهری ضمن تحسین ساختار آراد برندینگ و ایده‌های تحول‌آفرین این مجموعه در حمایت از کارآفرینی، از آمادگی خود برای هم‌افزایی در تولید محتوای فرهنگی-تجاری سخن گفت. این دیدار نشان‌دهنده همکاری روزافزون میان

۳ تولید ملی



تولید ملی، راهبردی برای اقتصاد مقاومتی
حمایت از تولید داخلی نه تنها به استقلال اقتصادی کشور می‌انجامد، بلکه با توانمندسازی تولیدکنندگان، بستر اشتغال‌زایی گسترده و رشد پایدار را فراهم می‌آورد. در شرایط فعلی، هر واحد تولیدی که به چرخه اقتصادی کشور افزوده شود، در حکم خاکریزی برای تقویت بنیان‌های اقتصاد مقاومتی است. ما در آراد برندینگ، با تکیه بر ظرفیت زنان تولیدگر، تلاش می‌کنیم تا کالای با کیفیت ایرانی را به جایگاه شایسته‌اش در بازارهای داخلی و خارجی برسانیم. در این مسیر، تولید تنها هدف نیست؛ ارتقای استانداردها، ایجاد اشتغال پایدار و افزایش اعتماد مصرف‌کننده نیز از ارکان کلیدی است. تولید امروز، سرمایه‌گذاری برای آینده‌ای مستقل و مقتدر است.

نویسنده: فاطمه علی‌مردانی، سرپرست شیلنگ زرهی فارس آراد برندینگ.

۲ تجارت نوین

تحول در رویکرد صادراتی ایران

در گذشته، تجارت صرفاً به معنای تبادل کالا و خدمات بود، اما امروز مفهوم تجارت بسیار فراتر رفته است. در دنیای رقابتی امروز، تنها کیفیت کافی نیست؛ بلکه اعتمادسازی، حفظ اعتبار و استفاده هوشمندانه از ابزارهای دیجیتال و روش‌های نوین بازاریابی، نقش اصلی را در موفقیت ایفا می‌کند. برندسازی صادراتی، دیگر یک انتخاب نیست؛ یک ضرورت است. اگر می‌خواهیم محصول ایرانی در بازارهای جهانی جایگاه ماندگار بیابد، باید داستانی معتبر، بسته‌بندی شایسته و راه ارتباطی مؤثر برای آن خلق کنیم. امروز، هر تولیدکننده‌ای که به برند خود بها دهد، فردا صادرکننده‌ای قدرتمند خواهد بود. و این مسیر با نگاه بلندمدت آغاز می‌شود.

نویسنده: یوسف سرافراز، تاجر انجیر خشک آراد برندینگ.



۱ شروع هوشمند



تجارت، پلی برای توسعه جهانی

آغاز هر مسیر، همواره با سختی‌هایی همراه است؛ نه لزوماً به دلیل پیچیدگی راه، بلکه بیشتر به سبب تردیدها و دغدغه‌های ذهنی که انسان را از حرکت باز می‌دارد. اما زمانی که گام نخست برداشته شود، مسیر خود را نشان می‌دهد و باورها نیز در جریان عمل، رشد می‌کنند. در عرصه تجارت، منتظر زمان ایده‌آل بودن اشتباهی بزرگ است. اقدام به موقع، حتی اگر با کاستی‌هایی همراه باشد، بسیار ارزشمندتر از ایستادن در انتظار شرایط کامل است. از نگاه من، تفکر درست در کنار تلاش پیوسته، مسیرهای ساده را نیز به موفقیتی پایدار تبدیل می‌کند. در آراد برندینگ، شروع را نه صرفاً یک حرکت، بلکه نقطه‌ای برای ساخت آینده‌ای روشن می‌دانیم.

نویسنده: یوسف حیدری، سرپرست هلو خشک تهران آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس قربانی: اصول فروش در بازار امروز یعنی ترکیب اعتمادسازی، برندینگ شخصی و روایت دقیق مزیت رقابتی، ما به فروشندگان آموزش می‌دهیم چگونه فروش را از یک گفت و گو دوستانه آغاز کنند.

پشتیبان قوی مسیر روشن

شماره ۸۵

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۹

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



گفتگو با معصومه قاسمی

نقشه راه

نقش هیأت امنای استان ها در پیشبرد تجارت آرا دی

امنا این همراهی را با تعهد کامل پیش می‌بریم؛ چون باور داریم با پشتیبانی درست، هیچ تاجر آزادی پشت دروازه‌های موفقیت نمی‌ماند. ما در هیأت امنا، مسیر تجارت را برای هر تاجر شخصی‌سازی می‌کنیم؛ یعنی متناسب با شرایط، توانمندی و هدف هر فرد، برنامه‌ریزی انجام می‌دهیم. هیچ‌کس مجبور نیست همه چیز را از صفر بلد باشد؛ کافیست بخواهد حرکت کند، ما قدم به قدم در کنارش هستیم.

نویسنده: معصومه قاسمی، تاجر نمک آراد برندینگ.

هدفمان ساده است: کسی تنها نماند. هر تاجری که وارد مسیر تجارت شده، می‌تواند از همین امروز با ما در ارتباط باشد. اطلاعات تماس و تخصص ما در سایت قرار دارد. کافیست تماس بگیرد، خود را معرفی کند و مسیر را آغاز کند. ما فقط مشاور نیستیم؛ همراه اجرا هم هستیم. با هم تمرین می‌کنیم، با هم جلسه می‌گذاریم، و با هم قرارداد می‌بندیم. این ساختار برای آن‌هایی طراحی شده که تازه پا در مسیر تجارت گذاشته‌اند. در آراد باور داریم تاجر تازه‌کار نیاز به همراهی دارد، نه صرفاً راهنمایی. من و دیگر اعضای هیأت

در آراد برندینگ، تاجر تنها نیست؛ این جمله را من نه از روی شعار، بلکه از دل تجربه‌ای می‌گویم که طی حضورم در هیأت امنای استان لمس کرده‌ام. ما در این ساختار کنار تاجر ایستاده‌ایم؛ برای برنامه‌ریزی دقیق، برای انتخاب محصول، برای بستن قرارداد، برای مذاکره‌ای مؤثر، برای ارسال بی‌دردسر بار، و حتی برای انتقال امن پول در صادرات. هیأت امنا فقط یک عنوان اداری نیست، ما تاجرانی هستیم که سابقه جدی و عملکرد قابل قبول در مسیر آراد داریم و حالا مسئولیت مستقیم همراهی با دیگر تاجران را پذیرفته‌ایم.

۳ اعتماد تجاری

مسیر پیشرفت از دل همکاری و اعتماد در تجارت
تجارت، هنر همکاری و اتصال است؛ اعتماد، پلی به سوی پیشرفت، و زندگی بازنتاب ارزش‌هاییست که خلق می‌کنیم. این سه عنصر در کنار هم، مسیر موفقیت را هموار می‌سازند. در دنیای پیچیده امروز، اگر کسب‌وکارها بخواهند در بازار رقابتی بمانند، باید از پیوند بین انسان‌ها، تخصص‌ها و فرصت‌ها غافل نشوند. ما در مجموعه خود تلاش کرده‌ایم تا با ایجاد فضای تعامل مؤثر، ارائه محصول باکیفیت و احترام به خواسته مشتری، تصویری روشن از تجارت حرفه‌ای ترسیم کنیم؛ تجارتی که نه تنها در سودآوری معنا دارد، بلکه در ساختن اعتماد و آینده نیز نقش‌آفرین است. در نهایت، این اعتماد و تعامل مستمر است که برند را ماندگار و بازار را به فرصت‌های پایدار بدل می‌سازد.

نویسنده: وحید ناصحی، سرپرست لامپ اصفهان آراد برندینگ.



۲ رشد پایدار



در مسیر رشد پایدار پوشاک زنانه

تجارت پوشاک زنانه با توجه به نقش مؤثر مد و استایل در زندگی روزمره، نیازمند نگاهی دقیق به سلیقه متنوع مشتریان و الزامات فرهنگی است. آنچه اهمیت دارد، نه تنها طراحی خلاقانه بلکه استفاده از مواد اولیه با کیفیت و رعایت استانداردهای تولید است. پوشاک تنها یک کالا نیست؛ بلکه بخشی از هویت و اعتماد به نفس بانوان است. از همین رو، در این مسیر تلاش کرده‌ام تلفیقی از نوآوری، کیفیت و شناخت بازار را برای جلب رضایت و وفاداری مشتریان به کار بگیرم. همچنین، پایبندی به اصول حرفه‌ای و درک صحیح از نیاز بازار، رمز تداوم و توسعه این مسیر تجاری است.

نویسنده: مظاهر پارسا، تاجر پوشاک زنانه آراد برندینگ.

۱ تجارت اصالت

طعم اصالت، مسیر ماندگاری

کلوچه سنتی همدان یکی از خوشمزه‌ترین خوراکی‌هایی است که ریشه در فرهنگ و تاریخ این شهر کوهستانی دارد و توانسته با عطر و طعم بی‌نظیر خود جای ویژه‌ای در دل مردم باز کند. این محصول سنتی، نه تنها نماینده‌ای از ذوق و هنر ایرانی در صنعت غذاست، بلکه فرصتی برای احیای مشاغل بومی و توسعه صادرات محصولات غذایی اصیل نیز فراهم کرده است. تولید و عرضه گسترده این کلوچه در چارچوب تجاری‌سازی اصولی، می‌تواند گامی مؤثر در معرفی ظرفیت‌های پنهان شهر همدان در بازارهای داخلی و جهانی باشد. هم‌اکنون، با بهره‌گیری از ظرفیت برندینگ و بسته‌بندی مدرن، این خوراکی سنتی در مسیر ورود به بازارهای منطقه‌ای قرار گرفته است. این مسیر، پلی است میان اصالت دیروز و فرصت‌های فردا.

نویسنده: مصطفی یعقوبی اکبر، سرپرست نان کماج همدان آراد برندینگ.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس شعبانی: صادرات پایدار، نه با تخفیف و رقابت قیمتی، بلکه با ارائه ارزش واقعی و شناخت هوشمندانه از قوانین، فرهنگ و نیاز کشورهای مقصد شکل می‌گیرد. تاجر صادراتی باید تحلیل‌گر بازار جهانی باشد.

حضور مؤثر دیدار اندیشمندان

شماره ۸۵

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۹

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



بازدید

سخنگوی اسبق سازمان انرژی اتمی
و نماینده وقت سازمان دروین از دفاتر
آراد برندینگ



۲ اپلیکیشن ارتباط مؤثر، سکوی پرتاب تجارت



شروع کننده باش
منتظر نباش!

در دنیای امروز تجارت، هیچ چیز به اندازه ارتباط مؤثر و دیده شدن، مسیر رشد را هموار نمی‌کند. اپلیکیشن آراد برندینگ با طراحی بخش «دوری» این امکان را فراهم کرده تا با صدها تاجر ایرانی و خارجی در ارتباط باشید، محصولات خود را معرفی کنید و از دل این گفتگوها، فرصت‌های همکاری واقعی بسازید. هر ارتباط جدید می‌تواند دریچه‌ای به سوی توسعه برند، افزایش فروش و گسترش بازار باشد. آغازگر بودن، رمز ماندگاری در تجارت است. با حضور روزانه در این فضا، نه تنها شناخت شما افزایش می‌یابد، بلکه اعتبار تجاری‌تان نیز تقویت می‌شود. این بخش، سکوی پرتابی برای آن‌هایی‌ست که به جای انتظار، اقدام را انتخاب می‌کنند.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

آراد برندینگ.

۳ سرمایه ماندگار اعتمادسازی در تجارت

تجارت تنها محدود به تبادل کالا نیست، بلکه انتقال فرهنگ، اعتماد و ارزش‌های انسانی است. زمانی که مبنای معامله، صداقت، کیفیت و احترام متقابل باشد، تجارت به پلی پایدار برای ارتباط میان انسان‌ها و ملت‌ها تبدیل می‌شود. ما در آراد برندینگ بر این باوریم که هر معامله‌ای باید بر پایه اعتماد و منفعت دوسویه شکل بگیرد تا نه تنها سود اقتصادی، بلکه رشد اجتماعی نیز به همراه داشته باشد. با گسترش تجارت، مرزها کمرنگ‌تر شده و فرصت‌های نو برای همه خلق می‌شود؛ فرصت‌هایی که می‌توانند مسیر زندگی انسان‌ها را دگرگون کنند. در دنیای امروز، آن‌کس موفق‌تر است که تجارت را به مثابه ساختن پل‌های ماندگار میان دل‌ها ببیند، نه صرفاً مبادله کالاها. به همین دلیل ما در مسیر توسعه تجارت، همواره بر شفافیت، تعهد و ارتباط مؤثر با مشتریان تأکید داریم. باور داریم که سرمایه‌گذاری بر روابط انسانی، مهم‌ترین دارایی هر تاجر موفق در دنیای امروز است.

نویسنده: منصور اخوت، سرپرست کیک کلچر گلستان آراد برندینگ.

در جریان این دیدار، دکتر سید خلیل موسوی با اشاره به اهمیت زیرساخت‌های نوین تجارت در دوران فعلی، از فعالیت‌های آراد برندینگ در تسهیل فرآیندهای صادراتی و توانمندسازی شبکه تجار ایرانی ابراز رضایت و خرسندی کرد. وی با تأکید بر ضرورت هوشمندسازی مسیرهای تجارت خارجی، بر نقش نهادهایی همچون آراد برندینگ در ایجاد پیوند مؤثر میان تولیدکنندگان داخلی و بازارهای هدف بین‌المللی تأکید نمود. در ادامه این نشست، مصطفی حاجی‌پور رئیس هیئت‌مدیره یوکابد، گزارشی از ظرفیت‌ها، فعالیت‌ها و راهبردهای این مجموعه در حوزه صادرات و توسعه بازار ارائه کرد و ضمن استقبال از حضور نخبگان علمی و دیپلماتیک در فضای اقتصادی کشور، بر آمادگی کامل بنگاه‌های تجاری برای همکاری مشترک در مسیر تحقق تجارت هوشمند، پایدار و ارزآور تأکید نمود. این دیدار در فضایی صمیمی و تخصصی برگزار شد و طرفین ضمن بررسی چالش‌ها و فرصت‌های صادرات از ایران، نسبت به گسترش تعاملات راهبردی در حوزه‌های مالی، لجستیکی و مذاکرات بین‌الملل اعلام آمادگی کردند. در پایان این بازدید، دکتر موسوی ضمن ثبت یادداشتی در دفتر مهمانان، نگاه آراد برندینگ به اقتصاد مردمی و تربیت تاجر را ستود و آن را مدلی قابل تعمیم در سطح ملی دانست. وی تأکید کرد که حضور نیروهای متخصص در بدنه تجارت کشور می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات اقتصادی باشد. همچنین توافقاتی اولیه برای همکاری‌های پژوهشی و مشاوره‌ای در آینده نزدیک صورت گرفت. ایشان همچنین بر اهمیت هم‌افزایی نهادهای علمی و تجاری برای توسعه صادرات غیرنفتی تأکید کردند.

نویسنده: جواد قاسمی، دبیر کل کمیسیون نقل و انتقال مالی آراد برندینگ.

۱ نوآوری مستمر تمرکز بر کیفیت و نوآوری، مسیر رشد بازار تجهیزات بهداشتی



ما در توسعه بازار تجهیزات بهداشتی، همواره بر ارتقای کیفیت و تنوع محصول تأکید داریم. نوآوری مستمر، بهره‌گیری از تولیدکنندگان توانمند، و پایش دقیق نیازهای مشتریان از مهم‌ترین اصول کاری ماست. پشتیبانی کامل، خدمات پس از فروش حرفه‌ای و تلاش برای کاهش زمان تأمین کالا، از جمله اقداماتی است که برای رضایت حداکثری مشتریان در دستور کار داریم. هدف ما، ایجاد زنجیره‌ای مطمئن و پایدار در تأمین کالاهایی است که مستقیماً با سلامت و آسایش خانواده‌ها در ارتباط‌اند. ما معتقدیم اعتماد مشتریان بزرگ‌ترین سرمایه ماست و برای حفظ آن، هیچ‌گاه از استانداردهای جهانی عقب نمی‌مانیم، هر نیاز تازه، فرصتی برای پیشرفت ماست.

نویسنده: الهام فلاح، تاجر چینی آلات بهداشتی آراد برندینگ.

تحول شغلی تحول شخصی

شماره ۸۴
چهارشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۸
صفحه ۱



AradBranding.com



گفتگو با محسن جهان تیغ

فکر می‌کنی کارمندی امنیت داره؟
من امنیت مالی رو تو تجارت دیدم

بیش از بیست و سه سال در حوزه آموزش و پرورش فعالیت کردم؛ در جایگاه‌های مدیریتی و اجرایی، با تمرکز بر امور فرهنگی و تربیتی. اما پس از دو دهه خدمت در این عرصه، به نقطه‌ای رسیدم که احساس کردم ادامه دادن در همان مسیر، پاسخگوی آرزوها و ظرفیت‌های درونی‌ام نیست. تصمیم گرفتم تغییری اساسی در سبک زندگی و شغل خود ایجاد کنم. از خردادماه ۱۴۰۲، از بندر چابهار، شهری در جنوبی‌ترین نقطه ایران، با ضرب تجارتی هفت، به مجموعه آراد برندینگ پیوستم و پس از طی آموزش‌ها و آغاز فعالیت در حوزه تجارت داخلی، به این نتیجه رسیدم که ظرفیت‌ها و توانایی‌های من می‌تواند در حوزه صادرات نیز مؤثر باشد. با مشورت و همراهی استادان مجموعه، مسیر خود را ارتقا دادم، سطح پرونده‌ام را افزایش دادم و در مهرماه ۱۴۰۳ سکونت در شهر قم را آغاز کردم تا فعالیت‌های صادراتی خود را از مرکز کشور پیگیری نمایم. این جابه‌جایی، هرچند سخت و پرچالش بود، اما با هدف رشد و دستیابی به افق‌های جدید صورت گرفت و امروز نتیجه این تصمیم برای من ملموس و انگیزه‌بخش است. برخلاف گذشته که برای اداره و ساختارهای اداری فعالیت می‌کردم، اکنون برای تحقق اهداف شخصی و توسعه اقتصادی خودم حرکت می‌کنم. انتخاب من برای ورود به حوزه صادرات مواد شوینده، با تحلیل دقیق بازار و با راهنمایی‌های مجموعه آراد صورت گرفت؛ محصولی ماندگار با تقاضای بالا در منطقه، که بازار گسترده‌ای در کشورهای همسایه دارد. در حال حاضر با چند نماینده خارجی، مذاکره‌های مؤثر حضوری و آنلاین داشته‌ام و یکی از قراردادهای نیز در مراحل نهایی توافق قرار دارد. فرآیند بازاریابی با جدیت در حال انجام است و آینده روشنی را برای این مسیر متصورم. بی‌تردید تجربه سال‌ها فعالیت در آموزش و پرورش تأثیر بسزایی در موفقیت‌های تجاری من داشته است.

نویسنده: محسن جهان تیغ، سرپرست پودر لباسشویی قم آراد برندینگ.

مدیر ارشد

اعتمادسازی، پیش‌نیاز فروش



گاهی یک جلسه کافی‌ست تا مسیر نگاه‌مان به تجارت برای همیشه تغییر کند. در یکی از نشست‌های تخصصی مجموعه آراد برندینگ، استاد وحید، مدیر راهبردی سازمان، با بیانی شفاف و مثال‌هایی کاربردی، سه محور اساسی در تجارت موفق را برابمان ترسیم کرد: مذاکره، فروش و صادرات ایشان مذاکره را نه رقابت، بلکه گفت‌وگویی مبتنی بر شناخت، شنیدن و اقناع عنوان کردند. تاجر موفق کسی‌ست که پیش از صحبت‌کردن، گوش می‌دهد؛ نه برای پاسخ دادن، بلکه برای درک دقیق طرف مقابل. در واقع، موفقیت در مذاکره بیشتر از زبان، به قلب و ذهن وابسته است. درباره فروش، تأکید کردند که فروشندگی حرفه‌ای تنها عرضه‌کننده محصول نیست، بلکه انتقال‌دهنده اطمینان و خالق ارزش است.

نویسنده: فرشته مومن، عضو تیم تأمین آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088

مهندس شعبانی: تجارت یعنی یافتن نیاز، ساختن راه، و خلق ارزش برای دیگران. در آراد برندینگ، باور داریم که هر تاجر موفق، اول باید خادم باشد؛ خادم مردم، خادم بازار، خادم صداقت و این صداقت، پایه‌ی تجارت ماندگار است.

نوآوری ایرانی



تحولی نوین در تصفیه آب خانگی

دستگاه‌های رایج تصفیه آب خانگی به‌جای حفظ منابع، آب زیادی را هدر می‌دهند. این در حالی‌ست که راه‌حلی کاملاً ایرانی با طراحی نوآورانه، امکان تصفیه بدون دورریز را فراهم کرده است. مدل «کویر» حاصل تلاش یک مخترع متعهد ایرانی‌ست که بدون پساب، آب سالم و بهینه تولید می‌کند. استفاده از این دستگاه می‌تواند سبک مصرف را اصلاح کرده و قدمی مؤثر در مسیر مدیریت بحران آب باشد. این فناوری، نعمتها پاسخی به بحران آب است، بلکه نمادی از توان علمی و مسئولیت‌پذیری ایرانیان در برابر محیط زیست نیز به‌شمار می‌رود. حمایت از چنین دستاوردهایی، یعنی سرمایه‌گذاری بر آینده‌ای پایدار و سالم برای نسل‌های بعد.

نویسنده: بابک نظری، تاجر دستگاه تصفیه آب آراد برندینگ.

بهره‌وری پایدار



راهی به سوی رشد هوشمند

بهره‌وری به معنای استفاده بهینه از منابع برای دستیابی به حداکثر خروجی است. این مفهوم در کسب‌وکارها به افزایش کارایی و کاهش هزینه‌ها کمک می‌کند. عوامل مؤثر بر بهره‌وری شامل مدیریت زمان، انگیزه کارکنان، فناوری‌های نوین و فرآیندهای بهینه‌سازی شده هستند. بهبود بهره‌وری نه تنها به رشد اقتصادی کمک می‌کند، بلکه کیفیت زندگی را نیز ارتقا می‌بخشد. افزایش بهره‌وری در سازمان‌ها نیازمند فرهنگ‌سازی، آموزش مستمر و پایش منظم عملکرد است؛ تنها در این صورت می‌توان ظرفیت‌های پنهان منابع انسانی و مادی را بالفعل کرد و به مزیت رقابتی پایدار دست یافت. نهایت، بهره‌وری موتور محرک توسعه پایدار و پیشرفت در هر سازمان و جامعه‌ای است.

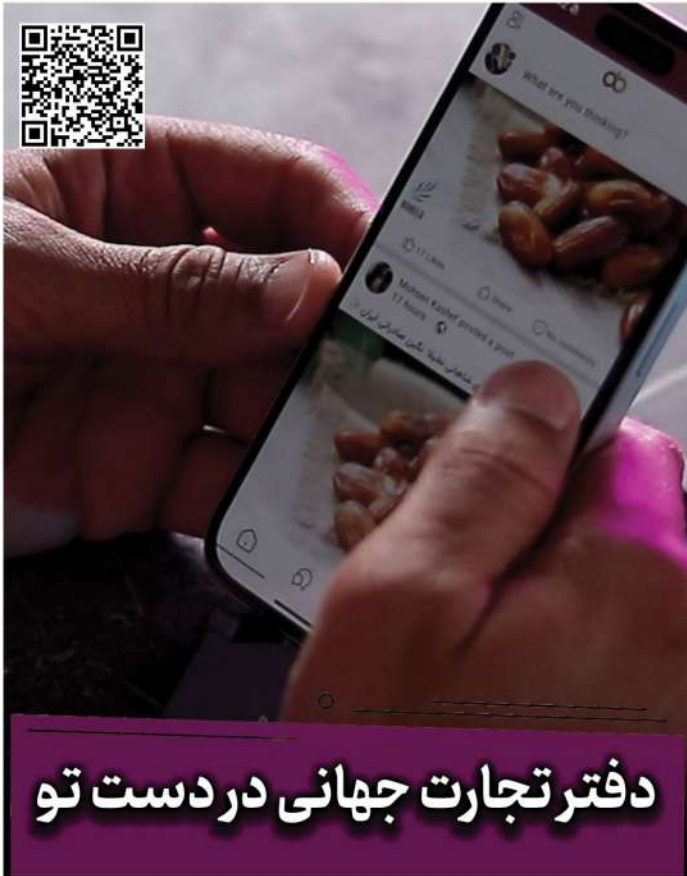
نویسنده: بهنام امیری، مدیر نیات امارات آراد برندینگ.

دفتر تجارت جهانی تجارت را لمس کن

شماره ۸۴
چهارشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۸
صفحه ۲



AradBranding.com



تا چند سال پیش، ورود به بازارهای جهانی مستلزم عبور از مسیرهای پرهزینه و پیچیده‌ای بود؛ تهیه بلیط پرواز، پر کردن چمدان با نمونه کالا، هماهنگی با واسطه‌ها، شرکت در نمایشگاه‌های خارجی و صرف وقت و سرمایه قابل توجه برای آغاز یک مذاکره تجاری. اما اکنون، در دورانی که جهان با سرعت به سمت دیجیتالی شدن پیش می‌رود، تجارت نیز پوست انداخته و شکل تازه‌ای به خود گرفته است؛ شکلی که در آن، تنها یک گوشی هوشمند کافیست تا دفتر تجارت جهانی خود را باز کنید. اپلیکیشن «آراد برندینگ» پاسخیست دقیق به همین تحول. این نرم‌افزار کاربردی، نه تنها ابزار ارتباطی میان تولیدکننده ایرانی و خریدار خارجی‌ست، بلکه یک پلتفرم حرفه‌ای برای معرفی محصول، ایجاد ارتباط، مذاکره، ثبت سفارش و هماهنگی ارسال است. برخلاف مدل‌های سنتی، کاربر این اپلیکیشن بدون نیاز به واسطه، با خریداران واقعی وارد مذاکره می‌شود؛ با امکان ارسال مستقیم پیام، ارائه قیمت، معرفی ویژگی‌های محصول و دریافت بازخورد آنی. در این پلتفرم، تاجران، تأمین‌کنندگان، نمایندگان فروش و حتی مشتریان خارجی به‌صورت هم‌زمان حضور دارند و این تعامل پویا، بستری شفاف برای رشد صادرات غیرنفتی ایران فراهم می‌کند. با استفاده از ابزارهای هوشمند و طراحی کاربرپسند، اپلیکیشن آراد این فرصت را فراهم کرده است که حتی یک فرد بدون تجربه قبلی

دفتر تجارت جهانی در دست تو



رشد جهانی

بادام، گهر طلایی طبیعت

با رشد جهانی نگاه به خوراکی‌های ارگانیک، بادام با شکوه خاصی در صدر انتخاب‌ها می‌درخشد. محبوبیت روزافزون فرآورده‌هایی چون شیر، کره و میان‌وعده‌های پر پایه‌ی بادام، نشان‌دهنده‌ی جایگاه بی‌بدیل این دانه‌ی ارزشمند در سبد غذایی نسل نو است. ما باور داریم که زمان طلایی صادرات فرا رسیده بادام ارگانیک ایرانی، با اصالت و کیفیتش، آماده است تا در بازارهای جهانی بدرخشد و طعم سلامت را به سفره‌های جهان هدیه کند. از دل خاک پاک، تا سبد سلامت جهانی... بادام مامایی، سفیر طلایی ماست. با تکیه بر بسته‌بندی حرفه‌ای، استانداردهای بین‌المللی و روایت اصالت ایرانی، می‌توانیم این گنج طبیعی را به فرصتی پایدار در اقتصاد غیرنفتی کشور تبدیل کنیم. نویسنده: کیانوش رستمی، مدیر بادام مامایی هند - آراد برندینگ.

فرصت صادراتی

فرصت‌های صادراتی کالای خواب

صنعت کالای خواب به‌عنوان بخشی از نساجی، شامل محصولاتی چون پتو، ملحفه، بالش، تشک، روانداز و حوله است که علاوه بر بازار داخلی، ظرفیت بالایی برای صادرات دارد. در این میان، حوله به دلیل مصرف گسترده، فرسایش سریع و تقاضای دائمی، اهمیت ویژه‌ای در صادرات پیدا کرده است. استان آذربایجان شرقی با توسعه زیرساخت‌های تولیدی به قطب نوظهور تولید حوله در کشور تبدیل شده و شهرهایی مانند تبریز و مراغه، زنجیره کاملی از تولید تا بسته‌بندی این محصول را شکل داده‌اند. نزدیکی جغرافیایی به کشورهای هدف مانند جمهوری آذربایجان، ارمنستان، روسیه و آسیای مرکزی، فرصت‌های صادراتی گسترده‌ای را برای این منطقه فراهم کرده است. نویسنده: سپیده حق سرشت، مدیر پتو امارات آراد برندینگ.



پل تجارت

تجارت، پلی برای توسعه جهانی

تجارت به مثابه پل قدرتمندی عمل می‌کند که ارتباطات و تبادلات اقتصادی بین کشورها و فرهنگ‌های مختلف را برقرار می‌سازد. این پل به افراد و سازمان‌ها این امکان را می‌دهد تا کالاها و خدمات خود را در سطح جهانی عرضه و تقاضا کنند و از منابع و بازارهای متنوع بهره‌مند شوند. تجارت نه تنها منجر به رشد اقتصادی و توسعه مهارت‌های جدید می‌شود، بلکه از تبادل ایده‌ها، فناوری‌ها و فرهنگ‌ها نیز حمایت می‌کند. از این منظر، تجارت به عنوان عامل تعاملی در پیشرفت جوامع و ایجاد فرصت‌های جدید برای افراد و کسب‌وکارها عمل می‌کند.

نویسنده: مصطفی عباسی، مدیر روغن موتور پاکستان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



استاد تالیا: در تجارت، اصل اول شناخت دقیق نیاز بازار و اصل دوم ارائه هوشمندانه مزیت رقابتی است. اگر تاجر بداند چه چیزی را، به که، چگونه و چرا می‌فروشد، مسیر موفقیت برایش هموار خواهد شد.

عطاری تا تجارت دانشی که بس است

شماره ۸۴
چهارشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۸
صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



با تماشای این روایت، ناخودآگاه ذهنم درگیر شد. مردی با سال‌ها تجربه در حوزه طب سنتی، با دانشی عمیق نسبت به گیاهان دارویی و خواص آن‌ها، سال‌هاست که در فضای محدود یک عطاری فعالیت می‌کند؛ فردی که به‌درستی می‌داند برای معده، اعصاب، کبد یا هر مشکل جسمی دیگر، چه گیاهی مؤثر است، اما همچنان خود را صرفاً یک فروشنده می‌داند. در حالی که مشتریان او را قابل اعتمادتر از برخی پزشکان می‌دانند، او هنوز خود را شایسته ورود به دنیای بزرگتری نمی‌بیند. واقعیت این است که او سال‌هاست تجربه می‌شناسد، نیاز مشتری را درک می‌کند و اعتمادسازی را بلد است. آنچه ندارد، صرفاً سرمایه نیست؛ بلکه راهنما، مسیر و اعتماد به نفس برای ورود به مرحله بعد است. تجارت امروز، دیگر به‌تنهایی انجام نمی‌شود؛ هرکس بخشی از مسیر را می‌شناسد و با همکاری و شراکت، می‌توان زنجیره‌ای از تخصص‌ها را کنار هم قرار داد. کسی که محصول را می‌شناسد، کافی‌ست در کنار کسی قرار گیرد که بازار را می‌شناسد، زبان ارتباط را بلد است و راه مجوزها را می‌داند. نویسنده: حمیدرضا هاشمی، مشاور تجاری آراد برندینگ.

۳ برند ایرانی

زعفران ایرانی؛ نماد هویت و برتری در تجارت جهانی
آرادبرندینگ، مجموعه‌ای پیشرو در حوزه برندسازی و توسعه صادرات، با هدف توانمندسازی تولیدکنندگان ایرانی و اتصال آن‌ها به بازارهای جهانی فعالیت می‌کند. این شرکت با اتکا به بازاریابی دیجیتال، تحلیل بازار و ساخت برند شخصی و سازمانی، مسیر ورود به صادرات را برای فعالان اقتصادی هموار کرده است. در دنیای امروز، تولید بدون برندسازی و بازاریابی کافی نیست. آرادبرندینگ با شبکه‌ای گسترده از تاجران و متخصصان، به تولیدکنندگان کمک می‌کند تا بدون واسطه به خریداران خارجی دست یابند و برند خود را در بازارهای هدف تثبیت کنند. در این میان، زعفران ایرانی به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین محصولات کشاورزی کشور، جایگاهی ویژه در صادرات غیرنفتی دارد. نویسنده: اعظم سلطانی، مدیر زعفران اسپانیا آراد برندینگ.



۲ صادرات هنری



پیوند هنر ایرانی با بازار جهانی
در سال‌های اخیر، صنایع دستی ایران بار دیگر مورد توجه بازارهای خارجی، به‌ویژه کشورهای حوزه خلیج فارس قرار گرفته است. ترکیب هنر سنتی با طراحی‌های نوین، محصولاتی همچون گلدان‌های دست‌ساز، قاب عکس و دیوارکوب‌ها را به گزینه‌هایی جذاب برای صادرات تبدیل کرده است. تجربه برخی مجموعه‌ها نشان می‌دهد که رعایت استانداردهای جهانی، بسته‌بندی حرفه‌ای و حفظ اصالت فرهنگی، از عوامل کلیدی در موفقیت صادرات این هنر بومی هستند. این روند به معرفی هنر ایرانی و تقویت اقتصاد هنرمندان کمک می‌کند. نویسنده: بیژن پورتنقی، سرپرست صنایع دستی گیلان آراد برندینگ.

۱ جسارت اقتصادی

معماری آینده تجارت با جسارت و خلاقیت

در دنیای پرتغییر تجارت امروز، تنها کسانی موفق‌اند که با نوآوری و شجاعت، فراتر از چارچوب‌های تکراری بیندیشند و آینده را خود بسازند. تاجر آینده‌نگر منتظر فرصت نمی‌ماند، بلکه آن را خلق می‌کند؛ او مقلد نیست، بلکه مسیرساز است. ما در آراد برندینگ، فقط صادرکننده کالا نیستیم؛ معماران فرصت‌های تازه‌ایم که پرچم ایران را در بازارهای جهانی برافراشته‌ایم. در این مسیر، نه از ریسک می‌هراسیم و نه بهانه می‌تراشیم؛ زیرا می‌دانیم که تعلل، تنها حسرت به بار می‌آورد. اکنون وقت اقدام است؛ باید برخیزیم، طراحی کنیم، حرکت کنیم و بسازیم. تجارت برای ما فقط یک شغل نیست، رسالتی است برای ساختن آینده‌ای بزرگ‌تر، ملی‌تر و ماندگارتر. ما آمده‌ایم تا با اقدام هوشمندانه، نام ایران را بر قله‌های تجارت جهانی حک کنیم. نویسنده: امیر عظیم زاده، مدیر فولاد روسیه آراد برندینگ.



صادرات هدفمند تجارت هوشمند

شماره ۸۴

چهارشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۸

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارتخانه

ویرترین افتخار تاجران

در بخش «محصولات تاجران خوشنام» تجارتخانه آراد برندینگ، کالاهایی از سوی باتجربه‌ترین تاجران مجموعه عرضه می‌شود؛ محصولاتی مانند پتو، خشکبار، میز جلو مبلی و شیشه سکوریت که با مشخصات دقیق، سابقه فروش و اطلاعات فنی در دسترس خریداران قرار گرفته‌اند. این بخش با هدف افزایش اعتماد، شفافیت و تسهیل صادرات، بستری حرفه‌ای برای معرفی تولیدات باکیفیت ایرانی فراهم کرده است. محصولات این بخش با پشتوانه تجربه تاجران موفق و شناخت بازار جهانی عرضه می‌شوند. کیفیت تضمین‌شده و اعتمادسازی، رمز فروش آن‌هاست. اینجا، مسیر صادرات از دل تجربه آغاز می‌شود. هر محصول، نتیجه تجربه و شناخت بازار است. نویسنده: ریحانه بهرامی، کارمند واحد فنی آراد برندینگ.



آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.Aradsbranding.com

رشد پایدار

از زمین تا جهان؛ مسیر هوشمند صادرات کشاورزی

در مسیر توسعه تجارت کشاورزی، بهره‌گیری از دانش تخصصی، شناخت دقیق بازارهای هدف و اتکا به زیرساخت‌های حرفه‌ای صادراتی، به اصلی‌ترین عوامل موفقیت بدل شده‌اند. آنچه امروز در عرصه صادرات محصولات کشاورزی بیش از پیش اهمیت دارد، نه صرفاً تولید، بلکه مدیریت دقیق زنجیره تأمین، حفظ کیفیت در مسیر ارسال، پایبندی به استانداردهای بین‌المللی و برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان خارجی است. برخی مجموعه‌های فعال در این حوزه، با تکیه بر ظرفیت‌های پشتیبانی آراد برندینگ، توانسته‌اند میان تولیدکنندگان داخلی و بازارهای جهانی پلی مؤثر و پایدار ایجاد کنند. این نوع از فعالیت، فراتر از فروش کالا، نمایانگر انتقال اعتبار، اعتماد و تصویر درست از توانمندی‌های کشاورزی ایران به جهان است. در دورانی که رقابت جهانی به سرعت در حال تغییر است، آنچه ماندگار می‌شود، نگاه هدفمند، به‌روزسانی مداوم، و پیشرفت بر پایه تجربه و همکاری هوشمندانه است. مسیر صادرات پایدار، مسیری است که تنها با هم‌افزایی واقعی میان تولید، تأمین و بازاریابی، قابل پیمودن خواهد بود. نویسنده: معصومه شعبانی، سرپرست سبب تهران آراد برندینگ.

تجارت خلاقانه

تاجر؛ سازنده فردا

تجارت، رقص پویای عرضه و تقاضاست؛ تاجر، هنرمندی است که با شناخت نیازها، خلاقیت و نوآوری را به هم می‌آمیزد و محصول یا خدمتی را خلق می‌کند که زندگی را آسان‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌سازد. تجارت، تنها مبادله کالا و خدمات نیست، بلکه خلق ارزش، ایجاد اشتغال، و ساختن دنیایی بهتر برای همه است. تاجر، ریسک‌پذیر است، اما با چشمی باز و ذهنی هوشیار، قدم در راه می‌گذارد و با هر گام، تجربه‌ای کسب می‌کند و به قله‌های موفقیت نزدیک‌تر می‌شود. در جهانی که رقابت بی‌رحمانه است، تاجر واقعی کسی است که نه از چالش‌ها می‌هراسد و نه از تغییر گریزان است، بلکه آن‌ها را به سکوی پرتاب خود تبدیل می‌کند. نویسنده: محسن حاج نایب، مدیر سیم کابل برق عربستان آراد برندینگ.



مهندس قربانی: فروش مؤثر، وابسته به ایجاد اعتماد پایدار است. محصول خوب تنها نیمی از مسیر است؛ نیمه دیگر، حس امنیتی است که مشتری از ارتباط با فروشنده می‌گیرد.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



موفقیت پایدار مسیر روشن

شماره ۸۳

سه شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۷

صفحه ۱



آراد برندینگ

AradBranding.com



کار آراد برندینگ چیست؟ WHAT DOES ARAD BRANDING COMPANY DO?



در آراد برندینگ، نگرشی فراتر از مرزها جریان دارد؛ با استراتژی‌های هوشمندانه و نگاهی آینده‌نگر، افق روشن برای تجار ایران و جهان ترسیم می‌کنیم. یکی از باورهای بنیادین ما این است که موفقیت، انتخاب همیشگی ماست؛ نه یک اتفاق تصادفی، بلکه نتیجه انتخاب‌های آگاهانه، پشتکار مستمر و همراهی با یک مجموعه حرفه‌ای. ما در آراد، تلاش بی‌وقفه را با تعهد به کیفیت و کشف فرصت‌های نوین در سطح بین‌المللی ترکیب کرده‌ایم تا بستری برای رشد، توسعه و ورود مؤثر به بازارهای جهانی فراهم کنیم. هر پروژه‌ای که در این مجموعه آغاز می‌شود، نشان‌دهنده تلفیق تجربه، تخصص و استانداردهای حرفه‌ای جهانی است؛ ما چالش‌ها را نه مانع، بلکه فرصتی برای شکوفایی می‌دانیم و با نگاه راهبردی آن‌ها را به پیروزی‌های ماندگار تبدیل می‌کنیم. ما به مفهوم خانواده باور عمیق داریم؛ خانواده‌ای که نه تنها هم‌دل و هم‌مسیر است، بلکه با روحیه‌ای سازنده و اتحاد درونی، مسیرهای جدیدی از تجارت را می‌گشاید. در آراد، حمایت یک احساس موقت یا شعاری تبلیغاتی نیست؛ بلکه یک اصل پایدار در فرهنگ سازمانی ماست. عضویت در خانواده آراد، تنها یک انتخاب کاری نیست؛ آغاز سفری حرفه‌ای، پخته و هدفمند برای ساختن آینده‌ای متفاوت و شایسته است؛ آینده‌ای که هر تاجر متعهد و آینده‌نگر سزاوار آن است. ما باور داریم که با عشق، همدلی و شناخت دقیق نیازهای بازار جهانی، می‌توان مسیری نو در تجارت دنیا ترسیم کرد. آراد برندینگ فقط یک شرکت نیست؛ بلکه نمادی از قدرت، تخصص، خلاقیت و نوآوری در دنیای تجارت است. ما با تکیه بر دانش و تجربه، هیچ مرزی را محدودکننده نمی‌دانیم و معتقدیم که هیچ هدفی، دست‌نیافتنی نیست. در این مسیر، تجارت با آراد، دروازه‌ای مطمئن به سوی بازارهای جهانی و سکویی برای رشد پایدار در سطح بین‌الملل خواهد بود.

● نویسنده: سحر علیپور، رایزن تجاری آراد برندینگ.

مدیر ارشد اعتمادسازی، پیش‌نیاز فروش



او نه از پشت میز، بلکه از دل میدان تجارت صحبت می‌کرد. مهندس قربانی، مدیرعامل آراد برندینگ، در جلسه‌ای که بیشتر به یک کلاس کاربردی شباهت داشت، تصویری واقعی و قابل لمس از تجارت پایدار ارائه داد؛ نه با تئوری‌های پیچیده، بلکه با تکیه بر تجربه. یکی از جمله‌هایی که توجه همه را جلب کرد، این بود: «در مذاکره، آنچه به فروش منجر می‌شود، حرف نیست؛ فهم دقیق است.» به گفته ایشان، فروشندگان زیادی هستند که پرخرفی می‌کنند، اما فروشندگان کمی هستند که واقعاً می‌شنوند و درک می‌کنند. مذاکره‌گر موفق کسی است که قبل از ارائه پیشنهاد، نیاز طرف مقابل را کامل شناخته باشد. ایشان تأکید داشتند که تجارت موفق، بر پایه روابط انسانی شکل می‌گیرد.

● نویسنده: رزا بیگدلی، کارشناس لجستیک روسیه آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088

استاد تالیا: فروش موفق، با شناخت دقیق نیاز مشتری آغاز می‌شود و با صداقت در ارائه و پیگیری حرفه‌ای به نتیجه می‌رسد. تاجر هوشمند کسی است که اعتماد می‌سازد، نه صرفاً محصول می‌فروشد.

درآمد سالم



تاجر جهانی شدن، از همین‌جا شروع می‌شود

پروموشن در آراد برندینگ نه یک هزینه ورود است و نه ابزاری برای جذب افراد جدید، بلکه بستری برای تبلیغ محصول و ارتباط مؤثر با مشتریان داخلی و خارجی است. اعضا از طریق فروش واقعی محصول کسب درآمد می‌کنند و دعوت افراد جدید تنها به صورت اختیاری و همراه با پاداش مشخص انجام می‌شود. این مدل بر پایه فعالیت تخصصی، شفافیت و فروش واقعی بنا شده و از نظر شرعی و قانونی ساختاری سالم و قابل قبول دارد. اگر بر اساس اصول اخلاقی و تمرکز بر کیفیت محصول ادامه یابد، می‌تواند الگویی موفق و ماندگار در تجارت ایران باشد. پیشرفت، نتیجه صداقت و استمرار در کار است. ● نویسنده: هوشنگ رهنماستین، سرپرست کشف کوهنوردی قم آراد برندینگ.

صادرات پذیری



ترکیب بهداشت، دوام و صادرات پذیری

ظروف آلومینیومی یکبار مصرف، ترکیبی از استحکام، بهداشت و صرفه‌جویی هستند که برای زندگی پرشتاب امروز، انتخابی هوشمندانه به شمار می‌روند. این ظروف، به دلیل مقاومت بالا در برابر حرارت و امکان استفاده مستقیم روی شعله، گزینه‌ای ایده‌آل برای پخت‌وپز، نگهداری و حمل غذا در مهمانی‌ها، سفرها، رستوران‌ها و تهیه غذاهای بیرون‌بر هستند. در شرایطی که بهداشت غذایی و کاهش زمان شست‌وشو اهمیت بیشتری یافته، استفاده از ظروف آلومینیومی باعث ارتقاء سطح سلامت، صرفه‌جویی در هزینه‌ها و مدیریت بهتر زمان می‌شود. سهم ایران در بازار منطقه رو به رشد است.

● نویسنده: مهیار کی‌قباد، سرپرست ظروف آلومینیومی تهران آراد برندینگ.

تاجران آینده ساز سفیران عزت ملی

شماره ۸۳

سه شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۷

صفحه ۲



AradBranding.com



۱ میلیون تاجر

کشورهای موفق همچون چین، ژاپن و کره جنوبی، الگوهای روشن پیش روی ما هستند؛ کشورهایی که با اتکا بر میلیون ها تاجر فعال، توانسته اند محصولات بومی خود را به بازارهای جهانی عرضه کرده و سهم بزرگی از اقتصاد بین الملل را به دست آورند. تاجر در این کشورها نه یک شغل، بلکه رکن مهمی از سیاست توسعه اقتصادی محسوب می شود. آن ها با حمایت های زیرساختی، آموزشی و مالی، زمینه را برای رشد شبکه های از تاجران بین المللی فراهم کردند و امروز می توانند با افتخار بگویند که بخش عمده ای از تولید ناخالص ملی شان از مسیر صادرات غیرنفتی تأمین می شود. در مقابل، کشور ما با وجود برخورداری از هزاران محصول ممتاز، بازارهای آماده در منطقه و نیروی انسانی تحصیل کرده، با کمبود شدید تاجر مواجه است. این کمبود، یکی از دلایل اصلی کاهش صادرات، محدود شدن درآمدهای ارزی، توقف چرخه تولید و در نهایت افزایش فقر عمومی در لایه های مختلف جامعه شده است. برخلاف تصور عمومی، تجارت صرفاً مربوط به واردکنندگان یا سرمایه داران بزرگ نیست. تاجر واقعی، کسی است که بتواند یک محصول ایرانی را با روش صحیح بازاریابی، اعتمادسازی و ارتباط گیری، در دل بازارهای بین المللی جای دهد. تاجر بودن در عصر حاضر، صرفاً به معنای انجام مبادله کالا نیست؛ بلکه مفهومی گسترده دربرگیرنده درآمد پایدار، اعتبار اجتماعی، ارتباطات



تجارت موفق
«تجارت» فقط یک واژه نیست؛ بلکه ترکیبی از پنج اصل کلیدی است که مسیر موفقیت هر تاجر را مشخص می کند. حرف اول یعنی «تمرکز بر آزاد»؛ یعنی انتخاب یک مسیر روشن و پایبندی به آن. دوم، «جاری بودن در آزاد» است؛ یعنی حضور فعال در آموزش، ارتباط سازی و اجرا. سوم، «الگو گرفتن از آزاد»؛ یعنی استفاده از تجربه های موفق به جای آزمون و خطای شخصی. چهارم، «رها کردن غیر آزاد»؛ یعنی حذف سردرگمی و تمرکز کامل بر یک جریان واحد. و در نهایت، «تلاش کردن با آزاد»؛ یعنی همراهی با یک ساختار منسجم برای رسیدن به رشد پایدار. تاجری که این پنج اصل را باور کند، مسیر تجارت را با اطمینان طی خواهد کرد. نویسنده: محمد باقری، سرپرست خرمای کبکاب فارس آزاد برندینگ.



صادرات شیرین
طعمی سالم از دل سنت و مهر
در دل هر خانهای، طعم هایی هستند که ماندگار می شوند و خاطره می سازند. قند و نبات های من نیز از همان طعم های اصیل و خانگی اند؛ محصولاتی سالم، خوش طعم و تهیه شده با دقت، حوصله و عشق. با استفاده از بهترین شکر ایرانی و بدون افزودن هرگونه مواد نگهدارنده یا ترکیبات مضر، محصولاتی تولید می کنم که هم سلامت را حفظ می کنند و هم طعمی دل نشین دارند. از نبات های رنگی و دمنوشی با طعم های زعفران، گل گاوزبان، دارچین و لیمو گرفته تا قندهای قالبی با طرح های خاص و قندهای شکسته ی ساده برای چای روزمره، همه چیز با دقت، سلیقه و ظرافت انجام می شود. بسته بندی ها نیز با طراحی زیبا و کاربردی، برای مناسبت هایی مانند هدیه دادن، مهمانی ها، جهیزیه، پذیرایی در مغازه ها و مراسم مذهبی آماده شده اند. به دنبال طعمی سالم، ذهن و دل باقی می ماند. نویسنده: پروین هارونی، تاجر نبات دمنوشی آزاد برندینگ.



صادرات سلامت
صادراتی از جنس سلامت و فرهنگ غذایی ایران
در دنیای پرشتاب امروز، بازگشت به تغذیه سالم و طبیعی یک ضرورت جهانی است. خیارشور طبیعی، به عنوان محصولی اصیل و غنی از فرهنگ غذایی ایرانی، نه تنها طعمی دلپذیر دارد، بلکه با خواص پروبیوتیکی خود، در بهبود گوارش، تقویت ایمنی و ارتقای سلامت عمومی نقش مؤثری ایفا می کند. از نگاه یک تاجر بین المللی سلامت محور، خیارشور صرفاً یک کالای خوراکی نیست، بلکه نماینده ای از سبک زندگی سالم ایرانی است که قابلیت حضور قدرتمند در بازار جهانی را دارد. اگر این محصول به درستی بسته بندی، معرفی و جای گذاری شود، می تواند به صادراتی موفق و اثرگذار تبدیل گردد. نویسنده: وحید رحیمی، سرپرست خیار شور همدان آزاد برندینگ.

رازهای تجارت از فروش تا فرامرزی

شماره ۸۳

سه شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۷

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارت، از نگاه استاد تالیا رئیس شورای سیاست گذاری آزاد برندینگ، صرفاً یک فعالیت اقتصادی نیست؛ بلکه مسیری اندیشیده، پر از مهارت، فهم بازار و نگاه راهبردی است. ایشان باور دارند که تاجر موفق کسی است که درک دقیقی از خواسته های مشتری داشته باشد، با صداقت و هوشمندی مذاکره کند و ارزش محصول را فراتر از قیمت، برای مشتری روایت نماید. از نظر ایشان، فروش یعنی توانایی برقراری ارتباط مؤثر، شناخت دغدغه های مخاطب، ارائه پاسخی دقیق به نیازهای او. قیمت تنها یکی از ابزارهاست؛ اما آنچه فروش را ماندگار می کند،

اعتمادسازی و ارائه تجربه ای متفاوت از خرید است. در همین راستا، مذاکره موفق نیز تنها زمانی شکل می گیرد که با درک متقابل و جستجوی منافع مشترک همراه باشد. نه صرفاً ارائه تکنیک و تاکتیک های تکراری. در حوزه صادرات، استاد تأکید می کنند که موفقیت اتفاقی نیست. باید بازار هدف را شناخت، زبان آن را فهمید، مزیت رقابتی محصول را تحلیل کرد و توانمندی تأمین را به درستی مدیریت نمود. صادرات هوشمندانه یعنی ورود آگاهانه به بازار جهانی با هدف ماندگاری، نه صرفاً یک معامله کوتاه مدت. ایشان همواره می گویند: «تجارت،

ساختن پل هایی است که هم تو را عبور می دهد، هم دیگران را». این نگاه عمیق، برای ما در آزاد برندینگ نه تنها الهام بخش، بلکه راهنمای عمل است؛ مسیری که در آن با جسارت، علم و اخلاق، آینده ای روشن تر می سازیم. در نگاه ایشان، موفقیت در تجارت نه با شانس، بلکه با نظم، پشتکار و تصمیم های سنجیده رقم می خورد. هر تاجر باید بداند که مسیر رشد، از یادگیری مداوم، تحلیل رقبا و پاسخ دقیق به نیاز بازار عبور می کند.

نویسنده: مجید مرادی، مدیر دفتر مشهد آزاد برندینگ.

تجارت حرفه ای	صادرات هوشمند	صنعت مد
انتخاب حرفه ای ها برای نصب دقیق و ماندگار اگر به دنبال نصب سریع، مقاوم و ماندگار کاشی و سرامیک هستید، چسب کاشی GLR پاسخی مطمئن برای نیاز شماست. این چسب با فرمولاسیون پیشرفته، قدرت چسبندگی فوق العاده ای دارد و حتی در شرایط سخت محیطی، کاشی ها را محکم، بدون لغزش و با دوام در جای خود نگه می دارد. مقاومت بالا در برابر رطوبت و حرارت، GLR را به گزینه ای ایده آل برای استفاده در آشپزخانه، حمام، استخر و فضاهای بیرونی تبدیل کرده است. با استفاده از این چسب، نگرانی بابت شل شدن یا بلند شدن کاشی ها کاملاً از بین می رود. کاربری آسان و بافت یکنواخت چسب GLR باعث می شود فرآیند نصب با دقت، سرعت و تمیزی بیشتری انجام شود. همچنین این محصول برای نصب کاشی بر روی انواع سطوح از جمله سیمان، بتن، سنگ و حتی کاشی های قدیمی، عملکردی قابل اطمینان و حرفه ای ارائه می دهد. ● نویسنده: دریا خرسند، تاجر محصولات شیمیایی ساختمانی آزاد برندینگ. 	رسیدن به بازار جهانی با معرفی هوشمندانه ایران امروز دارای سبد صادراتی متنوعی شامل نفت، فرآورده های پتروشیمی، کشاورزی، مواد معدنی و صنایع دستی است. با تمرکز بر صادرات غیرنفتی، تلاش شده وابستگی به نفت کاهش یابد، اما چالش هایی مانند نوسانات قیمت جهانی، تحریم ها و محدودیت های بانکی همچنان پابرجاست. با وجود این، ایران از نظر منابع طبیعی، نیروی کار جوان و تنوع صنعتی، پتانسیل بالایی برای توسعه صادرات دارد. گسترش تجارت با همسایگان و تقویت صادرات غیرنفتی می تواند مسیر رشد پایدار اقتصادی را هموارتر سازد. رسیدن به این هدف نیازمند معرفی درست مزیت ها در بازار جهانی است. ● نویسنده: لیلیا شیخ، مدیر سطل زباله پلاستیکی هند آزاد برندینگ. 	تجارت پوشاک؛ بین سودآوری و مسئولیت تجارت پوشاک یکی از صنایع کلیدی و گسترده در جهان است که نه تنها اقتصاد کشورها را تحت تأثیر قرار می دهد، بلکه نقش مهمی در فرهنگ و جامعه ایفا می کند. این صنعت که شامل طراحی، تولید، توزیع و فروش پوشاک می شود، از گذشته های دور تاکنون مسیر تحول زیادی را طی کرده و با ورود به دوران صنعتی، به تولید انبوه و مدل های متنوعی از کسب و کار مانند فروشگاه های خرده فروشی، برندهای لوکس و پلتفرم های فروش آنلاین گسترش یافته است. تجارت پوشاک، منبع اشتغال برای میلیون ها نفر در جهان است، اما در کنار فرصت های اقتصادی، با چالش هایی همچون آسیب به محیط زیست و شرایط کاری نامناسب مواجه است. ● نویسنده: اعظم سلطانی، سرپرست پوشاک زنانه تهران آزاد برندینگ. 

از تولید ملی تا بازار جهانی

شماره ۸۳

سه شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۷

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارتخانه

پست سه‌زبانه؛ رمز نفوذ به بازارهای بین‌المللی



با یک پست سه بازار رو بگیر

اگر قصد دارید در اپلیکیشن آراد برندینگ یک پست معمولی منتشر کنید، پیشنهاد می‌شود آن را به صورت سه‌زبانه منتشر نمایید. با این کار، برند شما تنها با یک پست، امکان ورود هم‌زمان به چند بازار بین‌المللی را خواهد داشت. محتوای پست باید بسیار مختصر، حرفه‌ای و هدفمند باشد؛ به گونه‌ای که کلیات محصول از جمله نوع کالا، ظرفیت آماده تحویل، کیفیت و آمادگی برای صادرات را به وضوح بیان کند. جزئیات تخصصی و اطلاعات تکمیلی را بهتر است به مکاتبه مستقیم و ارتباط بعدی موکول کنید. ترتیب زبان‌ها پیشنهاد می‌شود به صورت انگلیسی، عربی و فارسی باشد تا مخاطب بین‌المللی در اولویت دیده شود و جلوه‌ای حرفه‌ای‌تر به برند شما ببخشد.

نویسنده: کوثر رحیمی، تدوینگر رسانه آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

ذائقه اصیل

از سفره تا سلامتی، یک چاشنی پرطرفدار

خیارشور، چاشنی محبوب سفره‌های ایرانی، بیش از یک طعم‌دهنده ساده است؛ بخشی از خاطرات و ذائقه‌های ماست، همراه همیشگی غذاها، از کباب و پلو تا ساندویچ‌ها، که اشتها را برمی‌انگیزد. بافت ترد و طعم ترش و شور آن، تجربه‌ای لذت‌بخش به هنگام صرف غذا می‌بخشد، اما خیارشور فراتر از طعم، فواید سلامتی نیز دارد که کمتر به آن توجه شده است. فرآیند تخمیر طبیعی، آن را به منبعی غنی از پروبیوتیک‌ها برای سلامت گوارش تبدیل می‌کند، حاوی ویتامین K مفید برای سلامت استخوان‌ها و فرآیند انعقاد خون است، مصرف متعادل آن کلید بهره‌مندی از فواید سلامتی‌اش است. به خصوص به دلیل داشتن نمک. امروزه تنوع خیارشورها با طعم‌دهنده‌های مختلف، گزینه‌های فراوانی برای هر سلیقه‌ای فراهم کرده است. خیارشور نمادی از لذت‌های ساده و ماندگار زندگی ایرانی است. این چاشنی پرطرفدار، همچنان جایگاه خود را در قلب سفره‌های ما حفظ خواهد کرد. و شاید روزی، طعم خاص آن را در سفره‌های جهانی نیز ببینیم.

نویسنده: مهوش مجیدی‌فر، تاجر خیارشور آراد برندینگ.

فعالیت حرفه‌ای خود را از سال ۱۳۹۵ در حوزه تجارت آغاز کردم و تمرکز اصلی‌ام بر روی محصول کالای خواب، به‌ویژه پتو، قرار گرفت. مسیر را با تولید محتوای تخصصی و پاسخ‌گویی مستقیم به مخاطبان آغاز کردم و به تدریج، با افزایش حجم تماس‌ها و سفارش‌ها، اقدام به سازماندهی تیم فروش و ایجاد ساختار منسجم نمودم. این فرایند، زمینه‌ساز تعاملات گسترده‌تری با تأمین‌کنندگان شد و در ادامه با ثبت برند رسمی و تأسیس شرکت، زیرساخت‌های لازم برای توسعه فعالیت‌های تجاری فراهم گردید. در حال حاضر، موفق شده‌ام ارسال محصولات را به تمامی ۳۲ استان کشور و قریب به ۷۰۰ شهر گسترش دهم. افتخار بزرگی‌ست که امروز، نام برند من در میان فعالان این حوزه شناخته شده است و همکاری‌های مؤثر و پایداری با مجموعه‌های متعدد در سراسر کشور شکل گرفته است. نقطه ورود به عرصه صادرات، از طریق جست‌وجوهای فارسی کاربران خارج از کشور رقم خورد. برخی از این مخاطبان ایرانیان مقیم خارج بودند و برخی دیگر از طریق محتوای منتشرشده به زبان فارسی با محصولات من آشنا شدند. این آشنایی‌ها انگیزه‌ای شد برای ورود جدی‌تر به بازارهای بین‌المللی. در ادامه، با راه‌اندازی وبسایت‌های خارجی، تولید محتوای چندزبانه و برقراری ارتباط با نمایندگان بین‌المللی، به‌ویژه از مسیر آراد برندینگ و بسترهای تخصصی این مجموعه، توانستم صادرات به کشورهای مختلف، از جمله کشورهای اروپایی، را آغاز نمایم. بدیهی‌ست که مسیر تجارت، به‌ویژه در سطح بین‌المللی، بدون چالش نیست.

نویسنده: فاطمه انتصاری، مدیر تأمین پتو آراد برندینگ.

مذاکره صادراتی

اولین مذاکره صادراتی؛ از ترس تا تجربه‌ای ماندگار



اولین مذاکره صادراتی‌ام، شروعی پر از اضطراب بود؛ اما آن ترس، خیلی زود به فرصتی ارزشمند تبدیل شد. وقتی قرار شد برای نخستین بار با یک مشتری خارجی وارد گفت‌وگو شوم، نگران بودم: آیا زبانم کافی‌ست؟ اگر سوالی بپرسم که ندانم چه؟ اگر حرفه‌ای ظاهر نشوم چه می‌شود؟ اما خیلی زود فهمیدم که این ترس، طبیعی‌ترین بخش آغاز هر مسیر بزرگی‌ست. برای عبور از آن، شروع به تمرین کردم. محصولم را بهتر شناختم، سوالات متداول را مرور کردم و پذیرفتم که ندانستن، ناتوانی نیست؛ مهم آن است که صادق و پیگیر باشم. اولین مذاکره شاید بی‌نقص نبود، اما برای من درس بزرگی داشت.

نویسنده: سوسن پورعلی، مدیرکشمش کویت آراد برندینگ.

نقشه راه معيار اعتماد

شماره ۸۲

دوشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۶

صفحه ۱



آراد برندینگ

AradBranding.com



گفتگو با مهدی نوری والا

پیش شرط ورود به پروژه‌ها و کمیته‌های آراد

«نقشه راه» در آراد برندینگ تنها یک برنامه زمان‌بندی‌شده نیست، بلکه چارچوبی دقیق برای سنجش نظم، تعهد، پیگیری و آمادگی واقعی تاجر برای پذیرش مسئولیت‌های مهم‌تر است. کسی که به این مسیر پایبند نیست، نشان می‌دهد هنوز به سطحی از بلوغ حرفه‌ای نرسیده که بتوان به او در کارهای جدی و گروهی اعتماد کرد. اما تاجری که روزانه سایت را بررسی می‌کند، گزارش فعالیت می‌دهد، در نرم‌افزار ارتباطی فعال است و جایگاه سازمانی خود را جدی می‌گیرد، نشان می‌دهد که نگاهش به تجارت صرفاً عددی نیست؛ بلکه ساختاریافته و پایدار است. پروژه‌های آراد همانند تیم‌های حرفه‌ای ورزشی‌اند؛ کسی که تمرین منظم ندارد، نمی‌تواند در روز اجرا، موفق ظاهر شود. تمرین در آراد یعنی همان انجام فعالیت‌های مستمر در تجارتخانه، انتشار پست‌های تخصصی، ارتباط‌گیری فعال با مشتریان، بررسی سایت و پاسخ‌گویی منظم. این‌ها «ظاهر ساده» دارند اما در واقع «زیرساخت‌های کلیدی» برای ورود به مسیرهای پیشرفته‌تر هستند. نرم‌افزار آراد، بستر اصلی تعاملات تجاری با مشتریان خارجی، نمایندگان، سرمایه‌گذاران و همکاران داخلی است. غیبت تاجر در این نرم‌افزار، یعنی نداشتن آمادگی برای ورود به دنیای واقعی تجارت بین‌الملل. کسی که در این پلتفرم به‌درستی دیده نمی‌شود، طبیعتاً در نگاه بازار خارجی نیز حضوری مؤثر نخواهد داشت. پروژه‌ها vitrine و vitrine را زیر سؤال عملکرد هر فرد، بر اعتبار کل مجموعه تأثیر می‌گذارد. کوچک‌ترین بی‌نظمی یا ضعف رفتاری در یک پروژه می‌تواند کل زحمات تیم را زیر سؤال ببرد. از همین‌رو، سخت‌گیری در ورود به پروژه‌ها یک الزام منطقی است، نه یک مانع شخصی. در آراد، داشتن پروموشن بالا، شرط لازم است اما به‌هیچ‌وجه شرط کافی نیست. ورود به پروژه‌های سطح بالا نیازمند تعهد روزانه، نظم اجرایی، حضور مؤثر در سیستم‌ها و اثبات عملی مهارت‌هاست. نویسنده: مهدی نوری والا، تاجر تجهیزات ایمنی آراد برندینگ.

مدیر ارشد

رازهای موفقیت در صادرات و مذاکره



در گفت‌وگویی که با مهندس شعبانی، رئیس هیئت‌مدیره آراد برندینگ داشتیم، ایشان به چند اصل کلیدی در تجارت اشاره کردند. نخست اینکه صادرات فقط ارسال کالا نیست؛ بلکه شناخت بازار، استانداردها، بسته‌بندی و الزامات گمرکی نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت آن دارد. نکته دوم، اهمیت مهارت مذاکره است. تاجری موفق است که با آرامش، درک متقابل و زمان‌بندی درست، توافقی برپا کند. همچنین تأکید کردند که شبکه‌سازی حرفه‌ای، ساخت ارتباط با تأمین‌کنندگان، تجار و نمایندگان خارجی، موتور محرک تجارت ماندگار است. و در نهایت، تأکید بر صبوری و یادگیری مداوم. به گفته ایشان، تجارت یک مسیر بلندمدت است و فقط افراد پیگیر، باانگیزه و به‌روز، می‌توانند به موفقیت واقعی برسند. نویسنده: محمد انتظام، معاونت تامین کالا آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088

استاد وحید: تجارت موفق، از دل شناخت عمیق بازار و هنر مذاکره حرفه‌ای متولد می‌شود. در مسیر صادرات، هر کلمه‌ای که درست به‌کار رود، می‌تواند پلی به‌سوی یک قرارداد بزرگ باشد. در آراد، مذاکره یک ابزار راهبردی است.

صادرات پایدار



توسعه صادرات رب با زیرساخت‌های آراد برندینگ مجموعه آراد برندینگ با بهره‌گیری از زیرساخت‌های تجاری پیشرفته، استقرار دفاتر و شوروم‌های تخصصی و برخورداری از شبکه گسترده‌ای از تاجران و تولیدکنندگان حرفه‌ای، بستری لازم برای توسعه صادرات رب گوجه‌فرنگی به کشور امارات را فراهم ساخته است. این مجموعه با شناخت دقیق از بازار هدف و ارتباط مؤثر با تأمین‌کنندگان معتبر داخلی، نقش مهمی در تسهیل فرآیند صادرات ایفا می‌نماید. کشور امارات، به‌واسطه جمعیت مهاجرپذیر، مصرف بالای مواد غذایی فرآوری‌شده و برخورداری از زیرساخت‌های لجستیکی قدرتمند، یکی از مقاصد مناسب برای صادرات رب گوجه‌فرنگی ایرانی به شمار می‌رود. آراد، مسیر صادرات را برای شما هموار و مطمئن می‌سازد. نویسنده: علی اکبرآبادی، تاجر رب گوجه آراد برندینگ.

تجارت همگانی



طلوع رهبری تجاری ایران با یک میلیون تاجر کشور عزیزمان ایران، به‌ویژه در شمال کشور، یکی از تولیدکنندگان برتر کیوی با کیفیت بالا در جهان محسوب می‌شود و همچنین برنج ایرانی، از جمله محصولات کشاورزی ممتاز ماست که ظرفیت بالایی برای صادرات دارد. با حضور مؤثر در پروژه‌های مختلف و تلاش جمعی تاجران آرادی، موفق شده‌ایم گام‌های مهمی در جهت پیشرفت اقتصادی برداریم. هر پروژه، پرتوی از امید و نوری چشم‌نواز برای ساخت آینده‌ای روشن است؛ آینده‌ای که در آن مردم ایران بتوانند جایگاه شایسته‌تری در اقتصاد جهانی پیدا کنند و مفهوم تجارت و صادرات را به‌طور ملموس‌تری درک نمایند. به امکان پیشرفت واقعی کشور تقویت شود. نویسنده: داور غفاری، سرپرست مرکبات گیلان آراد برندینگ.

امنیت ظاهری آزادی واقعی

شماره ۸۲

دوشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۶

صفحه ۲



AradBranding.com



وابسته باشم یا مستقل؟

وقتی این صحبت‌ها را شنیدم، دقیقاً انگار کسی داشت حرف دل من را می‌زد. سال‌ها درگیر این دوگانگی بودم: کار ثابت و ظاهراً مطمئن اداری، یا مسیر پرچالش اما پویای استقلال شغلی. واقعیت این است که در شغل‌های دولتی، اختیار انسان بسیار محدود است. تو هر روز باید در ساعتی مشخص حاضر شوی، اغلب کارهایی را انجام دهی که نقشی در طراحی آن‌ها نداشتی، و تصمیم‌گیری‌های مهم همیشه در اختیار مدیران بالادستی است. حتی اگر ایده‌ای در ذهن داشته باشی، یا بخواهی تغییری ایجاد کنی، باید از هزار فیلتر بگذری و در نهایت هم شاید فقط شنیده شود، نه اجرا. اما وقتی آن فرد با قاطعیت تکرار می‌کرد: «مغازداری، مغازداری، مغازداری»، آن‌هم نه از سر تبلیغ یا شعار، بلکه از عمق تجربه‌ای که زندگی کرده بود، ناگهان برایم همه چیز روشن‌تر شد. مغازداری یا به‌طور کلی، کار آزاد، یعنی بازگرداندن اختیار به خود. یعنی اینکه مسیرت را خود انتخاب کنی، زمان کارت را تنظیم کنی، سقف درآمدت را خودت تعیین کنی و اگر بخواهی، تا بی‌نهایت رشد کنی. کار آزاد فقط به معنای داشتن یک محل کسب‌وکار نیست، بلکه نماد یک سبک زندگی است؛ سبکی که در آن، تو تصمیم‌گیرنده‌ای و تلاش و خلاقیت مستقیماً نتیجه می‌دهد. برخلاف شغل‌های ثابت که هرچه تلاش بیشتری کنی، نهایتاً ممکن است تشویقی یا ارتقای جزئی بگیری، در کار آزاد، هر ایده

۳

استراتژی



تاثیر جهانی سازی بر استراتژی‌های تجاری

رشد تجارت با امید همراه با برنامه ریزی مطلوب امید و آرزو موتور محرک هر کسب و کاری هستند، اما بدون برنامه ریزی و تلاش مضاعف به نتیجه نمی‌رسند. امید مانند چراغی است که راه را روشن میکند، اما این برنامه ریزی است که مسیر موفقیت را مشخص می‌سازد. رشد در تجارت نیازمند تلاش مستمر، یادگیری مداوم و انعطاف پذیری همراه با عکس العمل مناسب و به موقع در برابر تغییرات است، با تعیین اهداف هوشمندانه، مدیریت منابع و پشتکار بالا، میتوان از آرزوها به واقعیت رسید. هر قدم کوچک، با انگیزه و نظم، به پیشرفت‌های بزرگ منجر میشود. موفقیت در گرو امیدواری، برنامه ریزی دقیق و تلاش بی وقفه است.

نویسنده: غلامعلی زاهدی، تاجر تجهیزات تصفیه آب آزاد برندینگ.

۲

رونق صادرات

افزایش صادرات انجیر خشک ایران به بازار آلمان

در سال‌های اخیر، صادرات انجیر خشک ایران، به‌ویژه به آلمان، رشد چشم‌گیری داشته است. طعم طبیعی، کیفیت بالا و روش خشک‌سازی سنتی، این محصول را در میان مصرف‌کنندگان آلمانی محبوب کرده است. با توجه به سخت‌گیری آلمان در واردات مواد غذایی سالم و اصل، انجیر خشک استهبان با ویژگی‌های ممتاز خود، گزینه‌ای ایده‌آل محسوب می‌شود. همچنین گرایش مردم به تغذیه سالم، این محصول را به یکی از میان‌وعده‌های محبوب تبدیل کرده است. مجموعه آزاد برندینگ و تجارت‌کده پارسیان رایکا نیز با تمرکز بر برندسازی و بسته‌بندی، زمینه حضور پررنگ‌تر انجیر خشک ایرانی را در بازار اروپا فراهم کرده‌اند.

نویسنده: فاطمه ارجمند، مدیر انجیر خشک آلمان آزاد برندینگ.



۱

هویت تجاری



ضرورت برندسازی صادراتی برای محصول ایران

امروز تولیدکنندگان رب گوجه فرنگی در ایران، پیش از هر زمان دیگری فرصت جهانی‌سازی برند خود را دارند. ظرفیت بالای تولید، کیفیت ممتاز محصول و بازارهای تشنه منطقه، زمینه‌ساز صادراتی پررونق است. اما آنچه مانع موفقیت بسیاری شده، نبود نگاه برند محور است. محصولی مانند رب، با بسته بندی هوشمند، روایت‌گری برند و حضور حرفه‌ای در فضای دیجیتال، می‌تواند به کالایی صادراتی و لوکس تبدیل شود. در جهانی که برند حرف اول را می‌زند، محصول بدون هویت تجاری، فراموش می‌شود.

نویسنده: حمیدرضا مخملی، سرپرست محصول رب گوجه فرنگی خراسان جنوبی آزاد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آزاد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس شعبانی: توسعه صادرات زمانی معنا پیدا می‌کند که تولیدکننده، نگاه جهانی داشته باشد و تاجر، مسئولیت بین المللی بپذیرد. در آزاد برندینگ، ما این دو ضلع را به هم وصل می‌کنیم تا تجارت ایران در جهان بدرخشد.

از نخستین تماس تا قرارداد نهایی

شماره ۸۲

دوشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۶

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



Arad Branding Trading Company
Managers

هر پروژه، سرتیمی آگاه و منیجر پرتلاش، همچون چراغی روشن مسیر را هدایت می‌کنند. اینجا تجارت، تنها یک معامله نیست؛ بلکه مسیری هدفمند، الهام‌بخش و رو به‌سوی ثروت و شکوه مشترک است. آراد را تنها یک شرکت تجاری نمی‌دانم، بلکه آن را خانواده‌ای بزرگ، سیستمی پویا و حرکتی زنده می‌دانم که شایسته پیوستن است. من انتخاب کرده‌ام که آینده تجارت را در کنار آراد آغاز کنم.

فرصت‌ها شکل می‌گیرند و راه‌ها هموار می‌شوند. منیجرهای آراد، پیشگامان پروژه‌های بزرگ جهانی‌اند؛ آنان که با نهادهای دولتی، شرکت‌های بین‌المللی و سازمان‌های کلان وارد مذاکره می‌شوند، پروژه تعریف می‌کنند، قرارداد می‌بندند و مسیر ورود به بازارهای جهانی را هوشمندانه می‌گشایند. در این فضا، هر تماس آغازیست برای یک داستان، و هر جلسه گامی‌ست به‌سوی تحقق یک رؤیا. منیجرها را معمارانی می‌دانم که با هدایت کمیته‌های اجرایی، هم‌افزایی میان تاجران، نمایندگان و متحدان اقتصادی را رقم می‌زنند. در دل

در هر گوشه‌ای از این جهان، داستانی در جریان است و من بر این باورم که آراد، روایتگر یکی از ناب‌ترین این داستان‌هاست؛ داستانی از حرکت، از اعتماد، و از رویایی که آرام‌آرام جان می‌گیرد و به واقعیت بدل می‌شود. نوزده سال تجربه، حضور و ساختن، این مجموعه را به مسیری قابل‌اعتماد بدل کرده است. آراد صرفاً عرصه‌ای برای تجارت نیست، بلکه پلی است میان من و بازارهای بین‌المللی؛ پلی که از نخستین تماس تا آخرین قرارداد، استوار و همراه است. دفتر سیمای ایران را قلب تپنده این جریان می‌دانم؛ جایی که

۳ تجارت آفرینی

پایه‌گذاری فرهنگ تجارت از دل آموزش

با ایجاد اتحاد استراتژیک میان بازرگانی کایوان و مؤسسه زبان نصرت، نخستین گام در مسیر گسترش فرهنگ تجارت، با انتشار روزنامه آراد برندینگ در میان زبان‌آموزان برداشته شد. این اقدام با هدف ترویج نگاه تجاری از سنین پایین و آشنایی نسل جدید با مفاهیم اقتصادی انجام گرفته است. تجارت، صرفاً یک فعالیت اقتصادی نیست؛ بلکه فرهنگی است که باید به‌عنوان سبک زندگی در ذهن افراد نهادینه شود. این دقیقاً همان رویکردی است که کشورهای توسعه‌یافته‌ای مانند چین با موفقیت اجرا کرده‌اند و امروز بخش بزرگی از بازارهای جهانی را در اختیار دارند. با این استراتژی نوپا، می‌توان ایرانی نوین را پایه‌گذاری کرد. حرکتی که اکنون به همت بازرگانی کایوان آغاز شده و می‌تواند به تحولی جدی در آینده اقتصادی کشور منجر شود.



۲ تلاش هوشمندانه



توکل واقعی، مکمل تلاش هوشمندانه

در فرهنگ ما، تلاش سخت همیشه به‌عنوان راه موفقیت معرفی شده؛ اما آن‌چه کمتر به آن توجه شده، «توکل واقعی» است. توکل یعنی اعتماد به حکمت خداوند و آرامش در مسیر. همان‌طور که ساخت یک برج را به معمار حرفه‌ای می‌سپاریم و نگران جزئیات آن نیستیم، باید زندگی و نتایج کار را نیز به خالق آگاه بسپاریم. تلاش ضروری است، اما نه از نوع فرسایشی و اضطراب‌آور. کافی‌ست در مسیر درست حرکت کنیم، وظایف‌مان را به‌خوبی انجام دهیم و به زمان‌بندی خدا اعتماد داشته باشیم. در این صورت، نتیجه با آرامش، به‌موقع و بهترین شکل ممکن خواهد رسید.

نویسنده: مزگان محب، سرپرست انچیر خشک فارس آراد برندینگ.

۱ صادرات هوشمند

ضرورت شناخت بازار هدف در صادرات

محصولات شوینده با گریدهای مختلف تولید می‌شود. این گریدها با توجه به نیاز مشتری و کشور مقصد و استاندارد بازار هدف تعیین می‌شود، برای داشتن فروش درست باید به تمامی این موارد توجه و دقت شود. کشورهایی که نیاز به ریجستری دارد باید مراحل مربوطه انجام شود تا از دیو شدن و توقف بار در گمرک جلوگیری شود. محصولات شوینده و بهداشتی علاوه بر کیفیت، تنوع وزن، هم دارند که باید آور شد که مقصد مورد مصرف، این را تعیین می‌کند و بالطبع تفاوت قیمت نیز در پی دارد. با معرفی محصولات شوینده و بهداشتی تولید ایران به تاجران و بازرگانان می‌توانیم بازار هدف گسترده‌ای را ایجاد کنیم. مهمترین زیر ساخت، داشتن ارتباط قوی و مستمر می‌باشد، دعوت تاجران و تورپیست‌ها به ایران برای آشنایی بیشتر با فرهنگ ایران و ایجاد اعتماد از توانمندی تولید کنندگان ایرانی است.



نویسنده: زهره رستمی، مدیر پودر شوینده عمان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088

مهندس قربانی: تجارت و صادرات، صرفاً فروش کالا نیست؛ بلکه انتقال فرهنگ، کیفیت و توانمندی ملی به دنیاست. ما در آراد برندینگ، مأموریت داریم این انتقال را حرفه‌ای، هدفمند و جهانی انجام دهیم.

ساختار ذهنی تاجر حرفه‌ای

شماره ۸۲

دوشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۶

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



هدف نهایی از تعریف تا تحقق

تجارتخانه

لینک اختصاصی؛ راهی ساده برای جذب مشتری مستقیم



بدون حرف بفروش!

تاجران فعال در پلتفرم «تاجران‌شو» می‌توانند از قابلیت لینک اختصاصی هر پست برای جذب مستقیم مشتری استفاده کنند. کافیست وارد پنل کاربری شده و در بخش «پست‌های منتشرشده» روی گزینه «مشاهده» کلیک کنند تا لینک کامل پست نمایش داده شود. با اشتراک‌گذاری این لینک در شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های کاری یا ارسال برای مشتریان، مسیر ارتباط مستقیم و بدون واسطه با مخاطبان ایجاد می‌شود. این ابزار ساده، راهی مؤثر برای افزایش بازدید، تقویت برند و بالا رفتن تماس‌های ورودی است. با این روش، مخاطب بدون نیاز به توضیحات اضافه، مستقیماً وارد صفحه پست می‌شود و همه اطلاعات لازم را در یک نگاه دریافت می‌کند.

نویسنده: کوثر رحیمی، تدوینگر رسانه آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

صادرات امن

ایران؛ گذرگاه امن صادرات منطقه

ایران با موقعیت راهبردی میان سه قاره، دسترسی به آب‌های آزاد، بنادر مهمی چون بندرعباس و چابهار، و نزدیکی به بازارهای بزرگ منطقه‌ای، ظرفیت عظیمی برای تبدیل شدن به یکی از هاب‌های لجستیکی و صادراتی منطقه دارد. زیرساخت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی و دریایی کشور، اگر با رویکرد هوشمندانه توسعه یابند، می‌توانند مسیرهای تجاری جدیدی برای صادرات کالاهای ایرانی به کشورهای هدف ایجاد کنند. یکی از چالش‌های فعلی صادرات، عدم بهره‌برداری کامل از این زیرساخت‌ها و نبود مدیریت یکپارچه در زنجیره تأمین است. اما با نگاه راهبردی به لجستیک، می‌توان زمان و هزینه ارسال کالا را کاهش داد و اعتماد خریداران خارجی را به صادرات ایرانی افزایش داد. صادرات موفق، نیازمند لجستیک حرفه‌ای، ارتباطات بین‌المللی قوی، و شناخت دقیق بازارهای مقصد است. اکنون زمان آن رسیده است که ایران با تکیه بر موقعیت جغرافیایی و توان تولید داخلی، سهم بیشتری از تجارت جهانی را به خود اختصاص دهد.

نویسنده: سلیمان علی تبار، مدیر لوله اتصالات پلی اتیلن اتیوپی آراد برندینگ.

در این جلسه، موضوعاتی مطرح شد که برای من جنبه‌ی صرفاً آموزشی نداشت، بلکه عمیقاً درونی و راهبردی بود. از همان ابتدای جلسه که درباره مفهوم واقعی «سکوت» صحبت شد، دریافتم که سکوت صرفاً حرف نزن نیست، بلکه تصمیم آگاهانه‌ایست برای نگفتن در زمانی که توان گفتن داری؛ و این سکوت، ارزشی دارد که باید شناخته و درک شود. پس از آن، به واژه‌ی «شکر» پرداختیم؛ اینکه شکر، فقط گفتن یک عبارت نیست، بلکه رفتاریست که نشان می‌دهد فرد قدرداران است. اگر قدردار کسی هستیم، باید در عمل برای او کاری کنیم؛ این اصل در مورد والدین، خانواده، معلمان و حتی کسب‌وکار نیز صادق است. اما مهم‌ترین بخش جلسه، جایی بود که بحث به «هدف نهایی» رسید. پرسیده شد که دقیقاً هر کدام از ما قرار است در نهایت به چه نقطه‌ای برسیم. این سؤال ساده، اما بنیادین، ذهن مرا درگیر کرد. فهمیدم اگر ندانم در زندگی دنبال چه هستم، طبیعتاً نمی‌دانم امروز باید چه کاری انجام دهم. وقتی یک تاجر جوان از آرزویش برای ساختن هزار تاجر گفت، با خودم فکر کردم من واقعاً می‌خواهم به کجا برسم؟ آیا هدف نهاییم روشن است؟ آیا برای سه سال آینده، یک سال آینده، هر ماه، هر هفته و هر روزم برنامه مشخصی دارم؟ نکته‌ی کلیدی جلسه برای من این بود که کسی که به دنبال موفقیت در صادرات است، باید تمام ابعاد زندگی‌اش را در راستای این هدف تنظیم کند؛ از نحوه استفاده از زمان، تا تعاملات، آموزش، تولید محتوا، و حتی روابط فردی. استاد تأکید کرد که مجموعه کارهایی که انجام می‌دهیم، ما را می‌سازند؛ نه صرفاً حرف‌هایی که می‌زنیم.

نویسنده: بهمن وفایی، سرپرست پارچه اسپان باند اصفهان آراد برندینگ.

تجارت مطمئن

تجارت حرفه‌ای با پشتیبانی کامل در مسیر صادرات



در مجموعه آراد برندینگ، ما تنها به تأمین و فروش محصول فکر نمی‌کنیم، بلکه تمام مسیر تجارت را از مرحله شناسایی بازار، انتخاب گرید مناسب، بسته‌بندی استاندارد، مذاکره با خریدار خارجی و تحویل امن تا دروازه کشور مقصد، برای شما طراحی و مدیریت می‌کنیم. ما باور داریم که تاجر موفق کسی است که در کنار رشد مالی، اعتبار و اعتماد بلندمدت نیز به‌دست آورد؛ و این دقیقاً همان‌جایی است که تخصص ما آغاز می‌شود. با تکیه بر شبکه تأمین قدرتمند، زیرساخت‌های صادراتی، دانش فنی بازارهای جهانی و همراهی کارشناسان حرفه‌ای، ما همراه مطمئن شما در مسیر توسعه صادرات و سودآوری پایدار هستیم.

نویسنده: سعید سلطانی، مدیر خرما مضافتی صربستان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



استاد تالیا: تجارت، موتور محرک پیشرفت ملی است و صادرات، صدای رسای توانمندی ایرانی در جهان. وظیفه ما ایجاد مسیرهایی پایدار برای حضور مؤثر ایران در بازارهای بین‌المللی است.

صادرات آغاز شد آرامش پیدا شد

شماره ۸۱
یکشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۵
صفحه ۱



AradBranding.com



من سالها در شغل‌های مختلف فعالیت کردم؛ از کارمندی در یکی از بانک‌ها گرفته تا واردات قطعات الکترونیکی از کشورهای خارجی و حتی راه‌اندازی معدن با چند نفر از دوستانم. هر کدام از این مسیرها تجربه‌هایی به من داد، اما هیچ‌کدام نتوانست اون حس رضایت و اثربخشی واقعی رو به من منتقل کنه. چون همیشه حس می‌کردم دارم انرژی و سرمایه‌مو صرف کاری می‌کنم که در نهایت چیزی به کشور اضافه نمی‌کنه. وقتی واردات انجام می‌دی، عملاً پول رو از کشور خارج می‌کنی و وقتی کارمندی، صرفاً در یک چرخه ثابت و محدود حرکت می‌کنی. اما صادرات، دقیقاً نقطه مقابل همه‌ی این‌هاست. صادرات یعنی ورود سرمایه به کشور، یعنی رونق تولید داخلی، یعنی ساختن آینده، هم برای خودت هم برای دیگران. من زمانی به این باور رسیدم که اگر می‌خوام کاری ارزشمند، بلندمدت و در تراز جهانی انجام بدم، باید وارد تجارت صادراتی بشم. از اون زمان با هم‌فکری و همراهی خانواده، مسیر صادرات محصول رو آغاز کردیم که هم بهش اشراف داشتیم، هم تأمین مطمئنی برانش داشتیم و هم بازار خوبی برایش فراهم بود. انتخاب محصول رو نباید بیش از حد پیچیده کرد؛ مهم‌ترین نکته داشتن تأمین‌کننده‌ی خوب و قابل اعتماد، وقتی تأمین درست باشه، ادامه مسیر قابل برنامه‌ریزی می‌شه. الان با اطمینان می‌گم که تجارت، تنها راه نجات اقتصادی کشوره و اگه کسی می‌خواد رشد واقعی، آزادی، درآمد بالا و اثرگذاری اجتماعی داشته باشه، باید تو مسیر تجارت باشه. شاید اولیالش سخت باشه، شاید شروعش ترسناک به نظر بیاد، ولی وقتی قدم اول برداشته بشه، مسیر یکی‌یکی خودش باز می‌شه. هم روابط شکل می‌گیره، هم فرصت‌ها پیدا می‌شن و هم آدم‌هایی که می‌تونن کمک کنن، میان سراغت. تجارت فقط برای افراد خاص نیست؛ برای همه هست، به شرطی که بخوای، شروع کنی و ادامه بدی.

نویسنده: بهروز حسن زاده، تاجر خرما آراد برندینگ.

مدیر ارشد رمز موفقیت در تجارت از نگاه مهندس قربانی



مهندس قربانی، از مدیران باتجربه آراد برندینگ، در یکی از جلسات داخلی مجموعه نکاتی کلیدی درباره تجارت، مذاکره و صادرات مطرح کردند. ایشان معتقدند موفقیت در تجارت، قبل از هر چیز به مهارت در مذاکره و ایجاد اعتماد بستگی دارد. تاجری که صداقت، پیگیری و خوش‌قولی داشته باشه، حتی در رقابت‌های سخت هم انتخاب اول مشتری خواهد بود. از نگاه ایشان، صادرات یعنی شناخت تفاوت‌های فرهنگی و اقتصادی کشور هدف و انطباق هوشمندانه با آن‌ها. همچنین تأکید داشتند که استمرار در فعالیت، رمز شکل‌گیری برند تجاری است و فرصت‌های صادراتی منتظر کسی نمی‌مانند. تاجر موفق کسی است که به‌جای انتظار، خود آغازگر ارتباط، معرفی و معامله باشه.

نویسنده: مصطفی حاجی پور، معاونت ارتباطات داخلی آراد برندینگ.

مذاکره تلفنی



اصول موفقیت در مذاکره تلفنی تجاری

مذاکره تلفنی در تجارت یکی از شیوه‌های مؤثر ارتباطی برای رسیدن به توافق میان طرفین است که با هدف صرفه‌جویی در زمان، کاهش هزینه‌های رفت و آمد و تسریع در تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این نوع مذاکره، موفقیت زمانی حاصل می‌شود که فرد با آمادگی کامل وارد گفت‌وگو شود، از لحن حرفه‌ای و قاطع استفاده کند، بیان شفاف و دقیق داشته باشه، با دقت به طرف مقابل گوش دهد و نکات کلیدی را به‌درستی یادداشت‌برداری کند. به‌عنوان مدیر آجر امارات، بارها تجربه کرده‌ام که همین اصول ساده می‌توانند مسیر مذاکرات تجاری را به نتیجه‌ای موفق و قابل‌اتکا برسانند.

نویسنده: ابراهیم طاهرزاده، مدیر آجر امارات آراد برندینگ.

صادرات سبزی



رساندن طعم ایران به سفره‌های جهان

در مسیر صادرات سبزی خشک، همیشه تلاش کرده‌ام طعم اصیل سبزیجات ایرانی را با بهترین کیفیت و استانداردهای بهداشتی به بازارهای جهانی معرفی کنم. برای من، صادرات فقط ارسال یک محصول نیست؛ بلکه انتقال بخشی از فرهنگ، سلامت و اعتبار ایران به کشورهای دیگر است. باور دارم مشتری‌مداری و سلامت‌محوری، پایه‌های یک تجارت ماندگار هستند. خوشحالم که در مجموعه آراد برندینگ، این فرصت را دارم تا تولیدکنندگان داخلی را به بازارهای جهانی متصل کنم و گامی مؤثر در مسیر توسعه پایدار صادرات بردارم. مسیر من، رساندن طعم اصیل ایران به سفره‌های جهان است.

نویسنده: شفاقه احمدی، مدیر سبزی خشک روسیه آراد برندینگ.

پاداش نقدی با دعوت به تجارت

شماره ۸۱

یکشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۵

صفحه ۲



آراد برندینگ

AradBranding.com



روزانه

۱۰ میلیون تومان

درآمد

در طرح جدید و بی‌سابقه‌ی مجموعه‌ی آراد برندینگ، فرصتی طلایی برای همه‌ی کسانی فراهم شده که آرزو دارند وارد مسیر ثروت‌آفرینی، استقلال مالی و تجارت حرفه‌ای شوند؛ مسیری که نه نیاز به سرمایه اولیه دارد، نه نیاز به تجربه‌ی قبلی، و نه محدود به سن و مدرک تحصیلی است. شما می‌توانید تنها با معرفی یک فرد به این مسیر تجاری، بدون قرعه‌کشی و کاملاً شفاف، معادل ده میلیون تومان پاداش نقدی دریافت کنید. این یعنی به جای صرف وقت در مسیرهای نامطمئن و درآمدهای اندک، فقط با معرفی کسی که واقعاً علاقه‌مند به رشد و تجارت باشد، می‌توانید از همین امروز کسب درآمد میلیونی را آغاز کنید. حالا تصور کنید اگر در بازه‌ای ده روزه، چهار نفر از اطرافیان یا آشنایان‌تان را به این مسیر دعوت کنید؛ در کمتر از دو هفته، چهل میلیون تومان پاداش نقدی به شما تعلق می‌گیرد! نه پیچیدگی اداری دارد، نه وعده‌های توخالی، نه زمان طولانی انتظار. کافیست با انگیزه و جدیت وارد عمل شوید. این طرح برای همه آزاد است؛ چه یک مادر خانه‌دار باشید، چه یک دانشجو، چه کارمند، چه بازنشسته، یا حتی کسی که هنوز مسیر مشخصی برای آینده خود ندارد. تنها شرط ورود، داشتن اراده و تصمیم جدی برای تغییر زندگی است. شاید بپرسید بعد از معرفی، چه اتفاقی می‌افتد؟ پاسخ ساده است: فرد معرفی‌شده به جمع بزرگ تاجران آراد می‌پیوندد و تحت حمایت

۳ سود پایدار



فرصت‌های سودآور در دنیای محصولات پلاستیکی

در سال‌های اخیر، تولید و مصرف محصولات پلاستیکی در ایران رشد چشم‌گیری داشته و این کالاها به دلیل قیمت مناسب، وزن سبک، تنوع بالا و دوام قابل قبول، جایگاه ویژه‌ای در بازار لوازم خانگی، آشپزخانه و مبلمان فضای باز پیدا کرده‌اند. ظروف پلاستیکی با طراحی‌های ارگونومیک و مواد اولیه بهداشتی، جایگزین خوبی برای ظروف سنتی هستند و میز و صندلی‌های پلیمری نیز با مقاومت بالا در برابر رطوبت، نور خورشید و فشار، یکی از پر فروش‌ترین گزینه‌ها برای فضاهای روباز به شمار می‌روند. بسیاری از تولیدکنندگان داخلی با بهره‌گیری از فناوری‌های روز، موفق به صادرات این محصولات به کشورهای منطقه شده‌اند و مسیر برندینگ تخصصی را هموار کرده‌اند. نویسنده: ابوالفضل شهامی، مدیر ظروف پلاستیکی عمان آراد برندینگ.

۲ تحول صادرات

صادرات حرفه‌ای، نجات‌بخش صنعت گالوانیزه

محصول ورق گالوانیزه می‌باشد طی بررسی و تحقیقاتی که انجام دادم به این نتیجه رسیدم که تجارت بین المللی ورق گالوانیزه رو به کاهش داشته همچنین ظرفیت تولید بعضی از شرکت‌های تولیدی نیز کاهش داشته است. با اینکه محصول ورق گالوانیزه ایران از کیفیت بالایی برخوردار است اما در صادرات متأسفانه آن طور باید مقبول کشور ما باشد نبوده‌است و بهترین دلیل همگرایی این مشکل نبود ارتباطات قوی در تجارت بین المللی است امیدوار و مطمئن هستم با حمایت و پشتیبانی آراد برندینگ در حوضه صادرات ورق گالوانیزه در آینده خیلی نزدیک به یکی از بزرگترین صادر کنندگان ورق های گالوانیزه در دنیا خواهیم شد.

نویسنده: علی سلیمی، مدیر ورق گالوانیزه آراد برندینگ.



۱ تجارت ماندگار



شروع هوشمند، ساخت پایدار

برای آغاز یک مسیر حرفه‌ای در تجارت، صرفاً داشتن محصول یا انگیزه کافی نیست؛ بلکه آنچه اهمیت دارد، شناخت دقیق از ساختار بازار، تسلط بر شیوه‌های جذب مشتری، درک عمیق از فرآیند تأمین و فروش، و یادگیری اصولی است که بتواند مسیر را برای یک کسب‌وکار پایدار هموار سازد. آنچه در آراد برندینگ برای من ارزشمند بود، وجود آموزش‌های کاربردی، راهبردهای مشخص و همراهی افراد باتجربه‌ای بود که این مسیر را برای هر فردی حتی بدون سابقه قبلی قابل دستیابی کرده‌اند. همین‌جا آراد برندینگ فرصت رشد را مهیا کرده است.

نویسنده: منیژه یقانی، تاجر پیراهن مردانه آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس قربانی: فروش موفق، فقط انتقال کالا نیست؛ بلکه ساختن یک رابطه پایدار با مشتری است. به عنوان یک تاجر، همیشه به دنبال ارائه ارزشی بوده‌ام که اعتماد ایجاد کند، نه صرفاً یک معامله.

امیدهای بیدار آغاز از همین جا

شماره ۸۱

یکشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۵

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



گاهی آدم با دیدن یک صحنه ساده، بیشتر از صد تا سخنرانی یاد می‌گیرد. چیزی که من دیدم، به حقیقت بزرگ بود؛ اینکه فقر فقط نبود پول نیست، فقر یعنی وقتی ایده داری، توان داری، حتی تحصیلات داری، ولی هیچ‌کس نیست که به قدم اول رو باهات بیاد. یعنی اون قدری که نداشتن سرمایه آدمو عقب نگه می‌داره، نداشتن تکیه‌گاه و دیده نشدن بیشتر زمین‌گیرش می‌کنه. آدم‌هایی هستن که نه دنبال راحت‌طلبی‌ان، نه تنبلی، ولی اون قدر فشار و بی‌پناهی دیدن که حتی امیدشون به راه‌های درست هم داره از بین می‌ره. و این خطرناک‌ترین نقطه‌ست. جایی که یکی باهوشه، نجیبه، ولی کم‌کم قانع می‌شه که راه درست برایش نیست. باور می‌کنه که تجارت، رشد، یا حتی به شغل درست، مال طبقه‌ایه که از اول براشون صندلی رزرو شده. یکی از تلخ‌ترین چیزهایی که می‌شه دید، فاصله بین خواستن و توانستن؛ وقتی به نفر هم‌چیز رو با خودش آورده جز «امکان». فهمیدم برای خیلی‌ها، تجارت به آرزوی دور نیست؛ به حق واقعیه که فقط چون دیده نمی‌شن یا پشتوانه ندارن، ارزش محروم می‌وند. و وقتی این محرومیت عادی بشه، دیگه فقط

یک نفر عقب نمی‌مونه؛ جامعه عقب می‌مونه. چون کسی که می‌تونست بسازه، حذف شده. کسی که می‌تونست کارآفرین باشه، ناامید شده. این دقیقاً همون‌جاست که باید کاری کرد. این دقیقاً همون‌جاست که باید کاری کرد؛ چون نجات به نفر از ناامیدی، یعنی نجات آینده‌ای که می‌تونست ساخته بشه، نجات به مسیر نرفته، به کارخونه‌ی تأسیس‌نشده، به خانواده‌ی منتظر، و به نسل که می‌تونست یاد بگیره "شدن" فقط مخصوص ازما بهترن نیست. نویسنده: سمانه رجبی، منتور صادراتی آراد برندینگ.

۳ بازار هدف

نکات کلیدی برای انتخاب محصول تجاری

برای آغاز یک مسیر تجاری موفق، انتخاب محصول مناسب بسیار اهمیت دارد. ابتدا ظرفیت‌های محل زندگی خود را بررسی کنید تا در تأمین محصول دچار مشکل نشوید. محصولی را برگزینید که به آن علاقه‌مندید یا در آن تخصص دارید؛ این موضوع، انگیزه و درک عمیق‌تری از بازار به شما می‌دهد. همچنین بهتر است محصولی انتخاب شود که با رقابتی ندارد و تأمین خوبی دارد، یا اگر بازار آن رقابتی است، مزیت ویژه‌ای برای عرضه داشته باشید. قابلیت توسعه و نوآوری در آینده نیز از ویژگی‌های مهم یک محصول مناسب است. به یاد داشته باشید که تمام محصولات مشتری خاص خود را دارند؛ این هنر شماسست که بازار هدف را بشناسید و بتوانید با مهارت فروش، آن را عرضه کنید.

نویسنده: تابان یزدانی، مدیر آلو بخارا روسیه آراد برندینگ.



۲ تجارت جهانی

ایران؛ پلی بین سنت و تجارت جهانی

ایران با سابقه‌ای هزاران ساله در تجارت، امروز نیز به‌عنوان یکی از بازیگران مهم اقتصادی منطقه، در حال گسترش روابط تجاری خود با کشورهای مختلف جهان است. از منابع غنی طبیعی مانند نفت و گاز گرفته تا کالاهای صنعتی و معدنی، ایران ظرفیت‌های بی‌نظیری برای صادرات دارد. کیفیت محصولات صادراتی ایران، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند قیر، پتروشیمی، سیمان، زعفران، فرش و خشکبار، توانسته اعتماد بازارهای جهانی را جلب کند. ایران نه تنها به‌دلیل منابع و تولید، بلکه به‌خاطر موقعیت جغرافیایی استراتژیک، دروازه‌ای مطمئن برای اتصال شرق و غرب، و شمال و جنوب محسوب می‌شود.

نویسنده: صدیقه قلی‌پور، مدیر قیر هند آراد برندینگ.



۱ خلق ارزش

تجارت؛ خلق اعتماد، نه فقط محصول

تجارت، در حقیقت، توانایی شناسایی نیازهای پنهان، طراحی راه‌حل‌های مؤثر، ساختن اعتماد میان طرفین و تبدیل ایده‌های خام به ارزش واقعی و ملموس است. در عصر جدید، موفقیت تجاری تنها به ارائه یک محصول خلاصه نمی‌شود، بلکه به ارائه یک تجربه کامل، کیفیت پایدار و صداقت حرفه‌ای وابسته است. تاجر موفق کسی است که بتواند با درک عمیق از بازار، ارتباطی ماندگار با مشتری برقرار کند، نیازهای امروز را پاسخ دهد و خواسته‌های فردا را پیش‌بینی نماید. در چنین نگاهی، تجارت نه تنها ابزار رشد اقتصادی است، بلکه پلی استوار میان خلاقیت، اعتماد و ارزش‌آفرینی محسوب می‌شود؛ مسیری که با مسئولیت‌پذیری، درک متقابل و رویکرد بلندمدت، به ثبات و توسعه پایدار منتهی خواهد شد.

نویسنده: قاسم نبی یار، تاجر نقل پیدمشک آراد برندینگ.



جاده تجارت از حرکت تا مقصد

شماره ۸۱

یکشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۵

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



آراد برندینگ راهی به سوی ثروت

اپلیکیشن

با آراد، ارتباطات بین‌المللی را هوشمند کنید



یک قدم تا جهانی شدن

آدرس اپلیکیشن آراد برندینگ: AradBranding.com

محصول اصیل

خرمای مضافتی؛ جواهری سیاه از دل نخلستان‌های ایران

خرمای مضافتی، با رنگ تیره، بافت لطیف و طعم شیرین و کاراملی، نه تنها یکی از مرغوب‌ترین انواع خرما در ایران است، بلکه نگینی درخشان در بازار جهانی محصولات کشاورزی به شمار می‌آید. این خرما که عمدتاً در استان کرمان و به‌ویژه شهرستان بم به عمل می‌آید، ترکیبی منحصر به‌فرد از ارزش غذایی بالا، ماندگاری مطلوب و بازاریابی جهانی را در خود دارد. مضافتی با رطوبت طبیعی و بافت نیمه‌خشک خود، منبعی سرشار از انرژی، فیبر، پتاسیم و آنتی‌اکسیدان‌هاست. همین ویژگی‌ها باعث شده است که در کنار استفاده سنتی، در صنایع غذایی، دارویی و سلامت نیز جایگاهی ویژه پیدا کند. در بازارهای صادراتی، خرمای مضافتی ایران به عنوان برندی معتبر و خوش‌نام شناخته می‌شود. آنچه این محصول را متمایز می‌سازد، نه فقط کیفیت بی‌نظیرش، بلکه فرهنگ و اصالت نهفته در دل هر دانه آن است؛ میراثی که نسل به نسل در دل نخلداران کویر زنده مانده و امروز در بسته‌بندی‌های مدرن و صادراتی، زینت‌بخش سفره‌های مردم جهان شده است.

نویسنده: علی قاسم زاده، تاجر خرما آراد برندینگ.

با دیدن این برنامه واقعاً نگاهم به مسیر تجارت عوض شد. چیزی که استاد تالیا با بیانی صمیمی و صادقانه توضیح داد، دقیقاً همون چیزیه که خیلی از ماها توی مسیر کسب‌وکار بهش بی‌توجه‌ایم. اینکه فقط بخوای وارد به کار بشی و امیدوار باشی که همه‌چیز خودش درست می‌شه، خیال خامیه. استاد با مثال‌های ساده‌ای مثل رانندگی یا مسیر جاده نشون داد که تجارت فقط داشتن محصول یا سرمایه نیست. تجارت یعنی بدونی تو چه جاده‌ای هستی، چه ابزاری لازم داری، آیا رانندگی خوبی هستی یا نه، مشتری کجاست، و اصلاً آیا جاده‌ای که توش ایستادی تو رو به مقصد می‌رسونه یا نه. توی آراد، جاده کاملاً مشخصه، مسیر روشنه، فقط شرط موفقیت اینه که حرکت کنیم. خیلی از افراد فقط کنار جاده ایستادن و انتظار دارن به مقصد برسن. بعضی‌ها هم حتی پول خرج کردن، ابزار خریدن، ولی حرکت نکردن و الان می‌گن نتیجه نگرفتم. واقعیت اینه که تا وارد میدان نشی، تا نری وسط بازار، تا مشتری نبینی، تا حرف نزنی، تا معامله نکنی، هیچ اتفاقی نمی‌افته. این چیزیه که توی آموزش‌های تئوری نمی‌شه یاد گرفت. باید خودت بری تودل ماجرا. به بخش خیلی مهم از صحبت‌های استاد که برای خودم خیلی آموزنده بود، این بود که همه چیز به مشتری ختم می‌شه. تو بهترین محصول رو هم داشته باشی، قیمت مناسب، کیفیت بالا، بسته‌بندی درجه‌یک؛ اما اگر مشتری نداشته باشی، عملاً هیچی نداری. مشتری که به کسب‌وکار جون می‌ده. پس به‌جای اینکه فقط دنبال بهتر کردن ظاهر کار باشیم، باید تمرکز کنیم روی اینکه مشتری پیدا کنیم و اون‌هارو نگه داریم.

نویسنده: فاطمه محمدی، مشاور تجاری آراد برندینگ.

بازار جهانی

رمز موفقیت در تجارت



هدف آراد، حمایت از افشار کم‌برخوردار برای دستیابی به درآمد دلاری و رشد فردی و اجتماعی است. تجارت موفق با تعیین هدف روشن، برنامه‌ریزی، تلاش مداوم و یادگیری از شکست‌ها ممکن می‌شود. انعطاف‌پذیری، شبکه‌سازی، افزایش مهارت و تمرکز بر مشتری، اصول کلیدی این مسیرند. با ارزیابی مستمر و برنامه‌ریزی هوشمندانه، می‌توان جایگاهی مؤثر در بازارهای جهانی به‌دست آورد. در دنیای پررقابت امروز، موفقیت تصادفی نیست؛ نتیجه تعهد، آگاهی و پشتکار است. آراد فرصتی فراهم کرده تا افراد بدون سرمایه اولیه نیز بتوانند مسیر تجارت را آغاز کنند.

نویسنده: سعید خوش‌کیش، تاجر لوله پلی‌اتیلن آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



استاد وحید: تجارت، یعنی شناسایی دقیق نیاز بازار و ارائه پاسخ مؤثر با سرعت، دقت و تعهد. همواره به شاگردانم تاکید می‌کنم که در دنیای تجارت، اعتبار ارزشمندتر از سود مقطعی است.

تجارت برای همه از صفر تا تاجر شدن

شماره ۸۰
شنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۴
صفحه ۱



AradBranding.com



مهارت های مورد نیاز برای تاجر شدن

بسیاری از افراد بر این باورند که فعالیت در عرصه تجارت، تنها در انحصار گروه خاصی از افراد بوده و مستلزم برخورداری از سرمایه‌های کلان است؛ در حالی که واقعیت کاملاً متفاوت است. به عنوان یکی از کارکنان مجموعه آراد برندینگ، شاهد بوده‌ام که افراد بسیاری بدون برخورداری از سرمایه اولیه یا پیش‌زمینه‌ای در حوزه تجارت، صرفاً با کسب مهارت‌های لازم، توانسته‌اند به تاجران موفق تبدیل شوند. نکته حائز اهمیت آن است که مهارت‌های مورد نیاز برای فعالیت در تجارت، امری اکتسابی است و هیچ‌گونه محدودیت ارثی یا ذاتی برای آن وجود ندارد. مهارت‌های ضروری در این مسیر را می‌توان در دو دسته کلی طبقه‌بندی کرد. دسته اول شامل تمام مهارت‌هایی است که به شخصیت فردی تاجر بازمی‌گردد؛ از نحوه پوشش و رفتار گرفته تا اعتماد به نفس، باورهای درونی، شیوه سخن گفتن، و سایر ویژگی‌های هویتی که به تقویت پرستیژ فردی در تعاملات تجاری منجر می‌شود. دسته دوم مهارت‌ها، به دانش و مهارت‌های فنی در حوزه تجارت اختصاص دارد؛ از جمله آشنایی با فنون مذاکره، شناخت محصول، آگاهی از قوانین و مقررات صادرات و واردات، اصول حمل و نقل بین‌المللی، اصطلاحات تخصصی تجارت و سایر مباحث مربوطه. کلیه این مهارت‌ها قابل آموزش‌اند و فردی که هیچ آشنایی قبلی با این مفاهیم ندارد، می‌تواند ظرف مدت سه تا شش ماه به سطحی از توانمندی برسد که فعالیت تجاری خود را آغاز کند. وجه تمایز مجموعه آراد برندینگ در آن است که تمامی این آموزش‌ها را به صورت رایگان در اختیار علاقه‌مندان قرار می‌دهد، چه آن‌ها که قصد ورود به تجارت را دارند و چه افرادی که صرفاً به دنبال ارتقاء دانش اقتصادی خود هستند.

● نویسنده: لیلی محمدی، معاونت انتصاب آراد برندینگ.

تجارت موفق



فرصتی طلایی برای کشاورزی ایران

با توجه به تقاضای بالای کشور هند برای محصولات کشاورزی ایران، از جمله آلو بخارا، ظرفیت صادراتی بسیار مناسبی برای فعالان این حوزه فراهم شده است. تجربه نشان داده کشور هند، به دلیل جمعیت بالا و تنوع ذائقه غذایی، بازار مناسبی برای میوه‌های خشک و فراوری شده دارد. تمرکز بر کیفیت محصول، بسته‌بندی مناسب و رعایت استانداردهای صادراتی می‌تواند مسیر ماندگاری در این بازار را هموار کند. صادرات آلو بخارا به هند نه تنها می‌تواند سهم صادراتی ایران را افزایش دهد، بلکه فرصت‌های شغلی متعددی نیز برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان داخلی ایجاد می‌کند.

● نویسنده: سعید خراسانیان، مدیر آلو بخارا هند آراد برندینگ.

مسیر ثروت



راهی که از دل ترس گذشت

من در طول مسیر تجاری‌ام به این باور رسیدم که بسیاری از فرصت‌های بزرگ، پشت پرده‌ی ترس‌ها و تردیدهای اولیه پنهان شده‌اند. همیشه این جمله در ذهنم تکرار می‌شود که شاید در آن سوی ترس، دنیایی از ثروت و پیشرفت منتظر من باشد. وقتی تصمیم گرفتم وارد تجارت چسب کاشی و سرامیک شوم، می‌دانستم که مسیر ساده‌ای نیست، اما ایمان داشتم که اگر جسارت داشته باشم و به درستی حرکت کنم، می‌توانم سهمی از بازار را به دست بیاورم. امروز، اگر نتیجه‌ای حاصل شده، حاصل همان لحظاتی‌ست که به جای عقب‌نشینی، ایستادم و ادامه دادم.

● نویسنده: محمد جواد مطوس، تاجر چسب کاشی سرامیک آراد برندینگ.



آینده روشن با تجارت

تجارت برای من فقط یک شغل نیست؛ بلکه یک راه مطمئن برای ساختن آینده‌ای روشن برای خودم و فرزندانم است. در مجموعه آراد برندینگ، من یاد گرفتم که می‌توان حتی بدون داشتن سرمایه اولیه یا کارخانه، وارد مسیر تجارت حرفه‌ای شد. مشتری داخلی و خارجی پیدا کرد و به جایگاهی رسید که روزی فقط در حد یک رویا بود. آراد برندینگ با ساختار هوشمند، آموزش‌های هدفمند، زیرساخت‌های فنی و ارتباطات گسترده جهانی، شرایطی فراهم کرده که هر کسی با اراده و پشتکار می‌تواند قدم در مسیر صادرات بگذارد. من در این مسیر، نه تنها رشد شخصی را تجربه کردم، بلکه فهمیدم که می‌توانم الهام‌بخش دیگران باشم و تجربه‌ام را با کسانی که می‌خواهند وارد دنیای تجارت شوند، به اشتراک بگذارم. مسیر تجارت اگرچه سختی‌هایی دارد، اما در کنار یک حامی قدرتمند، این مسیر هموار می‌شود و آراد برندینگ دقیقاً همان حامی مطمئنی است که بسیاری از ما به آن نیاز داشتیم. من به عنوان یک بانوی ایرانی با افتخار اعلام می‌کنم که در مسیر تجارت، محدودیتی وجود ندارد؛ تنها چیزی که نیاز داریم، باور به خودمان و انتخاب یک همراه درست است.

● نویسنده: طاهره سادات حسینی، سرپرست پتو نرمینه بافت تهران آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888



استاد وحید: صادرات فقط ارسال کالا نیست؛ شروع یک رابطه حرفه‌ای و ماندگار. وقتی اصول ارتباط، تعهد و پیگیری رو رعایت کنیم، بازار خارجی خودش ما رو می‌خواد، صادرات موفق، یعنی رعایت اصول درست.

بازدید تجاری آغاز همکاری صادراتی

شماره ۸۰
شنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۴
صفحه ۲



آراد برندینگ

AradBranding.com



بازدید نمایندگان بین المللی آراد برندینگ از کارخانه ترشیجات

که نشان از جدیت آن‌ها برای همکاری‌های آتی داشت. هدف اصلی از این بازدید، ایجاد درک مشترک میان مجموعه تولیدی و نمایندگان خارجی برای دستیابی به یک بستر همکاری پایدار و بلندمدت بود. خوشبختانه، بازخوردها بسیار مثبت و امیدوارکننده بود و به نظر می‌رسد این تعامل، نقطه آغاز مناسبی برای ورود رسمی محصولات کارخانه پدیدار به بازارهای پاکستان و لبنان خواهد بود. در ادامه این مسیر، ضروری است هماهنگی جلسات مشابه، صرفاً به معرفی ظاهری مجموعه محدود نگردد، بلکه اطلاعات تخصصی مورد نیاز طرف خارجی، شامل گواهی‌های بهداشتی، ظرفیت تولید روزانه، توان ذخیره‌سازی، جزئیات بسته‌بندی و نحوه مدیریت کیفیت، از پیش آماده و به‌صورت هدفمند ارائه گردد.

نویسنده: محمد صابری، مشاور تجاری آراد برندینگ.

در بازدید رسمی که با حضور آقای ندیم احمد، نماینده کشور پاکستان، و آقای محمد جعفر، نماینده کشور لبنان، از کارخانه ترشیجات پدیدار صورت گرفت، این فرصت فراهم شد تا نمایندگان خارجی از نزدیک با ظرفیت‌های تولیدی، زیرساخت‌های بهداشتی و توانمندی‌های صادراتی این مجموعه آشنا شوند. این بازدید با هدف بررسی قابلیت‌های تولید انبوه، بررسی فرآیندهای استاندارد تولید و ارزیابی شرایط صادراتی انجام گرفت. در جریان این بازدید، اطلاعات کلیدی مرتبط با فرآیند تولید، نوع مواد اولیه، روش بسته‌بندی، سیستم کنترل کیفیت، و شاخص‌های مورد انتظار در بازار بین‌المللی به‌صورت شفاف و دقیق ارائه گردید. نمایندگان کشورهای مذکور پرسش‌هایی پیرامون ظرفیت سفارش‌پذیری، شرایط ارسال محصول، مدت ماندگاری، تنوع طعم‌ها و انطباق محصول با ذائقه مصرف‌کنندگان کشور خود مطرح کردند.

۳ ارتباطات



ایجاد روابط بلند مدت با مشتریان

در دنیای تجارت مدرن، موفقیت تنها به فروش اولیه محدود نمی‌شود بلکه در حفظ و تقویت ارتباط با مشتریان نهفته است. روابط بلندمدت باعث وفاداری، تکرار خرید و تبدیل مشتری به هوادار برند می‌شود. شرکت‌هایی که به نیازها و بازخوردهای مشتریان گوش می‌دهند، پایه‌ای برای اعتماد و همکاری طولانی‌مدت می‌سازند. ایجاد ارزش افزوده، ارائه خدمات پس از فروش و پاسخ‌گویی سریع، از عوامل حیاتی در نگهداری این روابطند. استفاده از ابزارهای ارتباطی مثل شبکه‌های اجتماعی، خبرنامه‌ها و برنامه‌های وفاداری به حفظ تعامل کمک می‌کند. در یک رابطه خوب، مشتری احساس می‌کند شنیده می‌شود و برای شرکت مهم است.

نویسنده: احمد رضا بوداقي، سرپرست زرشک قم آراد برندینگ.

۲ صادرات مؤثر

نقش صادرات در ارتقای جایگاه اقتصادی ایران

صادرات نقشی کلیدی در معرفی تولیدات ایرانی و ارتقای جایگاه کشور در عرصه جهانی ایفا می‌کند. با گسترش بازارهای خارجی، تولیدکنندگان می‌توانند فروش خود را افزایش دهند و به ارزآوری برای کشور کمک کنند. این مسیر موجب ارتقای کیفیت، تنوع محصولات، و ترویج فرهنگ بومی ایران در سطح بین‌الملل می‌شود. همچنین، صادرات بستری برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی و رشد فناوری در صنایع داخلی فراهم می‌آورد. در نهایت، صادرات تنها یک فعالیت اقتصادی نیست، بلکه ابزاری مؤثر برای پیشرفت پایدار و تثبیت برند ملی در جهان است.

این مسیر، پلی به‌سوی فرصت‌های جهانی است.

نویسنده: بهزاد احمدی، مدیر مایع شوینده غنا آراد برندینگ.



۱ تحول تجاری



اولویت تجارت، مسیر پیشرفت

نشستن و صبر کردن، مسیر تاجر شدن نیست. در دنیای تجارت، فرصت‌ها به سراغ افراد منفعل نمی‌آیند، بلکه برای کسانی ساخته می‌شوند که شجاعت حرکت دارند. من در مجموعه آراد برندینگ آموختم که اگر منتظر باشی، رقبا زودتر از تو میدان را فتح می‌کنند. مسیر صادرات، نیازمند جسارت، تصمیم‌گیری سریع، و نگاه بین‌المللی است. ارتباطات مؤثر با تاجر، ریزان و تولیدکنندگان جهانی، پایه‌های تجارت موفق را می‌سازند. اگر بخواهید رشد کنید، باید از لاک تردید خارج شوید، مسئولیت بپذیرید، و برای آینده‌ای متفاوت بجنگید.

نویسنده: شهلا رحیمیان، سرپرست فر گردان خراسان رضوی آراد برندینگ.

کسب مهارت شرط تجارت

شماره ۸۰

شنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۴

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



سایر امور مرتبط. این مهارت‌ها نیز همگی قابل یادگیری هستند و هیچ کدام فراتر از توان ذهنی افراد عادی نیستند. حتی فردی که هیچ آشنایی اولیه با تجارت ندارد، می‌تواند طی مدت سه تا شش ماه، تمام این مهارت‌ها را فرا بگیرد. مزیت ویژه این مسیر، در مجموعه آراد برندینگ آن است که تمامی آموزش‌ها به صورت رایگان و به بسیاری از مشاغل دیگر بالاتر است، اما مهارت‌هایی که برای موفقیت در آن لازم است، همگی اکتسابی‌اند. این بدان معناست که هر فردی می‌تواند با تلاش و پشتکار، آن‌ها را بیاموزد. حتی بسیاری از تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران، زمانی که با

فردی مسلط و ماهر مواجه می‌شوند، حاضرند سرمایه یا کالای خود را در اختیار او بگذارند تا در مسیر تجارت به کار گیرد. شرط اساسی رسیدن به این جایگاه، کسب مهارت است؛ مهارت‌هایی که در دو بخش کلی تعریف می‌شوند: دسته اول، مربوط به «من تاجر» است؛ یعنی ظاهر، رفتار، کلام، شخصیت و پاورهای فردی که باید متناسب با شأن یک تاجر حرفه‌ای شکل بگیرد. دسته دوم، به «تجارت» مربوط می‌شود؛ یعنی دانش و آگاهی درباره اصول و فنون بازرگانی، مذاکره، شناخت محصول، قوانین حمل و نقل و گمرک، مقررات بین‌المللی، اصطلاحات تخصصی و

در مسیر ثروت‌آفرینی، اگر کسی تصمیم بگیرد تاجر شود، باید بداند که مانند هر شغل دیگری، تجارت نیز نیازمند یادگیری و کسب مهارت است. نکته قابل توجه این است که برخلاف تصور رایج در میان مردم، تاجر شدن نه به زن خاصی نیاز دارد، نه به سرمایه‌ای هنگفت. گرچه جایگاه اجتماعی و سطح کاری تجارت نسبت به بسیاری از مشاغل دیگر بالاتر است، اما مهارت‌هایی که برای موفقیت در آن لازم است، همگی اکتسابی‌اند. این بدان معناست که هر فردی می‌تواند با تلاش و پشتکار، آن‌ها را بیاموزد. حتی بسیاری از تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران، زمانی که با

۳ زیرساخت قوی

مسیر رشد پایدار صنعتی
صادرات لوله‌های پلی‌اتیلن از ایران، به عنوان یکی از ظرفیت‌های کلیدی غیرنفتی، نقش مهمی در توسعه اقتصادی و افزایش درآمدهای ارزی کشور دارد. دسترسی به منابع غنی پتروشیمی، موقعیت جغرافیایی مناسب و بهره‌مندی از نیروی انسانی متخصص، ایران را به یکی از تولیدکنندگان مطرح این محصول در منطقه تبدیل کرده است. این صادرات، علاوه بر ارزآوری، موجب ارتقاء فناوری، ایجاد اشتغال و بهبود روابط تجاری بین‌المللی می‌شود. همچنین حضور فعال در بازارهای جهانی، به افزایش کیفیت تولیدات و تطبیق آن با استانداردهای بین‌المللی کمک می‌کند. با توسعه زیرساخت‌های صادراتی، برندینگ حرفه‌ای و ارائه خدمات پس از فروش، می‌توان سهم ایران را در بازار جهانی لوله‌های پلی‌اتیلن تقویت کرده و جایگاه صنعتی کشور را ارتقا بخشید.



۲ تحول تجاری

زعفران ایران؛ پلی طلایی میان شرق و غرب
زعفران که از دیرباز با عنوان «طلای سرخ» شناخته می‌شود، امروز جایگاهی راهبردی در تجارت جهانی دارد و ایران با بیش از ۹۰ درصد سهم تولید، بازیگری اصلی در این بازار است. استان‌های خراسان، قطب‌های اصلی تولید زعفران، نقش مؤثری در اشتغال منطقه‌ای و صادرات ایفا می‌کنند. بازارهای اروپایی مانند آلمان و فرانسه و همچنین کشورهای آسیایی نظیر چین و امارات، از خریداران ثابت زعفران ایران به شمار می‌آیند. با وجود چالش‌هایی همچون تحریم‌ها و ضعف در برندینگ، فرصت توسعه صادرات از مسیر ارتقای بسته‌بندی، فناوری کشاورزی و حضور بین‌المللی همچنان فراهم است.

نویسنده: مهدی حدادی، تاجر زعفران آراد برندینگ.

۱ مسیر رشد

آراد برندینگ؛ نقطه اتصال ایده تا اقتدار برند
در عصری که تمایز رمز بقای کسب‌وکارهاست، شرکت آراد برندینگ با تکیه بر دانش بومی و خلاقیت بین‌المللی، به عنوان همراه استراتژیک برندهای ایرانی در مسیر رشد و تثبیت جایگاه در بازار رقابتی کشور فعالیت می‌کند. این مجموعه با ارائه خدمات یکپارچه در سه حوزه اصلی شامل: تدوین استراتژی برندینگ (هویت بصری، جایگاه‌یابی، داستان‌سرایی برند)، دیجیتال مارکتینگ (کمپین‌های هدفمند، سئو، مدیریت شبکه‌های اجتماعی) و تحقیقات بازار (تحلیل رفتار مصرف‌کننده و شناسایی رقبا)، تلاش می‌کند تا چالش‌های پیچیده بازار ایران را به فرصت‌های طلایی تبدیل نماید. تجربه موفق آراد در همکاری با طیف وسیعی از صنایع فناوری تا کسب‌وکارهای خلاق، گواهی است بر توانمندی این مجموعه در ارائه راهکارهای سفارشی‌سازی شده.

نویسنده: نبی‌الله بهاء‌لو، سرپرست بادم چهار محال بختیاری آراد برندینگ.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888

مهندس شعبانی: در صادرات، آنچه بیش از قیمت اهمیت دارد، تعهد به کیفیت، استمرار ارتباط و درک دقیق از نیاز بازار هدف است. تاجر حرفه‌ای کسی است که قبل از ارسال کالا، اعتماد می‌فرستد.

از فروش تا اعتماد مسیر واقعی صادرات

شماره ۸۰
شنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۴
صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارتخانه

دیدهد شدن بیشتر با اشتراک گذاری هوشمند پست ها



برای افزایش دیده شدن پست ها در تجارتخانه آراد برندینگ، صرفاً تولید محتوا کافی نیست؛ نحوه انتشار آن نیز اهمیت دارد. یکی از راه های مؤثر، اشتراک گذاری لینک مستقیم پست در شبکه های اجتماعی است. بهتر است لینک را در اولین کامنت قرار دهید و در متن بنویسید «لینک در کامنت اول»، چون الگوریتم ها معمولاً لینک های داخل متن را کمتر نمایش می دهند. شروع پست با یک سؤال یا آمار جذاب و دعوت به مشارکت کاربران باعث افزایش تعامل و دیده شدن بیشتر می شود. همچنین پاسخ دادن به نظرات و فعال بودن در کامنت ها، نقش مهمی در تقویت جایگاه شما در الگوریتم دارد. هشتگ گذاری هدفمند باعث افزایش بازدید پست می شود.

نویسنده: ریحانه بهرامی، کارمند واحد فنی آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

پیشرفت پایدار

از اندیشه تا بازار؛ نقش تجارت در شکوفایی ایده های فناورانه

در مسیر رشد و پیشرفت هر جامعه ای، نقش تاجران در حمایت از اختراعات و نوآوری ها از جایگاه بسیار مهمی برخوردار است؛ نگاهی بارز و اثرگذار در فرهنگی که می خواهد از رکود عبور کرده و شکوفا شود. برای جبران عقب ماندگی ها، نیازمند بهره گیری از ظرفیت های انسانی و فکری حتی در ساده ترین شکل خود می باشد. هیچ کس نمی تواند تأثیر مخترعان و نوآوران را در تمدن ها انکار کند. آنان با انگیزه، ایده پردازی و خلاقیت می توانند راهی صد ساله را در چند قدم طی کنند. کافیست چراغی در تاریکی برافروخته شود، تا مسیر را بر همگان روشن سازد. یکی از طرح های نوینی که این روزها برای تحول و رشد تاجران مطرح شده، پروژه صادرات اختراعات، ایده ها و محصولات دانش بنیان High-Tech است؛ برنامه ای بلندمدت که هدفش معرفی و گسترش دستاوردهای علمی و فناورانه به بازارهای بین المللی است. در انتظار تعیین سرفصل ها و پروژه های این طرح هستیم، اما آنچه روشن است، نیاز شدید کشور به هم افزایی بین مخترعان، نوآوران و فعالان اقتصادی برای تحقق آینده ای پایدار و روشن است.

نویسنده: کیانوش رستمی، مدیر بادام مامایی هند آراد برندینگ.

در یکی از نشست های تخصصی مجموعه آراد برندینگ، استاد وحید با نگاهی علمی، دقیق و راهبردی به مفهوم تجارت و صادرات، دیدگاهی متفاوت را مطرح کردند که برای هر فعال اقتصادی، شنیدن آن ضرورتی اجتناب ناپذیر به شمار می رفت. از منظر ایشان، تجارت صرفاً به معنای فروش محصول نیست؛ بلکه ساختن مسیری شفاف، پایدار و هوشمندانه است که از ارتباط سازی و اعتماد سازی آغاز می شود و با استمرار، برنامه ریزی و شناخت عمیق از بازار هدف به موفقیت می رسد. یکی از نکات کلیدی که استاد وحید بر آن تأکید ویژه داشتند، نقش «سکوت» در مذاکرات بود. به باور ایشان، یک تاجر موفق کسی است که به جای پرگویی، با سکوت مؤثر و مدیریت هوشمندانه فضای گفتگو، ذهن مخاطب را به سمت تصمیم گیری مطلوب سوق دهد. همچنین بر این اصل تأکید کردند که برند واقعی، نه در تبلیغات زودگذر، بلکه در ذهن مشتری و از طریق تکرار، ثبات، تولید محتوای اثربخش و پیگیری حرفه ای شکل می گیرد. به زعم ایشان، تجارت میدان کنش است؛ نه فضای انتظار. تاجر موفق خواهد بود که جسارت تصمیم گیری داشته باشد، نه کسی که صرفاً در انتظار شرایط ایده آل بماند. ایشان تحلیل دقیق از بازارهای هدف صادراتی را نیز از ارکان اساسی یک تجارت موفق دانستند و هشدار دادند که ورود به بازار خارجی بدون شناخت نیازها، سلاقی و استانداردهای آن، حتی با بهترین کالاها نیز به شکست خواهد انجامید. در پایان این جلسه، به عنوان یکی از کارمندان مجموعه، این جمله استاد بیش از همه در ذهنم ماند: «در تجارت، کسی موفق تر است که پیش از ارائه پیشنهاد، اعتماد بسازد و پیش از فروش، دیده شود.»

نویسنده: امیر کریمی، مدیر تیم برند سازی آراد برندینگ.

تاجر موفق

راهی مطمئن برای پیشرفت در تجارت



آشنایی با مجموعه بزرگ آراد برندینگ و کسب روزانه علم و آگاهی در حوزه تجارت، همواره یادآور این حقیقت است که تلاش مستمر حتی اگر اندک باشد نتیجه بخش خواهد بود. تجارت ملزومات پزشکی، به ویژه گان یکبار مصرف، به عنوان یکی از نیازهای حیاتی حوزه بهداشت و درمان، سهم قابل توجهی از صنعت تولید را به خود اختصاص داده و توانسته در مسیر تأمین داخلی و صادرات نقش آفرین باشد. در این میان، شرکت آراد برندینگ با بهره مندی از سابقه ای ۱۹ ساله، مسیر روشنی پیش روی ما قرار داده که با امید و انگیزه، بتوانیم به رشد اثرگذار در معاملات داخلی و صادراتی دست پیدا کنیم. و این مسیر با راهنمایی آراد، روشن تر می شود.

نویسنده: سهیلا کریمی، تاجر منسوجات یکبار مصرف پزشکی آراد برندینگ.

مهندس قربانی: صادرات موفق با شناخت بازار هدف آغاز می شود. تاجر حرفه ای قبل از فروش، ابتدا اعتماد می سازد و ارتباط مؤثر ایجاد می کند، این مسیر، نیازمند پیگیری و اصول حرفه ای است.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888



آموزش پذیری رمز ماندگاری

شماره ۷۹
جمعه
۱۴۰۴/۰۵/۰۳
صفحه ۱



آراد برندینگ

AradBranding.com



لوکیشن تجارت لوکیشن پول

من امروز توی جمعی بودم که واقعاً خیلی چیزها برام روشن شد. صحبت‌هایی شنیدم که شاید بارها توی ذهنم بوده، ولی هیچ‌وقت کسی انقدر صریح و شفاف برام بازش نکرده بود. یکی از اون نکات مهم این بود که عشق به کار یعنی فدا کردن خودت برای اون کار. یعنی وقتی می‌گی «من بستم رو تجارت»، یعنی عاشق کاری، عاشق محصولی، عاشق فرآیند پرزنت شدی. نه اینکه صبر کنی تا همه چیز عالی بشه بعد شروع کنی. یه مثال ساده و جالب زد؛ گفت پیتزای خوب، از دستور پخت دقیق میاد. نمی‌تونی همین‌جوری سلیقه‌ای بری جلو. بعضی‌ها فکر می‌کنن چون یه چیزهایی بلدن، می‌تونن به روش خودشون عمل کنن، اما واقعیت اینه که «به روش خودش» نداریم. وقتی راه و فرمول مشخصه، باید دقیق طبق اون عمل کنی. این موضوع توی مذاکره، رفتار، حتی لحن حرف زدن صدق می‌کنه. اگر بخوای خودسرانه بری جلو، خیلی زود زمین می‌خوری. یه بخش دیگه از صحبت‌ها مربوط به عجله بود. اینکه بعضی‌ها می‌خوان سریع به نتیجه برسن، مثلاً پیتزای خوب همون لحظه از فر دربیاد. ولی نمی‌فهمن پخت کامل، زمان می‌بره. تجارت هم همینه. نمی‌شه امروز شروع کنی، فردا مشتری ثابت خارجی داشته باشی. باید صبر داشته باشی، باید آموزش‌پذیر باشی. باید بدونی که اگر ۷۰ درصد چیزی رو بلدی، اون ۳۰ درصد باقی‌مونده ارزشمندتره؛ چون همون سی درصد می‌تونه باعث شکست یا موفقیت بشه. بعضی‌ها فقط چون یه چیزی رو بلدن، دیگه بقیه‌اش رو جدی نمی‌گیرن. در صورتی که اون یه درصد باقیمونده ممکنه نابودشون کنه. یه نکته مهم هم درباره نگاه ما به مشتری‌ها و تأمین‌کننده‌ها بود. گفتن نه نگاه سیاه داشته باش، نه سفید. یعنی نه همه رو خوب بدون، نه همه رو بد. نویسنده: شهرناز حیدری، سرپرست پروفیل آلومینیوم تهران آراد برندینگ.

برند ایرانی

صادرات مسیر رشد برندهای ایرانی



تجارت جهانی دریچه‌ای وسیع به‌سوی فرصت‌های نامحدود و دستاوردهای بزرگ است. هر محصولی که به بازارهای بین‌المللی صادر می‌شود، گامی بلند در جهت ساختن میراثی جهانی و ارزشمند برای کسب‌وکار شما محسوب می‌شود. با صادرات، نه تنها بازار خود را توسعه می‌دهید، بلکه جایگاه برندتان را نیز ارتقا می‌بخشید، این مسیر، نیازمند برنامه‌ریزی، پشتکار و نگاه راهبردی به آینده است. هم‌افزایی تولیدکنندگان داخلی با شبکه صادراتی، رمز موفقیت در این مسیر بین‌المللی است. با گسترش زیرساخت‌های صادراتی و شناخت دقیق از نیاز بازارهای هدف، می‌توان مزیت‌های رقابتی محصول را به درآمد پایدار تبدیل کرد. در دنیای امروز، صادرات تنها فروش یک کالا نیست، بلکه ورود به زنجیره ارزش جهانی و اثبات توانمندی‌های ملی است. تداوم در معرفی برند، ثبات در کیفیت، و پیگیری مستمر ارتباطات، از ارکان اصلی موفقیت در تجارت جهانی به شمار می‌آید. محصول قهوه اگر با رویکرد علمی و صادرات‌محور عرضه شود، می‌تواند به یکی از محصولات پرچم‌دار کشور در بازارهای جهانی تبدیل گردد و فرصتی طلایی برای تثبیت جایگاه ایران در صنعت جهانی نوشیدنی‌ها فراهم آورد. این مسیر، نیازمند حمایت ساختاری، برندینگ هوشمند و نقش‌آفرینی جدی تاجران آزادی در بازارهای هدف است. و برای موفقیت، حضور میدانی و شناخت بازار هدف ضروری است.

نویسنده: مجتبی میکائیل زاده، سرپرست قهوه البرز آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News

شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888

استاد تالیا: در صادرات، آنچه مهم‌تر از خود کالا است، «درک مقصد» و شناخت دقیق بازار هدف است. اگر تاجر مقصد را نشناسد، هرچقدر هم محصولش خوب باشد، به نتیجه نمی‌رسد، صادرات یعنی شناخت بازار.

زنان تاجر



ایلام و مزیت‌های گیاهان دارویی

ایلام با تنوع گیاهان دارویی مانند ریواس، زعفران کوهی، گل‌گاوزبان، بومادران، مرزنجوش و سایر گونه‌های بومی، ظرفیت ویژه‌ای برای تولید محصولات ارگانیک و دارویی دارد. اقلیم خاص این استان، بستر مناسبی برای کشت گیاهان با خواص درمانی فراهم کرده و زمینه‌ساز توسعه صادرات فرآورده‌های طبیعی به بازارهای منطقه‌ای و بین‌المللی است. با حمایت از تولیدکنندگان محلی و بهره‌گیری از فرصت‌های صادراتی، می‌توان جایگاه ایلام را در زنجیره تأمین گیاهان دارویی کشور تثبیت کرد. آراد برندینگ با تمرکز بر صادرات تخصصی و برندینگ بین‌المللی، بستر مناسبی برای معرفی ظرفیت‌های گیاهان دارویی ایلام فراهم کرده است.

نویسنده: فریا هادی زاده، سرپرست نبات ایلام آراد برندینگ.

تجارت خاص



تجارت منطقه‌ای با محصولات خاص

صادرات مستخرج ایران با کیفیت بالا و قیمت مناسب، جایگاه خوبی در بازارهای منطقه‌ای پیدا کرده است. این ویژگی‌ها نه تنها سبب افزایش تقاضا در کشورهایی مانند ترکیه شده، بلکه بستر مناسبی برای شکل‌گیری همکاری‌های تجاری پایدار با همسایگان فراهم کرده است. هم‌اکنون مسیر صادرات این محصول، یکی از فرصت‌های رویه‌رشد در روابط اقتصادی ایران و ترکیه محسوب می‌شود. صادرات مستخرج علاوه‌بر جنبه اقتصادی، می‌تواند نقش مهمی در ارتقاء برند ملی ایفا کند. تأمین پایدار و بسته‌بندی استاندارد، دو عامل کلیدی برای حفظ این بازار نوظهور هستند.

نویسنده: فهیمه واله، مدیر مستر بچ ترکیه آراد برندینگ.

پنهان نباش حرفه‌ای دیده شو

شماره ۷۹

جمعه

۱۴۰۴/۰۵/۰۳

صفحه ۲



آراد برندینگ

AradBranding.com



گفتگو با توحید علی زاده

پنهان کاری در Bio؛ سدی پنهان در مسیر تجارت

تجارتی‌تان وجود نداشته باشد، عملاً فرصت ارتباط از بین خواهد رفت. نکته مهم آن است که حتی اگر هنوز وارد مرحله صادرات یا درآمد پایدار نشده‌اید، باز هم باید تصویر حرفه‌ای، سمت سازمانی مشخص، محصول هدف و ارتباط خود با برند آراد برندینگ را در بیو درج نمایید. این اقدام ساده، نشانه‌ای از جدیت، برنامه‌مندی و تعهد شماست و در جلب اعتماد طرف مقابل نقش بسزایی ایفا می‌کند. تاجری که خود را معرفی نمی‌کند، نه تنها شانس دیده شدن را از دست می‌دهد، بلکه نشان می‌دهد هنوز به خود و مسیرش اطمینان کافی ندارد. چنین معرفی شفافی در بخش بیو، نه تنها وجهه شما را در میان تاجران بین‌المللی ارتقا می‌دهد، بلکه به خریداران نشان می‌دهد که با فردی جدی، سازمان‌یافته و دارای پشتوانه معتبر مواجه هستند.

نویسنده: توحید علی زاده، تاجر روغن موتور آراد برندینگ.

در طول فعالیت‌های میدانی و بررسی‌های مکرر، مشاهده شده که برخی از تاجران، حتی پس از گذشت ماه‌ها فعالیت، هنوز هیچ‌گونه معرفی مشخصی از خود در فضای مجازی ارائه نکرده‌اند؛ نه تصویری حرفه‌ای، نه شرحی مختصر از حوزه تخصصی‌شان، و نه حتی بیویی که بیانگر جایگاه تجاری یا محصول هدف باشد. این پنهان‌کاری ناخواسته، گاه ناشی از این تصور نادرست است که «ابتدا باید به درآمد و موفقیت مشخصی رسید، سپس به معرفی خود پرداخت». در حالی که چنین دیدگاهی با منطق تجارت حرفه‌ای در تضاد است. تجارت، پیش از آن‌که با معامله آغاز شود، با دیده شدن و اعتمادسازی شکل می‌گیرد. معرفی دقیق و شفاف خود، یکی از ارکان اصلی اعتماد اولیه است. مخاطبی که وارد صفحه واتساپ یا پروفایل شما می‌شود، در همان چند ثانیه نخست، تصمیم می‌گیرد که گفت‌وگو را آغاز کند یا از شما عبور کند. در این لحظه حیاتی، اگر هیچ نشانه‌ای از هویت

۳

تولید جهانی



تبدیل تولید به تجارت، مسیر عزت اقتصادی

تولید در راستای تجارت، گامی مهم برای اشتغال کشور و درآمدزایی برای مملکت در شرایط سخت اقتصادی، و طعم شیرین تجارت برای رسیدن به ثروت برای رفاه خانواده. تجربه کرده‌ام که مسیر واقعی نجات اقتصاد، از دل تولیدی عبور می‌کند که مقصدش بازارهای تجاری باشد. ما اگر فقط تولید کنیم و به فروش داخلی بسنده کنیم، هرگز به آن رونقی که لیاقتش را داریم نمی‌رسیم. اما وقتی محصول ما در ویتترین تجارت بین‌المللی قرار می‌گیرد، تازه ارزش واقعی‌اش دیده می‌شود. تجارت نه فقط درآمدزاست، بلکه عزت‌آفرین است؛ هم برای تولیدکننده، هم برای کشور.

نویسنده: محمد سادگیان، سرپرست مبلمان تهران آراد برندینگ.

۲

ارتباط مؤثر

موفقیت در گرو اطلاعات و ارتباطات

در تجارت دو چیز مهم است: اطلاعات و ارتباطات، هرچقدر اطلاعات و ارتباطات ما قوی‌تر باشد، در تجارت موفق‌تریم. من، بدری حمزه‌خانی، مسئول برندسازی آلو بخارا آراد برندینگ، باور دارم که ستون‌های اصلی موفقیت در تجارت، «اطلاعات» و «ارتباطات» هستند. هر تاجر یا برند معتبری اگر به‌جایی رسیده، نتیجه سال‌ها تلاش در جمع‌آوری داده‌های دقیق، تحلیل بازار و ایجاد ارتباطات گسترده با مشتریان، تأمین‌کنندگان و شرکای خارجی بوده است. در تجارت امروز، داشتن محصول کافی نیست؛ باید بدانیم کجا، چگونه و با چه روشی آن را عرضه کنیم. این فقط با اطلاعات درست و ارتباطات هدفمند ممکن می‌شود.

نویسنده: بدری حمزه خانی، تاجر آلو بخارا آراد برندینگ.



۱

تحول تجاری



اولویت تجارت، مسیر پیشرفت

تجارت نقطه عطف تحولات بزرگ در جهان بوده و باعث رشد همه‌جانبه کشورها در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی شده است. برای دستیابی به رشد بیشتر و پیشرفت پایدار، لازم است به تجارت روی بیاوریم و آن را در اولویت قرار دهیم. کشورهایی که امروز در سطح جهانی حرفی برای گفتن دارند، سال‌ها قبل تجارت را به‌عنوان موتور محرک توسعه خود شناخته‌اند و با سرمایه‌گذاری روی زیرساخت‌های صادراتی، ارتباطات بین‌المللی و زنجیره تأمین جهانی، مسیر رشد را هموار کرده‌اند. و این مسیر نیازمند اراده و اقدام جمعی است.

نویسنده: مجید عین‌اللهی، مدیر پودر لباسشویی ارمنستان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس قربانی: صادرات یعنی بازی با قواعد بین‌المللی. کسی که اصولش رو ندونه، هرچقدر هم محصول خوبی داشته باشه، توی رقابت جهانی جایی نداره. فهم بازار، قیمت‌گذاری درست و ارتباط مؤثر، رمز موفقیتیه.

تاجر ساکت مشتری خاموش

شماره ۷۹

جمعه

۱۴۰۴/۰۵/۰۳

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



خیلی‌ها وقتی وارد تجارت می‌شن و یک پروموشن می‌گیرن، تصور می‌کنن سیستم خودش برآشون مشتری جذب می‌کنه، بازاریابی می‌کنه و همه‌چیز خودکار پیش می‌ره. اما تجارت واقعی این‌طور کار نمی‌کنه. تجارت یعنی «نمایش فعالانه‌ی توانمندی»، یعنی شما باید بیای روی صحنه، خودت رو معرفی کنی، حضورت رو اعلام کنی، و به‌طور مستمر تعامل داشته باشی. سیستم فقط به صحنه است، ولی اگر بازیگر وارد نشه، هیچ نمایشی اجرا نمی‌شه. من بارها دیدم که بعضی از تاجرها با اینکه صفحه تجارتخانه دارن، اما بیو خالیه، عکسی نیست، استوری نداشتن، حتی یک معرفی از محصول یا خودشون هم توی سایت ندارن. این یعنی سکوت مطلق؛ و توی دنیای تجارت، سکوت یعنی حذف. گوگل دنبال نشونه‌های فعالیتته؛ وقتی توی سایت آراد برندینگ یا شبکه‌های اجتماعی هیچ نشونه‌ای از شما نباشه، الگوریتم‌ها هم شما رو بی‌ارزش حساب می‌کنن. مشتری هم دقیقاً دنبال آدمی می‌گرده که خودش رو معرفی کرده، عکس واقعی گذاشته، جواب می‌ده، و مشخصه که واقعاً داره کار می‌کنه. دیده‌شدن یعنی حضور مستمر، یعنی تولید محتوا. نویسنده: حمیدرضا عقیلی، تاجر مبلان آراد برندینگ.

۳ تحلیل بازار
تمرکز بر کیفیت، نگاه به توسعه
در حوزه تجارت کاشی و سرامیک، تمرکز من همواره بر شناسایی فرصت‌هایی بوده که بتوانند به توسعه پایدار بازار داخلی و خارجی منجر شوند. تجربه نشان داده است که برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان و تحلیل دقیق نیازهای آن‌ها، زمینه‌ساز خلق ارزش و ارائه خدمات باکیفیت است. به همین دلیل، سعی کرده‌ام با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود، مزیت رقابتی محصول را ارتقا داده و رضایت مخاطبان را به‌صورت مستمر حفظ کنم. برای من، هر محصول باید زبان گویایی تعهد، کیفیت و آینده‌نگری باشد؛ و هر تعامل، سکوی پرتابی برای توسعه برند و نفوذ در بازارهای هدف. همین نگاه راهبردی باعث شده است که فعالیت من صرفاً فروش نباشد، بلکه بسترساز اعتماد و همکاری بلندمدت با مشتریان گردد.
نویسنده: مریم خاکی، سرپرست کاشی سرامیک اصفهان آراد برندینگ.



۲ تحول تجاری
پیشرو در تأمین سلامت
تجارت را مسیری برای توسعه، تحول و خلق ارزش می‌دانم؛ مسیری که فرصت‌های متعددی برای رشد فردی و اثرگذاری در مقیاس گسترده فراهم می‌آورد. در حوزه تخصصی الیاف بیمارستانی، مسئولیت تأمین کالاهای بهداشتی و مطابق با استانداردهای جهانی، وظیفه‌ای جدی و حساس است که با دقت، نظم و نگاه حرفه‌ای پیگیری می‌شود. آنچه در این مسیر برایم اهمیت دارد، ترکیب تعهد، کیفیت و نوآوری است؛ چراکه باور دارم محصولات حوزه سلامت، بیش از هر کالای دیگری نیازمند اعتمادسازی، شفافیت و استانداردهای دقیق تولید و عرضه هستند.
نویسنده: مرضیه شالچی، سرپرست البسه بیمارستانی قم آراد برندینگ.



۱ رزق پاک
تجارت با نیت، خدمت با هدف
این آموزه‌ها نشان می‌دهند که تجارت در اسلام نه تنها به‌عنوان یک وسیله برای کسب درآمد بلکه به‌عنوان یک فرصت برای خدمت به جامعه و کسب رضایت خداوند مورد توجه قرار گرفته است. نگاه اسلام به تجارت نگاهی عمیق‌تر و متعالی‌تر از صرف کسب درآمد است. تجارت در فرهنگ اسلامی، ابزاری است برای ایجاد عدالت اقتصادی، کمک به معیشت دیگران و تقویت همبستگی اجتماعی. وقتی یک تاجر با نیت خیر وارد میدان می‌شود، نه تنها برای خود سودآفرینی می‌کند، بلکه بستری برای اشتغال، رشد اقتصادی و خدمت به جامعه فراهم می‌سازد. و این یعنی تجارت، راهی برای تقرب به خداوند است.
نویسنده: محمد احمدی، مدیر ملات شمالی آراد برندینگ.



عمان دروازه صادرات فرصتی طلایی برای ایران

شماره ۷۹

جمعه

۱۴۰۴/۰۵/۰۳

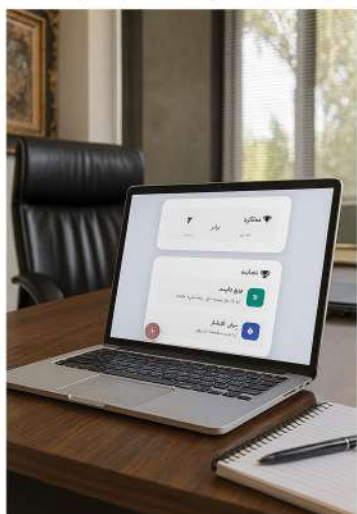
صفحه ۴



AradBranding.com



شناسنامه عملکرد؛ مسیر شفاف رشد در تجارتخانه آراد برندینگ



در بخش «عملکرد» تجارتخانه آراد برندینگ، شاخص‌هایی مثل نرخ تأیید پست‌ها، زمان انتشار، و وضعیت فعالیت روزانه تاجران به‌صورت دقیق و لحظه‌ای نمایش داده می‌شود. این بخش به تاجران کمک می‌کند تا با مشاهده مستمر عملکرد خود، نقاط ضعف را اصلاح کرده، کیفیت محتوای ارسالی را بالا ببرند و به روند رشد تجاری سرعت دهند. ثبت روزانه گزارش عملکرد و توجه به آمار این بخش، از الزامات مسیر حرفه‌ای در تجارت با آراد است و نشان‌دهنده میزان تعهد، برنامه‌ریزی و آمادگی هر تاجر برای ورود به پروژه‌ها و بازارهای جدیدتر می‌باشد. اطلاعات این بخش نه تنها ابزار ارزیابی فردی است، بلکه مبنایی برای اعتمادسازی با مدیران پروژه و انتخاب در فرصت‌های همکاری بزرگ‌تر نیز محسوب می‌شود.

● نویسنده: راضیه سوری، کارمند واحد فنی آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.AradBranding.com

تجارت درست، زندگی بهتر

تجارت فقط به معنای فروش محصول نیست؛ بلکه یعنی ساختن یک مسیر پایدار از تولید تا رضایت مشتری. آن‌چه در مسیر من اهمیت زیادی داشته، «شناخت دقیق بازار هدف» بوده است. خیلی‌ها محصول خوبی دارند، اما نمی‌دانند باید آن را کجا، به چه کسی و با چه زبانی معرفی کنند. اینجاست که تحلیل نیاز مشتری و تطبیق بسته‌بندی، قیمت، پیام و حتی زمان عرضه، اهمیت پیدا می‌کند. نکته‌ای که همیشه به آن پایبند بوده‌ام این است که اگر مشتری احساس کند واقعاً برای او ارزش قائل شده‌اید، نه تنها خرید می‌کند، بلکه به سفیر برند شما تبدیل می‌شود. تجارت یعنی ایجاد رابطه‌ای برد برد، نه فقط یک معامله‌ای لحظه‌ای. وقتی وارد تجارت شدم، یاد گرفتم که صبر و استمرار، از هر سرمایه‌ای باارزش‌ترند، همیشه فرصت‌ها پشت درهای بسته نیستند؛ گاهی فقط کافی‌ست بیشتر تلاش کنی تا همان در، خودش باز شود. در تجارت، کسی موفق‌تر است که اول به رشد خودش فکر کند، بعد به سود. چون وقتی خودت رشد کنی، سود خودش می‌رسد.

● نویسنده: اکرم سلطان زاده، تاجر عسل آراد برندینگ.

مشاهده این کلیپ برای من بسیار جذاب و آموزنده بود، چرا که تصویری جامع و دقیق از ظرفیت‌های کشور عمان در حوزه تجارت خارجی ارائه می‌داد. کشوری که به واسطه مرز آبی مشترک با ایران و موقعیت استراتژیک خود در تنگه هرمز، به عنوان یکی از فرصت‌های طلایی صادرات برای ایران شناخته می‌شود. آنچه پیش از همه توجه من را جلب کرد، مدیریت اقتصادی موفق این کشور بود؛ کشوری با جمعیتی حدود ۵ میلیون نفر که با وجود کشف دیرنگام منابع نفتی، توانست در دهه ۹۰ میلادی رشد اقتصادی دو رقمی، حتی تا مرز ۳۴ درصد را تجربه کند. امروز نیز صادرات سالانه عمان به بیش از ۶۳ میلیارد دلار می‌رسد که بخش عمده‌ای از آن، صادرات مجدد کالا به ویژه به کشورهای شرق آفریقا است. این نکته بیانگر اهمیت عمان به عنوان یک دروازه کلیدی برای ورود به بازار قاره آفریقا است. بازار عمان نه تنها به دلیل ثبات اقتصادی و قوانین مشخص گمرکی، بلکه به واسطه روحیه تجاری مردم آن، بستر مناسبی برای توسعه صادرات ایران فراهم کرده است. کالاهایی مانند سیمان، زعفران، گیاهان دارویی، سنگ ساختمانی، پلاستیک باکیفیت و مواد غذایی بسته‌بندی شده، در صورت برخورداری از استانداردهای لازم، می‌توانند به راحتی وارد این بازار شوند و ماندگاری بالایی داشته باشند. نکته کلیدی آن است که مردم عمان به تجارت نگاهی مثبت و راهبردی دارند؛ آنان بسیاری از کالاها را نه برای مصرف داخلی، بلکه با هدف صادرات مجدد خریداری می‌کنند. این نگاه، فرصت منحصر به فردی برای تاجران ایرانی فراهم کرده است. در بخش‌هایی از کلیپ نیز اشاره شد که برخی از شرکت‌های عمانی در حال طراحی پلتفرم صادراتی خود بر اساس الگوی موفق آراد برندینگ هستند؛ موضوعی که نشان‌دهنده درستی و اثربخشی مسیر حرکت مجموعه ماست. به‌طور خلاصه، عمان نه تنها یک بازار مصرفی نیست، بلکه نقطه جهش صادراتی هوشمندانه برای ایران به حساب می‌آید.

● نویسنده: سیده سونیا شکر، رابیزن تجاری آراد برندینگ.

کیفیت پایدار؛ تجارت دقیق برای بازارهای خاص



در تجارت داخلی ژل رویال، دو عامل نقش حیاتی ایفا می‌کنند: نخست، ثبات کیفیت در فرآیند تأمین و بسته‌بندی، و دوم، پایداری زنجیره سرد تا لحظه تحویل به مصرف‌کننده. چراکه ژل رویال یک محصول زنده و بسیار حساس است که کوچک‌ترین تغییر دما، نور یا مدت نگهداری می‌تواند خواص آن را تحت تأثیر قرار دهد. ما با تکیه بر استانداردهای حرفه‌ای و انتخاب تأمین‌کنندگان متعهد، توانسته‌ایم کیفیت این محصول را در بالاترین سطح حفظ کنیم. از سوی دیگر، شناخت دقیق بازارهای خاص مصرف این محصول، مانند مراکز درمانی طب سنتی، عطاری‌های معتبر، و مصرف‌کنندگان حرفه‌ای موجب شده توزیع آن نیز هدفمند و مؤثر انجام شود.

● نویسنده: سید شهاب الدین روحانی، سرپرست ژل رویال تهران آراد برندینگ.

تعامل هوشمند تأمین مطمئن

شماره ۷۸
پنجشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۲
صفحه ۱



AradBranding.com



توافق مباحث مالی با تامین

نحوه تعامل با تأمین‌کننده یکی از عوامل کلیدی در موفقیت تجاری محسوب می‌شود. زمانی که تاجر در ارتباط با تأمین‌کننده وارد مذاکره می‌شود، باید رویکردی متمایز از سایر خریداران در پیش گیرد تا بتواند جایگاه ویژه‌ای نزد تأمین‌کننده پیدا کند. نخستین اشتباه رایج در این مسیر، آغاز زودهنگام مذاکرات مالی است. یک تاجر حرفه‌ای باید پیش از هرگونه درخواست تخفیف یا شرایط ویژه، چندین خرید موفق و منظم انجام دهد تا اعتماد تأمین‌کننده را جلب کند. پس از آن است که می‌تواند با تکیه بر سابقه خرید و تعهد عملی خود، شرایط مالی بهتری را طلب کند؛ از جمله درخواست ارسال کالا به‌صورت تسویه پس از تحویل یا ارائه صورت‌حساب ماهیانه یا فصلی. یکی دیگر از خطاهای مرسوم، اصرار بر خرید مستقیم از تولیدکننده است؛ در حالی که بسیاری از بنکداران و واسطه‌ها با خریدهای عمده از تولیدکنندگان و تنوع‌بخشی به بسته‌بندی و درجه‌بندی کالا، می‌توانند گزینه‌هایی بسیار به‌صرفه‌تر و منعطف‌تر باشند. این واسطه‌ها نه تنها در تخفیف‌های مالی دست بالاتری دارند، بلکه امکان فروش اعتباری یا امانی نیز از سوی آنان وجود دارد. در انتخاب تأمین‌کننده نباید صرفاً به دست‌اول بودن توجه کرد، بلکه قدرت تأمین، انعطاف در شرایط پرداخت، تنوع محصول و تعهد همکاری بلندمدت از اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین، ایجاد تعدد در تأمین‌کنندگان به تاجر این امکان را می‌دهد که جامعه هدف خود را گسترش داده و پاسخگوی نیاز مشتریان با سلیقه‌ها و توان مالی مختلف باشد. از سوی دیگر، این تعدد مانعی در برابر وابستگی به یک تأمین‌کننده خاص و دغدغه‌هایی مانند دور خوردن یا سوءاستفاده خواهد بود. برای یافتن تأمین‌کنندگان متعدد، سایت‌های تبلیغات رایگان مانند نیاز روز و سایر پلتفرم‌های مشابه می‌توانند منابع خوبی باشند.

نویسنده: زهرا زارع، تاجر ادوات کشاورزی آراد برندینگ.



بادام صادراتی، پلی میان سلامت و اقتصاد

بادام درختی یکی از ارزشمندترین محصولات کشاورزی صادراتی است که به‌واسطه دارا بودن اسیدهای چرب مفید، ویتامین E و ترکیبات آنتی‌اکسیدانی، هم در سبب غذایی خانوارهای جهان جایگاه ویژه‌ای دارد، هم در صنعت داروسازی و بهداشتی. این محصول علاوه بر مصرف مستقیم، در تولید شیر بادام، کره بادام، مکمل‌های غذایی، لوسیون‌ها، و کرم‌های مراقبت پوستی به طور گسترده استفاده می‌شود. کشور هند به‌عنوان یکی از قطب‌های مصرف و فرآوری بادام، مقصد مهمی برای صادرکنندگان حرفه‌ای است. و مستلزم تأمین منظم و شناخت بازار است.

نویسنده: صادق نعمتی، مدیر بادام درختی هند آراد برندینگ.



غذای ماندگار، بازار جهانی

تن ماهی به‌عنوان یکی از منابع ارزشمند پروتئین حیوانی، در سبب غذایی بسیاری از کشورها جایگاه ویژه‌ای دارد. این محصول به دلیل فرآیند کنسرو شدن در دمای بالا، ماندگاری طولانی پیدا می‌کند و بدون نیاز به مواد نگهدارنده شیمیایی، طعم طبیعی خود را حفظ می‌نماید. همین ویژگی باعث شده تا تن ماهی هم در حوزه صادرات مواد غذایی، هم در برنامه‌های تغذیه‌ای سازمان‌های بین‌المللی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای جایگاهی ویژه داشته باشد. کشور امارات به‌دلیل سطح بالای تقاضا و تنوع سلیقه مصرف‌کنندگان، بازار هدف مهمی برای صادرکنندگان حرفه‌ای محسوب می‌شود.

نویسنده: عباس غفارپور، مدیر تن ماهی امارات آراد برندینگ.



کیفیت در صادرات، ظرافت در انتخاب

در حمل پتو به بازارهای بین‌المللی، توجه به نوع مواد اولیه، الیاف و استانداردهای ضدحساسیت از اهمیت زیادی برخوردار است تا کیفیت و راحتی مصرف‌کننده حفظ شود. اما ماجرا فقط به کیفیت فنی ختم نمی‌شود. در صادرات پتو، موضوعاتی مانند طراحی بسته‌بندی، استانداردهای بهداشتی، گمرک مقصد، نحوه انبارداری و حتی سلیقه فرهنگی کشور مقصد نیز نقش کلیدی دارند. پتو از آن دسته کالاهایی است که هم در فهرست محصولات ضروری قرار دارد، هم قابلیت هدیه شدن دارد، هم در مناسبت‌های خاص مانند زمستان یا کمک‌های انسان‌دوستانه مورد استفاده قرار می‌گیرد. به همین دلیل، تاجر حرفه‌ای باید بتواند از ظرفیت‌های مختلف بازاریابی و کانال‌های فروش برای معرفی بهتر این محصول بهره‌برد. همکاری با تولیدکنندگان معتبر، کنترل دقیق فرآیند بسته‌بندی، و پیگیری استانداردهای بین‌المللی، از لازمه‌های ورود موفق به بازارهای صادراتی پتوست. در مجموعه آراد برندینگ، تمام این مراحل با رویکرد حرفه‌ای، پشتیبانی کارشناسی و نگاه به بازار هدف انجام می‌شود تا صادراتی پایدار و سودآور رقم بخورد. در حمل پتو به بازارهای بین‌المللی، توجه به نوع الیاف و استانداردهای ضدحساسیت اهمیت بالایی دارد تا کیفیت و راحتی مصرف‌کننده حفظ شود.

نویسنده: مسعود روحی، مدیر پتو چین آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس قربانی: تجارت موفق یعنی شناخت دقیق نیاز بازار و پاسخ‌دهی به‌موقع با کیفیت مناسب. در صادرات، فقط محصول مهم نیست؛ نحوه عرضه، ارتباط مؤثر و اعتبار حرفه‌ای تعیین‌کننده مسیر است.

تمرکز بر برند تثبیت جایگاه

شماره ۷۸

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۲

صفحه ۲



آراد برندینگ

AradBranding.com



دیدار مدیر عامل آراد برندینگ با تاجران گل و گیاه

در برخی از حوزه‌های پرمصرف به‌صورت مستقیم در ساختار تأمین ورود کند تا پایداری در زنجیره تأمین برای صادرات تضمین شود. یکی دیگر از موضوعات مهم، بحث فروش‌های تک‌محصولی بود که اگرچه ممکن است در نگاه اول سودآور به نظر برسد، اما به دلیل زمان‌بر بودن و درگیری‌های اجرایی، موجب از دست رفتن تمرکز روی مشتریان اصلی می‌شود. در این زمینه تأکید شد که این‌گونه سفارش‌ها باید به افراد مورد اعتماد واگذار شود و تاجر انرژی خود را صرف بازارهای با ظرفیت بالا نماید. در بخش دیگری از جلسه، موضوع انتخاب تخصصی محصول مورد بحث قرار گرفت و مطرح شد که تمرکز بر یک محصول مشخص و تلاش برای تبدیل شدن به مرجع تخصصی آن، نسبت به پراکندگی در محصولات متعدد، موفقیت‌آمیزتر است.

● نویسنده: سعید حجت الاسلامی، مدیر عصاره گیاهان دارویی آراد برندینگ.

یکی از جلسات ارزشمند و تأثیرگذاری که در گذشته برگزار شد، نشست بود که به مناسبت روز درخت‌کاری با حضور مدیرعامل آراد برندینگ و جمعی از تاجران فعال در حوزه گل و گیاه ترتیب داده شد. این جلسه با رویکردی کاملاً کاربردی و تجربه‌محور، فضایی مناسب برای تبادل دیدگاه‌ها، انتقال تجربیات و بررسی چالش‌ها و فرصت‌های موجود در مسیر تجارت محصولات گل و گیاه فراهم آورد. در ابتدای جلسه، مدیرعامل مجموعه با اشاره به اهمیت بهره‌گیری از تجربه دیگران، تأکید کردند که بسیاری از نکاتی که در صحبت‌های تاجران مطرح می‌شود، حاصل سال‌ها تجربه میدانی است و انتقال این نکات به دیگران می‌تواند مسیر تجارت را برای بسیاری هموارتر کند. از مهم‌ترین موضوعات مطرح‌شده در این جلسه، مشکلات تأمین در ایام خاص و مناسبت‌ها بود که می‌تواند باعث نوسانات شدید قیمت و به‌هم خوردن توافقات تجاری شود. در همین راستا پیشنهاد شد که آراد برندینگ

۳

کیفیت صادراتی



اهمیت متریال در تولید کفیوش‌های صادراتی

کفیوش‌ها بسته به نوع متریال، در برابر رطوبت، سایش یا آتش‌گرفتگی واکنش‌های متفاوتی نشان می‌دهند و همین موضوع بر هزینه و تقاضای بازار اثر می‌گذارد. در بازارهای صادراتی، انتخاب کفیوشی که هم از نظر کیفیت و دوام تأیید شود و هم از نظر ظاهری جذابیت داشته باشد، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت فروش دارد. ما در آراد برندینگ تلاش می‌کنیم با شناسایی دقیق ویژگی‌های محصول و نیاز بازار هدف، کفیوش‌هایی عرضه کنیم که علاوه بر استانداردهای فنی، از نظر اقتصادی نیز رقابتی باشند. همین دقت در انتخاب، به ایجاد مزیت رقابتی پایدار کمک می‌کند.

● نویسنده: علیرضا شاهزیدی، سرپرست کفیوش اسفهان آراد برندینگ.

۲

تجارت بی‌مرز

مرزهای جهانی تجارت را بشکن

تجارت هنر عبور از مرزهای محدودیت است؛ جایی که باور راسخ، تلاش بی‌وقفه و نگاهی جهانی، رویاها را به سود و واقعیتی ملموس تبدیل می‌کند. در این مسیر، تاجر واقعی کسی است که نه تنها بازار را می‌شناسد، بلکه آینده را می‌سازد. او می‌داند که رشد پایدار، بدون جسارت در تصمیم‌گیری و تعهد به کیفیت، ممکن نیست. ما در آراد برندینگ، این مسیر را هموار می‌کنیم تا تاجران بتوانند با پشتوانه علمی و بین‌المللی، نقش‌آفرینان اصلی اقتصاد جهانی باشند. حتی کوچک‌ترین حرکت در مسیر تجارت جهانی، اگر با درک صحیح از نیاز بازار و شناخت فرهنگ مصرف‌کننده باشد، می‌تواند به نقطه عطفی در برندسازی تبدیل شود.

● نویسنده: علیرضا حاجی حسینی، سرپرست خمیر مایه تهران آراد برندینگ.



۱

اعتبار برند



صادرات موفق محصولات غذایی به عمان

عرضه محصولات غذایی فرآوری شده در بازارهای بین‌المللی نیازمند تطابق با استانداردهای ایمنی غذایی، تاریخ انقضا و نحوه بسته‌بندی است. در کشورهای حوزه خلیج فارس به‌ویژه عمان، حساسیت بالایی نسبت به سلامت مصرف‌کننده و کیفیت فرآوری وجود دارد. هرگونه ضعف در کنترل بهداشت، مشخصات فنی یا شرایط نگهداری می‌تواند اعتبار برند را تحت‌الشعاع قرار دهد. ما در آراد برندینگ با شناخت قوانین واردات کشور مقصد و همکاری با تولیدکنندگان متعهد، محصولاتی با کیفیت استاندارد و جذابیت بازاری ارائه می‌دهیم.

● نویسنده: محمد رضا داغستانی، مدیر محصولات غذایی فراوری شده عمان آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888



استاد وحید: در تجارت، اصل اول شناخت دقیق نیاز بازار است و اصل دوم، توان پاسخ‌گویی مؤثر به آن نیاز. اگر این دو اصل رعایت نشود، حتی بهترین و باکیفیت‌ترین کالا هم مشتری نخواهد داشت.

تا اجرا نکنی سود نمی کنی

شماره ۷۸

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۲

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



رمز موفقیت تاجران

اگر فردی فقط ویژگی مثبتی مثل «قابل اعتماد بودن» دارد، همین ویژگی هم می‌تواند پایهای برای تجارت باشد. کافی است خودش را معرفی کند، تبلیغ کند و درست وارد مسیر شود. نه اینکه منتظر باشد تا همه چیز کامل شود، بعد شروع کند. مسئله دیگری هم مطرح شد درباره کسانی که خدمات گرفته‌اند اما وارد مرحله اجرا نکرده‌اند. اینکه نباید توقع داشت تیم‌های اجرایی بدون دستور روشن و مشارکت کارفرما، به‌صورت یک‌طرفه پروژه را پیش ببرند.

نویسنده: اسماعیل دانشی، مشاور تجاری آراد برندینگ.

این است که خدمات وقتی نتیجه می‌دهد که وارد فاز اجرا شود. بسیاری از افراد فقط در مرحله تصمیم‌گیری متوقف مانده‌اند و انتظار دارند نتیجه‌ای از عدم اجرا به‌دست بیاورند. تأکید اصلی روی این بود که موفقیت، قبل از هر چیز وابسته به مشتری است. نه تحصیلات، نه سرمایه، نه کیفیت محصول، هیچ‌کدام به‌اندازه داشتن مشتری اهمیت ندارند. مثال‌هایی از پزشکان، وکلا و تولیدکنندگان زده شد که با وجود امکانات و توانمندی بالا، چون مشتری ندارند، درآمد هم ندارند. نکته کلیدی دیگر این بود که هر کسی باید از توانمندی امروز خودش پول دربیاورد.

استاد تالیا درباره یکی از رایج‌ترین مشکلات افراد تازه وارد به تجارت صحبت کردند؛ اینکه بسیاری از کسانی که هزینه می‌کنند و وارد فرآیند می‌شوند، منتظرند. کسی نباید و دقیقاً به آن‌ها بگوید چه کار کنند. در حالی که اجرا کردن خدمات، مثل ساختن یک ساختمان است. زمین خریده شده، مصالح آماده است، نقشه هم کشیده شده، اما اگر کارفرما به پیمانکار نگوید که «شروع کن»، هیچ ساختمانی ساخته نمی‌شود. نکته مهمی که مطرح شد این بود که خیلی از افراد تصور می‌کنند همین که هزینه کرده‌اند، یعنی وارد مرحله موفقیت شده‌اند. اما واقعیت

۳ نگاه حرفه‌ای

تاجر آرا، صادرکننده ارزش محور

در عصر حاضر، وقتی بازارها به هم پیوسته‌اند، تجارت تبدیل به هنری شده که نیازمند دانش، شجاعت و بینشی نوین است. ما در آراد برندینگ باور داریم که هر گامی در این مسیر، فرصتی است برای رشد و تعالی فردی و سازمانی؛ از بهبود فرآیندهای تولید و استانداردسازی گرفته تا استفاده از استراتژی‌های نوین صادراتی، تمام تلاش ما بر ایجاد ارزش افزوده برای مشتریان و تقویت جایگاه محصولات بومی در بازارهای جهانی متمرکز است. این رویکرد جامع و آینده‌نگر، نه تنها پاسخگوی نیازهای روز است، بلکه چراغ راهی برای ساختن آینده‌ای پایدار و موفق در عرصه تجارت محسوب می‌شود. به‌کارگیری ظرفیت‌های جهانی، زمانی نتیجه می‌دهد که نگاه ما فراتر از فروش باشد و به خلق ارزش متمرکز شود.

نویسنده: فاطمه ربیعی توسل، سرپرست پک استریل بیمارستانی همدان آراد برندینگ.



۲ محصولات صادراتی



نقش لجستیک در کیفیت داروهای صادراتی

شروع به تجارت از خود تجارت سخت‌تر است، چون اولین چالش‌ها، نه در بازار، بلکه در ذهن ما شکل می‌گیرند. ترس از شکست، نداشتن تجربه، نبود سرمایه یا نگرانی از آینده، سدهایی هستند که اگر از آن‌ها عبور نکنیم، هیچ‌وقت وارد مسیر نمی‌شویم. اما وقتی گام اول برداشته شود، مسیر کم‌کم روشن می‌شود. حمایت سازمانی، آموزش مستمر و همراهی افراد باتجربه در مجموعه آراد برندینگ، فرصت رشد واقعی را برای هر تازه‌واردی فراهم کرده است. همین که باور کنی می‌تونی، نیمی از مسیر تجارت رو پیموده‌ای.

نویسنده: عیسی میرعلایی، سرپرست لوله اتصالات اصفهان آراد برندینگ.

۱ تأمین هوشمند

هوش تأمین، قدرت بازار

با بهره‌مندی از دانش عمیق بازار و شبکه تأمین گسترده، نقش محوری در تضمین کیفیت برتر، ارائه قیمت‌های رقابتی و تحویل بموقع این محصول استراتژیک در بازارهای داخلی و خارجی ایفا می‌کند. در حوزه محصولات کشاورزی، انتخاب زمان برداشت، نحوه سورتینگ، شرایط انبارداری و مسیر حمل‌ونقل، همگی عواملی هستند که روی ماندگاری، قیمت و رضایت خریدار اثر می‌گذارند. ما در آراد برندینگ تلاش می‌کنیم با درک درست از این عوامل و شناخت دقیق بازار هدف، پیازی را تأمین کنیم که نه تنها نیاز مشتری را برطرف کند، بلکه قدرت رقابت در بازار بین‌المللی را نیز داشته باشد.

نویسنده: عیسی واحدی، تاجر پیاز آراد برندینگ.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس شعبانی: فروش در تجارت حرفه‌ای، کسی برنده‌ست که قبل از مذاکره، ساختار ذهنی طرف مقابل رو تحلیل کرده باشه. فهم دقیق نیاز مشتری، زمان‌بندی درست در ارائه پیشنهاد، گاهی بیش از هر استدلالی اثرگذار است.

کویت بازار طلایی

صادرات باهوش و سود پایدار

شماره ۷۸

پنجشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۲

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



اپلیکیشن

بیو حرفه‌ای، اعتبار بین‌المللی

در اپلیکیشن آراد برندینگ، بخش About Me ویترین معرفی شما به تاجران خارجی و مدیران پروژه‌هاست. اگر این قسمت را دقیق و حرفه‌ای پر کنید، نشان می‌دهد که برای برند شخصی خودتان ارزش قائل هستید. بررسی‌ها نشان داده پروفایل‌هایی با بیو کامل، تا ۵ برابر بیشتر دیده می‌شوند و فرصت‌های ارتباطی و صادراتی بیشتری دریافت می‌کنند. پس ساده از کنار این بخش عبور نکنید؛ حرفه‌ای دیده شوید. بخش «بیو» در اپلیکیشن آراد برندینگ، محلی برای معرفی دقیق سوابق، توانمندی‌ها و حوزه تخصصی هر تاجر است. هرچه این بخش با دقت و حرفه‌ای‌تر نگارش شود، اعتبار فرد در نگاه مخاطبان بین‌المللی افزایش خواهد یافت. در بسیاری از موارد، تصمیم‌گیری اولیه برای همکاری، بر پایه همین اطلاعات مختصر اما کلیدی صورت می‌گیرد.

● نویسنده: راضیه سوری، کارمند واحد فنی آراد برندینگ.



آدرس اپلیکیشن آراد برندینگ: AradBranding.com

صادرات غذایی

سیب خشک؛ طلای سالم صادراتی

میوه خشک ارزش غذایی بالایی دارد و سرشار از ویتامین‌ها، مواد معدنی و فیبر است. این میان‌وعده سالم، انرژی زیادی می‌دهد و جایگزین خوبی برای تنقلات ناسالم به شمار می‌رود. در بازار جهانی امروز، مصرف‌کنندگان به دنبال محصولات هستند که هم سلامت آن‌ها را تأمین کند و هم در قالب بسته‌بندی‌های بهداشتی، استاندارد و با ماندگاری بالا ارائه شود. سیب خشک دقیقاً در این نقطه از بازار می‌درخشد. ما با تکیه بر ظرفیت تولید داخل، ارتباط مستقیم با باغداران، کنترل کیفی مرحله‌به‌مرحله و استفاده از ظرفیت صادراتی آراد برندینگ، توانسته‌ایم این محصول را در سبد صادراتی ایران تثبیت کنیم. هدف ما این است که سیب خشک ایرانی نه فقط به‌عنوان یک خوراکی مفید، بلکه به‌عنوان نماد کیفیت و سلامت در بازارهای جهانی شناخته شود. افزایش شناخت از خواص این محصول و معرفی آن در بازارهای جدید، می‌تواند سهم ایران را در صادرات مواد غذایی سلامت‌محور به‌طور چشمگیری افزایش دهد.

● نویسنده: شهین گرگانی، سرپرست سیب خشک آذربایجان غربی آراد برندینگ.

تجارت سلامت

نقش پونه ایرانی در بازارهای جهانی سلامت

صادرات نقش مهمی در رشد اقتصادی یک کشور دارد و می‌تواند به افزایش اشتغال، ارزآوری و تقویت بنیه مالی کشور کمک کند. با توجه به ظرفیت‌های گسترده ایران در زمینه گیاهان دارویی و خواص درمانی منحصربه‌فرد آن‌ها، صادرات این محصولات می‌تواند سهم بزرگی در بازارهای جهانی به‌دست آورد. ایجاد استانداردهای کیفی، توسعه زنجیره تأمین، و هدف‌گذاری صحیح بازارهای هدف، از جمله اقداماتی است که موجب ارتقاء جایگاه ایران در صنعت گیاهان دارویی می‌شود. از سوی دیگر، حمایت از تولیدکنندگان بومی و اتصال آن‌ها به شبکه‌های صادراتی، به پایداری این صنعت کمک شایانی می‌کند.

● نویسنده: فاطمه محمدی مجد، سرپرست پونه سمنان آراد برندینگ.



استاد تالیا: صادرات موفق، نه با محصول خوب، بلکه با شناخت دقیق از بازار هدف آغاز می‌شود. در اصول صادرات، آنچه تعیین‌کننده است، توان پیش‌بینی، انطباق با فرهنگ مصرف و استمرار تأمین است.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/98919080888



شروع از معرفی حرکت تا موفقیت

شماره ۷۷
چهارشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۱
صفحه ۱



AradBranding.com



پنهان کاری در تجارت، زهرِ موفقیت

در مسیر تجارت، یکی از بزرگترین موانع ذهنی که بسیاری از تازه‌واردها با آن درگیرند، ترس از اظهار و معرفی خویش است. بسیاری تصور می‌کنند تاجر شدن باید در سکوت و پنهانی اتفاق بیفتد؛ در اتاقی بسته، بی‌هیاهو، تا روزی برسد که ناگهان موفق شوند و آن‌گاه بگویند: من تاجر شدم. اما واقعیت تجارت چیزی فراتر از این ذهنیت انزواطلبانه است. تجارت، میدان حضور است؛ جایی برای دیده‌شدن، برای معرفی، برای ارتباط‌سازی. متأسفانه بسیاری از افراد، به‌خصوص در ابتدای مسیر، به دلیل ترس از قضاوت دیگران یا واهمه از شکست، از معرفی خود به عنوان تاجر پرهیز می‌کنند. این در حالی است که اساساً موفقیت، از همان لحظه‌ای اظهار آغاز می‌شود. آن لحظه‌ای که فرد، خود را با شجاعت در معرض دید دیگران قرار می‌دهد و می‌گوید: من آمده‌ام، در این حوزه کار می‌کنم، تاجر این محصولم. خاطرم هست روزی در یکی از شبکه‌های اجتماعی تنها با نوشتن یک جمله ساده در بیوگرافی‌ام که «تاجر کفیوش‌های ساختمانی هستم»، چند روز بعد با یک تأمین‌کننده خارجی از امارات وارد مذاکره شدم و آن ارتباط به یک قرارداد جدی منتهی شد. اگر در همان نقطه این معرفی انجام نمی‌شد، بی‌شک این فرصت نیز از دست می‌رفت. معرفی، ساده‌ترین اما مهم‌ترین گام برای ورود به دایره تجارت حرفه‌ای است. پنهان‌کاری نه تنها مانع جذب مشتری است، بلکه فرصت ارتباط با تأمین‌کننده‌ها، شرکای کاری و حتی همراهان تجاری را از انسان می‌گیرد. از بعد روانشناختی هم باید گفت بسیاری از افراد به‌خاطر ذهنیت‌های شکل‌گرفته در دوران کودکی، دچار این باورند که تا وقتی کار به کمال نرسیده، نباید درباره‌اش صحبت کرد. اما تجارت، مانند امتحان مدرسه نیست که تنها نمره نهایی اهمیت داشته باشد.

نویسنده: حامد صداقت، تاجر کفیوش آزاد برندینگ.

۳

مدیر ارشد

رازهای مذاکره، اصول صادرات



در تجارت، اطلاعات، مهم‌تر از سرمایه است. هر تاجر حرفه‌ای اول یاد می‌گیرد، بعد مذاکره می‌کند. مذاکره یعنی شنیدن، تحلیل کردن و با لحن درست پاسخ دادن. در صادرات، صداقت در معرفی، دقت در ارسال، و پایبندی به وعده‌ها، کلید موفقیت است. خیلی‌ها منتظر شرایط عالی می‌مانند، اما تجارت برای کسانی است که با جسارت شروع می‌کنند و در مسیر رشد می‌کنند. ما در آزاد برندینگ همیشه تأکید کرده‌ایم: اگر تاجر می‌خواهی باشی، باید سفیر خوبی هم باشی؛ چون صادرات، فقط انتقال کالا نیست، انتقال شخصیت حرفه‌ای توست. موفق‌ترین صادرکنندگان آن‌هایی هستند که جزئیات را جدی می‌گیرند؛ از نوع بسته‌بندی گرفته تا انتخاب بهترین زمان ارسال. در دنیای رقابت‌زده امروز، تفاوت بین یک معامله موفق و از دست‌رفته، فقط یک جمله خوب در مذاکره است.

نویسنده: زهرا رضایی، منتور صادراتی آزاد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آزاد برندینگ:
Wa.me/989190808088



استاد وحید: در تجارت، اصل اول شناخت نیاز بازار است و اصل دوم، پاسخ دادن به آن با راه حل متمایز. بدون این دو اصل، فروش موقت است؛ نه ماندگار، نه سودآور. تجارت یعنی ساختن مسیر، نه دنبال کردن آن.

گل اصلیل



گلاب ایرانی، عطری جهانی از گل، اقلیم و تخصص
کیفیت گلاب، تنها به گل محدود نمی‌شود، بلکه حاصل پیوندی دقیق میان اقلیم، زمان گل‌دهی، نوع گونه، روش برداشت، و تکنیک‌های تقطیر است. در هر منطقه، تفاوت‌های آب‌وهوایی، میزان رطوبت و ساعات آفتابی، روی عطر و طعم نهایی تأثیر می‌گذارد. تأمین‌کننده حرفه‌ای باید پیش از جمع‌آوری، مشخص کند که محصول برای مصرف داخلی تولید می‌شود یا برای صادرات، زیرا برای بازارهای بین‌المللی، گلاب باید با عیار بالا، خلوص کامل، ماندگاری طولانی و بسته‌بندی استاندارد همراه باشد. شناخت دقیق نسبت به شرایط محیطی، آشنایی با استانداردهای جهانی و پایبندی به اصول بهداشتی، رمز تولید محصولی است که نه تنها در بازار ایران، بلکه در جهان بدرخشد.

نویسنده: سپیده صفازاده، تاجر گلاب آزاد برندینگ.

ماندگاری



سرامیکی که فقط زیبا نیست، دوام هم دارد
در تولید کاشی و سرامیک، ترکیب دقیق خاک‌های رس، میزان آب، دمای پخت و حتی زمان حرارت‌دهی، تأثیر مستقیم بر کیفیت محصول دارند. اما اهمیت ماجرا فقط به استحکام مکانیکی ختم نمی‌شود. در واقع این عوامل، مقاومت نهایی محصول در برابر جذب آب، یخ‌زدن، سایش و شوک‌های حرارتی را تعیین می‌کنند. تولیدکننده‌ای که به دقت این متغیرها را بشناسد، می‌تواند محصولی ارائه دهد که نه تنها زیبا و با طرح‌های متنوع باشد، بلکه در بازارهای صادراتی نیز رقابت‌پذیر بماند. انتخاب مواد اولیه مناسب و کنترل فرآیند پخت، پایه‌گذار ماندگاری یک برند در بازار جهانی سرامیک است.

نویسنده: سعید امین، تاجر کاشی سرامیک آزاد برندینگ.

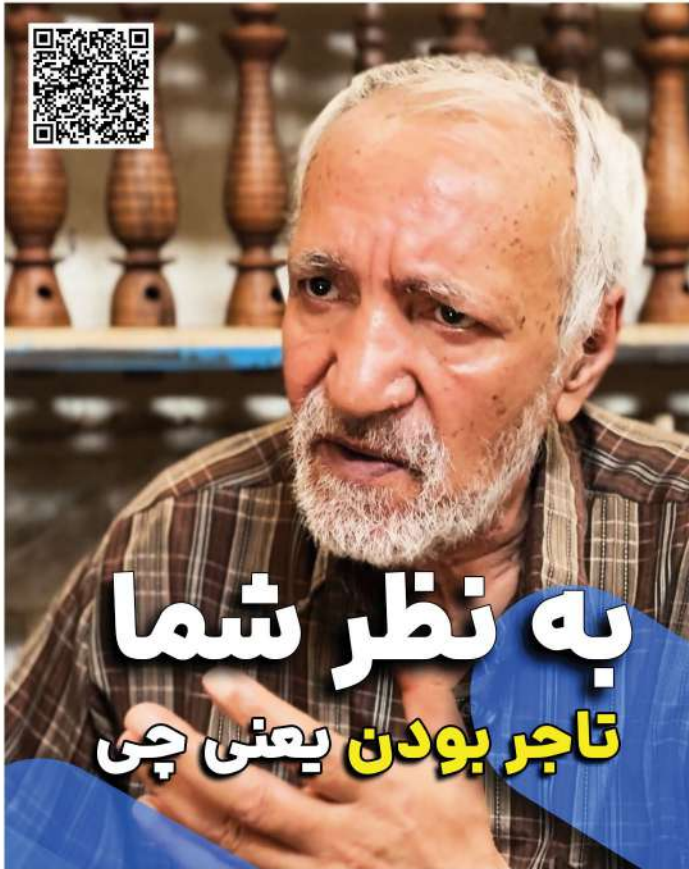
اقتصاد با طعم فرهنگ

تجارت در خدمت هویت ایرانی

شماره ۷۷
چهارشنبه
۱۴۰۴/۰۵/۰۱
صفحه ۲



AradBranding.com



به نظر شما تاجر بودن یعنی چی

او تنها فردی نیست که کالا می‌خرد و می‌فروشد، بلکه نقش آفرینی محوری در چرخه تولید، تأمین، توزیع و حتی سیاست‌گذاری‌های اقتصادی دارد. خواه صادرکننده‌ای باشد که محصولی بومی را با تمام هویت ملی‌اش به بازارهای بین‌المللی معرفی می‌کند، و خواه واردکننده‌ای که با درک دقیق نیاز جامعه، به دنبال تأمین بهترین گزینه‌ها از میان محصولات جهانی است؛ در هر دو حالت، تاجر مسئولیتی سنگین بر دوش دارد. تاجر واقعی، از نخستین روزی که پا در این مسیر می‌گذارد، باید به اصولی پایبند بماند که فراتر از سود شخصی است. او باید بداند که ستون تجارت، «اعتماد» است؛ و این اعتماد تنها با صداقت، شفافیت، تعهد، و رفتار حرفه‌ای شکل می‌گیرد. هیچ سودی، اگر بر پایه فریب یا کم‌فروشی باشد، پایدار نمی‌ماند. تاجری که نگاه کوتاه‌مدت دارند، شاید در ابتدا سودی به‌دست آورند، اما خیلی زود از صحنه رقابت کنار می‌روند. در مقابل، آن‌ها که به اصول اخلاقی و تجاری پایبندند، نه تنها برند شخصی و تجاری خود را تقویت می‌کنند، بلکه در مسیر رشد پایدار قدم برمی‌دارند. تجارت، هنری است در ایجاد تعادل بین تولید و توزیع. یک تاجر باید نگاه دلسوزانه‌ای تولیدکننده را داشته باشد و در عین حال، نیازهای بازار و خواسته‌های مصرف‌کننده را نیز به‌درستی بشناسد. به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند محصولات کشاورزی، صنایع‌دستی، فرش، گیاهان دارویی یا محصولات غذایی، تاجر باید خود را حلقه‌ای اتصال بین فرهنگ و اقتصاد بداند. چراکه هر

کالای صادراتی، سفیری از سرزمین ماست، زمانی که محصولی را صادر می‌کنیم، فقط یک کالا نمی‌فرستیم؛ بلکه فرهنگ، کیفیت، و اعتبار ملی‌مان را به نمایش می‌گذاریم. و زمانی که کالایی را وارد می‌کنیم، باید این کار با مسئولیت‌پذیری، دقت و انصاف انجام شود. تا نیاز مردم به بهترین شکل پاسخ داده شود، نه آن‌که بازار داخلی تضعیف یا وابستگی غیرضروری ایجاد شود. یک تاجر آگاه، ارزش زحمات کشاورز ایرانی، صنعتگر ایرانی و هنرمند ایرانی را می‌داند. او نباید تنها به سود خود بیندیشد، بلکه باید تمام زنجیره ارزش را ببیند: از تأمین‌کننده، تا مشتری نهایی. صادرات زمانی مقدس است که موجب رونق تولید داخل شود. واردات زمانی ارزشمند است که کاستی بازار را رفع کند، نه این‌که تولید داخلی را به ورطه سقوط بکشانند. تاجر واقعی، واسطه سودآور میان مردم و بازارهای جهانی است؛ نه دلال صرف و نه تاجر سودمحور بی‌تعهد. در آراد برندینگ، این نگاه مسئولانه به تجارت از آغاز شکل‌گیری مجموعه، بنیان اصلی فعالیت‌ها بوده است. ما معتقدیم تاجر، باید دغدغه رشد کشورش را داشته باشد؛ نه فقط در حرف، بلکه در عمل. تاجر باید آموزش‌پذیر، متعهد، پویا، و صبور باشد. باید بتواند یاد بگیرد، تیم‌سازی کند، محتوا تولید کند، خود را معرفی کند، ارتباط بگیرد، و به‌تدریج از یک فعال اقتصادی به یک برند معتبر تبدیل شود.

نویسنده: سعید اکبرپور، منتور صادراتی آراد برندینگ.

۳ شفافیت تجاری



نقش کیفیت در صادرات شیشه صنعتی

در فرآیند تولید شیشه، کنترل دقیق دما و سرعت سرد شدن، نقش بسیار مهمی در تعیین کیفیت نهایی دارد. ویژگی‌هایی مانند شفافیت بالا، مقاومت مکانیکی، قابلیت انعطاف‌پذیری، و همچنین تحمل فشار و ضربه، همگی به این فرآیند وابسته‌اند. هرچه کنترل در مرحله ذوب و سردسازی دقیق‌تر باشد، شیشه تولیدشده در حوزه‌های مختلف صنعتی، ساختمانی و بهداشتی عملکرد بهتری خواهد داشت. این ویژگی‌ها، شیشه را به یکی از پرکاربردترین مواد اولیه در صنایع مختلف تبدیل کرده است. در صادرات نیز، کیفیت فرآیند تولید شیشه، عامل تعیین‌کننده در جذب مشتریان خارجی است. همین جزئیات فنی، مزیت رقابتی ما در بازارهای بین‌المللی خواهد بود.

نویسنده: مهدی غفاری مقدم، تاجر شیشه آراد برندینگ.

۲ کیفیت تجاری

ماندگاری کیفیت در رب گوجه صادراتی

فرآیند تولید رب گوجه‌فرنگی باید به‌گونه‌ای انجام شود که نه تنها طعم، رنگ و بافت گوجه حفظ شود، بلکه ارزش‌های غذایی آن از جمله ویتامین C و لیکوپن نیز در طول زمان پایدار بماند. استانداردهای در تولید، استفاده از گوجه‌های پاک‌فیت، کنترل دقیق دما، و بسته‌بندی اصولی، عواملی هستند که می‌توانند این محصول را به یک گزینه مطمئن برای بازارهای داخلی و صادراتی تبدیل کنند. رب گوجه‌فرنگی زمانی می‌تواند جایگاه مناسبی در سبد صادرات داشته باشد که هم از نظر سلامت تغذیه‌ای و هم از منظر ثبات کیفیت، رضایت مصرف‌کننده را تأمین نماید. همچنین رعایت اصول بهداشتی و کنترل دقیق فرآیند تولید، نقش مهمی در افزایش ماندگاری و مقبولیت جهانی این محصول دارد.

نویسنده: مرتضی زارعی، مدیر مدیر رب گوجه عربستان آراد برندینگ.



۱ تولید پیشرفته



رقابت قطعات ایرانی در بازار جهانی

قطعات کامیون و اتوبوس باید با توجه به استانداردهای جهانی از نظر کیفیت، دوام، عملکرد و ایمنی طراحی و تولید شوند. اگر این قطعات از لحاظ فنی در سطح بالا باشند، نه تنها می‌توانند نیاز بازار داخل را پاسخ دهند، بلکه در بازارهای خارجی نیز به‌راحتی با برندهای معتبر جهانی رقابت خواهند کرد. هدف ما در آراد برندینگ، تولید قطعاتی است که هم از نظر مهندسی ساخت پیشرفته باشند، هم از نظر صادراتی، مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند. توسعه صادرات در این حوزه نیازمند دقت در انتخاب متریکال، کنترل کیفیت مستمر و به‌روزرسانی فناوری‌های تولید است.

نویسنده: علیرضا بابایی، مدیر قطعات کامیون آذربایجان آراد برندینگ.



صادرات مداوم تجربه‌ای آرا‌دی

شماره ۷۷

چهارشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۱

صفحه ۳



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارت با چشم دل

تلاش دارم همکاری مستمری با آن منطقه داشته باشم. در چهاردهم مهر ۱۴۰۳، دو تن خمیر خرما را به مقصد کرج بارگیری کردم که یکی دیگر از گام‌های مؤثر من در این مسیر بود. صادرات برای من فقط یک کسب‌وکار نیست؛ سفری است برای اثبات اینکه هیچ محدودیتی نمی‌تواند مانع رشد و اثرگذاری شود. این راه، راه رشد فردی، گسترش ارتباطات بین‌المللی، و نمایاندن توان واقعی تولید ایرانی است.

نویسنده: مسعود میرخلف، سرپرست قند مایع قم آراد برندینگ.

مختلفی ردپایی از تلاش‌هایم ثبت شده است. حدود یک ماه پیش، محموله‌ای به مقصد افغانستان ارسال کردم. پیش از آن نیز صادرات موفق به زاین داشتم که هنوز هم با همان مجموعه در ارتباط هستم و منتظر سفارش‌های بعدی‌شانم. همکاری با مشتری هندی برای ارسال پاکیر ۲۴ عددی شیر خرما، تجربه‌ای دیگر در مسیرم بود. حتی در بازار داخلی، مشتریانی در استان قم داشتم که حجم بالایی از محصولات ما را سفارش داده‌اند. به‌زودی نیز، با لطف الهی، مسیر صادرات به ترکیه را آغاز می‌کنم و

من مسعود میرخلف هستم، تاجری از دل آراد برندینگ؛ شاید چشم‌انم دنیای بیرون را نبیند، اما با چشم دل، راه خود را در مسیر تجارت یافته‌ام. آنچه برای بسیاری، مانع به حساب می‌آید، برای من انگیزه‌ای شد تا ثابت کنم توانایی، محدود به بیانی نیست؛ بلکه به باور، پشتکار و اراده بستگی دارد. در این شش سالی که در مجموعه آراد برندینگ فعالیت می‌کنم، به لطف خدا و همراهی تیمی پرتلاش، مسیر تجارت و صادرات را با تمام چالش‌هایش پیموده‌ام و امروز، با افتخار می‌توانم بگویم در کشورهای

۳ تجارت جهانی

راهنمای ورود به بازار خرماي هند

خرما مضافتی یکی از محصولات استراتژیک ایران در حوزه صادرات به شمار می‌رود و کشور هند به‌عنوان یکی از بازارهای پرتقاضا، ظرفیت بسیار بالایی برای جذب این محصول دارد. ذائقه غذایی مشترک مردم ایران و هند، جمعیت قابل‌توجه مسلمانان، و فرهنگ‌های متنوع این کشور به‌ویژه در مناسبت‌هایی مانند ماه رمضان، باعث شده تقاضا برای خرما مضافتی در هند همواره در سطح بالایی قرار داشته باشد. اما ورود به بازار هند نیازمند شناخت دقیق ویژگی‌های این بازار است. هندی‌ها معمولاً در مذاکره صبور و جزئی‌نگر هستند و مذاکرات طولانی را ترجیح می‌دهند؛ بنابراین در تعامل با آن‌ها باید صبر، دقت و حوصله کافی داشت. در این بازار، حرفه‌ای‌گری حرف اول را می‌زند.

نویسنده: حسین خلجی، سرپرست خرما مضافتی تهران آراد برندینگ.



۲ کیفیت صادرات



نقش لجستیک در کیفیت داروهای صادراتی

رعایت زنجیره دمایی در حمل‌ونقل داروهای حساس، از جمله واکسن‌ها و انسولین، نقش حیاتی در حفظ اثربخشی و جلوگیری از فاسد شدن آن‌ها تا رسیدن به مصرف‌کننده دارد. این موضوع تنها بر سلامت عمومی جامعه اثر مستقیم دارد، بلکه در کاهش هزینه‌های درمانی و افزایش اعتماد به زنجیره تأمین دارویی نیز بسیار مؤثر است. در ساختار تجارت دارو، رعایت اصول علمی، دقت در فرآیندهای بسته‌بندی و کنترل دقیق شرایط نگهداری، ضامن موفقیت و توسعه صادرات این محصولات خواهد بود. همچنین توجه به استانداردهای بین‌المللی در لجستیک دارویی، راه را برای ورود به بازارهای جهانی هموار می‌سازد.

نویسنده: طاهره آئین، تاجر دارو آراد برندینگ.

۱ بازار هدف

صادرات عسل؛ نیاز به استاندارد جهانی

بازارهای بین‌المللی برای عسل، به‌طور عمده تحت تأثیر کیفیت محصول، فرآیندهای دقیق فرآوری، رعایت استانداردهای بهداشتی و تطابق با نیازهای مصرف‌کنندگان در زمینه سلامت و تغذیه قرار دارند. از سوی دیگر، بسته‌بندی‌های به‌روز، شفافیت در ترکیب مواد اولیه و ارائه گواهی‌های سلامت، نقش کلیدی در اعتمادسازی مشتریان خارجی ایفا می‌کند. صادرات موفق عسل زمانی امکان‌پذیر است که زنجیره تولید از زنبورداری تا عرضه نهایی، با نظارت علمی و استاندارد همراه باشد. همچنین انتخاب دقیق منبع گیاهی شهد و اقلیم تولید، می‌تواند ارزش صادراتی عسل را به‌طور چشم‌گیری افزایش دهد.

نویسنده: فرحناز غلام‌پور، مدیر عسل امارات آراد برندینگ.



خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس قربانی: فروش یعنی شناخت دقیق نیاز مشتری و پاسخ‌دادن حرفه‌ای به آن. فروش موفق، بدون اعتمادسازی و پیگیری مداوم ممکن نیست. فروش، یعنی ساختن رابطه‌ای سودمند و ماندگار.

اصول تجارت نگاه راهبردی

شماره ۷۷

چهارشنبه

۱۴۰۴/۰۵/۰۱

صفحه ۴



آراد برندینگ

AradBranding.com



تجارتخانه

از انتشار تا ارزیابی؛ اطلاع‌رسانی دقیق برای هر پست



واحد فنی تجارتخانه آراد برندینگ در ادامه توسعه زیرساخت‌های هوشمند خود، امکانی را برای اطلاع‌رسانی دقیق و لحظه‌ای وضعیت پست‌های تاجر فعال کرده است، تمام تاجران عضو تجارتخانه می‌توانند با فعال‌سازی نوتیفیکیشن داخلی، از آخرین وضعیت انتشار، تأیید، و رتبه‌بندی محتوای پست‌های تجاری خود آگاه شوند. این قابلیت به‌ویژه برای تاجران دغدغه‌مند، امکان نظارت مؤثرتر بر فعالیت‌های برند شخصی، تحلیل تعامل کاربران و اصلاح استراتژی محتوایی را فراهم می‌سازد. هرگونه تأخیر در انتشار، نیاز به اصلاح سئو یا بازبینی عنوان، از طریق نوتیفیکیشن مستقیم در صفحه اصلی به فرد اعلام می‌شود. این اقدام در راستای شفاف‌سازی عملکرد محتوایی، کاهش خطاهای انسانی و افزایش کیفیت خروجی‌های تجارتخانه طراحی شده است.

● نویسنده: سوگند نادی، کارمند واحد فنی آراد برندینگ.

آدرس تجارتخانه آراد برندینگ: Shp.Aradsbranding.com

تحول ایمن

پیشرفت ایمنی، از استاندارد تا فرهنگ

در ایران، تاریخچه‌ی کفش ایمنی با اجرای نخستین استانداردهای ملی از سال ۱۳۴۴ آغاز شد؛ زمانی که استاندارد پوتین ایمنی برای نخستین‌بار تدوین و اجرایی شد تا گامی جدی در جهت ساماندهی و تضمین کیفیت کفش‌های ایمنی برداشته شود. هدف این استانداردها، استفاده از کفش‌هایی متناسب با ماهیت هر شغل و تأمین ویژگی‌های حفاظتی موردنیاز در محیط‌های صنعتی و کارگاهی بود. با گذشت زمان و رشد صنایع گوناگون، کفش‌های ایمنی نیز با توجه به نیازهای جدید، دچار تحول شدند. پیشرفت تکنولوژی، تولیدکنندگان را به سمت طراحی‌های پیشرفته‌تر، مواد مقاوم‌تر و رعایت دقیق‌تر اصول ارگونومی سوق داد. یکی از نقاط عطف مهم در این مسیر، افزایش سطح آگاهی کارفرمایان و کارگران نسبت به اهمیت استفاده از تجهیزات ایمنی، به‌ویژه کفش ایمنی، در سال‌های اخیر بوده است. این آگاهی، نقش بسزایی در کاهش چشمگیر حوادث شغلی داشته و ضرورت استفاده از کفش‌های ایمنی و استاندارد را در میان صنایع مختلف نهادینه کرده است.

● نویسنده: هانیه فرخندی، تاجر کفش ایمنی آراد برندینگ.

وقتی در جمع آرا‌دی‌ها درباره اصول موفقیت در تجارت صحبت می‌شود، کمتر کسی است که از نگاه دقیق و واقع‌گرایانه استاد وحید بی‌خبر باشد. ایشان به‌عنوان مدیر راهبردی مجموعه، همیشه بر چند اصل بنیادین در مسیر صادرات و مذاکره تأکید دارند که شنیدن آن‌ها برای هر تاجر تازه‌کار یا حتی باتجربه‌ای ضروری است. یکی از مهم‌ترین نکاتی که همیشه از زبان استاد می‌شنویم، این است که: «اول ارتباط، بعد ارسال». یعنی هیچ‌وقت صادرات را با برنامه و گمرک شروع نمی‌شود؛ بلکه با معرفی، اعتمادسازی و گفت‌وگوی حرفه‌ای آغاز می‌شود. اگر تاجر نتواند مذاکره کند، محصولش روی زمین می‌ماند، هرچند بهترین کالا را داشته باشد. نکته دوم، شفافیت در گفتار و صداقت در معامله است. استاد وحید بارها گفته‌اند: «مشتری خارجی از همه‌چیز بیشتر، دنبال صداقت و پایداری است. وعده‌ای ندهید که نمی‌توانید انجام دهید. مشتری وفادار، نتیجه تعهد واقعی شماست». اصل سوم، شناخت فرهنگ و مدل رفتاری مشتری مقصد است. نمی‌شود با همان ادبیاتی که در داخل کشور صحبت می‌کنیم، با مشتری عرب، هندی یا ترک تعامل داشت. استاد همیشه توصیه می‌کنند قبل از ارسال حتی یک پیام واتساپی، باید بداند طرف مقابل چطور فکر می‌کند، چه چیزی برایش مهم است، و از چه سبکی از گفت‌وگو خوشش نمی‌آید. نکته چهارم، تسلط به اطلاعات محصول و بازار هدف است. بارها دیده‌ام که استاد در جلسات، تاجری را به چالش می‌کشند و می‌پرسند: «اگر مشتری ازت بپرسد استاندارد بین‌المللی‌اش چیه، جواب داری؟» این یعنی بدون آمادگی، نباید سر میز صادرات نشست. و در نهایت، اصل پنجم که استاد وحید به‌عنوان مهم‌ترین مهارت تاجر معرفی می‌کنند: توانایی شروع کردن و معرفی خود به‌عنوان یک تاجر حرفه‌ای.

● نویسنده: مهدی قزایی، معاونت مذاکرات داخلی آراد برندینگ.

آغاز صادرات

آغاز صادرات با کشمش؛ پلی میان مزرعه تا بازار جهانی



ایران از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان کشمش در جهان است، اما هنوز جایگاه واقعی خود را در بازارهای جهانی به‌دست نیاورده است. من با شناخت این ظرفیت بالقوه و علاقه‌مندی شخصی به کشاورزی و صادرات، تصمیم گرفتم پلی باشم میان کشاورزان زحمتکش کشور و بازارهای بین‌المللی. کشمش محصولی ماندگار، سالم و پرطرفدار در بازارهای جهانی است که هم ارزش غذایی بالایی دارد و هم امکان صادرات آن به‌سادگی فراهم است. این ویژگی‌ها، همراه با قابلیت بسته‌بندی متنوع و حمل آسان، آن را به گزینه‌ای ایده‌آل برای شروع یک کسب‌وکار صادراتی تبدیل کرده است. هدف من توسعه پایدار و کمک به ارتقای جایگاه کشمش ایرانی در سطح بین‌المللی است.

● نویسنده: علی لواسانی، سرپرست کشمش طلایی تهران آراد برندینگ.

خبرنگار و گزارشگر ما باشید.
T.me/Aradbranding_News



شروع همکاری با آراد برندینگ:
Wa.me/989190808088



مهندس شعبانی: تجارت و صادرات زمانی موفق می‌شود که بر پایه شناخت بازار، ارتباط مؤثر و عمل به تعهدات بنا شده باشد. اگر اصول را بلد باشی، هر محصولی می‌تونه تبدیل به فرصت بزرگ اقتصادی بشه.