

Tradition durable



**Le thé, boisson culturelle des Iraniens**

En Iran, le thé est profondément enraciné dans la culture, l'histoire et le mode de vie du peuple. Depuis toujours, les maisons de thé n'ont pas été de simples lieux de consommation, mais aussi des centres sociaux où l'on se réunit pour discuter, échanger des idées, consulter et même prendre des décisions importantes. Lors des réunions familiales, des entretiens professionnels ou des interactions sociales, le thé joue un rôle essentiel, devenant un symbole dans la vie des Iraniens. Aujourd'hui encore, dans de nombreux contextes professionnels et économiques, boire du thé marque le début d'une communication efficace et pose les bases d'un dialogue constructif. Dans le développement commercial et le processus de négociations internationales, comprendre des cultures autour de boissons comme le thé peut devenir un point clé de connexion entre les peuples.

● Auteur: Hasan Amjadi Rad, Responsable du thé iranien pour la Russie chez Arad Branding.

Foi commerciale



**La foi est le début du commerce Aradi**

La foi est le point de départ de toute grande transformation. Beaucoup d'entre nous ont rejoint le monde du commerce avec un rêve de réussite ; mais ce qui nous soutient n'est pas seulement l'éducation ou le capital, c'est une foi qui grandit dans notre cœur : la croyance en notre capacité à réussir et la confiance qu'Arad Branding crée ce terrain d'opportunité. Avec Arad, tu apprends que le commerce n'est pas qu'un métier ; c'est grandir, laisser une empreinte, bâtir l'avenir et dans cet avenir, c'est toi qui décides. Ici, tu vois des gens ordinaires devenir de grands commerçants grâce à la détermination et à la foi, changeant non seulement leur vie, mais aussi celle de leur entourage.

● Auteur: Rukiye Sadat Murevvec, Commerçante de légumes secs chez Arad Branding.

# Chemin droit forte concurrence difficile

QR code: [Wa.me/989190808088](#)

**Comment aller à  
Émirats arabes unis  
Exporter?**

Les Émirats arabes unis, voisins au sud de l'Iran, représentent aujourd'hui l'une des destinations d'exportation les plus importantes et accessibles pour les produits iraniens. Ce pays n'est pas seulement un vaste marché de consommation, mais grâce à sa position stratégique, il est aussi reconnu comme une porte de réexportation vers des pays tels que le Qatar, l'Afrique et l'Asie de l'Est. La proximité géographique, combinée à diverses voies de transport économiques, notamment les ports de Bushehr et Bandar Abbas ainsi que l'aéroport Imam Khomeini, font des Émirats arabes unis une porte logistique toujours ouverte pour l'Iran. Les produits légers et de luxe peuvent atteindre Dubaï et Abou Dabi en moins de 24 heures par voie aérienne, tandis que les cargaisons volumineuses sont expédiées par voie maritime avec un coût réduit et un délai raisonnable. Le marché des Émirats est multi-couches et compétitif. Il accueille à la fois des consommateurs finaux et des commerçants intermédiaires qui réexportent les marchandises vers d'autres pays. Cette réalité impose une attention particulière à la qualité des produits, au design des emballages, à la rapidité d'approvisionnement et à un service de marque professionnel. Il ne faut pas oublier que la majorité des acheteurs aux Émirats ne sont pas des citoyens locaux, mais des commerçants originaires du Pakistan, d'Inde, de Syrie, du Liban et d'Afrique, avec des cultures et approches commerciales variées. Ainsi, négocier et vendre dans ce marché exige une maîtrise de la diversité culturelle, un comportement professionnel, de la courtoisie, une réactivité rapide et la présentation d'une marque fiable. Les vidéos promotionnelles, catalogues professionnels et listes de prix claires sont des outils indispensables pour pénétrer ce marché compétitif. Le marché des Émirats est proche mais complexe. La concurrence y est intense, mais les opportunités sont uniques. La clé d'une entrée réussie réside dans la présentation de la meilleure version possible des produits et marques iraniennes. De plus, le suivi constant des tendances du marché et une adaptation rapide aux demandes locales sont essentiels pour réussir.

● Auteur: Melika Tabakhi, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Cadre supérieur

## Le commerce professionnel commence par comprendre le client



Lors d'un entretien interne avec l'ingénieur Ghorbani, directeur général d'Arad Branding, des points précis et applicables sur les principes du commerce et de l'exportation ont été abordés ; ces points doivent être revisités tant par les commerçants novices que par les expérimentés. Il a souligné que la négociation est la base du succès commercial ; toutefois, cela ne signifie pas simplement présenter un produit, mais plutôt l'art de connaître l'autre partie et de répondre adéquatement à ses besoins. Selon Ghorbani, la véritable exportation est un transfert de confiance : le client étranger doit sentir que la structure qu'il rencontre est engagée, attentive et fiable. De plus, il a rappelé que la continuité, une équipe solide et une bonne compréhension de la culture du marché cible sont les trois clés du succès dans le commerce international. Cette approche stratégique est appliquée depuis longtemps chez Arad Branding et les résultats observés confirment clairement la croissance des commerçants

● Auteur: Nasraran Yari, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Hier, dans la salle d'attente d'un aéroport national, alors que tous les passagers se plaignaient des retards de vol, une conversation inattendue entre deux voyageurs a attiré l'attention. L'un d'eux, visiblement triste, disait : « J'ai pris deux jours de congé, et j'en ai déjà gâché la moitié. Ma mère est malade, je dois aller à Chiraz. » L'homme à côté, calme et détendu, répondit : « Je travaille en ce moment même. J'ai dit à mes collègues que dans cinq minutes, nous avons une réunion en ligne pour faire le point sur l'avancement des projets. » Une brève enquête révela que cet homme était l'un des responsables commerciaux d'Arad Branding, une entreprise qui est devenue ces dernières années un modèle de nouveau style de vie commerciale dans le pays. Lorsqu'on lui demanda : « N'êtes-vous pas fonctionnaire ? », il sourit et répondit : « Mon métier, c'est le commerce international Import, export et formation commerciale. Nous n'attendons pas un bureau ou des horaires fixes ; le commerce se fait en temps réel, même ici, dans la salle d'attente de l'aéroport. » Un autre passager, surpris, demanda : « Même si votre vol est retardé, votre travail continue ? » Sa réponse reflétait une pensée nouvelle et flexible : « Plus que jamais. C'est un bon moment pour réseauter, vérifier mes mails et répondre aux clients. Et puis, je vous ai rencontré, peut-être une nouvelle opportunité commerciale s'ouvre. » Cette conversation illustre non seulement la différence de perception face au temps et aux opportunités, mais aussi le véritable sens de la « flexibilité dans le commerce ». Là où beaucoup voient du temps perdu, lui voit une chance de croissance et de connexion. Lorsque ses collègues l'ont rejoint en visioconférence, les passagers autour furent témoins d'un système commercial sans frontières. Enfin, ce responsable d'Arad dit au passager qui l'avait interrogé : « Enregistre-moi dans ton téléphone. Envoie-moi un message. Je t'apprendrai comment faire du commerce simplement avec un téléphone, même en voyage. » Cette vision n'est pas un simple slogan chez Arad Branding, mais une philosophie de travail réelle : le commerce est devenu partie intégrante de l'identité des gens, un mode de vie qui ne se limite pas à un lieu ou un horaire. Aujourd'hui, ceux qui attendent dans un bureau manquent des opportunités. Chez Arad Branding, nous avons appris à intégrer le commerce à la vie, pas à les séparer. Chaque instant, chaque endroit peut être le début d'une grande affaire, à condition de vouloir, de savoir, et d'avoir un téléphone connecté à Internet. La différence d'un commerçant professionnel réside dans sa perception du temps : il n'a pas de « temps libre ». Même un retard de vol est pour lui une nouvelle opportunité pour avancer dans ses affaires et créer de nouveaux liens. Voilà le vrai commerce : un flux continu, en mouvement constant.

● Auteur: Ali Daneshvar, Conseiller commercial chez Arad Branding.

# Commerce mobile

## Opportunité mobile



### Confiance commerciale



#### Export professionnel : production et confiance

Notre expérience sur le marché des Émirats arabes unis montre que, lorsque les chaussures iraniennes sont présentées selon des normes mondiales et avec un emballage professionnel, elles ont la capacité de rivaliser avec les marques internationales. Une exportation réussie ne se limite pas à la qualité du produit ; il est essentiel de comprendre le marché cible, de connaître les goûts des clients et de suivre intelligemment le processus. Chez Arad Branding, notre objectif est que le producteur iranien ne soit pas seulement un exportateur, mais qu'il demeure un exportateur durable et professionnel. La méfiance initiale de nombreux clients étrangers se transforme en satisfaction à long terme grâce à des réponses appropriées et un engagement de livraison ponctuelle. Aux Émirats, nous avons appris que la présence constante et une communication active sont plus importantes que les campagnes publicitaires temporaires.

● Auteur: Faride Behzad Afshar, Responsable chaussures BAE chez Arad Branding.

### Marque végétale

#### Santé, cumin noir, exportation authentique

L'utilisation des plantes médicinales reflète le lien profond entre l'homme et la nature. Parmi ces plantes, le cumin noir et le nigelle jouent un rôle important dans l'amélioration de la santé générale. Les composants actifs de ces plantes occupent une place spéciale dans la médecine traditionnelle iranienne et ont récemment attiré l'attention des marchés internationaux. La création d'une marque scientifique pour ces produits offre une opportunité unique d'entrer sur un marché d'exportation durable et de répondre à la demande croissante des consommateurs dans le monde entier. Chez Arad Branding, nous visons à renforcer la position mondiale des plantes médicinales iraniennes grâce à l'authenticité, la qualité et une promotion intelligente.

● Auteur: Riazeh Mirzania, Commerçante de cumin noir chez Arad Branding.



### Grand commerce



#### Zereshk d'Iran : Saveur rouge et exportation

Nous pouvons apprendre pas à pas le chemin du commerce ; parmi les saveurs uniques des terres iraniennes, la zereshk (fruit de l'épine-vinette) brille comme un rubis rouge. Ses petites graines brillantes ne décorent pas seulement nos tables traditionnelles, elles réveillent aussi les souvenirs d'enfance et l'arôme envoûtant des plats préparés par nos mères avec leur goût acidulé et agréable. La zereshk est un petit fruit d'arbuste cultivé principalement dans la région montagneuse et tempérée du sud du Khorasan, qui détient une grande part de la production, étant le berceau principal de ce fruit. La récolte de la zereshk a lieu généralement en automne.

● Auteur: Reza Mohammadzadeh Arab, Responsable Zereshk aux Émirats arabes unis, Arad Branding.

Professeur Vahid : L'avenir appartient à ceux qui prennent aujourd'hui au sérieux. Le commerce, ce n'est pas seulement réagir au présent, mais prévoir demain. Chez Arad, nous dessinons le chemin ; nous ne le suivons pas seulement.

Début de la coopération  
[Wa.me/989190808088](http://Wa.me/989190808088)

Notre gaz est notre mouiz  
[T.me/Aradbranding\\_News](http://T.me/Aradbranding_News)

# L'identité du vrai marchand c'est la confiance



## CARTE CHEMIN COMMERÇANTS ARADI

Lors de la récente réunion « Feuille de route des commerçants Aradi », tenue lors d'une session spéciale avec la participation des membres du conseil des fiduciaires des provinces, le président du Conseil politique d'Arad Branding, le professeur Talia, a expliqué en détail le rôle du « langage expert » dans le succès commercial. Selon moi, c'est l'un des aspects les plus critiques sur la voie de la professionnalisation de chaque commerçant. Nous avons clairement compris lors de cette session que l'expertise ne consiste pas seulement à connaître

les caractéristiques du produit, mais aussi à parler le langage du marché, utiliser des termes professionnels et transmettre le sens avec assurance. Le professeur Talia a comparé l'absence de langage expert en commerce à un voyage sans connaître la langue du pays. Il a précisé que beaucoup pensent à tort que le commerce ne vise qu'à gagner de l'argent ; alors que celui-ci est en réalité le fruit de relations durables et de la confiance. Un commerçant incapable de communiquer correctement n'obtiendra pas la confiance du client,

même avec un excellent produit. La réunion a souligné que l'image du commerçant dans l'esprit du client dépend du style de communication, du choix des mots et de la compréhension des besoins. Le message clé répété fut que l'influence en commerce commence par les mots. Cette session m'a permis de redécouvrir l'importance du langage professionnel dans les communications commerciales.

● Auteur: Ovais Maafi, Directeur de la gestion des portes en bois, Arad Branding Arménie.

### Exportation santé

**Innovation iranienne en santé et économie**  
La production de kits de diagnostic rapide constitue une réussite majeure des entreprises iraniennes à vocation scientifique et joue un rôle clé dans le développement du système de santé national. Ces kits utilisent des technologies modernes pour diagnostiquer rapidement et précisément les maladies, aidant ainsi les médecins à traiter les patients en temps utile. Leur facilité d'utilisation, leur grande précision et leur adaptabilité aux zones défavorisées sont leurs principaux atouts. Outre leur impact positif sur la santé publique, ces kits fabriqués en Iran ont un fort potentiel à l'exportation, générant devises, emplois et croissance économique. L'expertise locale combinée aux efforts des commerçants pour conquérir les marchés internationaux assure à l'Iran une autonomie technologique et un modèle de développement performant dans le secteur des technologies médicales.

● Auteur: Seyyed Amin Sekri, Directeur commercial des kits de diagnostic, Arad Branding.



Ingénieur Ghorbani : Dans le marché actuel, le vendeur n'est pas seulement celui qui baisse les prix, mais celui qui construit la confiance. Celui qui crée de la valeur reste toujours dans l'esprit du client, même si les concurrents vendent moins cher.

### Produit iranien



#### Exportation intelligente, croissance iranienne

Le développement de l'exportation des produits de literie iraniens vers les pays voisins nécessite une combinaison de méthodes efficaces, parmi lesquelles la vente via des représentations locales et la coopération en production et distribution avec des marques régionales. Ces deux approches, en renforçant la confiance des clients et en comprenant les besoins du marché, peuvent constituer la base d'une croissance durable dans la région. L'une des exigences clés du succès est l'obtention des normes commerciales spécifiques à chaque pays. Par exemple, l'Irak et l'Afghanistan insistent sur l'enregistrement des marques et le respect des normes générales, la Russie exige la certification EAC et la conformité aux normes douanières, tandis que les pays arabes du Conseil de coopération du Golfe (CCG) demandent des certificats sanitaires et de qualité.

● Auteur: Diyara Khodami, Commerçante de produits de literie, Arad Branding.

### Commerce fiable

#### Rôle clé de la logistique dans l'exportation

L'un des éléments clés et les plus efficaces dans le commerce, notamment dans le processus d'exportation, est la logistique et le transport. En bref, la logistique englobe toutes les opérations de déplacement et de transfert d'une expédition depuis son point de départ jusqu'à sa destination finale. Par conséquent, l'importance de la logistique est d'autant plus grande pour tout commerçant envisageant l'exportation. Malheureusement, certains commerçants précieux ne lui accordent pas suffisamment d'attention, et choisir un transitaire inexpérimenté peut entraîner des pertes irréparables. Les départements logistiques des centres provinciaux proposent des solutions intelligentes pour répondre aux préoccupations de nos précieux commerçants.

● Auteur: Alinaghi Aslpur, Directeur rais en Ouzbékistan, Arad Branding.



# Relation efficace

## Opportunité économique



**Entretien avec Alireza Pahlevani**

**Feuille de route**

**Commercialisation des communications non commerciales**

**QR code**

Dans le monde du commerce d'aujourd'hui, ce qui ouvre la voie au succès n'est pas seulement le capital ou le produit, mais l'art de créer des opportunités à partir des relations humaines. En tant que membre actif d'Arad Branding, je crois que de nombreux liens apparemment « non commerciaux » constituent, s'ils sont bien gérés, le terrain caché de grands projets économiques. C'est dans cette optique qu'Arad Branding a lancé un projet stratégique intitulé « Commercialisation des relations non commerciales ». Sa mission est de découvrir la capacité de communication des commerçants et de les transformer en opportunités commerciales concrètes. On y enseigne comment établir une communication efficace avec des responsables locaux, députés, professeurs, avocats ou anciens amis, puis comment convertir ces relations en propositions commerciales bénéfiques aux deux parties. Mon expérience montre que des relations perçues comme de simples connaissances peuvent ouvrir la voie à des projets de plusieurs milliards de dollars. Dans une région, une simple communication avec un responsable municipal a permis d'ouvrir l'exportation de plusieurs produits iraniens, apportant des gains financiers et renforçant la marque iranienne. Le modèle de projet prévoit que les bénéfices soient partagés entre tous les membres de l'équipe. Ce projet vise aussi à élargir le réseau des commerçants, créer de nouvelles opportunités de marché et assurer une croissance durable. Des relations bien gérées mènent non seulement à des gains commerciaux, mais aussi à des partenariats durables fondés sur la confiance et le respect. Ainsi, chez Arad Branding, nous construisons l'avenir en tissant des liens innovants et solides dans le monde des affaires.

● Auteur : Alireza Pahlevani, Commerçant de pièces d'ascenseur, Arad Branding.

### Maison de commerce

#### Visualisation intelligente dans le commerce moderne

Dans le monde compétitif d'aujourd'hui, le professionnalisme commence par l'image du produit, qui est le premier élément remarqué en commerce. Beaucoup de commerçants manquent l'opportunité de gagner la confiance des clients en utilisant des photos de faible qualité, alors que des outils comme l'intelligence artificielle permettent de créer facilement des visuels professionnels et attractifs. Des plateformes telles que ChatGPT rendent possible la création d'images de haute qualité adaptées à la promotion des produits, à partir d'une simple capture d'écran ou d'une courte description. Une photo de qualité ne fait pas qu'augmenter la valeur visuelle du produit, elle reflète aussi le sérieux et le professionnalisme du commerçant. Ainsi, investir dans la qualité visuelle accroît considérablement la compétitivité de la marque sur le marché.

● Auteur : Kawtar Rahimi, Éditeur Média, Arad Branding.



**L'apparence des produits, c'est la voix de ta marque**

Arad Branding Ticarethane Adresi: Shp.AradBranding.com

### Marque alimentaire

#### Saveur du monde venue des terres fertiles d'Iran

Le cornichon iranien occupe une place spéciale parmi les produits d'exportation du pays grâce à son goût unique, sa haute qualité et son traitement conforme aux technologies modernes. Ce produit représente une fusion réussie entre tradition et normes internationales. L'exportation vers la Russie, l'Irak, les Emirats arabes unis et certains pays européens constitue une opportunité précieuse pour développer les marchés étrangers et promouvoir la culture culinaire iranienne. Un emballage hygiénique, des standards de qualité rigoureux et une diversité de saveurs rendent ce produit compétitif sur les marchés mondiaux. L'adaptation rapide aux demandes des clients et des approches innovantes jouent un rôle clé dans le succès international de la marque.

● Auteur : Simindokht Sarshad, Responsable cornichons Russie, Arad Branding.



### Marque intelligente

#### Le secret du succès en commerce : simple mais puissant

Le succès en commerce naît de la combinaison de la créativité, de la discipline et d'une communication efficace. La première étape est de bien comprendre les besoins du marché et des clients, car sans cette compréhension, même le meilleur produit échoue. Construire une marque intelligente et offrir une vraie valeur au client posent les bases de la confiance et de la fidélité. Par ailleurs, une gestion financière rigoureuse et des investissements judicieux sont essentiels à la croissance durable de toute entreprise prospère. Le rôle de l'équipe est déterminant : des collaborateurs engagés, créatifs et harmonieux sont le moteur de toute organisation. La réussite devient ainsi une réalité accessible, fruit de cette synergie et d'une persévérance constante. Rappelez-vous : réussir dans le commerce, c'est transformer les difficultés en opportunités. Ces principes fondamentaux s'incarnent pleinement dans la structure cohérente et orientée objectifs d'Arad Branding. Avec Arad, la voie du commerce s'éclaire et se projette vers l'avenir. Aujourd'hui est le moment idéal pour amorcer cette transformation. Pour réussir, il faut innover et se concentrer sur le client. Ces valeurs, réunies sous la bannière d'Arad Branding, créent une synergie puissante.

● Auteur : Leyla Azur, Responsable Aubergine Yasuj, Arad Branding.

Ingénieur shebbâni : Exporter sans carte, c'est voyager à l'aveugle. Le commerçant avisé connaît son marché et anticipe les difficultés. Ce principe est la clé de notre succès à l'export.

**Début de la coopération**  
Wa.me/989190808088

**Notre gaz est notre mouiz**  
T.me/Aradbranding\_News

Cœur d'exportation 1



**Cœur battant des amandes d'Iran**

En tant que cinquième plus grand producteur mondial d'amandes, l'Iran joue un rôle majeur dans la production mondiale de cet aliment nutritif. Les principales régions productrices d'amandes en Iran sont Tchaharmahalet Bakhtiari, Khorassan du Nord, Fars, Ispahan et Azerbaïdjan oriental. La province de Tchaharmahal-et-Bakhtiari détient la première place en production d'amandes en coque, avec environ 24 tonnes d'amandes par an, ce qui en fait un acteur clé dans l'approvisionnement national. De plus, les provinces d'Ispahan et de Fars sont également des centres importants pour cette culture. En général, la province de Tchaharmahal-et-Bakhtiari, ainsi que les districts de Ben et Saman, jouent un rôle central dans la production et l'exportation de ce produit.

● Auteur:Fehim Terhem, Directeur des amandes à Oman Arad Branding.

Commerce réussi 2



**Clé du succès dans l'exportation de miel**

Le miel naturel d'Iran a acquis un nouvel éclat sur la voie de la mondialisation grâce à sa qualité unique. L'exportation de ce précieux produit a établi un doux pont entre la production locale authentique et les marchés internationaux, faisant du miel iranien un symbole de santé, d'authenticité et d'innovation. Avec le miel de montagne et son goût inégalé, le miel iranien est un véritable représentant de la nature et du travail des apiculteurs iraniens. Les marques iraniennes, leur présence sur les marchés d'exportation, sont devenues les porte-drapeaux de la réputation, de la qualité et de la puissance de notre pays sur la scène du commerce mondial. Chaque goutte de miel exportée est la preuve du riche potentiel de cette terre et une œuvre d'art façonnée par les mains habiles des apiculteurs travailleurs, qui, avec détermination, offrent la douceur de l'Iran au monde.

● Auteur:İsmail Heyri, Responsable du miel de Guilan Arad Branding.

# Export professionnel De

## la discipline à la confiance



Réunion de l'ingénieur Shabani avec les directeurs des bureaux d'Istanbul et d'Ankara

Dans le processus d'exportation, de nombreux documents sont préparés, chacun jouant un rôle crucial pour assurer le passage sans encombre des marchandises à la frontière. Cependant, le document appelé « liste de colisage » (Packing List), souvent sous-estimé, surtout pour les nouveaux exportateurs, peut, en cas de négligence, entraîner le retour des marchandises, de lourdes amendes, voire nuire à la réputation de l'exportateur. Ainsi, une liste de colisage correctement remplie est indispensable au bon déroulement du processus d'exportation. Fort de plusieurs années d'expérience dans l'exportation, j'ai constaté que des erreurs telles que des poids ou dimensions de colis incorrects ou incomplets peuvent bloquer les envois en douane. Même une différence de quelques kilogrammes peut retarder, voire empêcher, les formalités douanières. Ces problèmes portent atteinte à la fiabilité de l'exportateur et affectent négativement les relations commerciales. La liste de colisage contient clairement toutes les informations visibles et physiques du produit : poids brut et net, dimensions des colis, nombre d'unités, type d'emballage, codage et marquages. Alors que la facture commerciale (Invoice) indique les valeurs financières, la liste de colisage sert de référence principale pour la douane, les transporteurs et les clients finaux. Sans ce document, une livraison correcte et rapide est impossible. Aujourd'hui, les outils numériques et logiciels intelligents nous aident à préparer la liste de colisage avec une grande précision, réduisant ainsi les erreurs humaines, les coûts et les délais de transport et de douane. Même dans le commerce intérieur, disposer d'une liste de colisage est un signe de discipline, rigueur et professionnalisme de l'exportateur. Auteur ailleurs, tirer parti des technologies offertes rend l'exportateur plus compétitif. Mon conseil aux nouveaux exportateurs est de prendre ce document au sérieux : vérifiez les colis avant expédition, mesurez les dimensions, prenez des photos à chaque étape et, si possible, sollicitez le soutien de mentors expérimentés. Plus vos documents seront complets et précis, plus la confiance sur le marché grandira et plus votre exportation se déroulera sans encombre. C'est ainsi que l'on obtient un succès durable à l'export.

● Auteur:Houchang Rahnamamatin, Responsable Chaussures d'Escalade Kum Arad Branding.

Cadre supérieur

### Le secret du succès dans le commerce et l'exportation



Sur le chemin du commerce, ce qui distingue les gens n'est pas seulement le capital ou l'expertise produit, mais la qualité de la communication et la capacité de négociation. Membre stratégique d'Arad Branding, l'expert Vahid a déclaré : « Le commerce n'est pas une course à l'aveuglette ; c'est une voie consciente et intentionnelle. Dans les négociations avec l'étranger, nous ne devons pas seulement vendre, mais construire la confiance. L'exportation, c'est porter notre réputation au-delà des frontières. » « Beaucoup de nouveaux commerçants confondent négociation et marchandise ; or, la négociation est une compréhension mutuelle, une analyse de la situation et l'atteinte d'une solution où les deux parties se sentent gagnantes. Le succès durable est possible grâce à une communication professionnelle et une harmonie avec les intérêts de l'autre partie. »

● Auteur:Saleh Noruzi, Directeur du bureau d'Ispahan Arad Branding.

Si l'Iran décide d'abandonner l'usage du dollar, le jeu de l'économie mondiale sera profondément transformé. Imaginez que les transactions internationales se fassent sans dollar ; diverses monnaies indépendantes prendraient sa place, créant ainsi un nouveau flux financier dans l'économie mondiale. Dans ce scénario, l'influence du dollar diminuerait nettement et l'Iran gagnerait en puissance sur les marchés globaux. Ce changement permettrait de commercer sans les sanctions ni les contraintes du système financier basé sur le dollar. Les relations économiques entre pays seraient redéfinies, ouvrant la voie à un commerce plus libre, rapide et autonome qu'auparavant. Dans ce nouveau modèle, les monnaies nationales, les accords bilatéraux de change et les contrats fondés sur le consensus mutuel deviendraient les ponts de communication entre l'Iran et les autres pays. L'Iran ne serait plus seulement un exportateur de pétrole, mais deviendrait un acteur clé sur les marchés financiers mondiaux, démontrant sa véritable puissance économique. Les experts affirment qu'il ne s'agit que du début. Bien gérée, cette initiative réécrirait les règles traditionnelles de l'économie mondiale et placerait l'Iran dans une position nouvelle et stratégique. Cette transformation de l'Autoritarisme est déterminante non seulement politiquement mais aussi économiquement. Éliminer le dollar du commerce réduit la dépendance aux systèmes financiers contrôlés par l'Occident et permet de développer des mécanismes locaux et régionaux. Pour mettre en œuvre ce plan, il est nécessaire de renforcer les relations monétaires

bilatérales, de conclure des accords bancaires avec des pays compatibles et d'établir des systèmes de paiement sans dollar. L'utilisation des monnaies numériques nationales, les contrats de troc et les accords monétaires communs observés dans le bloc BRICS sont des outils clés pour atteindre cet objectif. En cas de succès, l'Iran pourrait créer un réseau d'échanges durable et indépendant avec d'autres pays soumis à des pressions similaires de sanctions. Auteur ailleurs, les exportateurs iraniens bénéficieraient d'une plus grande rapidité, sécurité et diversification dans les revenus en devises, grâce à la levée des restrictions liées au dollar. Dans ce processus, la Banque centrale et les délégués de diplomatie économique jouent un rôle crucial. Créer la confiance, établir des infrastructures techniques et juridiques, et assurer la coordination avec les systèmes bancaires des partenaires sont des exigences indispensables à cette transformation stratégique. En somme, l'exclusion du dollar n'est pas seulement un acte de résistance, mais une étape vers un ordre économique multipolaire et plus équitable dans le monde d'aujourd'hui. L'Iran pourrait devenir l'un des pionniers de ce mouvement. Sur cette voie, la transAuteurence et la documentation des transactions revêtent une importance capitale pour préserver la confiance entre partenaires commerciaux. Cette initiative audacieuse de l'Iran bouleversera les équations économiques mondiales.

● Auteur: Ali Reshidi, Mentor en exportation chez Arad Branding.

# Nouveau Monde

## Économie libre



### Créativité en crise



#### Créer des opportunités en crise

Dans chaque crise se cache une opportunité que seuls les regards avisés et les esprits créatifs peuvent discerner. L'art de créer des opportunités à l'heure de la crise consiste à transformer la menace en avantage, la contrainte en innovation, et la peur en moteur de croissance. Les commerçants et entrepreneurs à succès ne craignent pas les crises ; au contraire, ils les utilisent comme un tremplin pour la transformation et le développement. Dans le monde du commerce, l'avenir appartient à ceux qui, même dans les moments les plus sombres, allument une nouvelle lumière sur le chemin. Chaque crise recèle une opportunité. Le commerçant prospère est celui qui construit un chemin de croissance à l'heure des limitations et transforme chaque menace en un pont vers la réussite.

● Auteur: Marziyeh Moradi Far, Responsable du glucose et de l'amidon en Turquie Arad Branding.

### La voie du commerce

#### Secret du succès : connaître son chemin

Il n'existe pas de secret caché à découvrir sur le marché, ni de solution unique et absolue pour réussir en commerce. Ceux qui ne posent pas les bonnes questions pour pénétrer les marchés adéquats ne peuvent obtenir des résultats efficaces. Selon les experts en commerce, chacun doit découvrir un style commercial adapté à sa personnalité et à son état d'esprit, car il n'y a pas de formule universelle applicable à tous. La manière idéale de commercer au quotidien varie d'une personne à l'autre, et le succès vient de l'harmonie entre la méthode de travail et la vision individuelle. Ainsi, la réussite durable en commerce commence par la connaissance de soi et le développement d'une stratégie basée sur ses forces personnelles.

● Auteur: Gholamreza Hadi Nejad, Directeur des concentrés de fruits en tranches en Turquie Arad Branding.



### Grand commerce



#### Formation efficace grand commerce

Chez Arad Branding, grâce à des formations cohérentes, pratiques et axées sur les objectifs, nous pouvons apprendre pas à pas la voie du commerce, acquérir les compétences nécessaires, bénéficier de l'expérience des autres, et devenir des commerçants prospères et importants, fondés sur des bases scientifiques et pratiques solides.

Dans ce cours, la formation n'est pas seulement un transfert de connaissances ; elle vise aussi à développer une nouvelle perspective, renforcer la confiance en soi, acquérir des compétences en analyse de marché, affiner la prise de décision dans des conditions réelles, et cultiver une vision économique chez le commerçant. Chaque étape franchie avec savoir et pratique nous rapproche un peu plus d'un succès durable en commerce. Chez Arad, la formation n'est pas la fin d'un cours, mais le début d'un voyage professionnel.

● Auteur: Mehdi Namazi, Responsable du sel rose aux Émirats arabes unis Arad Branding.

# Bureaux unifiés Un chemin clair et sûr



Réunion de l'ingénieur Shabani avec les directeurs des bureaux d'Istanbul et d'Ankara

Turhan Erçin, directeur du bureau d'Arad Branding à Istanbul, s'est rendu à Téhéran pour évaluer de nouvelles capacités d'exportation et a rencontré l'ingénieur Şeibani, président du conseil d'administration d'Arad Branding. Javid Mirzayi, directeur du bureau d'Arad à Ankara, était également présent lors de cette réunion. L'ingénieur Şeibani a souligné le rôle important des bureaux étrangers dans la facilitation du processus d'exportation des commerçants Arad, déclarant : « Avec le renforcement de la position du bureau d'Ankara, de nombreux contrats commerciaux peuvent désormais être signés ».

directement en Turquie. Dorénavant, nos commerçants pourront réaliser les livraisons et les paiements en Turquie sans avoir besoin d'effectuer des paiements depuis l'intérieur de l'Iran. » Il a ajouté : « Cette nouvelle opportunité rendra le parcours commercial international des membres d'Arad Branding beaucoup plus fluide et professionnel. En plus de la réduction des restrictions, elle augmentera le pouvoir de négociation et la rapidité des commerçants. » Şeibani a encouragé les commerçants Arad à utiliser sérieusement cette plateforme prête à l'emploi et à se concentrer sur les activités

pratiques, en laissant de côté les préoccupations liées aux produits et aux réponses. Cette réunion fait partie des politiques globales d'Arad Branding visant à créer un réseau cohérent de bureaux étrangers pour soutenir sur le terrain et juridiquement les commerçants iraniens sur les marchés mondiaux. Ces mesures sont considérées comme une étape stratégique importante vers la transformation d'Arad Branding en un acteur influent du commerce régional et international.

● Auteur: Javid Mirzayi, directeur du bureau d'Arad Branding à Ankara.

## Commerce vrai 1

### Opportunités futures et histoire de la civilisation

L'histoire du tissu est celle de la civilisation, de la créativité et de la transformation. Depuis les premiers fils tissés à la main jusqu'à l'industrie textile d'aujourd'hui, pilier du commerce mondial, le tissu a joué un rôle clé dans la culture, l'économie et l'esthétique. Cette matière précieuse ne couvre pas seulement le corps humain, elle raconte aussi les modes de vie, les identités nationales et les goûts des sociétés à travers le temps. Aujourd'hui, ce secteur ancestral, soutenu par l'art, le savoir-faire et l'expérience, offre un terrain fertile pour un commerce intelligent, créatif et rentable. Si vous souhaitez entrer dans le monde du textile, c'est le meilleur moment pour commencer ; un chemin où culture et économie se rejoignent.

● Auteur: Muhammet Taki Hüseyini, Responsable des tissus pour rideaux en Irak Arad Branding.



Expert Vahid : Le commerce est l'intersection du désir et de la capacité. Celui qui a une vision globale et porte les préoccupations de sa nation atteindra tôt ou tard une position influente.

## Commerce solide 2



### Commerçant entre cendres et demain

Alors que la terre natale sentait encore la fumée et le feu, que l'espoir restait enfoui sous les décombres, il s'est tenu debout. Sans armure d'Auteur, sans orgueil ni résignation. Ce commerçant iranien n'a jamais cédé ni à l'arrogance du succès, ni à la fatigue des défaites. Il a compris que le monde ne tourne pas toujours comme on le souhaite. La guerre est venue, les marchés se sont effondrés, mais son esprit est resté éveillé. À chaque bouleversement, il s'est réinventé : hier importateur, aujourd'hui soutien de la production locale ; hier sur les marchés traditionnels, aujourd'hui actif en bourse via son téléphone. Ce qui le distingue, c'est sa capacité d'adaptation. Face aux épreuves, il ne s'est pas contenté de commercer ; il est devenu le symbole de la résilience d'un peuple.

● Auteur: Leyla Ebatani, Directrice du concentré de tomate au Canada Arad Branding.

## Vente professionnelle 3

### Beauté naturelle, export mondial

La pierre de travertin est l'une des pierres de construction les plus populaires en Iran comme dans le monde. Grâce à sa beauté naturelle, sa grande résistance, sa variété de couleurs et sa capacité à être polie, elle est souvent utilisée pour les façades, les revêtements de sol, les murs et les escaliers. Ce calcaire se forme à la précipitation de minéraux dans les sources d'eau chaude et offre un aspect unique grâce à sa texture poreuse. L'Iran, avec des mines importantes telles que Haciabad et Ateskuh, est l'un des principaux centres mondiaux de production de travertin. Pour réussir dans la vente de travertin, il est essentiel de bien connaître le marché cible ; chaque segment entrepreneurs, constructeurs de logements collectifs, architectes d'intérieur et petits acheteurs a des besoins et priorités différents.

● Auteur: Dariusch Seybani, Responsable du travertin au Nigeria Arad Branding.



# Changement de cap Renaissance



Pendant des années, j'ai travaillé dans le secteur de la coiffure à Chiraz et j'ai obtenu plusieurs succès : être élu coiffeur exemplaire de la province, recevoir le prix des Ciseaux d'Or, siéger au comité de surveillance du secteur, et ouvrir mon propre salon. Mes revenus étaient satisfaisants, mais je ressentais toujours une certaine stagnation et fatigue, car le capital le plus précieux de ce métier est le corps humain, qui s'use inévitablement avec le temps. Alors que moi et mon entourage hésitions à franchir le pas vers le commerce, ma rencontre avec Arad Branding a marqué un tournant dans ma vie et changé ma vision de l'avenir. Au début, j'avais des doutes sur cette organisation, mais après avoir assisté à un séminaire Arad à Chiraz et discuté avec des cadres supérieurs, en particulier l'ingénieur Šeibani, j'ai compris qu'il s'agissait d'une structure ciblée, scientifique et organisée. Cette structure offrait une base solide pour une véritable croissance économique et un développement personnel. À Auteurtir de ce moment, j'ai mis de côté mes préjugés passés et décidé de suivre les stratégies établies. Ce choix m'a apporté des gains importants. Aujourd'hui, je travaille dans le commerce international, signe des contrats d'exportation et atteins des succès que je n'avais auparavant imaginés. Outre mes réussites économiques, ma vie familiale a également changé : mon environnement s'est enrichi sur le plan éducatif, culturel et spirituel, et j'ai trouvé une paix intérieure que même un revenu élevé ne m'avait jamais apportée. Ce Auteurcours a été le début d'une transformation durable dans ma vie professionnelle et personnelle.

● Auteur : Said Zare, Directeur des équipements agricoles au Zimbabwe Arad Branding.

## Interaction efficace

### Environnement virtuel

#### Commerçant professionnel, révélateur des réalités du métier

Dans le monde concurrentiel d'aujourd'hui, le professionnalisme d'un commerçant ne se limite pas à posséder de gros contrats et des produits de qualité ; la manière dont il présente ses activités et communique avec sa cible est également un élément clé pour gagner la confiance du marché. Les experts soulignent qu'un commerçant qui Auteurtage quotidiennement des preuves concrètes de ses activités réelles, plutôt que des contenus répétitifs, des nouvelles hors sujet ou des messages ordinaires, renforce son image professionnelle. Selon les spécialistes du marketing, la transAuteurence et la présentation régulière de processus commerciaux organisés et ciblés ne se contentent pas d'augmenter la visibilité du commerçant, mais jouent aussi un rôle important pour accroître les ventes et développer les relations commerciales.

● Auteur : Küster Rahimi, Éditeur média Arad Branding.



**Celui qui est visible vend il ?**

Arad Branding Ticarethane Adresi: Shp.AradBranding.com

## Vente réussie : l'art d'interagir avec sourire et confiance

Dans le monde concurrentiel d'aujourd'hui, une vente réussie repose sur une communication efficace et une interaction sincère avec le client. L'un des principes clés est de prendre plaisir au processus et d'offrir une expérience positive. Lorsque le vendeur approche avec énergie, respect et sourire, cela inspire confiance et intérêt ; cette impression favorise des ventes durables et des relations à long terme. Le client ressent la sincérité et le sentiment de sécurité transmis par le vendeur. La vente ne se limite pas à livrer un produit, c'est aussi l'art de créer un lien, comprendre les besoins et offrir des solutions.

● Auteur: Hosheng Lotfi, Commerçant en matériaux de construction Arad Branding.



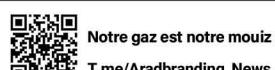
### Marque leader

#### Un chemin du désert aux marchés mondiaux

La route du commerce n'est jamais droite. Virages, fluctuations du marché et décisions déterminantes font Auteurtie intégrante de ce chemin ; j'ai vécu ce processus de près. Un produit cultivé au cœur du désert a besoin d'une connaissance approfondie et d'une stratégie intelligente pour atteindre les grands marchés. Ma collaboration avec Arad Branding a été un tournant dans ce Auteurcours Arad n'est pas seulement un conseiller, c'est un véritable compagnon de route ; avec sa vision professionnelle, sa planification rigoureuse et son système efficace, il donne au commerçant la force de briller. Le jujube est un petit produit, mais avec un grand potentiel. Aujourd'hui, je le présente fièrement sur les marchés intérieurs et internationaux, car j'ai appris, grâce à la bonne information et à l'expérience, qu'aucun chemin n'est impossible. Chez Arad, nous avons compris que le commerce ne se limite pas à l'achat et la vente, mais consiste aussi à construire un avenir lumineux. C'est pourquoi le succès commence ici, avec le savoir, la détermination et le bon choix de voie. Faire face aux défis du commerce m'a rendu non seulement un commerçant plus fort, mais aussi une personne plus résiliente.

● Auteur : Fatemeh Khosravi, Commerçante de jujubes chez Arad Branding.

Ingénieur Gorbani : Un négociateur accompli visualise le résultat avant la réunion. Celui qui sait harmoniser émotions, logique et intérêts l'emporte sur tous les marchés et dans toutes les cultures.



# Salon des marchés émergents intelligents

Innovation iranienne



## Transformation économique

Avec environ 4 millions d'étudiants universitaires, il est possible de tirer parti du potentiel fondamental d'une transformation profonde dans l'avenir scientifique du pays pour le développement économique. Selon les organisateurs, une population instruite peut jeter les bases d'une transformation profonde dans l'emploi, la production et le commerce à venir. Ce processus, en se concentrant sur l'éducation, le développement des compétences et l'entrée pratique des jeunes dans le commerce, empêche le gaspillage des talents universitaires.

■ Auteur: Shahrzad Riazbehani, Directrice des pilotes de construction à Oman Arad Branding.

Négociation d'exportation



## La clé du succès en exportation

La négociation est le cœur battant d'une exportation réussie et le facteur clé qui transforme les opportunités internationales en collaborations durables et rentables. Ce n'est pas seulement une question de négocier les prix; c'est un processus stratégique pour définir clairement les conditions. Sans compétences professionnelles en négociation, même les meilleurs produits rencontrent des difficultés sur les marchés internationaux; attirer et retenir les clients étrangers peut devenir une tâche extrêmement ardue.

■ Auteur: Alisaneh Seyed, commerçante de pâtes Mahmoud, Arad Branding.



Le Sénégal, avec une population d'environ 18 millions d'habitants et le port stratégique de Dakar, est considéré comme un pays clé en Afrique de l'Ouest. Il constitue une porte d'entrée importante pour les exportations vers des pays voisins tels que le Mali, la Guinée, la Gambie et la Côte d'Ivoire. Malgré sa stabilité politique, le Sénégal reste largement dépendant des importations. Cela crée des opportunités significatives pour les produits iraniens tels que les dattes, le safran, les engrangements chimiques, les outils manuels, les chaussures et les sandales. Le partage transparent de l'information et la structure démographique font partie des facteurs déterminants dans les décisions d'achat. Bien que des pays comme la Chine, l'Inde, la Turquie et le Maroc aient déjà trouvé leur place sur ce marché par voie maritime, les marques iraniennes y sont encore peu connues. Dans ce contexte, Arad Branding joue un rôle crucial en fournitissant du contenu, des formations et des plateformes commerciales pour aider les commerçants iraniens à pénétrer les marchés mondiaux. La présence de profils d'entreprises sur des sites Web, ainsi que la fourniture d'informations précises sur les prix et les produits, sont des éléments clés pour réussir l'entrée sur ce marché. Le Sénégal représente non seulement une nouvelle destination d'exportation pour l'Iran, mais aussi une réelle opportunité de renforcer une marque nationale dans une région densément peuplée et en plein essor.

■ Auteur: Ibtihal Aslam, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Directeur général



## La clé du succès dans le commerce et l'exportation

Lors d'une des sessions spécialisées du groupe Arad, la Professeure Tala a souligné l'importance de trois principes fondamentaux. Selon elle, le succès à l'exportation ne repose pas uniquement sur la qualité du produit; la présentation du produit, la manière de communiquer et l'approche sur le marché sont tout aussi essentiels. Elle a également attiré l'attention sur la nécessité d'une pensée systématique, de la capacité à analyser les données du marché et de suivre les communications internationales. Une négociation réussie est le point de départ d'une exportation professionnelle.

■ Auteur: Mohammad Mahdi Zarei, conseiller commercial chez Arad Branding.

Professeur Taher: Un commerce réussi repose sur le capital et une vision stratégique. Notre objectif est de former des commerçants bâtonniers, pas seulement analystes.

Bizim gizemiz münitz: [www.AradBranding.com](https://www.AradBranding.com)

İş Birliği Başlangıç: [www.AradBranding.com](https://www.AradBranding.com)

# Santsal bir ziaret halndelan birdlog



Lors d'un événement sincère et significatif, M. Seyed Javad Taheri, écrivain, réalisateur et acteur expérimenté du cinéma et de la télévision iranienne, a visité le siège d'Arad Branding. Cette visite visait à mieux connaître les activités du groupe. Le Directeur Général d'Arad Branding, l'ingénieur Ghorbani, était également présent. Lors de cette rencontre, les deux parties ont échangé des idées sur le rôle des médias dans la promotion de la culture commerciale moderne et sur la manière d'exploiter les capacités culturelles et artistiques pour une meilleure promotion internationale des produits iraniens. M. Taheri a salué la structure d'Arad Branding et ses idées innovantes soutenant l'entrepreneuriat, exprimant

sa volonté de collaborer à la création de contenus culturels et commerciaux. Cette rencontre reflète le rapprochement croissant entre les domaines de la culture et de l'économie, ainsi que l'utilisation des médias pour raconter les succès des commerçants iraniens à travers des formats artistiques. La visite a également été chaleureusement accueillie par l'ingénieur Ghorbani. Arad Branding considère cette collaboration comme une étape importante vers l'intégration de la narration artistique et du développement économique national, renforçant aussi son rôle dans l'autonomisation économique des jeunes Iraniens.

• Auteur:Ali Rashidi, mentor en exportation chez Arad Branding.

## Départ intelligent



**Commerce pour un développement global**  
Le début de chaque chemin s'accompagne toujours de difficultés ; celles-ci ne proviennent généralement pas de la complexité de la route, mais des doutes et inquiétudes mentales de la personne. Cependant, une fois le premier pas franchi, le chemin commence lentement à se révéler, et la foi se renforce avec l'action. Même si des erreurs surviennent, le processus devient beaucoup plus solide. Le début n'est pas seulement un pas ; c'est un point de départ vers la construction d'un avenir brillant.

• Auteur:Yousef Heydari Kuru, Responsable de production de pêches, Téhéran, Arad Branding.

## Commerce moderne

### Transformation de l'approche export de l'Iran

Autrefois, le commerce se limitait à un simple échange de biens et de services. Aujourd'hui, ce concept a largement évolué. Dans un monde compétitif, seule la qualité ne suffit plus ; il faut instaurer la confiance, préserver la réputation et agir avec sagesse. La création de marchés internationaux nécessite un canal de communication efficace. Aujourd'hui, tout producteur qui valorise sa marque sera le puissant exportateur de demain. Et ce voyage commence par une vision à long terme.

• Auteur:Yousef Sarafraz Kuru, Commerçant de figues, Arad Branding.



## Production locale



**La production locale fonde l'économie durable**  
Autrefois, le commerce se limitait à une notion simple, mais aujourd'hui, cette compréhension a considérablement évolué. La qualité seule ne suffit plus pour réussir. Il est essentiel de bâtir la confiance, préserver la réputation, utiliser intelligemment les outils numériques et s'appuyer sur des stratégies de marketing modernes. Pour exporter avec succès, il faut créer une marque forte, adopter un emballage de qualité et établir une communication efficace afin d'assurer une présence durable sur les marchés internationaux. N'oublions pas que devenir un grand exportateur de demain commence par une vision à long terme dès aujourd'hui.

• Auteur:Fatemeh Alimardani, Superviseure des tuyaux blindés de Fars, Arad Branding.

# Avec un soutien solide les obstacles s'effacent



Entretien avec Masoumeh Ghasem

**Le rôle des conseils d'administration des provinces dans l'avancement du commerce Aradi**

Chez Arad Branding, aucun commerçant ne doit rester en retrait de la communication. Avec un bon accompagnement, personne n'est seul. Ce n'est pas un simple slogan, c'est une réalité que j'ai vécue en tant que membre du conseil d'administration. Dans cette structure, nous sommes aux côtés du commerçant

: pour planifier correctement, choisir le bon produit, conclure les contrats, mener des négociations efficaces, assurer des expéditions sans problème et garantir des transferts d'argent fiables à l'international. Nous avons aussi la responsabilité de soutenir les autres commerçants. Notre objectif est clair : aucun commerçant

d'Arad ne reste derrière. Nous adaptons nos plans aux conditions, capacités et objectifs de chacun. Il n'est pas nécessaire de tout savoir pour commencer ; il suffit de vouloir avancer, et nous serons présents à chaque étape. • Auteur: Masoumeh Ghasemi, Commerçante de sel Arad Branding.

## Commerce authentique

### Saveurs authentiques, succès garanti

Le biscuit traditionnel de Hamedan, enraciné dans cette ville, avec son arôme et goût uniques, occupe une place spéciale dans le cœur des habitants. Promouvoir cette douceur est une étape efficace pour préserver les saveurs locales et encourager l'exportation des aliments authentiques. C'est aussi une opportunité précieuse pour révéler le potentiel caché de Hamedan sur les marchés nationaux et internationaux. Aujourd'hui, grâce à la puissance du branding et à l'emballage moderne, ce gâteau traditionnel avance vers une ouverture sur les marchés régionaux, alliant l'héritage d'hier aux opportunités de demain.

• Auteur: Mostafa Yaghoubi, Directeur de production du pain Akbar Komaj, Hamedan, Arad Branding.



Ingénieur Shabani : L'exportation durable exige une stratégie claire et une bonne connaissance du marché, pas seulement le prix. Il faut maîtriser le marché mondial.

## Croissance durable



### Durabilité dans la mode féminine

Le commerce du prêt à porter féminin exige une compréhension approfondie des goûts variés et des attentes culturelles des clientes. L'essentiel n'est pas seulement la créativité du design, mais aussi le respect des normes de production. Car le vêtement dépasse le simple produit : il fait partie de l'identité et de la confiance en soi des femmes. Pour développer cette activité commerciale, une connaissance solide du marché et de ses besoins est indispensable.

• Auteur: Mazaher Parsa, Commerçant en prêt à porter féminin, Arad Branding.

## Confiance

### Le progrès vient de la collaboration

Le commerce est l'art de créer des liens et des collaborations ; il reflète le progrès et le chemin vers le succès. Dans le monde complexe d'aujourd'hui, les entreprises doivent offrir bien plus que des produits de qualité : elles doivent aussi créer un espace d'échange efficace, reflétant clairement les attentes des clients. Nous travaillons à faciliter cette communication et à construire un marché génératrice d'opportunités durables, jouant ainsi un rôle clé dans la transformation du marché en source pérenne de croissance.

• Auteur: Vahid Nassehi, Directeur de production, Isfahanba, Arad Branding.



# Différence efficace

## rencontre transformatrice



### Visite

L'ancien porte-parole de l'Organisation de l'énergie atomique et le représentant de l'organisation à Vienne visitent les bureaux

### Arad Branding

Lors de cette rencontre, le Dr Seyed Khalil Mousavi a exprimé sa satisfaction quant au rôle d'Arad Branding dans la facilitation des processus d'exportation et le renforcement du réseau des commerçants iraniens. Soulignant la nécessité de la digitalisation des voies du commerce extérieur, il a réaffirmé son soutien aux efforts d'Arad Branding dans le développement des exportations et des marchés. Cette réunion, tenue dans une atmosphère chaleureuse et professionnelle, a permis d'analyser les défis et opportunités de l'exportation depuis l'Iran, avec un engagement à élargir la coopération stratégique en finance, logistique et négociations internationales. Le Dr Mousavi a également salué la vision d'Arad Branding centrée sur une économie populaire et la formation des commerçants. Il a souligné que la présence d'experts dans le tissu commercial du pays est clé pour surmonter de nombreux défis économiques, et que la synergie entre institutions académiques et structures commerciales est cruciale pour le développement des exportations non pétrolières.

• Auteur: Javad Ghasemi, Secrétaire général de la Commission Arad Branding.

#### Innovation continue

1

#### Qualité et innovation : chemin vers la croissance du marché

Dans le développement du marché des équipements médicaux, l'amélioration constante de la qualité des produits est primordiale. Travailler avec des fabricants qualifiés et suivre attentivement les besoins des clients sont les principes fondamentaux de nos activités. Un soutien complet, un service après-vente professionnel et des mesures visant à maximiser la satisfaction client font partie de nos principales stratégies. Sans dévier des normes internationales, chaque nouveau besoin représente une opportunité de progrès.

• Auteur: Elham Fallah, Commerçante en équipements médicaux, Arad Branding.



#### Uygulama

2

#### La communication efficace est la rampe de lancement du commerce

Dans le commerce actuel, la croissance repose sur une communication efficace et une forte visibilité. La section « Dory » de l'application Arad Branding permet de connecter des centaines de commerçants iraniens et étrangers, de présenter vos produits et de créer de véritables opportunités de collaboration. Chaque nouveau contact ouvre des portes aux ventes et contribue à l'expansion du marché. En augmentant votre visibilité dans le domaine numérique, vous rejoignez ceux qui passent à l'action au lieu d'attendre.

• Auteur: Kowsar Rahimi, Éditeur média, Arad Branding.



**Vous êtes l'initiateur,  
N'attends pas.**

Adresse d'Arad Branding : Shp.AradBranding.

#### Capital durable

3

#### La base du commerce est la confiance

Le commerce ne se limite pas à l'échange de biens ; il est aussi un transfert de culture, de confiance et de valeurs humaines. Une transaction commerciale prend tout son sens lorsqu'elle devient un pont durable entre les peuples et les nations. Le commerce doit reposer sur la confiance mutuelle et le bénéfice commun, permettant ainsi non seulement un gain économique, mais aussi une croissance sociale. À mesure que le commerce s'étend, les frontières s'estompent et de nouvelles opportunités naissent pour tous, pouvant façonner le développement d'une société. C'est pourquoi nous considérons la transparence, la loyauté dans les engagements et une communication efficace comme les atouts les plus précieux qu'un commerçant doit posséder dans le monde d'aujourd'hui.

• Auteur: Mansour Akhvat Golestan, Responsable de production de gâteaux et biscuits, Arad Branding.



## Transformation personnelle

### Innovationiraní

1



#### Une innovation révolutionnaire

Les dispositifs domestiques courants de purification de l'eau, au lieu de simplement conserver, offrent désormais une solution totalement innovante grâce à un design iranien original, permettant une purification sans aucun gaspillage. Le modèle Kavir est le fruit des efforts d'un inventeur iranien engagé, qui a réussi à produire une eau saine et efficace. Ce système ne se contente pas de corriger les défauts de l'eau, il incarne également la responsabilité des Iraniens envers leur avenir. Soutenir ce type de réussite, c'est investir dans un futur durable et sain pour les générations à venir.

• Auteur: Babak Nazari, commerçant de purificateurs d'eau chez Arad Branding.

### Efficacité durable

2



#### Un chemin vers la croissance

La productivité signifie l'utilisation optimale des ressources pour atteindre le meilleur résultat possible. Dans le domaine des affaires, ce concept contribue à améliorer la productivité et à optimiser les processus. Améliorer la productivité ne stimule pas seulement la croissance économique, mais permet aussi d'activer le potentiel caché et d'atteindre un avantage compétitif durable. En définitive, la productivité est le moteur du progrès dans une organisation ou une société.

• Auteur : Behnam Amiri, Directeur du Sucre Cande aux Émirats Arabes Unis, Arad Branding.



Pendant plus de vingt-trois ans, j'ai travaillé dans le domaine de l'éducation, occupant des postes de gestion et d'exécution, avec un focus sur les questions culturelles et formatives. Cependant, après deux décennies de service dans ce secteur, je suis arrivé à un point où continuer dans la même voie ne correspondait plus à mes aspirations ni à mon potentiel intérieur. J'ai décidé d'opérer un changement fondamental dans mon mode de vie et ma carrière professionnelle. Depuis juin 2023, j'ai rejoint Arad Branding depuis la ville de Chabahar, située à l'extrême sud de l'Iran, avec un indice commercial de sept. Après avoir complété les formations du groupe, j'ai élevé mon niveau, mis à jour mon dossier professionnel, et en octobre 2024, je me suis installé dans une région difficile et challengeante. Cette démarche visait à croître et atteindre de nouveaux objectifs, et aujourd'hui, les produits... Actuellement, j'ai mené des négociations efficaces, à la fois en présentiel et en virtuel, avec plusieurs représentants étrangers, et un des contrats est en phase finale d'accord. Le processus de développement du marché progresse sérieusement, et j'entrevois un avenir prometteur sur cette voie. Sans aucun doute, mon expérience de nombreuses années dans le secteur éducatif a significativement influencé mes succès commerciaux.

• Auteur : Mohsen Jahantigh, Superviseur de détergent en poudre à Qom, Arad Branding.

### Directeur exécutif

3

#### Générer la confiance est une condition préalable à la vente



Parfois, une seule réunion suffit à changer à jamais notre perspective sur le commerce. Lors d'une des sessions spécialisées du groupe Arad Branding, le maître Vahid, directeur stratégique à succès, a parlé de la négociation, de la vente et de l'exportation. Selon lui, la négociation n'est pas une compétition, mais écouter avant de parler, non pas pour répondre, mais pour comprendre précisément l'autre. En réalité, concernant la vente, il a souligné qu'on n'est pas seulement un distributeur de produits, mais un transmetteur de confiance et un créateur de valeur.

• Auteur : Fereshteh Momen, membre de l'équipe d'approvisionnement d'Arad Branding.

Ingénieur Shabani : Le commerce signifie identifier un besoin, tracer un chemin et créer de la valeur pour les autres. Chez Arad Branding, nous croyons que tout commerçant réussi.

Bizim gazemiz muimiz  
T.me/Aradbranding\_News

İş Birliği Başlangıcı  
Wa.me/989190808088

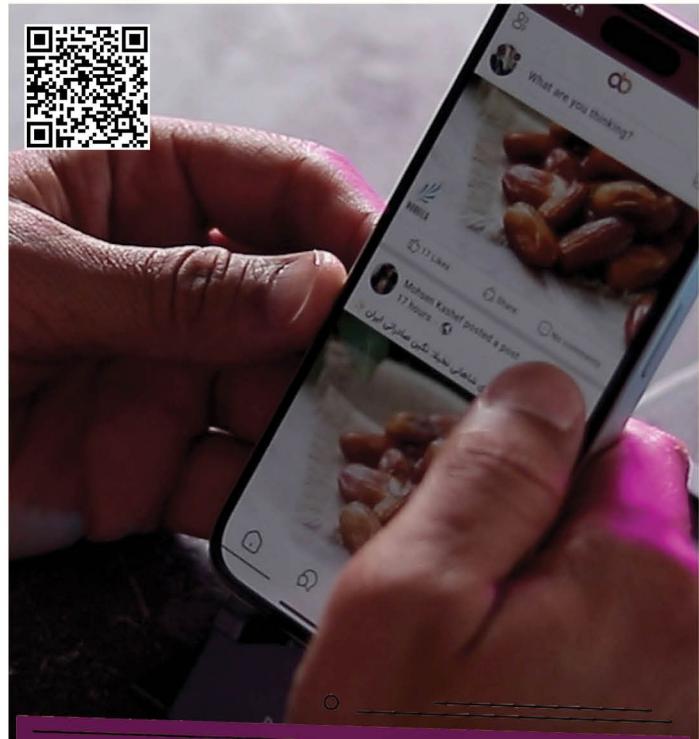
Jusqu'à il y a quelques années, accéder aux marchés mondiaux nécessitait de parcourir des chemins coûteux et complexes : acheter des billets d'avion, remplir des valises d'échantillons de produits, coordonner avec des intermédiaires, participer à des salons internationaux, et consacrer beaucoup de temps et de capital. Avec la digitalisation, le commerce a également radicalement changé ; aujourd'hui, un simple smartphone suffit pour ouvrir son propre bureau de commerce mondial. L'application Arad Branding est une réponse précise à cette transformation. Cet outil n'est pas seulement un canal de communication entre le producteur iranien et l'acheteur étranger, mais, contrairement aux modèles traditionnels, l'utilisateur de cette application négocie directement avec de vrais acheteurs, sans avoir besoin d'intermédiaires, avec la possibilité d'envoyer des messages directs, de proposer des prix, de décrire les caractéristiques du produit et de recevoir un retour immédiat. Sur cette plateforme, commerçants, fournisseurs, représentants commerciaux et même clients étrangers sont présents simultanément, ce qui crée une interaction dynamique et un environnement transparent pour le commerce. Grâce à

son design convivial, l'application Arad a rendu possible que même une personne sans expérience préalable puisse devenir exportatrice et entrer dans le domaine du commerce international. Cette application est particulièrement précieuse dans la conjoncture actuelle où les entrepreneurs peuvent réellement s'impliquer dans l'exportation. Arad Branding n'est pas seulement une application ; c'est une feuille de route pour surmonter les barrières traditionnelles du commerce. Avec des contacts directs et réels avec des étrangers, cet outil redéfinit le concept d'exportation. Pas besoin de salon international, de brochures imprimées ou de contacts à l'étranger pour commencer. Avec Arad Branding, le commerce mondial commence aujourd'hui : lancez votre marketing, trouvez des clients, présentez votre produit et démarrez vos exportations. Le commerce international n'est plus un rêve ; c'est désormais une opportunité accessible. Cette application n'est pas seulement un outil technologique, mais un pont stratégique entre la production nationale et les marchés internationaux ; un pont qui facilite l'exportation pour tous.

● Auteur : Zahra Ebrahimi Panah, Département Technique d'Arad Branding.

## Bureau du commerce mondial

# Touchez le commerce



**LE BUREAU DU COMMERCE MONDIAL**

**EST ENTRE TES MAINS.**

### Croissance globale



#### La almena, joyau doré de la nature

Avec l'intérêt mondial croissant, l'amande occupe une place d'exception au sommet des choix. La popularité grandissante des produits dérivés tels que le lait, le beurre et les snacks à base d'amande témoigne de sa position irremplaçable. Nous croyons fermement que le moment est venu de briller sur les marchés internationaux. En mettant l'accent sur un emballage professionnel et la narration de son origine iranienne authentique, nous pouvons transformer ce trésor naturel en une opportunité durable pour l'économie non pétrolière du pays.

● Auteur : Kianoush Rostami, Directeur de l'amande Mamra en Inde, Arad Branding.

### Oportunidad de exportación

#### Opportunités d'exportation de produits

L'industrie des produits de repos, faisant partie du secteur textile, comprend des articles tels que couvertures, draps, oreillers, matelas, édredons et serviettes, qui ne répondent pas seulement à la demande du marché intérieur, mais possèdent également un fort potentiel d'exportation. Un produit clé de la province de l'Azerbaïdjan oriental bénéficie de son infrastructure productive. La proximité géographique avec les pays destinataires d'Asie centrale a ouvert de vastes opportunités.

● Auteur : Sepideh Hagh Saresht, Directrice des couvertures aux Émirats, Arad Branding.



### Pont commercial



#### Commerce : pont du développement

Commerce : un puissant pont vers le développement global. Le commerce agit comme un pont solide reliant économies, cultures et opportunités entre les pays. Ce pont permet aux personnes et aux services de circuler à l'international, bénéficiant ainsi de marchés et de ressources diversifiés. Au-delà de stimuler la croissance économique, le commerce favorise le développement de nouvelles compétences et renforce les sociétés, créant ainsi de nouvelles opportunités pour les individus comme pour les entreprises.

● Auteur : Mostafa Abbasi, Directeur de l'huile moteur au Pakistan, Arad Branding.

# De l'herboristerie au commerce savoir suffisant



En découvrant cette histoire, mon esprit est resté captivé malgré lui. Un homme avec des années d'expérience en médecine traditionnelle, doté d'une profonde connaissance des plantes médicinales et de leurs propriétés, est souvent perçu simplement comme un vendeur. Bien que ses clients lui fassent plus confiance que certains médecins, il ne se considère pas encore digne de cette confiance. Il connaît bien le

produit et comprend les besoins du marché, mais ce qui lui manque n'est pas seulement du capital, mais un guide, un chemin et la confiance en soi. Il connaît une partie du parcours, et en s'associant avec quelqu'un qui comprend le marché et sait comment avancer, pourraient emprunter cette même voie dans le monde du commerce. Le véritable obstacle n'est pas le manque de

ressources, mais une vision claire de ses propres capacités. Cet homme a pesé et vendu pendant des années, mais n'a jamais pensé à sa propre valeur et à son poids. Il est maintenant temps de mettre en mouvement non seulement le produit, mais aussi lui-même ; de se présenter au marché global.

• Auteur : Hamidreza Hashemi, conseiller commercial chez Arad Branding.

## Audace économique

### Architecture du futur du commerce

Dans le monde en constante évolution du commerce actuel, seuls triomphent ceux qui, avec innovation et audace, pensent au-delà des schémas répétitifs et bâtissent l'avenir de leurs propres mains. Le commerçant visionnaire n'attend pas les opportunités ; il les crée. Il n'est pas un imitateur, mais un créateur de trajectoires. Chez Arad Branding, nous n'exportons pas seulement des produits ; nous sommes les architectes du commerce. Nous ne craignons pas le risque et ne cherchons pas d'excuses. Le moment d'agir, c'est maintenant : plaçons le nom de l'Iran au sommet du commerce mondial par des actions intelligentes.

• Auteur : Amir Azimzadeh, Directeur de l'acier russe Arad Branding.



Professeur Vahid : L'exportation signifie franchir les frontières géographiques en s'appuyant sur les avantages compétitifs. Le commerce, lorsqu'il est présenté correctement,

## Exportation artística



### Connexion de l'art iranien avec

Ces dernières années, l'artisanat iranien a de nouveau attiré l'attention des marchés étrangers, en particulier ceux des pays du Golfe Persique. La combinaison de l'art traditionnel avec des designs modernes dans des décos murales attrayantes pour les marchés internationaux, l'utilisation d'un emballage professionnel et la préservation de l'authenticité culturelle sont des facteurs clés de réussite dans l'exportation de ces produits. Cela contribue à la diffusion de l'art iranien et au renforcement de l'économie des artisans.

• Auteur : Bijan Pourtaghi, Superviseur de l'artisanat de Guilan, Arad Branding.

## Marque iranienne

### Safran iranien : symbole d'identité

Arad Branding, une entreprise leader dans le domaine de la création de marque et du développement des exportations, opère dans le but d'autonomiser les producteurs iraniens et de les connecter aux marchés internationaux. Cette société, s'appuyant sur le marketing digital et l'analyse, permet aux producteurs d'accéder directement aux acheteurs internationaux et de consolider leurs positions. Dans ce contexte, le safran iranien, en tant que l'un des produits agricoles les plus emblématiques du pays, occupe une place de choix dans les exportations non pétrolières.

• Auteur : Azam Soltani, Directrice du Safran en Espagne, Arad Branding.



# Exportation ciblée

## Commerce intelligent



Lors d'une récente session spécialisée sur les stratégies de développement des exportations, l'ingénieur Shabani, président du conseil d'administration d'Arad Branding, a exposé sa vision des principes fondamentaux du commerce et du chemin vers le succès sur les marchés internationaux. Il a souligné la nécessité d'une approche scientifique et technique du commerce moderne, affirmant que : Le commerce actuel exige des prises de décision basées sur les données, de fortes compétences en communication et une compréhension approfondie des processus d'offre et de demande ; il ne suffit plus de se fier à l'expérience traditionnelle ou à la chance passagère. Selon lui, le point de départ est une compréhension profonde des besoins de l'acheteur et une préparation mentale avant l'intervention. Il a mis en avant l'importance de la vente professionnelle : la vraie vente ne consiste pas seulement à mettre en avant son avantage compétitif. Un commerçant qui se limite à souligner cet avantage est voué à l'échec dans la négociation. Forts de plusieurs années d'expérience d'Arad Branding dans le développement des exportations, l'ingénieur Shabani a affirmé que la stratégie de vente ne doit pas être occasionnelle ou symbolique ; elle doit être conçue de manière stratégique, être reproductive et s'appuyer sur une chaîne cohérente allant de la production à la livraison. Pour atteindre une croissance durable, il faut dépasser trois piliers fondamentaux.

● Auteur : Mohammad Abdollahi, Conseiller commercial chez Arad Branding.

### Commerce créatif

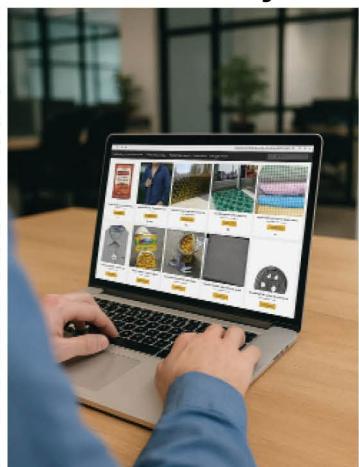
### Maison de commerce

2

## Vitrine d'honneur des commerçants

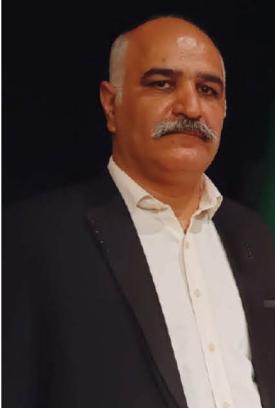
Dans la section Produits, sont présentés des articles soigneusement sélectionnés par les commerçants les plus expérimentés. Ces produits sont offerts avec des spécifications détaillées, un historique des ventes et des informations techniques claires, accessibles aux acheteurs intéressés tant nationaux qu'internationaux. Cette section a réussi à générer de la confiance dans le processus d'achat et de vente en offrant transparence et accès direct au savoir accumulé par des experts du commerce. Ce qui est exposé n'est pas seulement un objet, mais un résultat de stratégie et de sagesse commerciale.

● Auteur : Reyhane Bahrami, employée du département d'Arad Branding.



Adresse de Arad Branding : Shp.AradBranding

## Le commerçant : bâtisseur de demain



Le commerce est une danse dynamique entre l'offre et la demande ; le commerçant est un artiste qui combine la connaissance des besoins pour créer un produit ou un service. Le commerce ne se limite pas à l'échange de biens et de services, mais englobe aussi la création de valeur, la génération d'emplois et la construction d'un monde meilleur. Le commerçant avisé se concentre sur la stratégie et gravit les sommets du succès. Dans un monde où la concurrence est féroce, le véritable commerçant est celui qui ne craint pas les défis ni ne fuit le changement, mais les transforme en tremplin vers la réussite.

● Auteur : Mohsen Haj Naib, Directeur des câbles électriques en Arabie Saoudite Arad Branding.

### Croissance durable

3

## De la terre au monde ; un chemin intelligent vers

Sur le chemin du développement du commerce agricole, l'utilisation de connaissances spécialisées, la compréhension précise des marchés cibles et le soutien par des infrastructures professionnelles d'exportation sont devenus des facteurs clés de succès. Aujourd'hui, dans l'exportation de produits agricoles, ce qui importe n'est pas seulement la production, mais aussi la gestion qui va au-delà de la simple vente de produits : elle représente une transmission durable, une vision focalisée, une mise à jour constante et un progrès fondé sur l'expérience et la collaboration intelligente. Le chemin vers une exportation durable ne sera possible que grâce à une véritable synergie entre production, approvisionnement et marketing.

● Auteur : Masoumeh Shabani, supervisrice de pommes à Téhéran Arad Branding.

Ingénieur Ghorbani : Une vente réussie repose sur une confiance durable, le produit n'étant qu'la moitié du chemin, l'autre moitié dépendant de la relation client-vendeur.

 Bizim gazemiz muimiz  
T.me/Aradbranding\_News

 İş Birliği Başlangıcı  
Wa.me/989190808088



# Éxito sostenible de camino claro



## Ser comerciante global comienza

La promoción chez Arad Branding n'est ni un coût d'entrée, ni un outil destiné à attirer de nouveaux membres, mais plutôt une plateforme pour faire la publicité des produits et établir une commande spécifique, verte authentique, tout en respectant les points de vue religieuse et culturelle. C'est maintenu selon des principes éthiques et durables : un accent mis sur la qualité peut devenir un moteur puissant du commerce en Iran. L'expansion est le fruit de l'honnêteté et de la persévérance dans le travail.

■ Autor: Houshang Rahmasi supervisor des chaussures d'embarquement à Com. Arad Branding.



## ? QUELLE EST L'ACTIVITÉ DE ARAD BRANDING



## ? QUELLE EST L'ACTIVITÉ DE L'ENTREPRISE ARAD BRANDING

chez Arad Branding, une vision fluide dépasse les frontières. Grâce à des stratégies intelligentes et un regard tourné vers l'avenir, nous tracons un horizon clair pour les commerçants d'Iran et du monde entier. L'une de nos convictions fondamentales est que le succès est un cheval constant : ce n'est pas un évenement isolé, mais le résultat de décisions conscientes, de persévérance continue et du soutien d'une équipe professionnelle. Chez Arad, nous assumons un effort intarissable à un engagement envers la qualité et l'exploration de nouvelles opportunités internationales, afin de créer une plateforme solide pour la croissance, la confiance et le développement mondial. Chaque projet que nous lançons reflète la fusion entre l'expérience, l'expertise et les normes professionnelles internationales. Dans un marché mondial, il est possible de tracer une nouvelle voie dans le monde du commerce. Arad Branding n'est pas seulement une entreprise ; c'est un symbole de puissance, s'appuyant sur la connaissance et l'expérience, nous ne considérons aucune frontière comme une limite et sommes convaincus qu'aucun objectif n'est hors de portée. Dans cette voie, commercier avec Arad constitue une porte d'entrée vers les marchés internationaux et une plateforme pour une croissance durable à l'échelle mondiale.

■ Autor: Sohar Alipour, Conseillère commerciale chez Arad Branding.



## Combinaison hygiénique

Los envases desechables desuminan representan una combinación de resistencia, higiene y ahorro, convirtiéndose en una vida acelerada de hoy. Gracias a su altamente colorido y la posibilidad de sorber directamente sobre el fuego, son una opción claramente preferida para pedidos para llevar. En un contexto donde la higiene alimentaria y la reducción del tiempo de lavado son cada vez más demandadas, la producción de este tipo de envases en Irán está en constante crecimiento dentro del mercado regional.

■ Autor: Mohyar Karyghobad, Supervisora de Aluminio en Teherán, Arad Branding.



## Générer la confiance est un prérequis pour

El no habla desde detrás de un escritorio, sino desde el corazón mismo del campo del comercio. El ingeniero Ghorbani, director general de Arad Branding, en una reunión que se asemejaba más a una clase práctica que a una conferencia formal, compartió una lección clave: el éxito en la negociación no depende solo de hablar bien, sino de comprender con precisión. Un negociador exitoso es aquél que, antes de presentar su propuesta, ha comprendido completamente las necesidades de la otra parte. Recalcó que el comercio exitoso se basa, ante todo, en las relaciones humanas.

■ Autor: Reza Bigdell, experta en logística en Puebla, Arad Branding.



Número 83  
Martes  
2025/07/29  
AradBranding Página 2

# Les coçnts constrent ambasaeurs defierté

AradBranding.com

Des pays prospères tels que la Chine, le Japon et la Corée du Sud constituent des modèles exemplaires. Grâce à des millions de commerçants actifs, ils ont réussi à exporter leurs produits locaux vers les marchés internationaux et à obtenir une part significative de l'économie mondiale. Dans ces nations, être commerçant n'est pas simplement un métier : c'est un pilier fondamental de la politique de développement économique international. Aujourd'hui, ils peuvent affirmer avec fierté qu'une exportation hors pétrole. En revanche, notre pays, malgré sa population éduquée, souffre d'une grave pénurie de commerçants. Cette carence est l'une des causes principales de la baisse des importations, de la restriction des devises, du ralentissement dans diverses couches de la société. Contrairement à une idée reçue, le commerce n'est pas réservé aux importateurs ou aux grands capitaines d'industrie. Un véritable commerçant est celui qui peut positionner un produit iranien sur les marchés internationaux grâce à une

stratégie de marketing appropriée, à la génération de confiance et à l'établissement de relations solides. Être commerçant aujourd'hui ne se limite pas à échanger des biens : cela représente des revenus durables, du prestige social, des connexions internationales et un rôle central dans le développement national. Chaque commerçant a le potentiel familial et de générer des opportunités. La ligne « ingénierie des opportunités » : identifier les avantages compétitifs dans le marché et concrétiser ces atouts à grande échelle sur les marchés extérieurs. Alors que l'Iran a la capacité d'exporter vers plus d'une centaine de pays, nous devons former et soutenir un million de commerçants compétents et engagés, fiers de porter le caprice de la production nationale sur leurs échelles mondiales. Pour certains, il est indispensable de transformer notre approche commerciale internationale : nous devons nous efforcer d'être ouverts à tous les iraniens.

■ Auteur : Seyed Ahmad Tahvizi, Animatrice des médias Arad Branding.



million de commerçants !



## Une exportation santé à culture

Dans le monde trépidant d'aujourd'hui, maintenir une alimentation saine et naturelle est devenu un impératif mondial. Le cornichon naturel, en tant que produit authentique et profondément enraciné dans les traditions, favorise la digestion, renforce le système immunitaire et dépasse le simple statut d'aliment : il devient le symbole d'un mode de vie. Si l'estragon présente, conditionné et pasteurisé, ce produit peut s'imposer avec force sur les marchés mondiaux et devenir une exportation réussie à fort impact.

■ Auteur : Nafiseh Rohimi, Superviseur d'Cornichons à Hamedan, Arad Branding.

## Esporación

### Une saveur saine tradition

Au cœur de chaque foyer réside des saveurs qui perdurent et deviennent des souvenirs. Mes sucre et bonbons cristallisés (nabat) font partie de ces goûts authentiques et artisanaux : des produits sains, délicieux, préparés avec soin et patience, qui préservent la santé tout en offrant un plaisir gustatif incomparable. Des cristaux colorés aux sucre incultes avec des motifs raffinés, chaque pièce est conçue avec gout et attention. Les emballages, à la fois élégants et émotionnels, sont parfaits pour les cadeaux, les célébrations, envoi de cadeaux ou les séances de saveur saine et traditionnelle : un goût qui restera fond du cœur.



■ Auteur : Farzaneh Hosseini, Superviseur d'Arad Branding.

## Commerce



### Cinq principes pour bâtir commerce

vers le succès de tout commerçant. Le premier est de déterminer. Le deuxième : « Opérer selon Arad » - adopter une méthode éprouvée et structurée. Le troisième : « Marcher selon Arad » suivre les valeurs et stratégies efficaces. Le quatrième : « Éliminer ce qui est étranger à Arad » - supprimer la confusion et se concentrer pleinement dans une seule direction. Et enfin : « Réunir avec Arad » - travailler sur une structure cohérente pour avancer avec force et unité. Celui qui suit ces cinq principes parcourt le chemin du succès avec confiance, certitude et détermination.

■ Auteur : Mohammad Bagheri, Superviseur des Dotes Kabkab de Fars, Arad Branding.

Ingeniero Ghorbani: El éxito en la exportación comienza con una comprensión del mundo orientada a objetivos, especializada y basada en el diseño de rutas sostenibles.

Bism godmez revizzi  
Larvessabbranding\_reza

Is Birinci Baslangici  
www.merkezimodelleri.com



# Les sets du com merce trasfntalr



Le commerce, selon la vision de Maître Thalib, n'est pas simplement une activité économique ; c'est une compréhension du marché et une vision stratégique. Elle estime qu'un commerçant à succès est celui qui comprend précisément les désirs du client, qui négocie avec honnêteté et intelligence, et qui communique la valeur du produit au-delà du simple prix.

Dans sa perspective, vendre signifie être capable d'en comprendre le longue, d'analyser l'avantage d'établir une communication efficace pour connaître les préoccupations du client et d'apporter une réponse précise à ses besoins. Le succès de négociation apparaît lorsque celle-ci est fondée sur une compréhension mutuelle et sur l'application de techniques et de tactiques éprouvées. Il insiste sur l'importance de bien connaître le marché.

cible, d'en comprendre le longue, d'analyser l'avantage compétitif du produit, et de gérer les relations à long terme et non pas simplement sorties cibles. Chaque commerçant doit savoir que le chemin de la réussite passe par une adaptation intelligente aux besoins du marché. ■ Auteur : Majid Moradi, Directeur du bureau de Mashhad, Arad Branding.

## Commerce profesional

**Le choix de professionnels garantit**  
Si vous recherchez une installation rapide, résistante et durable, avec une adhérence exceptionnelle et sans glissements, même dans des conditions environnementales exigeantes, le GLR est le choix idéal. Sa grande résistance à l'humidité et à la chaleur en fait une solution parfaite pour les cuisines, salles de bain, piscines et espaces extérieurs. Le dégagement pose plus précise, rapide et propre. De plus, ce produit offre des performances fiables et professionnelles pour la ciment, le béton, la pierre et même les anciens carreaux.

■ Autrice : Darya Khorsandi, commerçante de produits chimiques pour la construction, Arad Branding.



Maestro Vahid: «Exportar significa cruzar las fronteras geográficas apoyándose en las ventajas competitivas. Cuando el comercio se presenta correctamente,

## Exportación



### Atteindre marché mondial

Hoy en día, Irán cuenta con una constela de exportaciones diversificada, que incluye productos agrícolas, industriales y manufacturados. Pese a ello, Irán posee un alto potencial a sus recursos naturales, capital humano y una diversidad industrial considerable, un crecimiento económico sostenible. Sin embargo, alcanzar este objetivo requiere una presentación adecuada de las ventajas efectiva y una comprensión profunda de las necesidades de los mercados internacionales.

■ Autora: Leila Sheikh, Directora de Cubos de Bolas Plásticos en India, Arad Branding.

## Industrie la

**Le commerce mode : entre rentabilité**  
El comercio de prendas de vestir es una de las industrias más clave y extendidas del de los países, sino que también desempeña un papel importante en la vida cotidiana de millones de personas. Desde tiendas minoristas hasta marcas de lujo y plataformas de venta en línea, el esencial del consumo global. Además de ser una fuente significativa de empleo para millones en todo el mundo, esto requiere atención y regulación responsable.

■ Autora: Azam Soltani, Supervisora de Ropa Feminina en Teherán, Arad Branding.



# De la productionnale aumrhé mn



Inicié el camino mediante la producción de contenido especializado y la atención directa a los clientes. Con el aumento progresivo de llamadas y pedidos, organice un equipo de ventas y estableció una estructura coherente. Este proceso facilitó la construcción de relaciones más la marca y la creación de una actividades comerciales. Actualmente, he logrado distribuir productos a las 32 provincias del país y a cerca de 700 ciudades. Es un gran orgullo que hoy el nombre de mi marca sea reconocido entre los actores del sector, y que se hayan consolidado redes comerciales en todo el país. El punto de entrada al campo de la exportación surgió a partir de búsquedas en idioma persa realizadas por usuarios en el extranjero. Algunos de estos contactos fueron iraníes residentes en otros países que encontraron nuestro contenido publicado en persa. Estas interacciones despertaron mi motivación para ingresar e iniciar la exportación a varios países, incluidos algunos países europeos.

■ Autora: Fatemeh Entesarí, responsable de suministros de marcas en Arad Branding.

## Négociation de

### La négociation d'exportation : peur expérimentable



Ma première négociation d'exportation a commencé avec beaucoup d'anxiété, mais cette peur s'est vite transformée. Lorsque j'ai dû parler pour la première fois avec un client étranger, j'étais inquiète. Est-ce que je parle suffisamment professionnelle ? J'ai vite compris que cette peur est chose à la plus naturelle lorsqu'on se lance dans un grand projet. Pour la surmonter, j'ai commencé à me préparer et j'ai interrogé des personnes expérimentées. Ce n'était pas parfait, mais pour moi, ce fut une grande leçon.

■ Autrice: Sawsan Poussi, Directrice de l'exportation de raisins secs au Koweït, Arad Branding.

Ingénieur Shabani : Une vente réussie ne dépend pas uniquement de la qualité du produit ; elle repose aussi sur une présentation opportune, un suivi professionnel,

## Casa comercial

### Publication trilingue : clé pour pénétrer les marchés internationaux



#### Avec un seul post

#### Prends trois marchés

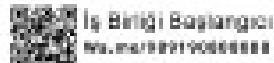
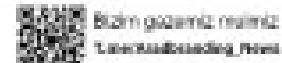
Adressa do Arad Branding : [Shop.AradBranding.com](http://Shop.AradBranding.com)

## Sabor dulce

### De la mesala salud: un condimento popular

Le cornichon au vinaigre, un condiment très apprécié sur les tables iraniennes, est bien plus qu'un simple échauffeur de goût ; il fait partie de nos souvenirs et de nos préférences, un compagnon constant dans nos repas. Sa texture croquante et sa saveur acide et sucre offrent une expérience gustative agréable. Mais le cornichon va au-delà du simple plaisir gustatif : il possède des bienfaits pour la santé souvent méconnus. La processus de fermentation naturelle en fait une riche source de probiotiques bénéfiques pour la santé digestive et la coagulation du sang. Il peut-être qu'un jour, cette saveur si particulière trouvera aussi sa place sur les tables du monde entier.

■ Auteur : Mahvash Majditar, commercante de cornichons chez Arad Branding.





Arad Branding

Numéro 82  
Lundi  
2025/07/28

Page 1

AradBranding.com

Exportation durable



## Exportation concentrée Arad Branding

Le groupe Arad Branding gère infrastructures commerciales avancées, bureaux et showrooms spécialisés, ainsi qu'un vaste réseau constitué par des producteurs professionnels, facilite le développement des exportations de concentré de thématique vers les marchés internationaux. Particularisation précoce du marché cible et de relations solides avec des fournisseurs locaux fiables, Arad joue un rôle clé dans la simplification des processus d'exportation. Les Entrées, population immigrante, forte consommation de produits alimentaires transformés.

■ Auteur: Ali Al-Habsi, commercial concentré de l'entreprise Arad Branding.



## Commerce universel

Notre cher pays, l'Iran en particulier le nord du pays est reconnu comme principale production mondiale de thé de haute qualité. Le thé iranien fait également partie des meilleures sélections d'exception, avec un fort potentiel d'exportation. Grâce à participation active dans divers projets et aux efforts collectifs commerciaux d'Arad Branding, nous avons réussi à franchir des étapes importantes vers le progrès économique. Chaque projet est un rapport d'espoir, une source d'inspiration pour construire un avenir radieux, un avenir.

■ Auteur: Dader Ghaffari, responsable des agences de Oulan Arad Branding

Carte routière  
Critère de confiance

Chez Arad Branding, la carte routière n'est pas un simple programme rhéologique ; c'est un véritable programme permettant d'établir confiance, engagement et la véritable préparation d'un entrepreneur à assumer des responsabilités plus importantes. Cela qui se démontre par mesure qu'il n'a pas encore atteint la maturité professionnelle nécessaire pour qu'un public lui faire confiance dans des projets sélectifs et collectifs. En revanche, un entrepreneur qui connaît quotidiennement le site, transmet ses rapports effectifs, reste actif sur la plateforme de communication et prend son rôle organisationnel au sérieux, prouve que sa vision du commerce dépasse les limites : elle est structurée et durable. Les projets d'Arad Branding sont basés sur des partenariats professionnels : sans entièrement régler, impossible d'atteindre des résultats le jeu de match. Chez Arad, l'entraînement consiste en une activité continue dans la maison du commerce : publication de commentaires spécialisés, échanges actifs avec les clients, consultation du site et réponses régulières. Ces tâches, bien que simples en apparence, forment les fondations essentielles de toute progression. Le logiciel Intra est la principale interface pour les échanges commerciaux avec les clients : information, les représentants, les investisseurs et les collaborateurs internes. L'adoption d'un entrepreneur sur cette plateforme Intra est un marque de préparation à affronter le monde réel du commerce international. Une présence faible sur ce système implique initialement une visibilité limitée sur le marché étranger. Les projets sont la vitrine d'Arad : la performance individuelle y impacte directement la réputation du groupe. La meilleure intégration en cours.

■ Auteur: Mehdi Noori Vila, commercial en équipement de sécurité Arad Branding.

## Directeur principal

## Les secrets de la réussite en exportation et en négociation



Lors d'une réunion où j'ai eu avec l'ingénieur Shahriari, président du conseil d'administration d'Arad Branding, il a exposé plusieurs principes fondamentaux du commerce. Tout d'abord, l'importance ne se limite pas à l'envie de marcher mais la compréhension du marché, des normes, du fonctionnement et des exigences des utilisateurs joue un rôle crucial dans sa réussite. Deuxièmement, l'importance des compétences en négociation et en expertise : un expert performant est celui qui, avec calme, comprend la culture et les habitudes, prend la décision en accord gagnant-gagnant. Il a également insisté sur le rôle majeur du négociage : professionnalisme et construction de liens solides avec l'autre.

■ Auteur: Mohammad Untesai, directeur adjoint de l'agroalimentaire Arad Branding

Motivé-Voilà ! Un commerce réussit comprend une compréhension profonde du marché et négociation professionnelle. Sur le chemin de l'exportation, chaque pas bien choisi peut devenir pont vers un grand succès.



Visitez notre site web pour en savoir plus :  
[www.aradbranding.com](http://www.aradbranding.com)



Rejoignez-nous sur Facebook :  
[AradBranding.News](https://www.facebook.com/AradBrandingNews)



# Premier contact

## Jusqu'au contrat final



# Arad Branding Trading Company

# Managers

D'abord dans le monde, une histoire est en cours, et je crois qu'Arad est le narrateur de l'une des plus belles de ces histoires; une histoire de mouvement, de confiance, et d'amour qui prendraient vie pour devenir réalité. D'innovations, d'expansion, de préservation et de construction, ont fait de ce groupe un chemin fléché. Arad n'est pas seulement un groupe commercial, mais un pont entre le réel et les marchés internationaux, un pont solide et fidèle.

du premier contact au dernier contrat, je considère le bureau de Shuyeh Iran comme le narrateur de ce flux; un lieu où les opportunités prennent forme et où les voies se déplient. Les managers d'Arad sont les pionniers des grands projets mondiaux; ceux qui négocient avec les institutions gouvernementales, les internationales et les grandes organisations, offrant des projets, contractant des contrats et orientant intelligemment la voie vers les

marchés globaux. Dans cet univers, chaque contact est l'édifice d'une histoire, et chaque réunion un pas vers la réalisation d'un rêve. Managers œuvrent des architectes qui, en dirigeant les routes et les voies, favorisent la synergie entre collaborateurs, représentants et clients étrangers. J'ai choisi de commencer par l'avenir de nos.

■ Auteur : Saba Sadeghi Da, directrice générale du bureau Shuyeh Iran Arad Branding.

### Exportation intelligente

**Nécessité de connaître le marché cible l'exportation**  
Les produits divergents sont fabriqués en différentes qualités (grades). Ces qualités sont déterminées en fonction des besoins du client, du pays de destination et des normes du marché cible. Pour assurer une bonne vente, il est essentiel de prêter attention à tous ces aspects. Dans les pays où l'enregistrement (enregistrement, dossier) est obligatoire, les démarches correspondantes doivent être effectuées afin d'éviter le stockage et le blocage des marchandises en douane. Les produits d'origine et l'hygiène sont distingués non seulement par leur qualité, mais aussi par leur diversité en poids, ce qui est défini par le taux de consommation final et continue.

■ Auteur: Zahra Rostami, directrice des produits d'organes pour Orsan Arad Branding.



Ingenieur Cherbari | La commerce et l'exportation ne se résument pas à la simple vente de produits. Ils représentent le transfert de la culture, de la qualité et des capacités nationales au monde.

### Effort intelligent



**Confiance et complémentarité, intelligent.**  
Dans notre culture, l'effort intérieur a toujours été primordial comme la route du succès; mais ce n'est qu'en associant la persévérance à la véritable confiance que l'on atteint. La confiance signifie avoir foi en la sagesse divine et trouver la paix sur le chemin. Tout comme un couple la construction d'une maison à un architecte professionnel sans se soucier des détails, devient aussi synonyme de réussite et de réalisation de notre travail au sein de l'entreprise. L'effort est nécessaire, mais pas sous une forme éprouvante et anxiogène. Il suffit d'assurer.

■ Auteur: Mahgoun Moloudi, responsable des lignes aériennes de Karr Arad Branding.

### Création d'entreprise

**Fondation culture commerciale formation**  
Celle à l'heure stratégique entre Kavyan Trading et l'Institut de langue Farsi, la première passe vers la diffusion de la culture commerciale a été renouvelée avec la publication du journal Arad Branding parmi les apprenants de langues. Cette initiative vise à promouvoir une vision commerciale dès le plus jeune âge et à familiariser la nouvelle génération aux concepts économiques. La culture est l'essence même une activité économique; c'est une culture qui doit vivre comme un mode de vie dans l'esprit des individus.

■ Auteur: Mehdi Motalebi, directeur du secteur entreprises pour les Fins Arad Branding.



Venez nous rencontrer sur notre site web : [www.aradbranding.com](http://www.aradbranding.com)



Recevez nos informations et rejoignez-nous sur [AradBrandings.Press](https://www.AradBrandings.Press)

# Structure mentale

## Commerçant professionnel



Lors de cette séance, les sujets abordés étaient pas seulement un aspect éducatif pour moi, mais étaient profondément personnels et stratégiques. Dès le début, lorsque le véritable sens du silence a été évoqué, j'ai compris silencieusement que ce n'est pas parce que je ne parle, mais qu'il s'agit d'une décision consciente de ne pas s'exprimer quand on le souhaite, ou une valeur qu'il faut reconnaître et comprendre. Ensuite, nous avons discuté du mot gratitude alors cette idée est née par uniquement l'expression verbale d'un renouvellement, mais une situation qui démontre que l'on apprécie vraiment. Si nous sommes convaincus que quelqu'un, nous devons lui rendre service; cependant, ce principe s'applique aux parents, à la famille, aux enseignants, et même au monde des affaires. À partir de la plus importante de la séance a été le moment où le thème a porté sur l'objectif final. De nous demander où précisément chacun d'entre nous souhaite arriver enfin dans sa vie. Cette question simple mais fondamentale a occupé mon regard. J'ai compris que si je ne sais pas ce que je recherche dans la vie, je ne saurai pas quelles actions poser aujourd'hui. Quand un jeune commence à parler de son rêve devenir nulle commercante, je me suis demandé où est ce que je veux vraiment arriver, puis seulement les paroles que nous prononçons.

■ Auteur: Rezaee Rahim, rédactrice chez AradBranding.

### Commerce sur

Commerce professionnel avec un soutien complet sur la exportation

chez Arad Branding, nous nous contentons pas de fournir et de vendre des produits nous connexes et gérons l'intégralité du parcours commercial, depuis l'identification du marché et chose qualité adaptée, l'enveloppe conforme nos normes, la négociation avec acheteur étranger, jusqu'à la livraison sûrement à la porte du pays de destination, croyons qu'un commerçant, à succès, doit faire, parfairement la croissance financière, acquerre également une crédibilité et une confiance clientèle; c'est précisément là que commence notre expertise. En nous appuyant sur un réseau.

■ Auteur: Saeid Soltani, directeur des ventes Maroc pour la Serie Arad Branding.



# Structure mentale

## Commerçant professionnel

### Maison du commerce

Liens dédiés: une méthode simple pour attirer des clients directs

Les commerçants actifs sur la plateforme «Tajroos» peuvent utiliser la fonction de lien dédié pour chaque publication afin d'attirer directement des clients. Il suffit de se connecter à leur tableau de bord et, dans la section (Publications publiées) de cliquer sur «voir pour voir le lien complet de la publication. En partageant ce lien sur les réseaux sociaux, dans les groupes professionnels ou en l'envoyant aux clients, un canal de communication direct et sans intermediaire avec le public est créé. Cet outil simple est un moyen efficace d'augmenter les visites et obtenir toutes les informations nécessaires en un coup d'œil.

■ Auteur: Rezaee Rahim, rédactrice chez AradBranding.



### Sans paroles Vends!

AradBranding.com Commerce et Marketing pour tous les secteurs

### Exportation sécurisée

Iran: le passage sécurisé pour les exportations régionales

Iran, grâce à sa position stratégique entre trois continents, son accès aux deux mers internationales, ses ports majeurs Bandar Abbas Chahbahar ainsi que sa proximité avec les grands marchés régionaux, possède un potentiel énorme pour devenir l'un des hubs logistiques et importants de la région. Les infrastructures de transport routier, ferroviaire et maritime du pays, si elles sont développées avec une approche intelligente, peuvent ouvrir de nouvelles voies commerciales pour l'exportation des produits iraniens vers les pays cibles. L'un des défis actuels de l'exportation est le sous-exploitation de ces infrastructures et l'absence d'une gestion intégrée de la chaîne logistique. Toutefois, avec une vision stratégique de la logistique, il sera possible de réduire les délais et les coûts d'envoi des marchandises, tout en renforçant la confiance des acheteurs.

■ Auteur: Soltana A. Alirezai, directeur des ventes et records en polyvalence pour l'activité Arad Branding.



Négociation téléphonique



**Réussir la négociation téléphonique**

La négociation téléphonique est considérée comme une méthode efficace de communication visant à parvenir à un accord entre les parties, en économiant du temps, réduisant les frais de déplacement et accélérant la prise-decision. Le succès repose sur une préparation complète, un ton professionnel et assuré, une expression claire et précise, une écoute attentive et une prise de notes rigoureuse. En tant que directeur d'entreprise, il est essentiel d'assurer que ces principes simples restent à l'œuvre dans les négociations futures et établies.

■ Auteur: Ibrahim Vahdatzadeh, Directeur de l'entreprise Arad Branding.

Exportation de légumes



**Gout d'Iran dans le monde**

Dans le cadre de l'exportation de légumes sous la marque Arad Branding, je me suis toujours efforcé de faire découvrir le saveur authentique des légumes iraniens aux marchés mondiaux avec meilleure qualité et les normes sanitaires les plus strictes. Pour moi, l'exportation ne se limite pas à l'envoi des produits, mais représente le transfert d'une partie de la culture, de la santé et de la réputation de l'Iran à l'étranger. Je crois fermement que la satisfaction client et le respect de la nature sont les piliers d'un commerce durable. Je suis heureux, au sein d'Arad Branding, d'avoir l'opportunité.

■ Auteur: Shahrekh Ahmed, Directrice des légumes sous la bannière Arad Branding.

# L'exportation commencé

## Sérénité s'est installée



### Seul le commerce peut sauver le pays

J'ai travaillé pendant des années dans différents métiers de salariés dans une banque à l'importation grâce à des stratégies de financement, et j'offre la solution d'une autre avec quelques-uns. Chacun de nos porteurs d'investissement, malheureusement mal doté en sentiment de solidarité et d'impacts réel. Parce que j'essaie toujours l'importation d'investir mon budget et mon capital dans quelque chose qui, au final, n'appartient pas à mon pays. Quand tu importes, tu fais sortir l'argent d'un pays, et quand tu es salarié, tu évolues simplement dans un cercle fermé et petit. Mais l'importation, c'est tout le contraire. L'importation signifie faire entrer des capitaux dans le pays, dynamiser la production locale, construire l'avenir, pour soi et pour les autres. J'ai compris un jour que si je voulais faire quelque chose de précis, durable et à l'échelle mondiale, je devais me lancer dans le commerce exportateur. Depuis ce moment, avec la volonté et la soutien de ma famille, nous avons commencé l'importation d'un produit que nous considérons bien, pour lequel nous avons un approvisionnement stable et un bon marché. Le choix du produit ne doit pas être trop compliqué; le point le plus important est d'avoir un fournisseur bon et digne de confiance. Quand l'imprévisibilité est assurée, la suite du chemin devient plus facile. Aujourd'hui, je peut affirmer avec certitude que le commerce est la seule voie de salut économique du pays, et que quiconque souhaite une vraie croissance, la liberté, un revenu élevé et un impact social doit embrasser cette voie. Au début, cela peut être difficile, intimidant même, mais une fois le premier pas franchi, le chemin s'ouvre peu à peu. Les relations se créent.

■ Auteur: Behrouz Hosseini, commerçant de datte Arad Branding.

Directeur principal

### Le secret du succès en commerce selon l'ingénieur Ghorbani



Ingénieur Ghorbani, l'un des cadres-experts d'Arad Branding, a partagé lors d'une réunion interne des points clés sur le commerce, la négociation et l'exportation. Selon lui, le succès en commerce repose avant tout sur la maîtrise de la négociation et la création de confiance. Il a souligné que la loyauté, persévérance et fiabilité sera toujours le premier choix du client, même dans une concurrence rude. Pour lui, l'importation signifie comprendre les différences culturelles et économiques du pays où on s'implante et s'adapter intelligemment. Il a également souligné que la continuité dans l'activité est le secret de la construction d'une marque commerciale, et que les opportunités d'exportation restent ouvertes.

■ Auteur: Mostafa Hajpour, Directeur des communications internes Arad Branding.



Dans le nouveau programme initié à Arad Branding, une opportunité en or s'offre à tous ceux qui veulent d'arriver dans le jeu de la création de richesse, de l'indépendance financière et du succès professionnel; un parcours unique nécessite ni capital initial, ni expérience préalable, ni limite d'âge ou de diplôme. Vous pouvez simplement recommander une personne à ce client commercial, recevoir une récompense en espèces de plusieurs millions de tomans, sans limites au nord et au sud, une rémunération. Cela signifie qu'à lieu de perdre du temps dans des voies incertaines et avec de faibles retours, pourriez commencer aujourd'hui gagner un revenu à chiffre complément en recommandant quelques personnes qui régulièrement mettent à progresser à commercier. Imaginez maintenant que, sur une période de dix jours, vous invitez quatre personnes de votre entourage à rejoindre ce-dit réseau de deux semaines, vous recevrez une récompense en espèces de quatre-vingt-douze millions de tomans. Ainsi, la récompense adhérante, une pression croissante, un longue attente, il suffit d'agir avec motivation et volonté. Ce programme est ouvert à tous que vous soyez retraité, au foyer, étudiant, employé, retraité ou même sans projet clair pour votre avenir. La seule condition d'entrée est la volonté.

et la décision ferme de changer de vie. Mais vous demandez peut-être ce qui se passe après la recommandation ? La réponse est simple : la personne recommandée reçoit la grande communauté des amis et bénéficiant d'Arad et bénéficie d'un soutien complet ainsi que de formations spécialisées en commerce national et international. grâce aux formations gratuites offertes par Arad Branding, elle pourra rapidement apprendre le commerce, établir des contacts avec de vrais clients locaux et étrangers, et lancer sa propre activité. Statistiques montrent que plus de 55% des participants d'Arad, après avoir rejoint ce parcours, ont connu des progrès significatifs dans leur financement, professionnelle et personnelle. Arad Branding n'est pas seulement entreprise économique, c'est aussi une structure solidaire des individus un réseau qui guide ses membres vers le succès grâce à une organisation rigoureuse, formation ciblée et soutien continu. N'oubliez pas : dans le monde d'aujourd'hui, les opportunités peuvent passer plus vite que jamais. Si vous cherchez une voie sûre, directe et lucrative, dès aujourd'hui. Commencez ce parcours et n'hésitez pas à nous renseigner, nous allons répondre à vos questions.

■ Auteur: Seyed Aliakbar Tahvali, administrateur à Arad Branding

# Récompense espèces

## Invitation commerce



**Quotidien *toman***  
**10 millions**  
**Revenu**

### Commerce durable



#### Départ intelligent, construction durable

Pour débuter un parcours professionnel dans le commerce, il ne suffit pas d'avoir un profond ou de la motivation cruellement, c'est une connaissance précise de la structure du marché, la maîtrise des techniques d'attraction des clients, une compréhension approfondie du processus d'apprentissage et de travail, ainsi que l'apprentissage des principes qui permettent de faire une entreprise durable. Ce qui n'a particulièrement marqué chez Arad Branding, ce sont les formations pratiques, les stratégies claires et l'accompagnement d'experts expérimentés.

■ Auteur: Maryam Bagheri, managing director de chantiers pour business Arad Branding

### Transformation de l'exportation

#### Export pro, sauveur de la galvanisation

Le produit est, le filtre galvanisé. Après des analyses et recherches, j'ai constaté que le commerce international de la tôle galvanisée est en déclin, et que la capacité de production de certaines entreprises a également diminué. Bien que la qualité des tôles galvanisées françaises soit élevée, leur exportation n'a malheureusement pas atteint la reconnaissance que notre pays mérite. La principale raison de ce problème est le manque de relations solides dans le commerce international. Le optimiste continue à suivre le soutien d'Arad Branding dans le domaine de l'exportation des tôles galvanisées, nous devons être très bientôt l'un des plus grands exportateurs mondiaux.

■ Auteur: Ali Salimi, Directeur galvanisé Arad Branding



### Profit durable



#### Opportunités lucratives en plasturgie

Ces dernières années, la production et la consommation de produits plastiques ont connu une croissance notable. Ce produit comprend une place particulière pour le marché des articles ménagers, de cuisine et du mobilier électroménager, grâce à leur prédictibilité, leur poids léger, leur grande variété et leur durabilité acceptable. Les ustensiles en plastique, avec des designs ergonomiques et des matières premières sanitaires, représentent une bonne alternative aux récipients traditionnels, tandis que les tables en plastique polyvalentes, résistantes à l'usure et, au soleil et à la pluie, figurent parmi les options les plus vendues pour les espaces extérieurs.

■ Auteur: Abdellah Shabani, Directeur des contenants plastiques Oman Arad Branding



# Espoirs éveillés

## Départ dici même



pensée erronée

### À propos du démarrage du commerce

Parfois, on apprend plus en voyant une simple scène qu'en écoutant une discours. Ce que j'ai vu est une grande vérité : la parure et ce n'est seulement l'absence d'argent, c'est aussi la absence d'idées, des capacités, même un diplôme, mais personne pour faire le premier pas avec toi. C'est à dire que le manque de soutien et le fait de ne pas être vu finissent plus que le manque de capital. Il y a des gens qui se couchent à mi-façade et parfois, malgré

subissent intellement de pression et d'abandon que malgré leur espoir dans les bonnes voies humaines. Ils croient là le point le plus dangereux. Un cadre où quelques-uns sont intelligents, honnêtes, mais finit par se convaincre que le bonheur n'est pas pour lui. Il croit que le commerce, la croissance ou même sa vitalité sont réservés à une classe à laquelle un siège a été attribué d'avance. Mais

pouvoir quand quelqu'un appelle tout sauf la possibilité. J'ai compris que pour beaucoup, le commerce n'est pas un rêve lointain, mais un droit réel dont ils sont privés parce qu'ils ne sont pas en mesure ou soutenus, et quand cette situation devient normale, ce n'est plus une personne qui reste en arrière.

■ Auteur: Samaneh Rajabi, Mentore en exportation Arad Branding.

#### Création de valeur

##### Commerce: confiance, pas produit

Le commerce est, en réalité, la capacité à identifier les besoins cachés, concevoir des solutions efficaces, faire la confiance entre parties et transformer des idées brutes en valeur réelle et tangible. À l'ère moderne, le succès commercial ne se résume pas à offrir un produit, mais dépend d'une expérience complète, d'une qualité durable et d'une honnêteté professionnelle. Un commerçant a succès est celui qui, grâce à une compréhension profonde du marché, établit une relation durable avec le client, répond aux besoins actuels et anticipe les attentes futures. Dans cette vision, le commerce n'est pas seulement un outil de croissance économique, mais un pont solide entre créativité, confiance et création de valeur.

■ Auteur: Ghassan Madi Yac, commerçant de détail Arad Branding.



Professeur Taha: Dans le processus d'exportation, posséder un produit qualité ne suffit pas, ce qui compte, c'est une connaissance précise du marché cible, bonne présentation du produit et la capacité

#### Commerce mondial



Iran: point tradition commerce mondial avec une histoire commerciale de plusieurs millénaires, Iran est aujourd'hui un des acteurs économiques majeurs de la région. Il a également une relation commerciale avec divers pays du monde. Des ressources naturelles abondantes comme le pétrole et le gaz sont produits industriels et miniers. Iran possède également d'importations exceptionnelles. La qualité des produits exportés, notamment dans les secteurs du bitume, de la pétrochimie, du ciment, du caoutchouc, des tapis et des fruits secs, a su gagner la confiance des marchés mondiaux.

■ Auteur: Behrooz Golipour, Directeur du bureau Irak Arad Branding.

#### Marché cible

##### Points clés choisir produit commercial

Pour entamer un parcours commercial réussi, le choix du produit adapté est essentiel. Il vous faut parfaire vos connaissances sur les capacités de votre région afin de ne pas rencontrer d'obstacles dans l'approvisionnement. Choisissez un produit qui vous passionne ou dans lequel vous avez expertise; vous apportera motivation et compréhension approfondie du marché. Il est également préférable d'opter pour un produit avec connaissance approfondie. Ensuite, si le marché est concurrentiel, de disposer d'un avantage distinctif pour faciliter la possibilité de développement.

■ Auteur: Tahereh Vaezian, Directrice des affaires publiques Arad Branding.



Arad Branding vous souhaite une bonne visite sur notre site web : [www.aradbranding.com](http://www.aradbranding.com)



Arad Branding vous souhaite une bonne visite sur notre site web : [www.aradbranding.com](http://www.aradbranding.com)

# Route commerce

## Mouvement destination



### Arad Branding un chemin vers richesse

Un regardant cette émission, ma vision du commerce a vraiment changé. Ce que le "professeur" fais a expliqué avec une sincérité chaleureuse est exactement ce que beaucoup d'entre nous négligent dans le parcours entrepreneurial. Penser que les pent simplement entrer dans un métier en espérant que tout s'arrangera tout seul est une illusion. Le professeur, avec des exemples simples comme la croisette ou le chemin sur une route, a montré que le commerce ne se limite pas à avoir un produit ou un capital, de commerce, c'est savoir sur quelle route tu es, quelles sorties il te fait, si tu es au bon endroit ou non, c'est le client, et surtout si la route sur laquelle tu te trouves mène bien à ta destination. Chez Arad, la route est clairement tracée, le chemin est lumineux, la seule condition pour réussir est de se mettre en mouvement. Heureusement en jumant bord de la route en suivant ardemment destination. Autres ont même dépassé de longues, acheté des voitures, mais sans succès, et aujourd'hui ils disent qu'ils n'ont pas eu de résultats. La réalité est que tant que tu ne te lances pas sur le terrain, que tu n'interviens pas sur le marché, que tu ne serras pas les clients, que tu ne commençeras pas, que tu ne feras pas de transactions, rien ne se passe. C'est quelque chose qu'on ne peut pas apprendre dans les formations théoriques. Il faut plonger dans l'action. Une partie très importante des paroles du professeur, qui m'a beaucoup aidé, c'est que tout tourne autour du client.

■ Auteur: Rezvan Milouzadeh, Conseillère commerciale Arad Branding

#### Application

Avec Arad, rendez vos communications internationales intelligentes Pour cultiver le succès mondial du commerce international, le premier et le plus important pas est d'établir des connexions efficaces et stratégiques. Tous les communicateurs, même les meilleures produits et services restent invisibles. L'application Arad Branding est un outil intelligent et rapide pour créer ces liens. En accordant à l'application, via la section Communications et Application Final, vous pouvez sélectionner un pays cible et créer facilement un catalogue de ses communicateurs, acheteurs représentatifs de ce pays. Il suffit, simplement et clairement, avec vos produits pour servir la poste à de véritables collaborations à l'échelle mondiale. C'est ainsi.



un pas

vers la mondialisation

Adresser la ligne d'appel Arad Branding: +989198888888

#### Marché mondial

### La clé du succès en commerce

L'objectif d'Arad est de soutenir les populations défavorisées en leur offrant l'opportunité d'accéder à des revenus en devises et à un développement social, personnel et social. Un commerce et une pose sur des objectifs clairs, une planification stratégique, des efforts constants d'apprentissage-lire des autres, à l'essentiel, le respect, le renforcement des compétences et la concentration sur le client sont les piliers essentiels de ce parcours. C'est à une évaluation continue et une planification intelligente, il est possible d'acquérir une position solide sur les marchés mondiaux. Dans un monde hautement concurrentiel.

■ Auteur: Sadiq Khoshkash, consultant de temps en polyéthylène Arad Branding



#### Produit authentique

Dattes Masafat: un joyau noir issu des palmeraies iraniennes La dattes Masafat, avec sa couleur sombre, sa texture tendre et son goût sucré et caméline, est non seulement l'une des variétés les plus raffinées en Iran, mais aussi un joyau élevant sur le marché mondial des fruits exotiques. Principalement cultivée dans la province de Kerman, notamment à Birj, elle réunit des atouts uniques: haute valeur nutritionnelle, bonne conservation et forte valeur ajoutée commerciale. Sa texture sera meilleure, celle qui a été mal élevée, en fait, une sorte de prébiotique délicieux, de fibres, de potassium et d'antioxydants. Ces caractéristiques lui ont permis de trouver une place non seulement dans l'alimentation traditionnelle, mais aussi dans les industries agroalimentaire, pharmaceutique et de la santé. Sur les marchés d'exportation, la dattes Masafat d'Iran est reconnue comme un marque de confiance et de prestige. Ce qui la distingue, ce n'est pas seulement sa qualité exceptionnelle,

■ Auteur: Ali Ghazemzadeh, consultant de dattes Arad Branding

Professeur Vahid: le commerce, doit identifier précisément les besoins du marché et répondre efficacement avec rapidité, précision et engagement. J'assiste toujours auprès de mes élèves que dans le monde.

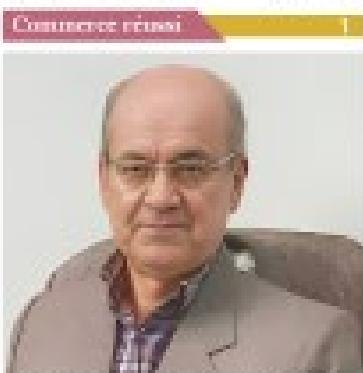


www.aradbranding.com  
+989198888888



Recevoir une consultation sur notre  
Télé: +989198888888  
Email: AradBranding.News

# Commerce tous De zéro commerçant



**Opportunité l'agriculture iranienne**  
Comptabilisant la forte demande d'Inde pour les produits agricoles iraniens, notamment les piments (l'Inde-Bulldozer), capacité d'exportation très intéressante visible aux systèmes de secteurs. L'opposition montre que l'Inde, en raison de sa population nombreuse et de la diversité de ses goûts alimentaires, constitue un marché capital pour les fabricants et transformateurs. Mettre l'accent sur l'importance du produit, un marketing approprié et le respect des normes d'exportation peut faciliter la présence dans ce marché. L'importance des provinces iraniennes vers l'Inde peut non seulement augmenter.

■ Auteur: Saeed Khurrami, Directeur Arad  
Bulldozer Inde Arad Branding.



**Un chemin qui traverse la peur**  
Au cours de tout parcours commercial, j'en suis ravi à croire que de nombreuses grandes opportunités sont cachées derrière les portes et les portes battantes. Cette phrase reflète toujours dans mon esprit pour être quelqu'un de la peur, un monde de richesse et de progrès infini. Quand j'ai décidé de me lancer dans l'aventure de la vente pour叫我卖东西, je savais que le chemin ne serait pas facile, mais j'avais foi que si j'avançais courageusement et correctement, je pourrais compléter ma partie. J'apprécie, si un résultat a été obtenu, il est le fruit de ces moments où, en fin de compte,

■ Auteur: Mohammad Arad Branding, Consultant  
de formation et stratégique Arad Branding.



Il est important de souligner que le commerce est réservé à un groupe restreint de personnes disposant d'un capital important, alors que la réussite est tout autre. En tant que membre de l'équipe d'Arad Branding, j'ai constaté que de nombreuses personnes, sans capital initial ni expérience préalable dans le commerce, ont réussi à devenir des commerçants prospères simplement en acquérant les compétences nécessaires. L'essentiel est que ces compétences peuvent s'apprendre, sans aucune limitation théorique ou limite. On peut diviser les compétences indispensables en deux grandes catégories. La première regroupe les compétences liées à la généralité du commerçant, telles que l'apparence, le comportement, la confiance en soi, les moyens intérieurs, la manière de discuter, et d'autres traits identitaires qui renforcent le prestige personnel dans les relations commerciales. La deuxième concerne les compétences techniques liées au commerce : maîtrise des techniques de négociation, connaissance du produit, compréhension des règles d'exportation et d'importation, principes du transport international, vocabulaire commercial spécialisé, et autres sujets connexes. Toutes ces compétences sont enseignables, et une personne sans connaissances préalables peut, en trois à six mois, atteindre un niveau suffisant pour démarquer son activité commerciale. La particularité d'Arad Branding est de proposer gratuitement toutes ces formations, tout aux personnes souhaitant entrer dans le commerce qu'il soit nécessaire d'améliorer leur culture économique.

■ Auteur: Uli Mohammad, Responsable des formations Arad Branding.

## Chemin du progrès

### Un avenir lumineux grâce au commerce

Le commerce n'est pas seulement un métier pour moi, c'est un chemin pour construire un avenir lumineux pour moi-même et mes enfants. Au sein d'Arad Branding, j'ai appris qu'il est possible, même sans capital initial ni aucun, d'entrer dans le commerce professionnel, de trouver des clients nationaux et internationaux, et d'atteindre ce statut que j'aurais jamais osé avoir. Arad Branding, avec sa structure intelligente, ses formations ciblées, ses infrastructures techniques et ses toutes récentes nouvelles, offre les conditions permettant à toute personne déterminée et persévérante de se lancer dans l'exportation. Dans ce parcours, j'ai non seulement connu une croissance personnelle, mais j'ai aussi compris que je peux inspirer les autres et partager mon expérience avec ceux qui souhaiteraient entrer dans le monde du commerce. Bien évidemment, ce n'est pas facile, mais avec un soutien puissant, il devient plus accessible, et Arad Branding est précisément ce soutien fiable dont beaucoup d'entre nous avons besoin. En fin de compte, l'avenir lumineux, dépend sûrement qu'il y a envie.

■ Auteur: Tahereh Soltani, Conseillère, Responsable de la couverture Soft Tech Rail à Tahereh Arad Branding.



# Visite commerciale

## Début collaboration exportation



Visite des représentants internationaux Arad Branding de l'usine de cornichons



Lors d'une visite officielle en présence de M. Hossein Ahmadi, représentant du Pakistan, et de M. Mohammad Jafar, représentant du Liban, l'équipe de produits marins Pochtar a offert l'opportunité aux délégués étrangers de découvrir de près les capacités de production, les structures organisationnelles et les compétences en matière d'exportation. Cette visite visait à examiner la capacité de production en masse, d'analyser les processus standards de fabrication et à évaluer les conditions d'exportation. Au cours de visite, des informations détaillées concernant le processus de production, le type de matières premières, les méthodes d'emballage, le système de contrôle qualité, ainsi que les indicateurs attendus sur les marchés internationaux ont été présentées de manière claire et précise. Les représentants ont posé des questions sur la capacité d'accès des marchés, les

conditions d'expédition, la durée de conservation, la validité des documents et la conformité des produits aux lois des consommateurs de leur pays. témoignent de leur soutien pour de futures collaborations. L'objectif principal de cette visite était de créer une compréhension mutuelle entre l'entreprise et les représentants étrangers afin d'établir une base de coopération durable et à long terme. Heureusement, les résultats ont été très positifs et prometteurs, laissant penser que cette interaction marque un bon départ pour une future offre de produits Pochtar sur les marchés pakistanais et libanais. Dans la continuité de ce parcours, il est essentiel que la coordination des visites similaires ne se limite pas à une simple présentation superficielle de l'entreprise.

■ Auteur: Mohammad Saberi, Consultant commercial Arad Branding

### Transformation commerciale



**Priorité au commerce, chemin le plus court**  
Shabnam et Shamsie nient pas le chemin pour devenir un entrepreneur. Dans le monde du commerce, les opportunités ne viennent pas aux personnes ingénieries, mais se créent et pour nous c'est le courage d'agir. Au sein d'Arad Branding, justaposée aux opportunités, les concurrents prennent rapidement le terrain devant les autres. Le succès de l'exportation nécessite du courage, une prise de décision rapide et une vision internationale. Des communications efficaces avec les partenaires, les conseillers commerciaux et les producteurs marins.

■ Auteur: Shabnam Rakhshani, Responsable de la division

### Exportation efficace

**Les portes ouvertes économiques Iran**  
L'importation joue un rôle crucial dans la promotion des produits étrangers et dans le renforcement de la position du pays sur la scène internationale. Avec l'ouverture des marchés étrangers, les producteurs peuvent augmenter leurs ventes et contribuer à l'essor de l'économie du pays. Ce processus conduit à une amélioration de la qualité, à une diversification des produits, et à la diffusion de la culture locale internationale à l'échelle mondiale. De plus, l'exportation offre un terrain propice à l'innovation et l'investissement étranger et au développement technologique dans les industries.

■ Auteur: Behzad Sharifi, Directeur des départs rapides pour le Urdujan Arad Branding



### Communication



#### Etablir relations durables clients d'Iran

Dans le monde du commerce moderne, la réussite ne se limite pas à la performance commerciale mais dans la capacité à maintenir et à renforcer la relation avec les clients. Des relations durablest favorisent la fidélité, les achats récurrents et transforment le client en véritable ambassadeur de la marque. Les entreprises qui écoutent les besoins et les retours de leurs clients construisent une base de confiance et de collaboration à long terme. La relation de valeur ajoutée, les services après-vente et la satisfaction des éléments essentiels pour entretenir relations. L'utilisation adéquate de communication tels que les réseaux sociaux, les newsletters et la création de contenu.

■ Auteur: Ahmad Reza Bodaghi, Responsable du service Khodro-e-spak minet de Qom Arad Branding

# Acquérir compétence

## Condition du commerce



### Une heure avec les cadres supérieurs

#### Ingénieur Shahbani

Sur le chemin de la création de richesse, toute personne qui décide de devenir entrepreneur doit comprendre que, comme toute autre profession, le commerce exige apprendre et acquérir de compétences. C'est pourquoi il faut être rigoureux dans laquelle il faut être « gars spécial » pour capitaliser pour réussir dans le commerce. La réalité est tout autre. Certes, le statut social et le niveau de prestige d'un entrepreneur sont supérieurs à nombreux autres,

professionnels, mais les compétences nécessaires pour réussir sont toutes simples et donc accessibles à tous par l'effort et la persévérance. En effet, de nombreux producteurs et investisseurs sont prêts à confier leurs produits ou leur capital à une personne compétente et professionnelle pour qu'elle les fasse prospérer pour le commerce. Pour atteindre un tel niveau de confiance, il est indispensable de développer deux catégories principales de compétences : celles liées

à la personne du commerçant : apparence, comportement, langage, personnalité, croissance personnelle, qualités et réflexes inhérents d'un professionnel du commerce. Celles liées à la pratique commerciale : connaissances des principes du commerce, techniques de négociation, compréhension des produits, réglementation douanière et logistique, règles internationales.

■ Auteur: Salar Alipour, conseiller Arad Branding.

#### Le chemin de la croissance

##### Arad Branding: von der Idee zur Markt

Entreprise Arad Branding, appuyant sur le savoir faire local et la créativité internationale, accompagne et facilite également les entreprises iraniennes dans leur croissance et la consolidation de leur position sur un marché concurrentiel. Cet objectif est atteint grâce à l'élaboration de stratégies de branding, marketing digital et études de marché, transformant ainsi les défis du marché iranien en opportunités prévisibles. Le travail d'Arad dans divers secteurs témoigne de sa capacité à fournir des solutions personnalisées.

■ Auteur: Nabiollah Eshghi, Responsable des accords de Chaharshanbeh Rachtan Arad Branding.



Ingénieur Shahbani: Dans l'entreprise, qui compte plus que le jeu, c'est l'engagement vers la qualité, la continuité des relations et la compréhension précise des besoins du moyen à marchandise marché offre.

#### Transformation commerciale



##### Saeid Shahbani: pont l'Orient l'Occident

Le saïd, longtemps appelé le royaume du pétrole, joue un rôle important dans le développement économique et la augmentation des revenus en dehors du pays. Ses nombreuses ressources pétrolières et minières, une position géographique favorable et une position d'État-membre spécialisé fait de l'Iran l'un des producteurs reconnus de ce produit dans la région. Cette exportation, en plus de générer des revenus, contribue à l'amélioration technologique, à l'emploi et au renforcement des relations commerciales internationales.

■ Auteur: Nargess Danesh, Tugra et, recours Alipour, Arad Branding.

#### Infrastructure solide

##### Safran iranien: pont l'Orient l'Occident

Le saïd, longtemps appelé le royaume du pétrole, joue un rôle important dans le développement économique et la augmentation des revenus en dehors du pays. Ses nombreuses ressources pétrolières et minières, une position géographique favorable et une position d'État-membre spécialisé fait de l'Iran l'un des producteurs reconnus de ce produit dans la région. Cette exportation, en plus de générer des revenus, contribue à l'amélioration technologique, à l'emploi et au renforcement des relations commerciales internationales.

■ Auteur: Nargess Danesh, Tugra et, recours Alipour, Arad Branding.



www.AradBranding.com  
+98 919 06 06 06 66



Arad Branding  
www.AradBranding.com

# De vent confiance Véritable exportation



Une chose essentielle au sein du groupe Arad Branding, le professeur Vahid a préparé une vision stratégique, précise et stratégique du commerce et de l'importation, une perspective incontournable pour tout acteur économique. Selon lui, le commerce ne se limite pas à la simple vente d'un produit, mais consiste à concevoir un processus clair, durable et intelligent, qui commence par la relation de base et de confiance, et se concrétise par la continuité, la planification et une connaissance approfondie du marché cible. Un point très souligné par le professeur Vahid est le rôle du silence dans les négociations. Il estime qu'un commercial ayant performé est celui qui, au lieu de parler excessivement, utilise un silence efficace et gère habilement l'espace de dialogue pour orienter l'esprit de son interlocuteur vers une décision favorable. Il a également insisté sur le fait que la véritable marque ne se constitue pas par des publicités épiphénomènes, mais dans l'esprit du client, grâce à la réputation, la consigne, la production de contenu pertinent et un sens professionnel. Pour lui, le commerce est un terrain d'action, pas un lieu d'action. Le commercial qui réussira est celui qui sait prendre des décisions, et non celui qui attend passivement des conditions idéales. Il a aussi identifié l'analyse précise des marchés cibles comme un pilier fondamental d'un commerce : préférences et normes conductrices doivent être établies, même avec les meilleurs produits.

■ Auteur: Amir Farhati, directeur de l'équipe de branding chez Arad Branding.

## Commerce partout dans le monde

### Un chemin pour progresser commerce

La déconviction du grand groupe Arad Branding et l'acquisition quotidienne de ces connaissances dans le domaine du commerce rappellent constamment que nadir une effort modest mais continu pour se faire. Le commerce des finalités modèles, en particulier des biens physiques, représente une partie importante de l'industrie mondiale. Dans ce contexte, il existe une corrélation étroite entre l'importance de l'exportation et celle de l'importation. Dans ce contexte, la société Arad Branding offre de nombreux services, ceux devant nous un chemin sûr, mais permettant une croissance et motivation, d'assurer une croissance significative dans les transactions nationales et internationales.

■ Auteur: Behnaz Kaviani, conseillante de ventes et relações internacionais Arad Branding.



## Maison du commerce

### Être plus visible grâce au partage intelligent des publications

Pour augmenter la visibilité des publications de maison de commerce, Arad Branding, la simple création de contenu ne suffit pas. La manière de le diffuser est également importante. Une méthode efficace consiste à partager le lien direct de la publication sur les réseaux sociaux. Il est préférable de placer le lien dans le premier commentaire en indiquant dans le texte les deux ou trois premiers mots du lien dans le premier commentaire car cela garantit la meilleure visibilité. Généralement, moins les liens sont courts dans les commentaires, plus la publication sera vue. Question ou une statistique intéressante et intéressante peut également augmenter l'interaction et la visibilité. Répondre aux commentaires et être actif dans les échanges, un usage efficace des hashtags, etc.

■ Auteur: Rayhaneh Falman, employée du service technique, Arad Branding.



www.aradbranding.com/maison-du-commerce.html

## Progrès durable

### Établir marché: commerce l'épanouissement innovations technologiques

Dans le contexte de la croissance et du progrès de toute société, le rôle des connaissances dans le secteur des innovations et dans l'innovation joue une place essentielle. prospective chinoise indique dans la culture qui aspire à dépasser les technologies les plus avancées. Pour maintenir les résultats, il est nécessaire de mobiliser les capacités humaines et intellectuelles, malgré dans leurs formes les plus simples. Mais ne peut rien l'impact des innovations et des innovations sur les civilisations. Avec motivation, imagination et créativité, ils peuvent passer en quelques pas un chemin de cent ans. Il suffit d'utiliser une lampe dans l'obscurité pour éclairer le chemin de tous, dans des projets innovants et ambitieux proposés pour la transformation et la croissance des entreprises est celle de l'importation des innovations, des idées et des produits technologiques à haute valeur ajoutée. High Tech un programme à long terme visant à présenter et diffuser les réalisations scientifiques et technologiques sur les marchés internationaux. Nous étendons la définition.

■ Auteur: Kianoush Rostami, directeur des ventes, Arad Branding.

# L'apprentis continu

## le secret pérennité

Les femmes commerciales



**Maryam avantages plantes médicinales**  
Iran, avec sa diversité de plantes médicinales telles que la rhubarbe, le safran sauvage, la boue noire, l'achillea, la majoraine et d'autres espèces locales, dispose d'un potentiel unique pour la production de produits bio et thérapeutiques. Ce secteur particulier de cette province offre un terrain favorable à la culture de plantes aux propriétés curatives, souvent levées à l'exportation de prévention et de soins aux régions et internationales. Maryam est produite en masse et en exploitant les opportunités disponibles. Il est possible de considérer la position d'Iran dans la chaîne d'approvisionnement.

■ Auteur: Farzad Harandi, Responsable de Nafas, Iran Arad Branding.

Commerce spécialisé



**Commerce régional produit spécifique**  
L'importance de marchés internes, caractérisée par une haute qualité et un prix compétitif, a aidé à établir une place solide sur les marchés régionaux. Ces qualités ont nécessairement stimulé la demande dans des pays comme la Turquie, mais ont également créé un terrain favorable à développer des collaborations commerciales durables avec ces voisins. Actuellement, une exportation de produit représente une opportunité croissante dans les relations économiques entre l'Iran et la Turquie. Comme aspect économique, l'exportation renforce la position d'Iran dans la valorisation de la marque nationale.

■ Auteur: Fahimeh Vali, Responsable Moushadrat Turquie Arad Branding

Emplacement du commerce

2:19 PM | www.arad-branding.com

### Emplacement de l'argent

Aujourd'hui, il existe dans un groupe où l'heure n'est pas à la guerre mondiale, mais à la paix mondiale qui, peut-être, ne trouvera souvent l'esprit, mais personne ne me les avait jamais expliqués aussi fondamentalement et clairement. Un des points importants était que l'amour de l'ennemi signifie se sacrifier pour ce travail. Cela veut dire que quand tu dis je me suis battu dans le combat, tu es toujours de ce travail, alors c'est du produit, un autre des processus de présentation. Ce n'est pas attendre que tout soit parfait pour commencer. Une simple et intéressante comparaison a été donnée: une bonne place n'est donc pas précise. On ne peut pas assister au hasard selon son goût. Certains pensent que parce qu'ils aiment certaines choses, ils peuvent agir à leur manière, mais la réalité est qu'il a su marquer et n'a pas pu. Quand il y a une nécessité et une forte volonté, il faut suivre précisément cela. Cela s'applique à la négociation, au compromis, même au jeu de la vie. Si tu aimes de faire arbitraire, tu tomberas vite. Une autre partie des documents concerne l'importance. Certaines personnes veulent des résultats rapides, comme si une bonne place sortait du four instantanément. Mais ils ne comprennent pas que la cuisson complète prend du temps. Le commerce, c'est pareil. On ne peut pas commencer aujourd'hui et avoir demain un client fidèle. Il faut de la patience, il faut être capable d'apprendre. Il faut comprendre que si tu réalises 70 % d'une chose, les 30 % restants sont encore plus précise, car ces 30 % peuvent être la cause de ton succès ou de ton échec. Un autre point important concerne notre regard sur les clients et les fournisseurs. Il a été dit de ne pas avoir une vision en noir et blanc. C'est à dire ne pas considérer tout le monde comme bon, ni tout le monde comme mauvais.

■ Auteur: Shahrokh Heidari, Responsable projets émiratis, Irétnia Arad Branding.

Marque iranienne

**Exportation: croissance pour marques iraniennes**  
Le commerce mondial est une voie porte ouverte vers des opportunités illimitées et de grandes réussites. Chaque produit répond à ses marchés internationaux représentant l'importance de la conservation d'un héritage mondial et précieux pour notre entreprise. Or, dans l'exportation, nous ne développons seulement notre marché, mais nous améliorons également la position de notre marque. Ce parcours englobe planification, production et une vision stratégique tout en ensemble: la synergie entre les producteurs locaux et le réseau d'exportation est la clé du succès sur cette voie internationale. En développant les infrastructures d'exportation et en compréhension précisément les besoins des marchés cibles, il est possible de transformer les avantages compétitifs des produits en ventes durables. La continuité dans la présentation de la marque, la robustesse dans la qualité et le suivi permanent des relations sont des piliers essentiels du succès dans le commerce mondial. Si le culte est pratiqué avec une approche scientifique et orientée vers l'exportation, il peut devenir l'un des meilleurs guides.

■ Auteur: Mojtaba Akhondzadeh, Responsable café Alborz Arad Branding



Professionnel: Tous faire l'importation, ce qui importe plus que le produit lui-même, compréhension de la destination et la connaissance précise du marché cible. Si le commerçant ne connaît pas sa destination,



Voir en version sur le site Web  
www.arad-branding.com



Recevoir toutes les actualités et nouvelles  
Tous/AradBranding\_News

# **Ne reste caché**

## **Devien visible professionnel**



À la croisée des activités sur le terrains et des observations repérées, il a été constaté que certains commerçants, même après plusieurs mois d'activité, sont toujours présentés sous une introduction dans leur entreprise sur les réseaux sociaux, où l'image professionnelle, plus ou moins descriptive de leur domaine d'expertise, indique une biographie reflétant leur position commerciale ou le produit vendu. Cette description inclut alors diverses parties de l'entreprise telles que celle à la fois d'ordre technique (un certain niveau ou succès ayant de la présérence). Or, cette visée est en contradiction avec la logique du commerce professionnel. Le commerce ne commence pas par une transaction, mais par la visibilité et la création de confiance. Une présentation précise et transparente de soi est fait des piliers de la confiance juridique. Le visiteur qui arrive sur votre page

WhatsApp ou profil d'entreprise en quelques secondes n'a un entamer une conversation ou passer son chemin. Il est instant crucial, si aucune indication de votre identité commerciale n'apparaît, la chance d'établir un contact est pratiquement perdue. Il est important de souligner que même si vous n'êtes pas encore à l'étape de l'exportation ou d'un niveau stable, vous devez malgré tout afficher une image professionnelle, un poste clair, le profond réel et notre lien avec la marque. Ainsi branding dans votre biographie. Cette simple démarche témoigne de votre sérieux, de votre organisation et de votre engagement, jouant un rôle majeur dans la confiance accordée par votre interlocuteur, clientèle et partenaires sur une structure forte.

#### ■ **Author:** Tihomir Blagojević, Correspondent on health issues, *Agence France Presse*

#### **Transformation commerciale**



#### Priorité du commerce, rôle de l'export

Le commerce a toujours été un levier majeur dans les grandes transformations mondiales, favorisant la croissance globale des pays sur plans économique, social et culturel. Pour atteindre croissance durable et un progrès durable, il est nécessaire que le commerce mondial soit équitable et de la place priorité aux pays qui occupent aujourd'hui une place de choix au sein du monde, en recouvrant depuis longtemps le commerce comme le moteur de leur développement. La croissance dans l'infrastructure mondiale, relations internationales et la chaîne d'approvisionnement mondiale.

- **Auteur:** Majid Ezzalifi. **Directeur de la postre à l'acoustique:** Anel Bourding.

#### **Communication effects**

**Succès dépend l'information-communications**  
l'heure de naître, deux choses sont essentielles : l'information et la communication. Plus informations nos communications sont solides, plus notre réussite commerciale est grande. Mez Hadid Haïm Benhaim, responsable du branding de la pâme d'Abdoulaye Aït Idrissa, je crois que les piliers principaux du marketing d'entreprise sont l'information-communication. Pour communiquer ou transmettre un message qui a du succès, une certaine place. En fait grâce à des années d'efforts pour collecter des données précises, analyser le marché et établir des liens avec nos clients.

▪ Autoren: Becht, Hirschhorn, Cossengiani, praxis-doktor, Anja Branding



#### **Production module**



## **Production-commerce: dignité économique**

La production orientée vers le commerce est une étape importante pour l'emploi national et la génération de recette pour le pays en période économique difficile, alors qu'il peut être dur de commercer pour vendre dans la richesse et le bien-être familial. D'expérimenter que le marché pour sauver l'économie passe production dont la destination est les marchés commerciaux. Si nous ne produisons que pour notre intérêt, nous n'atteindrons jamais la prospérité que nous voulons. Mais lorsque notre produit est exposé vers le commerce international, sa vraie valeur est enfin reconnue. Il est aussi source de dignité.

Author: Mohammad Sadeghian, responsible editor,  
Tehran Art Drawing.

# Commerçant silencieux

## Commerce opportunités



Tu n'as pas été vu parce que tu n'as rien fait de spécial!

Beaucoup pensent qu'ils entrent dans le commerce et en laissant une promotion, gagneront automatiquement les clients, faire du marketing et tout se déroulera de manière automatique. Mais le vrai commerce ne fonctionne pas ainsi. Le commerce, c'est une sorte de valeur active des capacités, cela signifie que vous devez monter sur scène, vous présenter, annoncer votre présence et intégrer de façon continue. Le système n'est quasiment nul, mais si

facteur ne monte pas, aucun spectacle n'aura lieu. Ils sont donc un certain nombre d'entrepreneurs, avoir une page commerciale, mais leur biographie est vide, pas de photo, aucun story publié, même aucune présentation de leur produit ou œuvre n'existe sur le site. Cela signifie un silence total, et dans le monde du commerce, le silence signifie exclusion. Google recherche des signes d'activité; quand sur le site d'Arad Branding ou sur les réseaux sociaux, il n'y a aucun

signe de votre présence, les algorithmes nous considèrent comme sans valeur. Le client, lui, cherche précisément une personne qui est présente, a mis une photo réelle, répond aux messages, et montre clairement qu'elle est active. Être visible, c'est une présence continue grâce au contenu, publier de vraies photos des environs.

■ Auteur: Hamidreza Afghili, Consultant en médias Arad Branding.

### Sous-titre pour

**Commerce avec intention, service avec but**  
Ces enseignements montrent que dans l'histoire, le commerce n'est pas seulement un moyen de gagner sa vie, mais aussi une opportunité de servir la société et de rechercher la satisfaction dans la relation interagir du commerce va bien au-delà de la simple quête de profit. Dans la culture islamique, le commerce est un outil pour instaurer la justice économique, soutenir les moyens de subsistance des autres et renforcer la solidarité sociale. Lorsqu'un commerçant entre sur le marché avec une intention sincère, il ne gagne pas seulement des bénéfices pour lui-même, mais crée également un certain plaisir à l'autre, à la croissance, à l'innovation et au succès de la communauté.

■ Auteur: Mohammad Ahmadi, Directeur du marketing, bureau Arad Branding.

### Transformation commerciale



#### Planifier dans la garantie de la santé

Je considère le commerce comme une recherche vers le développement, la transformation et la création de valeur; un secteur qui offre de nombreuses opportunités de croissance personnelle et d'impact à grande échelle. Dans le domaine spécialisé des fibres hospitalières, responsabilité d'approvisionner des produits sanitaires conformes aux normes internationales est une mission sérieuse et sensible, suivie rigoureusement et professionnellement. Ce qui compte le plus pour moi dans mon travail, c'est l'alliance entre engagement, qualité et innovation.

■ Auteur: Maryam Khaleel, Responsable des vêtements hospitaliers, Qom Arad Branding.

### Analysé de marché

**Focuser qualité, vision d'économie**  
Dans le domaine du commerce de mariage et de cérémonie, mon attention n'est toujours portée sur l'identification d'opportunités pouvant contribuer au développement durable des marchés, tant au niveau national qu'international. L'expérience et surtout qualité une communication efficace avec les clients et améliorer précisément leurs besoins est essentiel pour créer de la valeur et offrir des services de qualité. C'est pourquoi j'ai toujours cherché à exploiter les capacités existantes pour atteindre le leadership concurrentiel du produit et de maintenir durablement la satisfaction des clients, mais devient un bondement de confiance et de collaboration durable avec les clients.

■ Auteur: Maryam Khaleel, Responsable du marketing et de la cérémonie, Qom Arad Branding.



Professor Vahid: Le commerce, c'est construire. Tous les valeurs décisives, telles que la stabilité, bons bons comportements toujours la partie dans le monde affaires, commerce, c'est tracer une voie sûre.



Venez me rencontrer lors de mes visites  
www.98819888888



Recevez toutes les actualités et rapports  
Tous/AradBranding\_News



# Oman exportation

## Une opportunité l'Iran



Regober ce clip a été pour moi une expérience à la fois captivante et instructive, car il offrait une vision globale et précise des capacités du secteur d'Oman dans le domaine du commerce extérieur. Oman est le troisième port maritime continuant avec l'Iran et à sa position stratégique dans le détroit d'Oman, un pays représente l'une des opportunités dorées d'exportation pour l'Iran. Ce qui a le plus attiré mon attention, c'est la réussite de la gestion économique. Malgré la décennie tardive de ressources pétrolières, Oman a réussi, dans les années 1990, à atteindre une croissance économique à deux chiffres, allant même jusqu'à 34 %. Aujourd'hui encore, les exportations annuelles dépassent 100 milliards de dollars, dont une large part correspond à la réexportation de marchandises, notamment vers les pays de l'Asie du Sud. Cela témoigne de l'importance d'Oman comme porte d'entrée stratégique vers les marchés africains. Le marché omanais constitue une base solide pour développer les exportations transfrontières, non seulement grâce à la stabilité économique et à la diversité des industries, mais aussi en raison de l'esprit commercial de sa population. Des produits tels que le ciment, le sucre, les plantes médicinales, la pierre décortiquée, les plastiques de qualité et les denrées alimentaires en vrac, répondent aux normes requises, peuvent facilement pénétrer le marché et s'y maintenir durablement. Un point crucial est que les Omani sont également très ouverts et ouverts à une stratégie et achètent souvent des produits non pour leur consommation propre, mais en vue de concevoir leur propre plateforme d'importation et d'expansion mondiale performante.

■ Auteur: Seyyed Seyedeh Seyedeh, conseiller commercial chez Arad Branding.

### Qualité durable

#### Gelée royale: commerce précis pour marchés ciblés

Dans le commerce international de la gelée royale, deux facteurs jouent un rôle crucial: d'une part, garantir la qualité processus d'apparition et d'autre part, le maintien rigoureux de la chaîne du froid jusqu'à l'envoi au consommateur. En effet, la gelée royale est un produit vivant et extrêmement sensible, dont les propriétés peuvent être altérées par la moindre variation de température, de lumière ou evenement de conservation. En nous appuyant sur des normes professionnelles strictes et en sélectionnant des fournisseurs engagés, nous avons pu préserver la qualité de nos produits au plus haut niveau.

■ Auteur: Seyed Shahabeddin Roshan, Responsable de la Océan Royal à Téhéran chez Arad Branding.



### Maison de commerce

#### Passeport performance: croissance Maison commerce Arad Branding

Dans la section Performance maison de commerce Arad Branding, nous détaillons tous les éléments nécessaires pour une évaluation complète et détaillée de votre entreprise. La croissance quotidienne et mensuelle sont affichées de manière précise, temps réel. Cette section aide considérablement à observer continuellement leurs performances, corriger les points faibles, améliorer la qualité du contenu public et accélérer leur croissance commerciale. La croissance quotidienne des supports de performance et le taux d'conversion sont des indicateurs essentiels pour une démarche professionnelle réussie. Elles reflètent le engagement, la planification et la préparation de chaque commercial pour intégrer des marchés et marchés plus.

■ Auteur: Reza Shariati, Employé du département technique Arad Branding.



Alors il est temps de commencer à faire évoluer votre entreprise

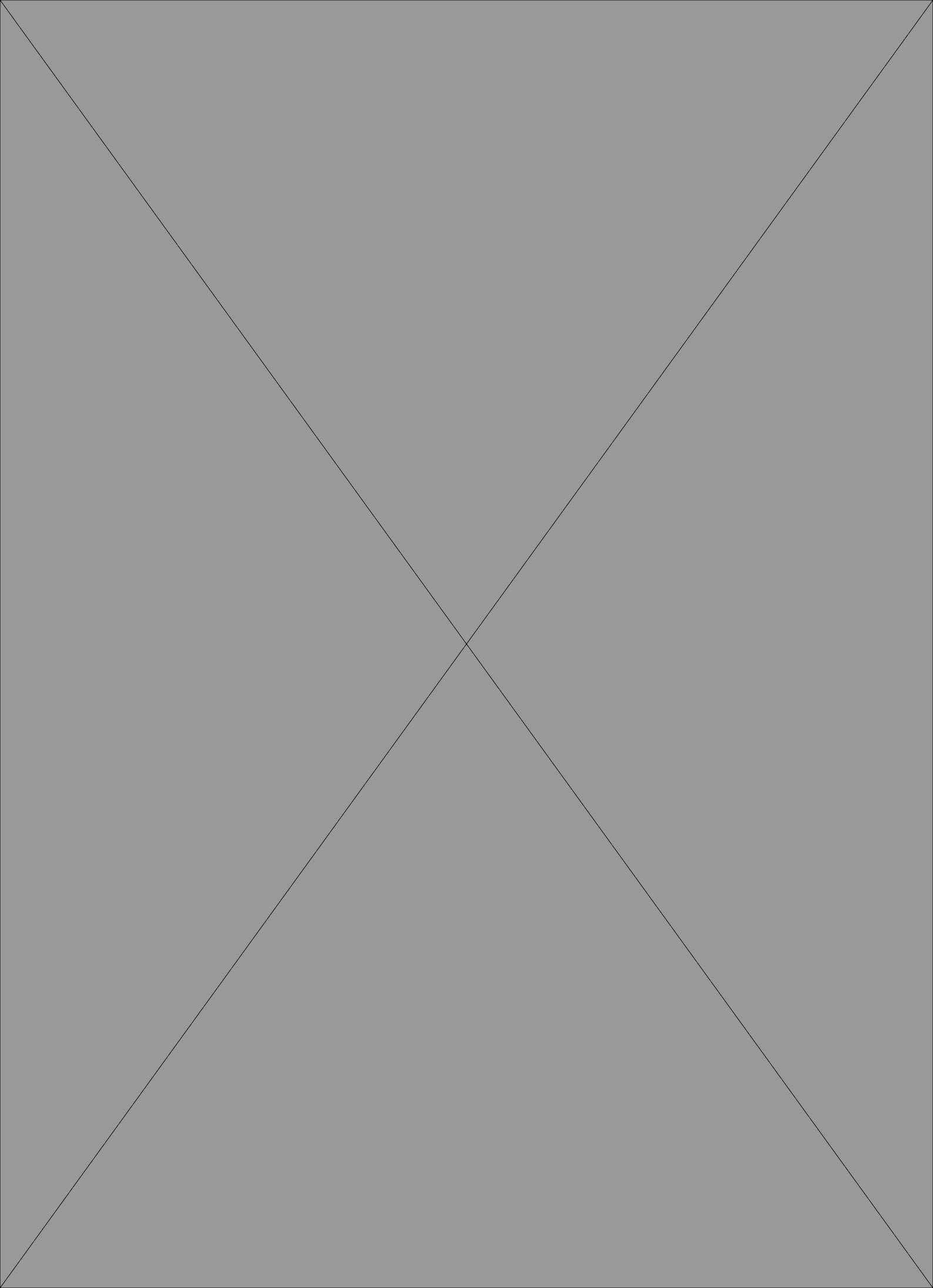
### Progrès durable

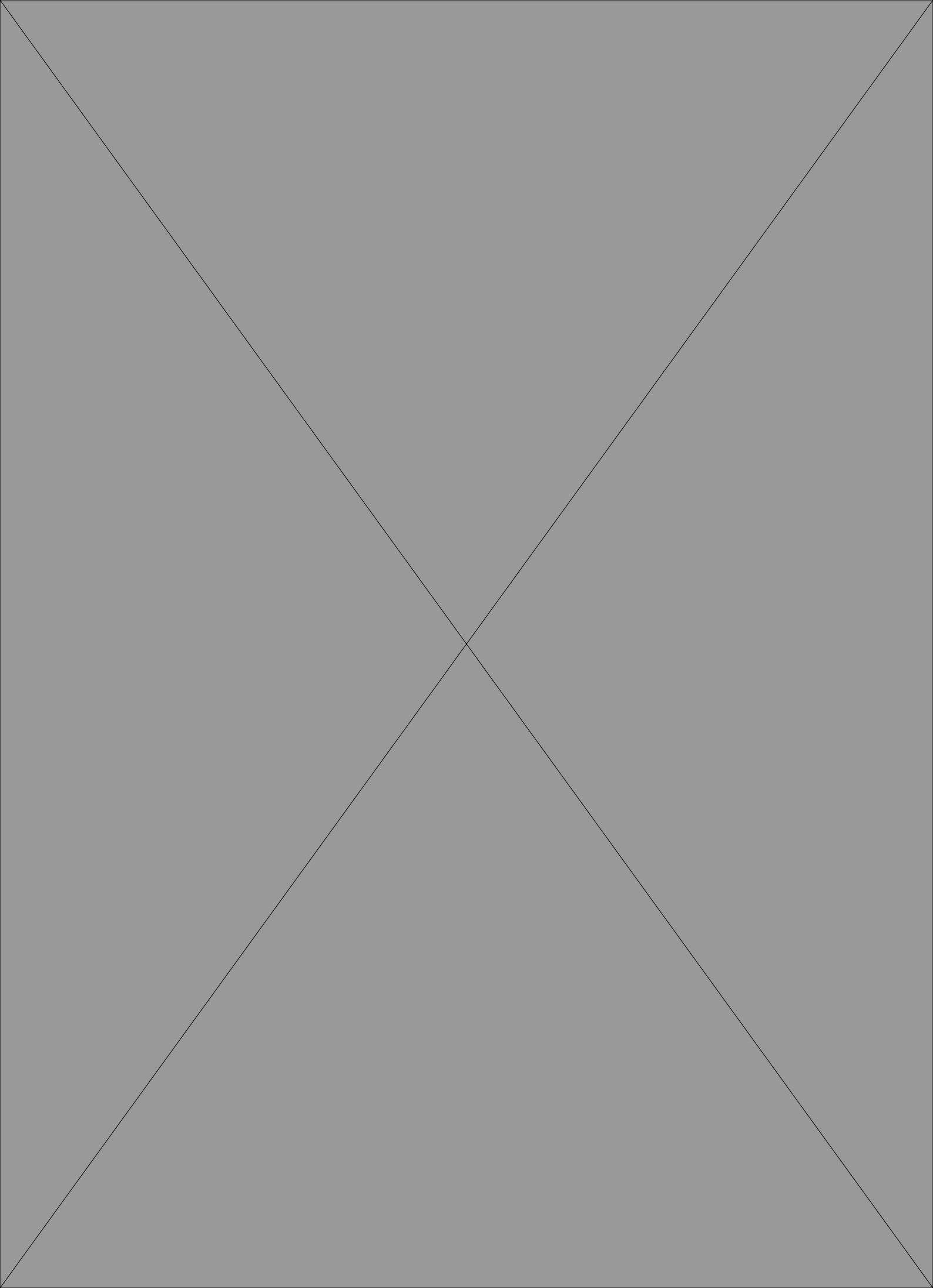
#### Commerce juste, vie meilleure

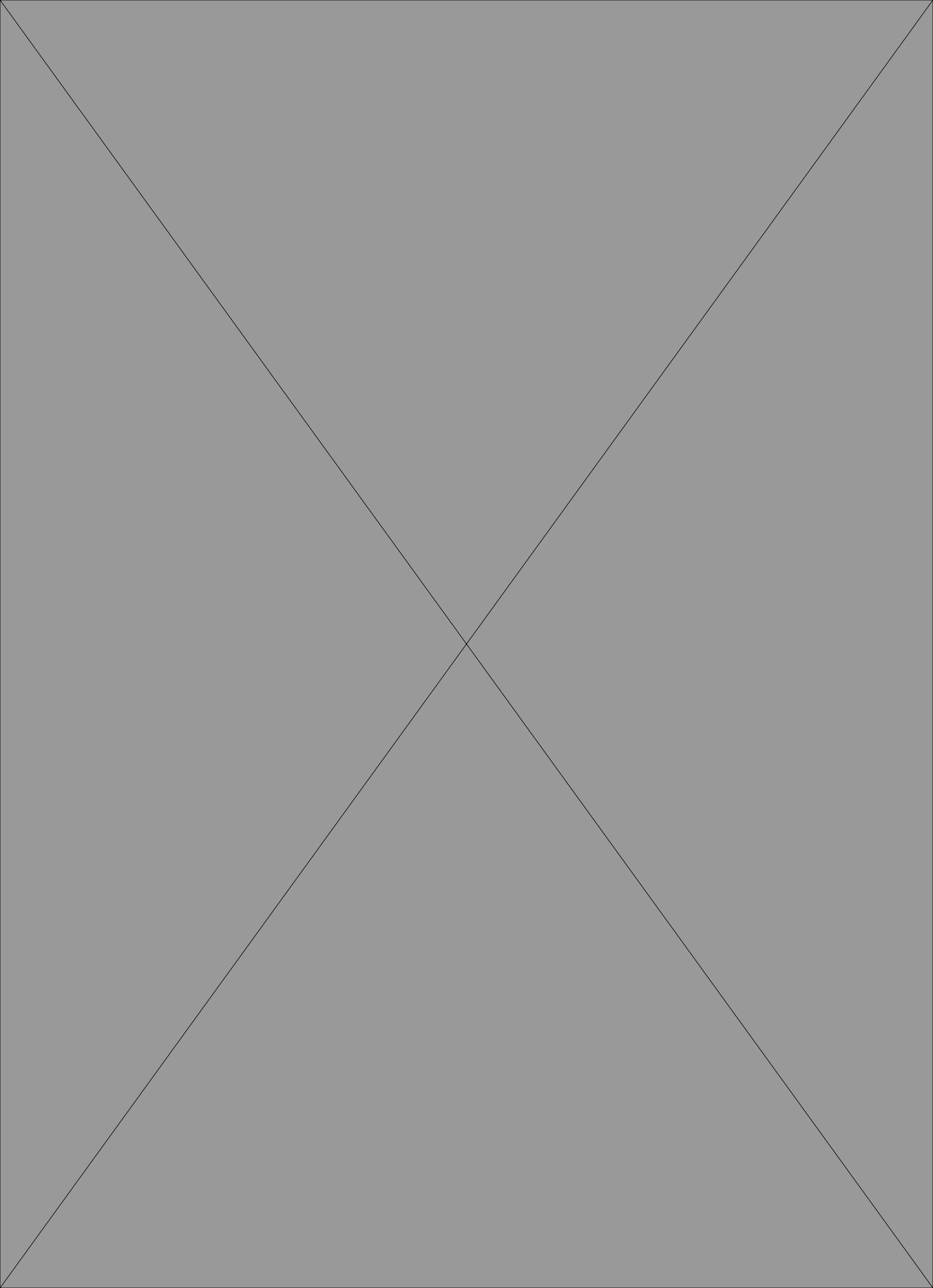
Le commerce ne connaît pas à la simple vente d'un produit; c'est la construction d'un chemin durable allant de la production à la satisfaction du client. Ce qui a longtemps été important pour moi dans ce parcours, c'est la connaissance précise du marché cible. Nous avons un bon produit, mais ne savent pas où, à qui et avec quoi l'intégrer le présent. C'est lorsque l'on analyse des besoins du client, ainsi que l'adaptation de sa logistique, du prix, du message et même du moment de la mise sur le marché, prennent toute leur importance. Un principe auquel je suis toujours fidèle est que si le client sent qu'il est véritablement valorisé, non seulement il achètera, mais il deviendra aussi un ambassadeur de votre marque. Lorsque je suis entré dans le commerce, j'ai appris que la patience et la persévérance valent plus que n'importe quel capital. Les opportunités ne viennent toujours pas toutes les portes ouvertes; parfois, il faut faire des efforts pour que ces portes soient ouvertes elles-mêmes. Dans le commerce,

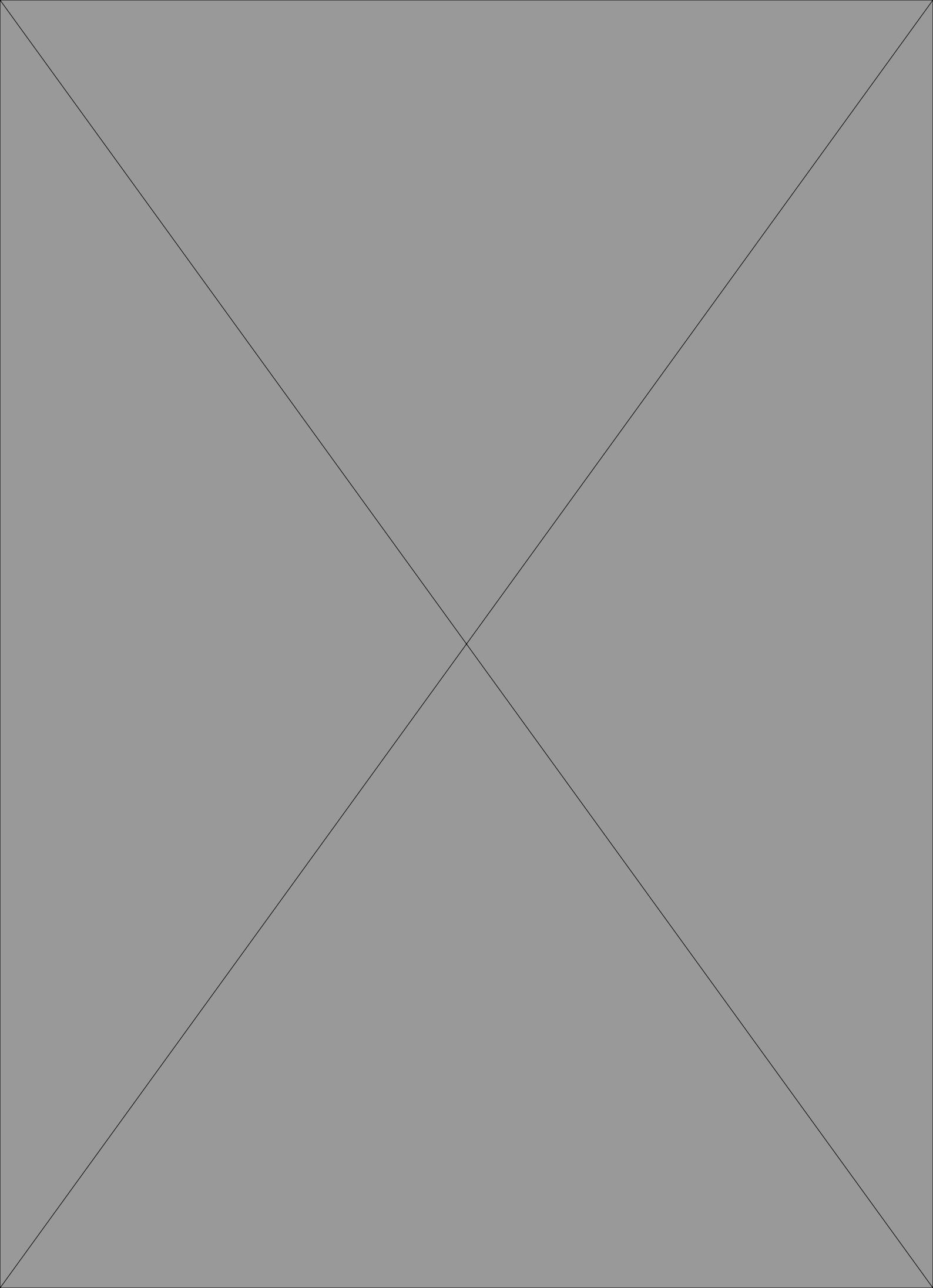
■ Auteur: Alireza Golmohammadi, Commercial en chef Arad Branding.

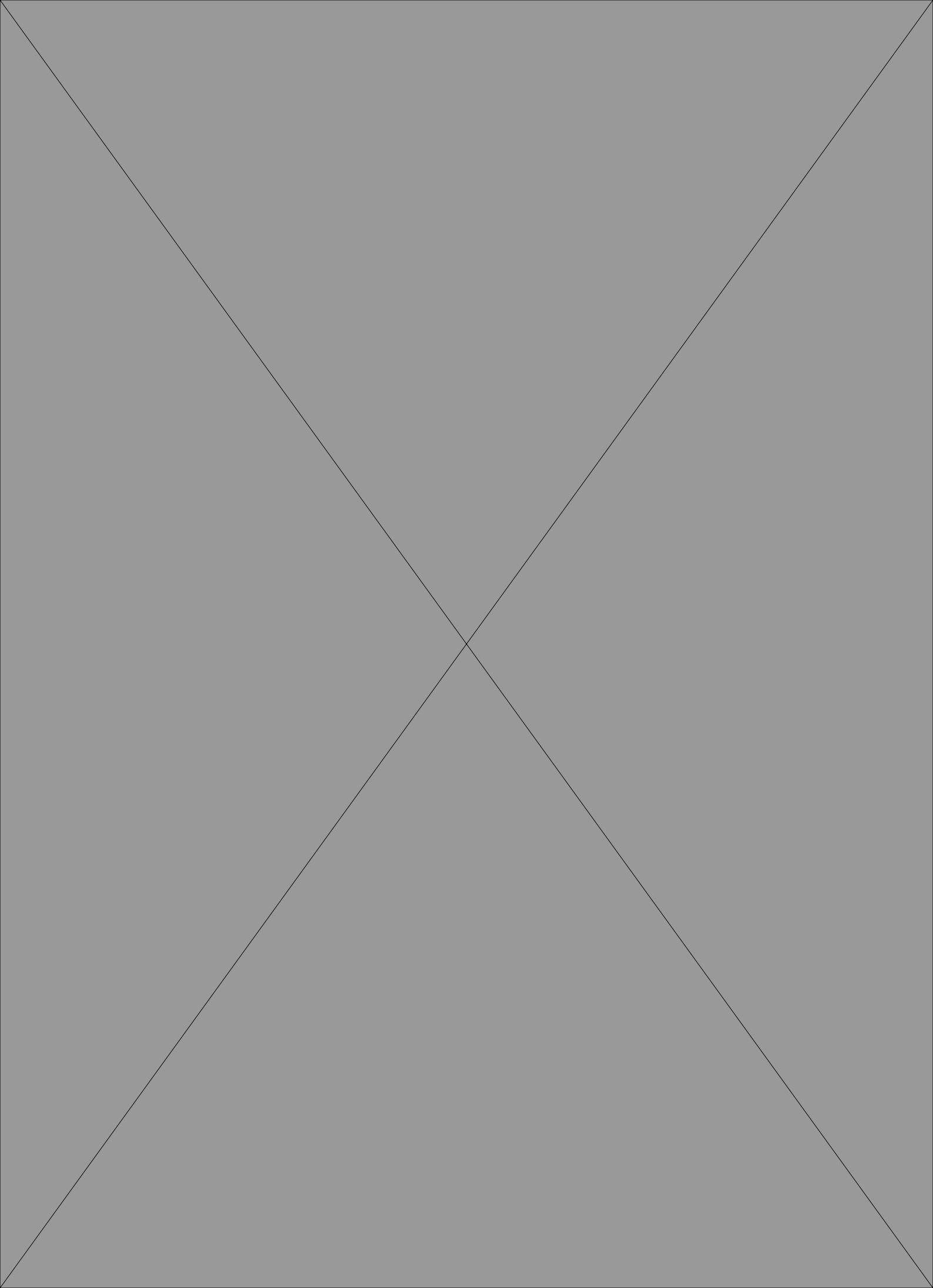


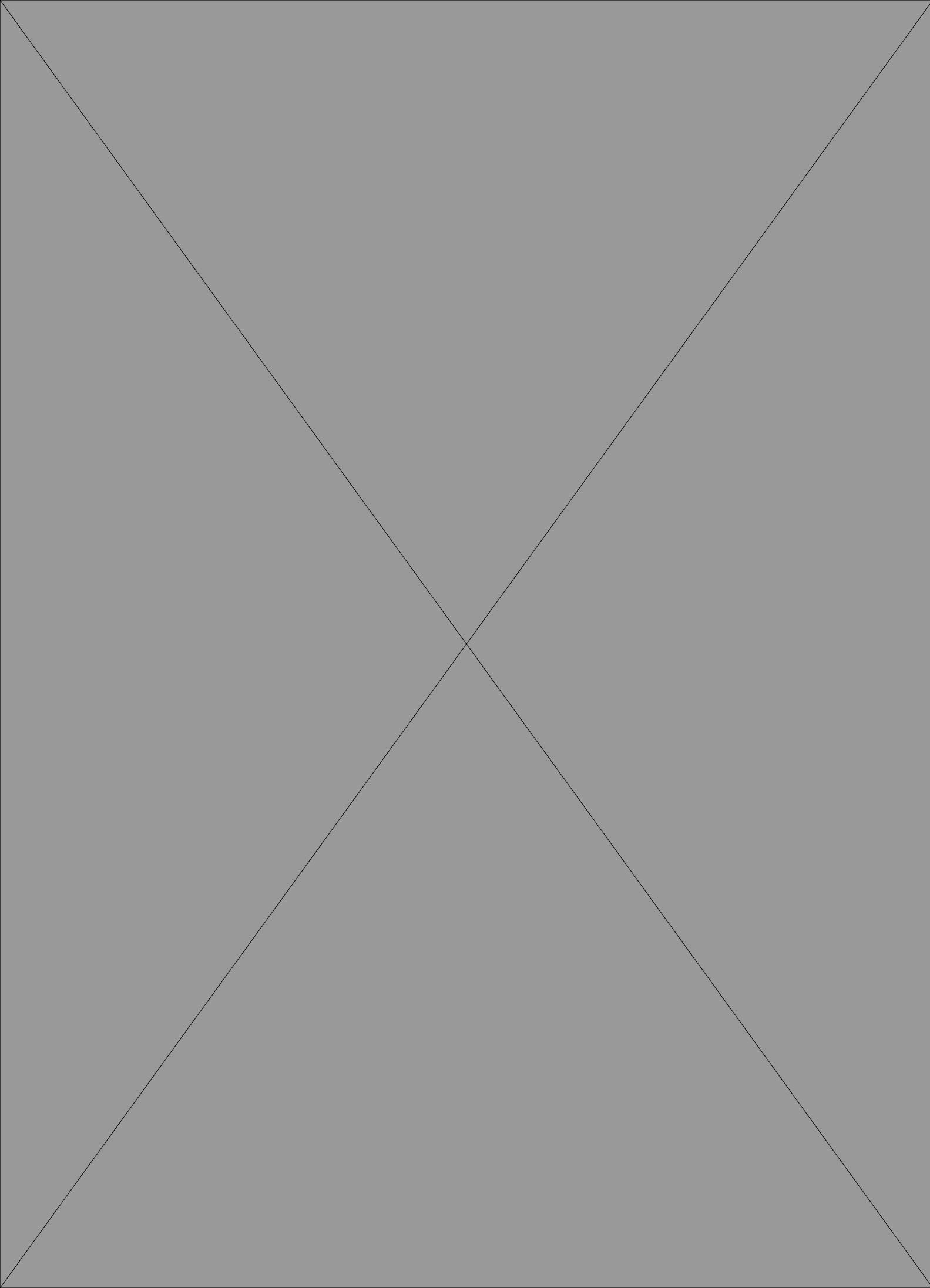


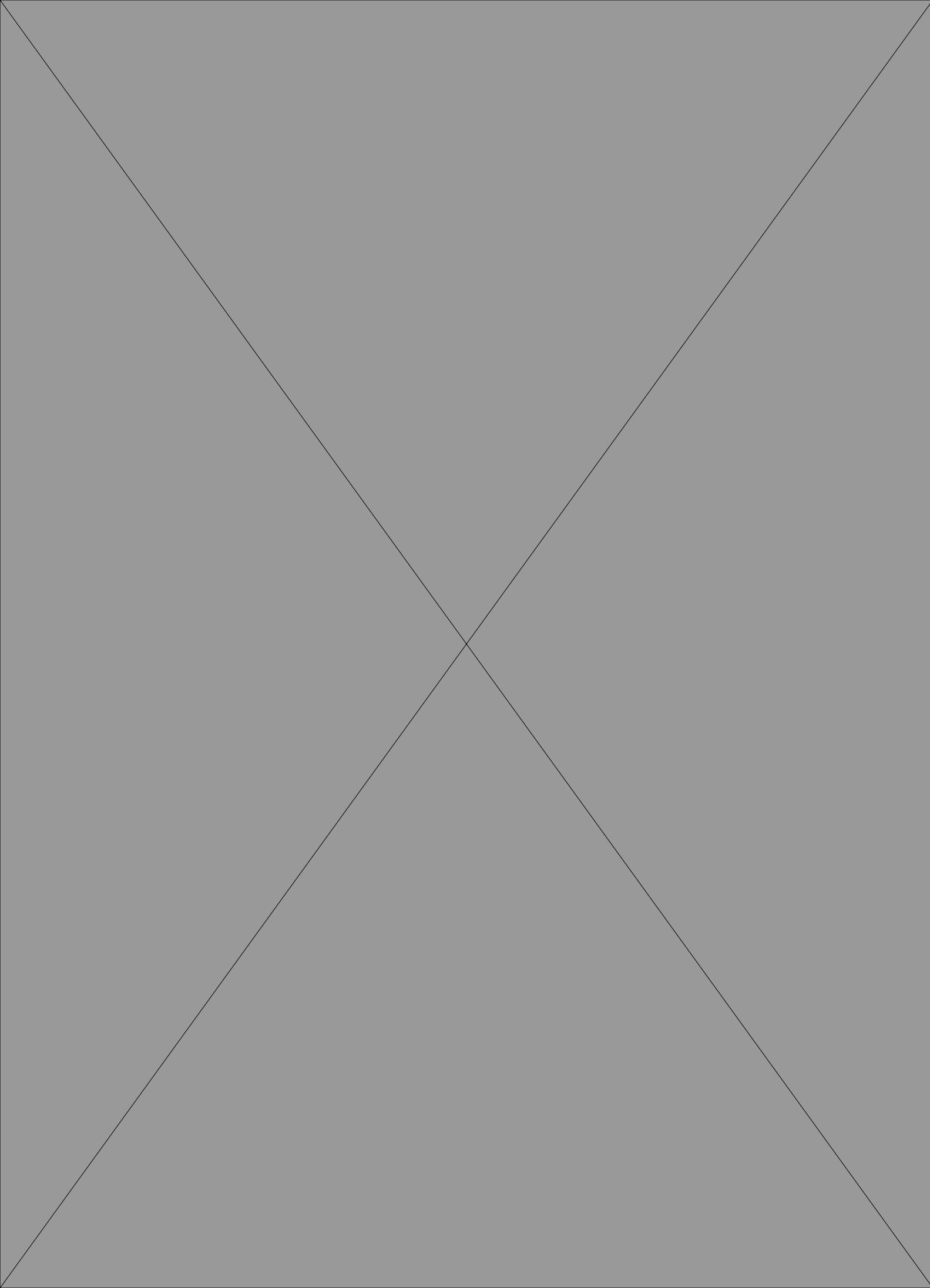












# Principes commerce vision stratégique

AradBranding.com



Quand on parle des principes du succès en commerce au sein du groupe Arad, peu de personnes ignorent la vision précoce et éthique de Mâlik Vahid. En tant que directeur stratégique de l'entreprise, il insiste toujours sur plusieurs principes fondamentaux dans la voie de l'importation et de la négociation, que tout commerçant, débutant ou expérimenté, doit connaître. L'un des points les plus importants que nous entendons souvent de sa part est : « Aborde la relation, puis l'environnement ». Cela signifie que l'importation ne commence jamais par le connaissance ou la dousse, mais par la présentation, la création de confiance et un dialogue professionnel. Si un commerçant ne sait pas négocier, son produit restera invendu, même s'il s'agit du meilleur produit. Le deuxième principe est la clarté dans la parole et l'honnêteté dans la transaction. Mâlik Vahid a souvent dit. Le client étranger recherche plus que tout la sincérité et la stabilité. Ne promettez pas ce que vous ne pouvez pas tenir. Un client fidèle est le fruit de votre véritable engagement. Le troisième principe est la connaissance de la culture et du comportement du client cible. On ne peut pas interagir avec un client arabe, indien ou turc avec le même langage qu'en Iran. Il recommande toujours que, même avant d'envoyer un simple message WhatsApp, il faut savoir comment l'autre pense, ce qui lui importe et quel style de communication il préfère éviter. Le quatrième principe est la maîtrise des informations sur le produit et le marché cible. Barakas savent que Mâlik mette un commerçant au défi en demandant à le client.

■ Auteur: Mohsen Ghorani, adjoint aux négociations internes, Arad Branding.

## Début de l'exportation

### Exportation de raisin sec: point vers le marché mondial

L'Iran est l'un des plus grands producteurs de raisin sec au monde, mais il n'a pas encore atteint sa vraie place sur les marchés internationaux. Connaissant ce potentiel latent et avec un tableau personnel pour l'agriculture et l'exportation, j'ai décidé d'être un pont entre les agriculteurs transfrontaliers du pays et les marchés mondiaux. Le raisin sec est un produit durable, connu très couramment sur les marchés internationaux, avec une haute valeur nutritionnelle et une expiration facile. Ces qualités, combinées à une grande variété d'emballages possibles et à une facilité de transport, en font une option idéale pour démarquer une activité d'exportation.

■ Auteur: Ali Lavezan, responsable du raisin sec doré, Téhéran, Arad Branding.



Engager l'État à l'accompagner et à favoriser et à assurer la sécurité et la réglementation nécessaires pour l'exportation et la vente à l'étranger, une communication efficace et respectueuse des engagements. Si l'on maîtrise les principes,

## Maison de commerce

**De publication à l'évaluation:** communication précise chaque poste de service technique de la maison de commerce Arad Branding, dans le cadre du développement continu de ses infrastructures intelligentes, a mis en place une fonctionnalité permettant une notification précise et instantanée de l'état des publications des commerçants actifs. Tous les membres commerçants de la maison de commerce peuvent, en activant les notifications interactives, être informés du statut actuel de publication, de validation et de classification de leurs contenus comme réels. Cette fonctionnalité offre notamment aux commerçants soucieux un contrôle plus efficace de leur visibilité de marque personnelle, une analyse des interactions des utilisateurs et une possibilité d'ajuster leur stratégie de contenu.



■ Auteur: Saeedeh Noori, employée du service technique, Arad Branding.

## Transition sécuritaire

### Progrès en sécurité: de la norme à la culture

En Iran, l'histoire des chaussures de sécurité a commencé avec la loi sur la norme des premières normes nationales en 1982 (arrêté 1344 du calendar persan); c'est à ce moment-là que la norme des bottes de sécurité a été élaborée et appliquée pour la première fois, marquant une étape importante vers la régulation et la garantie de la qualité des chaussures de sécurité. Objectif de ces normes était d'utiliser des chaussures adaptées à la nature de chaque métier et de fournir les caractéristiques pratiques nécessaires dans les environnements industriels et domestiques. Avec le temps et la croissance des différentes industries, les chaussures de sécurité ont également évolué en fonction des normes horaires. Les avancées technologiques ont poussé les fabricants vers des designs plus sophistiqués, des matériaux plus résistants et une utilisation efficace des matériaux d'expansion. Un tournant important dans ce parcours a été la sensibilisation accrue des employeurs.

■ Auteur: Elham Farrokhi, conseillère en matière de sécurité, Arad Branding.



Votre site internet sur les réseaux sociaux  
www.988198888888



Actualité commerciale et export  
TehranAradBranding.News