



Número 87

Samedi

2025/08/2

Arad Branding

Página

1

AradBranding.com

Tradition durable

1



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 Amcadi Rad, Responsable du thé iranien pour la Russie chez Arad Branding.

Foi commerciale

2



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



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

3

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: Nashtaran Yari, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Professeure Talia : La négociation n'est pas seulement un jeu de mots ; c'est une harmonisation intelligente des intérêts. Celui qui écoute non pas pour répondre, mais pour comprendre, obtient toujours un avantage dans la négociation.



Début de la coopération
Wa.me/989190808088



Notre gaz est notre mouiz
T.me/Aradbranding_News

Commerce mobile

Opportunité mobile

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 révéla 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

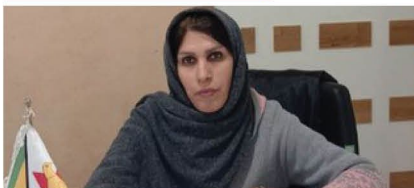
opportunités, mais aussi le véritable sens de la « flexibilité dans le commerce ». Là où beaucoup voient du temps perdu, lui voit une chance de croissance et de connexion. Lorsque ses collègues l'ont rejoint en visioconférence, les passagers autour furent témoins d'un système commercial sans frontières. 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.



Confiance commerciale

1



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: Farideh Behzad Afshar, Responsable chaussures BAE chez Arad Branding.

Marque végétale

2

Santé, cumin noir, exportation authentique

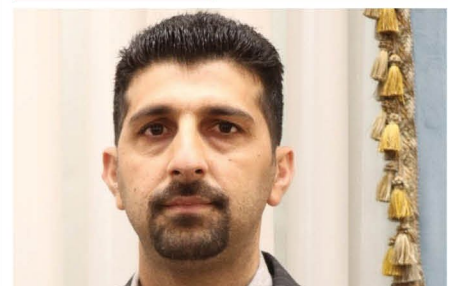
L'utilisation des plantes médicinales reflète le lien profond entre l'homme et la nature. Parmi ces plantes, le cumin noir et le nigelle jouent un rôle important dans l'amélioration de la santé générale. Les composants actifs de ces plantes occupent une place spéciale dans la médecine traditionnelle 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: Razieh Mirzania, Commerçante de cumin noir chez Arad Branding.



Grand commerce

3



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.



L'identité du vrai marchand c'est la confiance



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: Owais Maafi, Directeur de la gestion des portes en bois, Arad Branding Arménie.

Exportation santé

1

Innovation iranienne en santé et économie

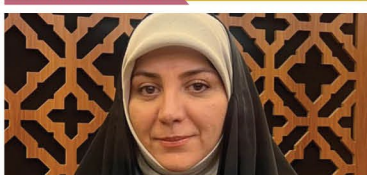
La production de kits de diagnostic rapide constitue une réussite majeure des entreprises iraniennes à vocation scientifique et joue un rôle clé dans le développement du système de santé national. Ces kits utilisent des technologies modernes pour diagnostiquer rapidement et précisément les maladies, 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 Şekri, Directeur commercial des kits de diagnostic, Arad Branding.



Produit iranien

2



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

3

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 Aslpor, Directeur rais en Ouzbékistan, Arad Branding.





Número 87

Samedi

2025/08/2

Página 4

AradBranding.com

Relation efficace Opportunité économique



Feuille de route

Commercialisation des communications non commerciales

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.

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 Émirats 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.



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 : Kawsar Rahimi, Éditeur Média, Arad Branding.



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

Arad Branding Ticarethane Adresi: Shp.AradBranding.com

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

Export professionnel De la discipline à la confiance

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 Tchahamahal et Bakhtiari, Khorassan du Nord, Fars, Ispahan et Azerbaïdjan oriental. La province de Tchahamahal-et-Bakhtiari détient la première place en production d'amandes en coque, avec environ 24 tonnes Auteur an, ce qui en fait un acteur clé dans l'approvisionnement national. De plus, les provinces de l'Ispahan et de Fars sont également des centres importants pour cette culture. En général, la province de Tchahamahal-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 Terhemi, 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 Auteurfum des fleurs de montagne et son goût inégalé, le miel iranien est un digne représentant de la nature et du travail des apiculteurs iraniens. Les marques iraniennes, Auteur 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 Auteur les mains habiles des apiculteurs travailleurs, qui, avec détermination, offrent la douceur de l'Iran au monde.

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



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

Dans le processus d'exportation, de nombreux documents sont préAuteurés, 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 Auteur 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 préAuteurer 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 Auteur de 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 Rahnamatin, Responsable Chaussures d'Escalade Kum Arad Branding.

Cadre supérieur

3

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 la Auteurtie étrangère, 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 marchandage ; or, la négociation est une compréhension mutuelle, une analyse de la situation et l'atteinte d'une solution où les deux Auteurties se sentent gagnantes. Le succès durable est possible grâce à une communication professionnelle et une harmonie avec les intérêts de l'autre Auteurtie. »

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



Nouveau Monde Économie libre

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'auAuteuravant. 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 Auteuradigme est déterminante non seulement politiquement mais aussi économiquement. Éliminer le dollar du commerce réduit la dépendance aux systèmes financiers contrôlés Auteur 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 déAuteurtements 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 Auteurtenaires 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 transAuteurrence et la documentation des transactions revêtent une importance Auteurticulière pour préserver la confiance entre Auteurtenaires commerciaux. Cette initiative audacieuse de l'Iran bouleversera les équations économiques mondiales.

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



Créativité en crise

1



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 Auteurtir 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 apAuteurtient 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 Auteurtir des limitations et transforme chaque menace en un pont vers la réussite.

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

La voie du commerce

2

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 Auteur 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 tranche en Turquie Arad Branding.



Grand commerce

3



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 Auteurcours, 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 franchise 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.

Experte Talia : La vente ne naît pas d'un besoin, mais du sentiment de confiance. Un vendeur professionnel se rend digne de confiance avant même de présenter le produit ; c'est le modèle que nous enseignons chez Arad.



Début de la coopération
Wa.me/989190808088



Notre gaz est notre mouiz
T.me/Aradbranding_News

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.



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 Ekbatani, 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 par 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 Hacıabad et Ateşkuh, 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: Dariush Şeybani, Responsable du travertin au Nigeria 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.



Début de la coopération
Wa.me/989190808088



Notre gaz est notre mouiz
T.me/Aradbranding_News



Número 85

Vendredi

2025/08/1

Arad Branding

Página 4

AradBranding.com

Changement de cap Renaissance



Интервью с Саидом Заре

От ножниц до торговли

Стань торговцем

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 Auteurticulier l'ingénieur Şeibani, 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 auAuteuravant qu'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

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.



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.

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 transAuteurance 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 : Küşter Rahimi, Éditeur média Arad Branding.



Celui qui est visible vend il ?

Arad Branding Ticarethane Adresi: Shp.AradBranding.com

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.



Début de la coopération
Wa.me/989190808088



Notre gaz est notre mouiz
T.me/Aradbranding_News



Número 85

Jeudi

2025/07/31

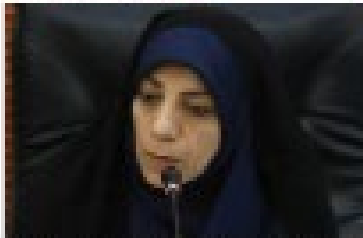
Arad Branding

Página

1

AradBranding.com

Innovation iranienne

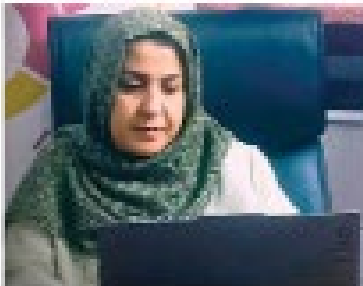


Transformation économique

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 perçue des jeunes dans le commerce, empêche le gaspillage des talents universitaires.

• Auteur: Shafika Roudsahani, Directrice des pièces 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 rencontreront des difficultés sur les marchés internationaux; attirer et retenir les clients étrangers peut devenir une tâche extrêmement ardue.

• Auteur: Alsanah Sayed, commerçante de pâtes Mahmoud, Arad Branding.

Salon des marchés émergents intelligents



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 engrais 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 fournissant 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 fiables, 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: Elzhe Acam, 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 Tella 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, le 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 Vahidi: Un commerce réussi repose sur le capital et une vision stratégique; notre objectif est de former des commerçants bâtisseurs, pas seulement analystes.



Bizim gazanızı manitiz
T.me/Aradbranding_Russia



İş Birliği Başlangıcı
No. 0000000000000000

Santsal bir ziyaret halındelan birdlog



Réunion de l'ingénieur

Avec l'auteur et le réalisateur

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

1



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

2

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

3



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.

Ingénieur Ghorbani : Les bases de la vente reposent sur plusieurs éléments. Nous apprenons aux commerciaux à commencer par une conversation amicale.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 85

Jeudi

2025/07/31

Arad Branding

Página

3

AradBranding.com

Avec un soutien solide les obstacles s'effacent



Entretien avec Masoumeh Ghasem

Feuille de route

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

1

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.



Croissance durable

2



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

3

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 générateur 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.



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.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 85

Jeudi

2025/07/31

Arad Branding

Página

4

AradBranding.com

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.



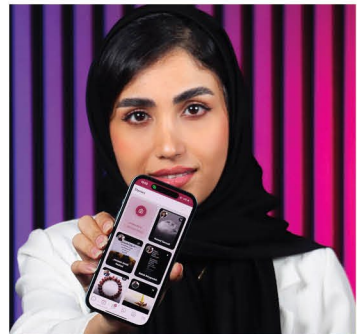
Uygulama

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.



**LoremSois 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 Akhovat Golestan, Responsable de production de gâteaux et biscuits, Arad Branding.

Professeure Thalia : Négociateur, c'est écouter avant de parler. Un commerçant doit maîtriser les techniques de négociation, le langage corporel et l'art de faire les bons choix.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 84

Mercrèdi

2025/07/30

Página 1

AradBranding.com

Transformation professionnelle

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.



Deviens commerçant
Entretien avec Mohsen Jahantigh
Tu penses que le salariat offre de la sécurité ?
Moi, j'ai trouvé la sécurité financière dans le commerce.

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'extrémité 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 réussit.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



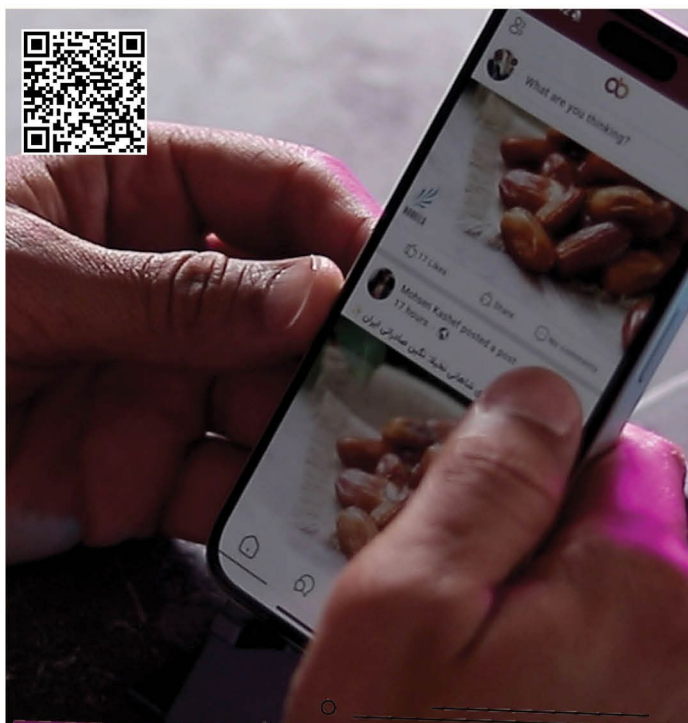
İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088

AradBranding.com

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.



**LE BUREAU DU COMMERCE MONDIAL
EST ENTRE TES MAINS.**

Croissance globale

3



La almendra, 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

2

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

1



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.

Professeure Talia : Dans le commerce, le premier principe est de comprendre précisément les besoins du marché, et le second, de présenter intelligemment l'avantage compétitif.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 84

Mercrèdi

2025/07/30

Arad Branding

Página 3

AradBranding.com

De l'herboristerie au commerce savoir suffisant



Thérapeute sans revenu

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, beaucoup de personnes, notamment des femmes, 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

1

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.



Exportation artistique

2



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 décorations 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.

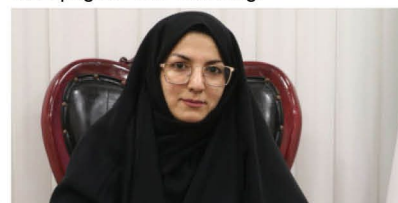
Marque iranienne

3

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.



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



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 84
Mercredi
2025/07/30

Arad Branding.com
Página 4

Exportation ciblée Commerce intelligent

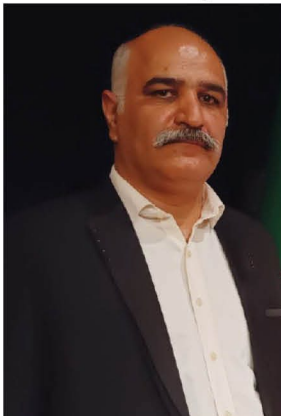


Lors d'une récente session spécialisée sur les stratégies de développement des exportations, l'ingénieur Shabani, président du conseil d'administration d'Arad Branding, a exposé sa vision des principes fondamentaux du commerce et du chemin vers le succès sur les marchés internationaux. Il a souligné 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 reproductible 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

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.

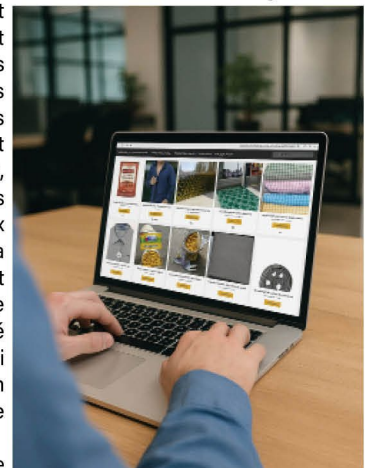
● Auteur : Mohsen Haj Naib, Directeur des câbles électriques en Arabie Saoudite Arad Branding.

Maison de commerce

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

Croissance durable

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, superviseuse de pommes à Téhéran Arad Branding.

Ingénieur Ghorbani : Une venteréussie repose sur une confiance durable, le produit n'étantquelamoitiéduchemin, l'autremoitiédépendantdelarelationclient-vendeur.



Bizim gazemiz muimiz
T.me/Aradbranding_News



İş Birliği Başlangıcı
Wa.me/989190808088



Número 83

Martes

2025/07/29

AradBranding Página 1

AradBranding.com

Éxito sostenible de camino claro

Revenus sépi

1



Ser comercianteglobal,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, vente authentique, local en respectant les points de vue légitimes et religieux. 57 est maintenu selon des principes éthiques avec un accent mis sur la qualité. Il peut devenir un moteur puissant du commerce en Iran. Le progrès est le fruit de l'honnêteté et de la persévérance dans le travail.

• Auteur : Houshang Rahmasuperviseur des chaussures démontagne à Com, Arad Branding.

Exportabilité

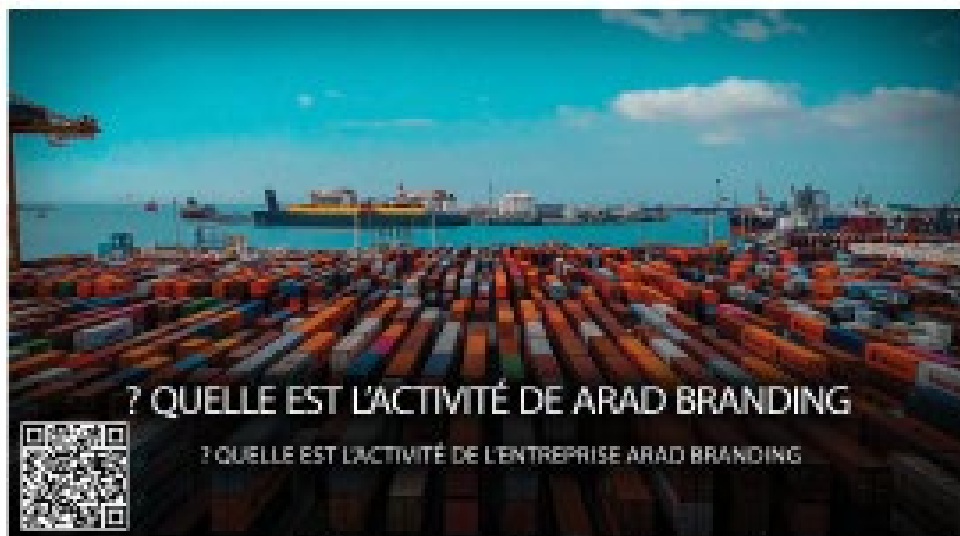
2



Combinaison hygiénique

Los envases desechables de aluminio presentan una combinación de resistencia, higiene y ahorro, convirtiéndose en una vida acelerada de hoy. Gracias a su alta resistencia al calor y la posibilidad de usarlos directamente sobre el fuego, son una opción duradera y preferida para pedidos para llevar. En un continente donde la higiene alimentaria y la reducción del tiempo de lavado son cada vez más relevantes, la producción de este tipo de envases en Iran está en constante crecimiento dentro del mercado regional.

• Autor: Mohyer Keyghobadi, Supervisore Alumínio en Teherán, 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 traçons un horizon clair pour les commerçants d'Iran et du monde entier. L'une de nos convictions fondamentales est que le succès est un choix constant : ce n'est pas un événement fortuit, mais le résultat de décisions conscientes, de persévérance continue et du soutien d'une équipe professionnelle. Chez Arad, nous associons un effort incessant 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, commercer avec Arad constitue une porte sûre vers les marchés internationaux et une plateforme pour une croissance durable à l'échelle mondiale.

• Auteur : Sahar Alipour, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Directeur Exécutif

3

Générer la confiance est un prérequis pour



El no hablaba 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 asemeja 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 aquel que, antes de presentar su propuesta, ha comprendido completamente las necesidades de la otra parte. Recordó que el comercio exitoso se basa, ante todo, en las relaciones humanas.

• Autora: Reza Bigdell, experta en logística en Rusia, Arad Branding.

Profesora Talia: Una venta exitosa comienza con una comprensión precisa de las necesidades. Un comerciante inteligente es aquel que construye confianza, no solo vende un producto.



Bizim gazemiz: realism
Twitter: @AradBranding_Hes



19 Birigi Baglangici
Wa.me/009190666666



Número 83

Martes

2025/07/29

AradBranding Página 2

AradBranding.com

Les coçnts constrent ambasaeurs defierté

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 internationale. 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 exportations, de la restriction des devises, du ralentissement des activités économiques de la société. Contrairement à une idée reçue, le commerce n'est pas réservé aux importateurs ou aux grands capitalistes 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 « ingénierie des opportunités » : identifier les avantages compétitifs dans le monde et concentrer 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 expérimentés et engagés, fiers de porter le drapeau de la production nationale sur les échelles mondiales. Pour ce faire, il est indispensable de transformer notre approche commerciale nationale : nous devons passer d'une réaction défensive à une proactivité ouverte à tous les Iraniens.

■ Auteur : Seyed Ahmad Tahvi, animateur des médias AradBranding.



million de commerçants !

Code salad

1



Une exportation santé à culture

Dans le monde trépidant d'aujourd'hui, revenir à 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. S'il est bien présenté, conditionné et promu, ce produit peut s'imposer avec force sur les marchés mondiaux et devenir une exportation réussie à fort impact.

■ Auteur : Vahid Rahimi, Superviseur d'Comichons à Hamadan, AradBranding.

Exportación

2

Une saveur saine et tradition

Au cœur de chaque foyer résident des saveurs qui perdurent et deviennent des souvenirs. Mes sucres et bonbons cristallisés (nabat) font partie de ces goûts authentiques et artisanaux : des produits soins, délicieux, préparés avec soin et patience, qui préservent la santé tout en offrant un plaisir gustatif incomparable. Des cristaux colorés aux sucres moulés avec des motifs raffinés, chaque pièce est conçue avec goût et attention. Les emballages, à la fois élégants et fonctionnels, sont parfaits pour les cadeaux, les célébrations, encore et encore.



celle-ci est une saveur saine et traditionnelle. C'est un goût qui reste au fond du cœur.

■ Autrice : Fariba Hosni, des nabats AradBranding.

Comercio

3



Cinq principes pour bâtir commerce

vers le succès de tout commerçant. Le premier est et déterminé. Le deuxième : « Opérer selon Arad » adopter une méthode éprouvée et structurée. Le troisième : « Modéliser 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 : « Remettre avec Arad » travailler au sein d'une structure cohérente pour avancer avec force et unité. Celui qui suit ces cinq principes parcourt le chemin du commerce avec confiance, clarté et détermination.

■ Auteur : Mohammad Bagheri, Superviseur des Dattes Kabkab de Fars, AradBranding.

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



Bizim gazemiz: realmiz: [Twitter: AradBranding_News](https://www.aradbranding.com)



İç Biriği Bağlıyoruz: www.aradbranding.com



Número 83

Martes

2025/07/29

AradBranding Página 3

AradBranding.com

Les setsdu com merce trasfntalr



Le commerce, selon la vision de Maître Thali, 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'établir une communication efficace, de connaître les préoccupations du client et d'apporter une réponse précise à ses besoins. Le succès de la 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 la langue, d'analyser l'avantage compétitif du produit, et de gérer les relations à long terme et non pas simplement les ventes. 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 professionnel

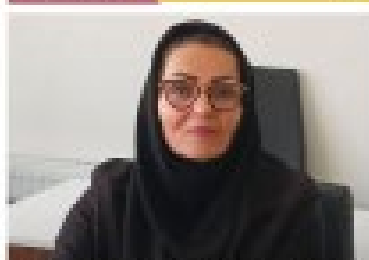
Le choix de professionnels garantit

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 démarrage pose plus précise, rapide et propre. De plus, ce produit offre des performances fiables et professionnelles pour le ciment, le béton, la pierre et même les anciens carreaux.

✦ Autrice : Darya Khorsan, commerçante de produits chimiques pour la construction, Arad Branding.



Exportation



Atteindre marché mondial

Hoy en día, Irán cuenta con una cesta de exportaciones diversificada que incluye productos agrícolas, industriales y manufacturados. por ser 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.

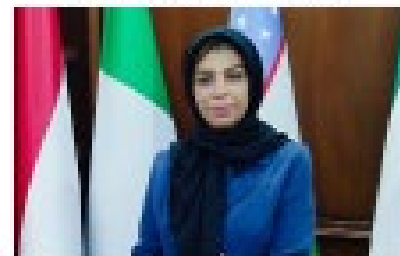
✦ Autora: Leila Sheikh, Directora de Cubos de Bases Plásticas en India, Arad Branding.

Industria de 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 sector es el corazón del consumo global. Además de ser una fuente significativa de empleo para millones en todo el mundo, este requiere atención y regulación responsable.

✦ Autora: Azadeh Soltani, Supervisora de Ropa Feminina en Teherán, Arad Branding.



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



Bizim gazemiz: maestro@aradbranding.com



İç Biriği Bağlantısı: www.mart20250729000000



Número 83

Martes

2025/07/29

AradBranding Página 4

AradBranding.com

De la production nationale au marché mondial



Interview de Fatemeh Entesarl

Devenue
commerçante

pays 10 De Qom à l'Europe : exportation de couvertures iraniennes vers

Initié le chemin mediante la production de contenu spécialisé y la attention directe a los clientes. Con el aumento progresivo de llamadas y pedidos, organicé un equipo de ventas y establecí 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 iniciar la exportación a varios países, incluidos algunos países europeos.

Autora: Fatemeh Entesarl, responsable de suministros de mantas en Arad Branding.

Negociación de

La négociation d'exportation : peur expérienciable



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 professionnellement ? J'ai vite compris que cette peur était la chose la plus naturelle lorsqu'on se lance dans un grand projet. Pour la surmonter, j'ai dû me préparer et être impatiente. Souhan est persévérante. Ce n'était pas parfait, mais pour moi, ce fut une grande leçon.

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

Casa comercial

Publication trilingue : clé pour pénétrer les marchés internationaux



Avec un seul post

Prends trois marchés

Si desea publicar un post están dar en la aplicación de Arad Branding, se recomienda hacerlo en tres idiomas. De este modo, su marca podrá acceder simultáneamente a varios mercados internacionales con una sola publicación. El contenido del post debe ser muy breve, profesional y enfocado, de manera que sirva como una introducción atractiva y deje espacio para una comunicación: inglés, árabe y persa, priorizando así al público internacional y proyectando una imagen más profesional y global para su marca.

Autora: Kowsar Rahimi, redactora de medios. Arad Branding.

Adresse de Arad Branding : Shp.AradBranding

Saber auténtico

De la mesala salud: un condimento popular

Le comichon au vinaigre, un condiment très apprécié sur les tables iraniennes, est bien plus qu'un simple réchauffeur 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 salée offrent une expérience gustative agréable. Mais le comichon va au-delà du simple plaisir gustatif : il possède des bienfaits pour la santé souvent méconnus. Le processus de fermentation naturelle en fait une riche source de probiotiques bénéfiques pour la santé digestive et la coagulation du sang. Et peut-être qu'un jour, cette saveur si particulière trouvera aussi sa place sur les tables du monde entier.

Auteur : Mahvash Majidiar, commerçante de comichons chez Arad Branding.

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



Bizim gozemiz, realmiz:
TwitterAradBranding_News



lg Birigi Baglangici
Ms.mart02190600000



Numéro 82

L u n d i

2025/07/28

Arad Branding Page 1

AradBranding.com

Carte routière

Critère de confiance

Exportation durable



Exportation concentrée Arad Branding

Le groupe Arad Branding, grâce à ses infrastructures commerciales avancées, à ses connaissances spécialisées, ainsi qu'à son réseau commercial, peut produire professionnellement, faciliter le développement des exportations de concentré de tomate vers les États arabes voisins. Fort d'une connaissance précise 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 États arabes, population immigrante, forte consommation de produits alimentaires transformés.

■ Auteur: Ali Akhavanbadi, commerçant concentré tomate Arad Branding.

Commerce universel



Leadership commercial de l'Iran

Notre cher pays, l'Iran, en particulier le nord du pays est reconnu comme principal produit transformé de haute qualité. Le riz iranien fait également partie de nos produits agricoles d'exportation, 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 rayon d'espoir, une lumière disponible pour construire un avenir radieux ou un avenir.

■ Auteur: Davar Ghaffari, responsable des agrumes de Guilan Arad Branding.



Entretien avec Mehdi Noori Vafa

Quelle est la condition pour intégrer les projets des comités Arad

Chez Arad Branding, la carte routière n'est pas un simple programme chronologique ; c'est un cadre rigoureux permettant d'évaluer l'effort, l'engagement, la persévérance et la véritable préparation d'un commerçant à assumer des responsabilités plus importantes. C'est à qui se conforme pas vraiment qu'il n'a pas vraiment atteint la maturité professionnelle nécessaire pour qu'on puisse lui faire confiance dans des projets sérieux et collectifs. En revanche, un commerçant qui consulte quotidiennement le site, transmet ses rapports d'activité, reste actif sur la plateforme de communication et prend son rôle organisationnel au sérieux, prouve que sa vision du commerce dépasse les chiffres : elle est structurée et durable. Les projets d'Arad rassemblent à des équipes sportives professionnelles : sans entraînement régulier, impossible d'obtenir des résultats le jour du match. Chez Arad, l'entraînement consiste en une activité continue dans la maison du commerce : publication de contenus 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 Arad est la principale interface pour les échanges commerciaux avec les clients internationaux, les représentants, les investisseurs et les collaborateurs internes. L'adhésion d'un commerçant sur cette plateforme traduit un manque de préparation à affronter le monde réel du commerce international. Une présence faible sur ce système implique inévitablement 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 réussite inébranlable en une.

■ Auteur: Mehdi Noori Vafa, commerçant en équipements de sécurité Arad Branding.

Directeur principal

Les secrets de la réussite en exportation et en négociation



Lors d'une rencontre que j'ai eue avec l'ingénieur Shabani, président du conseil d'administration d'Arad Branding, il a révisé plusieurs principes fondamentaux du commerce. Tout d'abord, l'exportation ne se limite pas à l'envoi de marchandises ; la compréhension du marché, des normes, du conditionnement et des exigences douanières joue un rôle crucial dans sa réussite. Deuxièmement, l'importance des compétences en négociation : un commerçant performant est celui qui, avec calme, compréhension mutuelle et bon timing, parvient à établir un accord gagnant-gagnant. Il a également insisté sur le rôle majeur du réseautage professionnel : la construction de liens solides avec l'étranger.

■ Auteur: Mohammad Gharavi, directeur adjoint de l'approvisionnement Arad Branding.

Maître Vahid : Un commerce réussit grâce à une compréhension profonde du marché et à une négociation professionnelle. Sur le chemin de l'exportation, chaque pas bien choisi peut devenir porteur vers un grand contrat.



Visitez nos contenus sur Arad Branding
WA: 0098919000000000



Recevez nos publications à jour
T.me/AradBranding_News



Numéro 82

L u n d i

2025/07/28

Arad Branding

Page 2

AradBranding.com

Sécurité apparente

Liberté réelle

Quand j'ai entendu ces paroles, c'était comme si quelqu'un exprimait exactement ce que j'avais au fond du cœur. Pendant des années, j'étais tiraillé entre ce double choix : un emploi sûr, apparemment sûr et administratif, ou un chemin difficile mais dynamique vers l'indépendance professionnelle. La vérité est que dans les emplois publics, la marge de manœuvre est très limitée. Chaque jour, il faut être présent à une heure précise, souvent accomplir des tâches qu'on n'aime pas et choisir, et les décisions importantes sont toujours prises par les supérieurs. Même si on a une idée ou envie de changement, il faut traverser mille filtres, et au final, celle-ci est souvent simplement enterrée, jamais mise en œuvre. Mais quand cette personne répétait avec conviction tenir une boutique, tenir une boutique, tenir une boutique non pas comme un slogan ou une publicité, mais au fond d'une véritable volonté, soudain tout est devenu clair pour moi. Tenir une boutique, ou plus largement travailler à son compte, c'est reprendre le contrôle de sa vie. C'est choisir son chemin, organiser son temps, fixer ses propres limites de revenus, et ainsi voir, grandir sans limites. Travailler à son compte ne signifie pas seulement avoir un lieu de cohabitation, c'est un style de vie, c'est un choix décisif, et où ses efforts et sa créativité portent directement leurs

fruits. Contrairement aux emplois fixes où, même en travaillant plus, on peut au mieux obtenir une petite récompense ou promotion, en travail indépendant chaque nouvelle idée ou bonne décision peut doubler voire décupler vos revenus. Depuis l'enfance, on nous dit de chercher un emploi public parce que c'est assuré c'est stable les revenus sont garantis. Mais peu de gens nous demandent ce que l'on perd derrière cette sécurité : une vie monotone, un manque de satisfaction intérieure, peu de possibilités de vraie croissance, une absence de liberté dans les choix, et même un sentiment d'impuissance à influencer son propre destin autant de choses cachées derrière cette sécurité apparente. Pour moi, les paroles de ce commerçant m'ont posé une simple phrase, mais un électrochoc, un vrai réveil. Si on ne tient pas la barre de sa vie, si on ne peut pas définir soi-même ses chemins, même le travail le plus sûr ne peut pas offrir une vraie satisfaction. La sécurité de l'emploi n'a de sens que si elle s'accompagne de contrôle, d'objectif, de motivation et de croissance. Aujourd'hui, après avoir entendu cette phrase, je ne suis plus la même personne. Je suis plus honnête avec moi-même. Je sais qu'il faut que je crée mon propre travail.

■ Auteur : Seyyed Mohammad Mousavi, conseiller commercial Arad Branding.



Etre dépendant ou indépendant?

Identité commerciale

1



Nécessité branding export produits iraniens
Aujourd'hui, les producteurs iraniens de cocons de soie ont plus que jamais l'opportunité de mondialiser leur marque. Une forte capacité de production, une qualité excellente et d'anciens réseaux de distribution créent un contexte propice à l'exportation dynamique. Cependant, qui l'écrit souvent le succès, c'est l'absence d'une approche axée sur la marque. Un produit comme le cocon de soie, avec un emballage intelligent, un storytelling de marque et une présence professionnelle,

■ Auteur : Amirhossein Majidi, responsable produit cocon de soie, Khosrovi du Sud, Arad Branding.

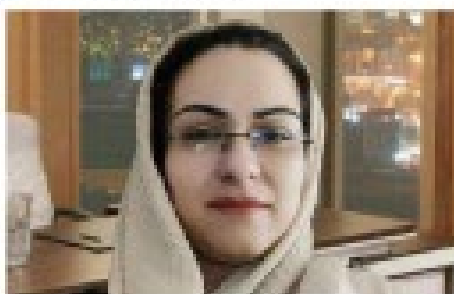
Pour des exportations

2

Exportations figures sèches iraniennes l'Allemagne

Ces dernières années, les exportations de figures sèches iraniennes, notamment vers l'Allemagne, ont connu une croissance remarquable. Le goût unique, la haute qualité et la méthode traditionnelle de séchage ont rendu ce produit très apprécié des consommateurs allemands. Compte tenu de la réputation de l'Allemagne en matière d'importation d'aliments sains et authentiques, la figure sèche d'Isfahan, avec ses caractéristiques supérieures, constitue une option idéale. Par ailleurs, la tendance croissante vers une alimentation

■ Auteur : Farzad Afshari, directeur figures sèches Allemagne, Arad Branding.



Stratégie

3



Mondialisation et stratégies commerciales

La mondialisation du commerce est accompagnée d'espoir et d'une planification adéquate. L'espoir et le rêve sont le moteur de toute entreprise, mais sans planification et effort supplémentaires, ils ne donnent pas de résultats. L'espoir est comme une lampe qui illumine le chemin, mais c'est la planification qui trace la voie du succès. La croissance dans le commerce nécessite un effort continu, un apprentissage constant et une flexibilité accompagnée d'une réaction appropriée et opportune face aux changements. En fixant des objectifs intelligents, en gérant les ressources et en faisant preuve,

■ Auteur : Amirhossein Majidi, consultant en équipements de traitement de l'eau, Arad Branding.

L'ingénieur Shabani Le développement des exportations prend tout son sens lorsque le producteur adopte une vision globale et que le commerçant assume une responsabilité internationale.



Obtenez un code QR unique pour suivre
la chaîne d'exportation



Recevez les dernières nouvelles et reports
Tous les jours sur Arad Branding News



Numéro 82

L u n d i

2025/07/28

Arad Branding Page

3

AradBranding.com

Premier contact Jusqu'au contrat final



L'art est 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'ambition qui peut nous mener vers de nouvelles réalités. Dans nos expériences, de présence et de construction, ont fait de ce groupe un chemin fiable. Arad n'est pas seulement un espace commercial, mais un pont entre moi et les marchés internationaux, un pont solide et fiable

du premier contact au dernier contrat. Je considère le bureau de Siraye Iran comme le cœur battant de ce flux, un lieu où les opportunités prennent forme et où les rêves se déploient. Les managers d'Arad sont les pionniers des grands projets maritimes, ceux qui négocient avec les institutions gouvernementales, les internationales et les grandes entreprises, défilent des projets, concluent des contrats et ouvrent intelligemment la voie vers les

marchés globaux. Dans cet univers, chaque contact est le début d'une histoire, et chaque réunion un pas vers la réalisation d'un rêve. Managers comme des architectes qui, en dirigeant les activités océaniques, favorisent le dialogue entre commerçants, représentants et allies économiques. J'ai choisi de commencer l'histoire de mon

✦ Auteur : Saba Sadeghi Kia, directrice générale du bureau de Siraye Iran Arad Branding.

Exportation intelligente

Nécessité de connaître le marché cible l'exportation

Les produits d'exportation 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 connaître les besoins et les exigences. Dans les pays où l'enregistrement des exportations est obligatoire, les démarches correspondantes doivent être effectuées afin d'éviter le stockage et le blocage des marchandises en douane. Les produits d'exportation et l'hygiène sont distingués non seulement par leur qualité, mais aussi par leur diversité en poids, ce qui est défini par le mode de consommation final et contraire.

✦ Auteur : Zahra Fostanki, directrice des poudres d'organiques pour Oman Arad Branding.



Effort intelligent



Confiance véritable complément intelligent

Dans notre culture, l'effort intense a toujours été présenté comme la voie du succès, mais ce à quoi on a moins prêté attention, c'est la véritable confiance véritable. La confiance signifie avoir foi en la sagesse divine et trouver la paix sur le chemin. Tout comme on confie la construction d'une tour à un architecte professionnel sans se soucier des détails, devons nous remettre notre vie et les résultats de notre travail au Créateur souverain. L'effort est nécessaire, mais pas avec une forme d'obsession et sans perdre l'équilibre.

✦ Auteur : Mojgan Vahidi, responsable des figures riches de Iran, Arad Branding.

Création d'entreprise

Fondation culturelle commerciale formation

Grâce à l'élaboration stratégique entre Kavayen Trading et l'Institut de langue persane, le premier pas vers la diffusion de la culture commerciale a été franchi 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. Le commerce n'est personnellement une activité économique, c'est une culture qui doit s'ancrer comme un mode de vie dans l'esprit des individus.

✦ Auteur : Mehdi Mollapour, directeur du service externe pour les Iranis Arad Branding.



l'ingénieur Chorbani: Le 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.



Visitez notre site web pour en savoir plus
www.aradbranding.com



Recevez nos dernières nouvelles et reports
T.me/Aradbranding_News



Numéro 82

L u n d i

2025/07/28

Arad Branding

Page

4

AradBranding.com

Structure mentale

Commerçant professionnel



Objectif final

De la définition à la réalisation

Lors de cette séance, les sujets abordés n'avaient pas seulement un aspect éducatif pour nous, mais étaient profondément personnels et stratégiques. Dès le début, lorsque le véritable sens de la séance a été évoqué, j'ai compris que ce n'était simplement à ne pas parler, mais qu'il s'agit d'une discussion consciente de ne pas s'exprimer quand on le poursuit, ce silence a une valeur qu'il faut reconnaître et comprendre. Ensuite, nous avons discuté du mot gratuité chose que ce n'est pas uniquement l'expression verbale d'un remerciement, mais une attitude qui démontre que l'on apprécie vraiment. Si nous sommes reconnaissants envers quelqu'un, nous devons lui rendre service concrètement; ce principe s'applique aux parents, à la famille, aux enseignants, et même au monde des affaires. La partie la plus importante de la séance a été le moment où le débat a porté sur l'objectif final. On nous a demandé où précisément chacun d'entre nous souhaite arriver en définitive. Cette question simple mais fondamentale a occupé mon esprit. J'ai compris que si je ne suis pas ce que je recherche dans la vie, je ne saurai pas quelles actions poser aujourd'hui. Quand un jeune commerçant a parlé de son rêve de former mille commerçants, je me suis demandé où est ce que je veux vraiment arriver, pas seulement les paroles que nous prononçons.

■ Auteur: Rahwan Nafek, responsable des tests spirituels d'espion Arad Branding.

Commerce sur

Commerce professionnel avec un soutien complet sur la l'exportation

Cher Arad Branding nous ne nous contentons pas de fournir et de vendre des produits; nous concevons et gérons l'intégralité du parcours commercial, depuis l'identification du marché, le choix qualité adaptée, l'emballage conforme aux normes, la négociation avec l'acheteur étranger, jusqu'à la livraison sécurisée à la porte du pays de destination. croyez qu'un commerçant à succès est celui qui, parallèlement à la croissance financière, acquiert également une réputation et une confiance durables c'est précisément là que commence votre expertise. En nous appuyant sur nos réseaux,

■ Auteur: Saad Sellami, directeur des affaires Marabout pour la Serbie Arad Branding.



Maison du commerce

Lien dédié: une méthode simple pour attirer des clients directs

Les commerçants actifs sur la plateforme

«Tajarat» 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 obtenir 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 intermédiaire 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: Reemeh Rahim, rédactrice chez Research Arad Branding.



**Sans paroles
Vends!**

ARADBRANDING & TAJARAT ARADBRANDING.COM/ARADBRANDING

Exportation sécurisée

Iran: le passage sécurisé pour les exportations régionales

L'Iran, grâce à sa position stratégique entre trois continents, son accès aux eaux 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 exportateurs de la région. Les infrastructures de transport routier, ferroviaire et maritime d'un pays, si elles sont développées avec une approche intelligente, peuvent ouvrir de nouvelles voies commerciales pour l'exportation des produits nationaux 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 d'approvisionnement. Toutefois, avec une vision stratégique de la logistique, il est possible de réduire les délais et les coûts d'envoi des marchandises, tout en renforçant la confiance des acheteurs.

■ Auteur: Delshad Alshari, directeur des moyens et records en polytéptique pour l'Égypte Arad Branding.

Professeur: Talia. Le commerce est le moteur du progrès national et l'exportation est le point fort des exportateurs iraniens dans le monde. Notre mission est de créer des voies durables pour la présence efficace.



visitez nos publications sur tajarat
WA:0098900000000000



Recevez nos publications à l'export
Tajarat/Aradbranding/News



Numéro 81

Dimanche

2025/07/27

Arad Branding Page 1

AradBranding.com

Lexportation commencé Sérénité sest installée

Négociation téléphonique



Réussir la négociation téléphonique

La négociation téléphonique en commerce est une méthode efficace de communication visant à parvenir à un accord entre les parties, en économisant du temps, réduisant les frais de déplacement, et accélérant la prise de décision. Le succès repose sur une préparation soignée, un ton professionnel et assuré, une expression claire et précise, une écoute attentive et une prise de notes rigoureuse. En tant que directeur Digue Émirats, nous traitons quotidiennement des négociations les plus délicates à l'exportation. Fruitueux et fiables.

■ Auteur: Behrouz Farszadeh, Directeur de Digue Émirats Arad Branding.

Exportation de légumes



Goût d'Iran dans le monde

Dans le cadre de l'exportation de légumes secs, je me suis toujours efforcé de faire découvrir la saveur authentique des légumes iraniens marchands mondiaux avec excellence qualité et les normes sanitaires les plus strictes. Pour moi, l'exportation ne se limite pas à l'envoi d'un produit, 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 santé sont les piliers d'un commerce durable. Je suis heureux, au sein d'Arad Branding, d'être l'opportunité.

■ Auteur: Shahabeh Ahmadi, Directrice des légumes secs Russie Arad Branding.



Seul le commerce peut sauver le pays

J'ai travaillé pendant des années dans différents milieux, de stabilité dans une banque à l'importation pétrolière électronique de l'étranger, et même la création d'une usine avec quelques amis. Chacun de ces parcours m'a apporté de l'expérience, mais aucun ne m'a donné ce sentiment de satisfaction et d'accomplissement réel. Parce que j'avais toujours l'impression d'investir mon énergie et mon capital dans quelque chose qui, au final, n'apporte rien à mon pays. Quand tu importes, tu fais sortir l'argent du pays, et quand tu es salarié, tu évolues simplement dans un cercle fermé et fixe. Mais l'exportation, c'est tout le contraire. L'exportation signifie faire entrer des capitaux dans le pays, dynamiser la production locale, construire l'avenir, pour toi et pour les autres. J'ai compris un jour que si je voulais faire quelque chose de précieux, durable et à l'échelle mondiale, je devais me lancer dans le commerce exportateur. Depuis ce moment, avec la réflexion et le soutien de ma famille, nous avons commencé l'exportation d'un produit que nous connaissons bien, pour lequel nous avons un approvisionnement fiable 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'approvisionnement est assuré, le reste du chemin devient plaisant. Aujourd'hui, je peux affirmer avec certitude que le commerce est la seule voie de salut économique du pays, et que quoiqu'on souhaite une vraie croissance, la liberté, un revenu élevé et un impact social doit emprunter 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 Farszadeh, commerçant de dattes Arad Branding.

Directeur principal

Le secret du succès en commerce selon l'ingénieur Ghorbani



Ingénieur Ghorbani, l'un des cadres expérimentés 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. Un commerçant honnête, persévérant et fiable sera toujours le premier choix du client, même dans une concurrence rude. Pour lui, l'exportation signifie comprendre les différences culturelles et économiques du pays cible et s'y adapter intelligemment. Il a également souligné que la constance dans l'effort est le secret de la construction d'une marque commerciale, et que les opportunités d'exportation s'affichent souvent.

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

Ingénieur Shahabeh, Processus d'exportation, une connaissance précise marché cible et compréhension des besoins client primant sur l'envoi des marchandises. Proximité régionale sur fait l'exportation est activé planifié.



Obtenir un certificat de non fraude
WA: 0096699198888888



Recevoir les dernières nouvelles de l'exportation
T.me/Aradbranding_News



Numéro 81

Dimanche

2025/07/27

Arad Branding

Page 2

AradBranding.com

Dans le nouveau programme initié d'Arad Branding, une opportunité en or s'offre à tous ceux qui vous donnent dans le but de lever l'étoile de la richesse, de l'indépendance financière et de l'émancipation professionnelle, en partant d'une nécessité de capital initial, d'expérience préalable, d'absence d'âge ou de diplôme. Vous pouvez, simplement en recommandant une personne à ce service commercial, recevoir une récompense en espèces de dix millions de tomans, sans limite au nombre de fois que vous le souhaitez. Celui qui a le plus de pertes de temps dans des ventes incertaines et avec de faibles revenus, pourra commencer à jouer l'atout gagnant en recevant à chiffres ronds en recommandant quelqu'un qui n'effectue pas encore de progrès à commercer. Imaginez maintenant que, sur une période de dix jours, vous livrez quatre personnes de votre entourage à rejoindre ce club dans moins de deux semaines, vous recevrez une récompense en espèces de quarante millions de tomans ! Aucune complémentation administrative, aucune promesse creuse, ni langue arabe. Il suffit d'agir avec conviction et abnégation. Ce programme est ouvert à tous que vous soyez même 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 ! Vous vous demandez peut-être ce qui se passe après la recommandation ? La réponse est simple : la personne recommandée rejoint la grande communauté des commerçants 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, lancer sa propre activité, visiter quelques marchés qui plus de 35-50 commerçants d'Arad, après avoir rejoint ce programme, ont connu des progrès significatifs dans leur franchise, professionnellement personnelle. Arad Branding n'est pas seulement entreprise économique, c'est un réseau structuré volontariste des individus, un réseau qui guide ses membres vers le succès grâce à une organisation rigoureuse, formation ciblée et soutien constant. Résultats : peu dans le monde d'aujourd'hui, les opportunités passent plus vite que jamais. Si vous cherchez une voie sûre, directe et lucrative, dès aujourd'hui. Commencez ce parcours et découvrez qu'une seule recommandation, mais les résultats parlent.

■ Auteur: Seyyed Ahmad Talebkhani, animateur média Arad Branding

Récompense espèces Invitation commerce




Quotidien
10 millions
Revenu

roman

Commerce durable



Départ intelligent, construction durable

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

■ Auteur: Marjeh Daghad, commerciale de clients pour hommes Arad Branding

Transformation de l'exportation

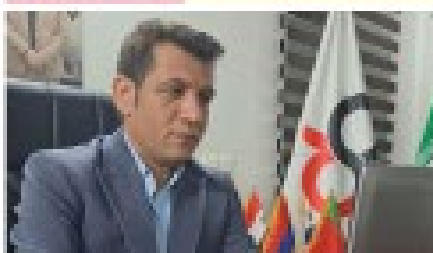
Export pro, sauveur de la galvanisation

Le produit est la tôle galvanisée. 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 iranienne soit élevée, leur exportation n'a malheureusement pas atteint la recommandation que notre pays mérite. La principale raison de ce problème est le manque de relations solides dans le commerce international. Le spécialiste commercial qu'avec le soutien d'Arad Branding dans le domaine de l'exportation des tôles galvanisées, nous devrions très bientôt l'un des plus grands exportateurs mondiaux.

■ Auteur: Ali Salehi, Directeur galvanisés Arad Branding



Profit durable



Opportunités lucratives en plasturgie

Ces dernières années, la production et la consommation de produits plastiques en Iran ont connu une croissance notable. Ces produits sont, pour une part, particulièrement liés à la mode des articles ménagers, de cuisine et de mobilier d'extérieur, grâce à leur praticité, leur poids léger, leur grande variété et leur durabilité acceptable. Les ustensiles en plastique, avec des designs ergonomiques et des matières premières sûres, représentent une bonne alternative aux produits traditionnels, tandis que les tables et chaises en plastique, résistantes à l'humidité, au soleil et à la pollution, offrent également les options les plus viables pour les espaces extérieurs.

■ Auteur: Abolmohammad Shamsi, Directeur des commandes plastiques Omas Arad Branding

Engagez-vous ! Une vente réussie n'est seulement transfert marchandises, construction d'une relation durable avec le client. Faitez commerce, toujours cherché à offrir une valeur qui confie.



Recevez un code de suivi de votre trading
WA: 0098900100000000



Recevez un code de suivi de votre trading
T.me: AradBranding_News



Numéro 81

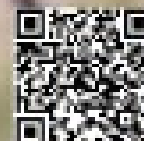
Dimanche

2025/07/27

Arad Branding Page 3

AradBranding.com

Espoirs éveillés Départ d'ici même



À propos du démarrage du commerce

L'histoire, on apprend plus en voyant une simple scène qu'en écoutant cent discours. Ce que j'ai vu est une grande vérité : la pauvreté ce n'est pas seulement l'absence d'argent, c'est quand tu as des 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 ne cherchent ni facilité ni richesse, mais qui

subissent tellement de pression et d'abandon que même leur espoir dans les bonnes voies s'évanouit. Et c'est là le point le plus dangereux. Un cadre où quelqu'un est intelligent, honnête, mais finit par se convaincre que le bon chemin n'est pas pour lui. Il croit que le commerce, la croissance ou même ses ambitions sont réservés à une classe à laquelle un siège a été attribué d'avance. Dans ces cas les plus graves à voir est cet écart entre vouloir et

peuvoir quand quelqu'un apporte 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 vus ou soutenus. Et quand cette privation devient normale, ce n'est plus une personne qui reste en arrière.

• Auteur: Samirah Rajabi, Mentore en exportation Arad Branding.

Création de valeur

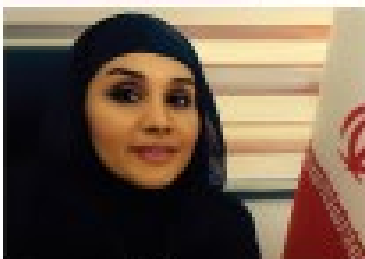
Commerce: confiance, pas produit

Le commerce est, en réalité, la capacité à identifier les besoins cachés, concevoir des solutions efficaces, bâtir 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 à 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 Nabil Yac, commerçant de détail Arad Branding.



Commerce mondial



Iran: pont tradition commerce mondial

Avec une histoire commerciale de plusieurs millénaires, l'Iran est aujourd'hui un des acteurs économiques majeurs de la région, élargissant ses relations commerciales avec divers pays du monde. Des ressources naturelles abondantes comme le pétrole et le gaz aux produits industriels et miniers, l'Iran possède capacités d'exportation exceptionnelles. La qualité des produits exportés, notamment dans les secteurs du textile, de la pétrochimie, du ciment, du safran, des tapis et des fruits secs, a su gagner la confiance des marchés mondiaux.

• Auteur: Sedighe Ghahvareh, Directrice du bureau Inde Arad Branding.

Marché cible

Points clés choisir produit commercial

Pour entreprendre un parcours commercial réussi, le choix du produit adapté est essentiel. Commencez par analyser 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 concurrence appropriée, ou, si le marché est concurrentiel, de disposer d'un avantage distinctif pour faciliter la possibilité de développement.

• Auteur: Tahereh Yousefi, Directrice des ventes Russie Arad Branding.



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



Recevez nos publications via WhatsApp
WA: 9849000100000000



Recevez nos publications via Telegram
T.me/Aradbranding_News



Numéro 81

Dimanche

2025/07/27

Arad Branding Page 4

AradBranding.com

Route commerce

Mouvement destination



Arad Branding un chemin vers **richesse**

En regardant cette émission, ma vision du commerce a vraiment changé. Ce que le professeur Valéri a expliqué avec une sincérité chaleureuse est exactement ce que beaucoup d'entre nous négligent dans le parcours entrepreneurial. Penser que l'on peut simplement entrer dans un métier en espérant que tout s'arrangera tout seul est une illusion. Le professeur, avec des exemples simples comme la conduite ou le chemin sur une route, a montré que le commerce ne se limite pas à avoir un produit ou un capital. Le commerce, c'est savoir sur quelle route tu es, quels outils il te faut, si tu es un bon conducteur ou non, où est le client, et surtout si la route sur laquelle tu te tiens te mène bien à ta destination. Chez Arad, la route est clairement tracée, le chemin est lumineux, les conditions pour réussir est de se mettre consciencieusement à l'ouvrage et jusqu'au bout de la route en gardant à l'esprit la destination. Certains ont même dépensé de l'argent, acheté des outils, 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'entres pas sur le marché, que tu ne verras pas les clients, que tu ne communiqueras 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 appris, c'est que tout tourne autour du client.

■ Auteur: Fatemeh Mohammadi, Conseillère commerciale Arad Branding.

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 personnel et social. Un commerce réussit pose sur des objectifs clairs, une planification stratégique, des efforts constants et l'apprentissage des échecs. La flexibilité, le réseautage, l'investissement des compétences et la concentration sur le client sont les piliers essentiels de ce parcours. Grâce à une évaluation continue et une planification intelligente, il est possible d'acquies une position solide sur les marchés mondiaux. Dans un monde hautement concurrentiel,

■ Auteur: Sahli Khelkhal, commercial de produits en polyéthylène Arad Branding.



Application

Avec Arad, rendez vos communications internationales intelligentes

Pour ouvrir le vaste marché du commerce international, le premier et le plus important pas est d'établir des connexions utiles et structurées. Sans communications, même les meilleurs produits et services restent invisibles. L'application Arad Branding est un outil intelligent et rapide pour créer ces liens. En accédant à l'application, vous section Communications et Options Final, vous pouvez sélectionner un pays cible et entrer facilement en contact avec des commerçants, acheteurs représentatifs de ce pays. Il suffit de représenter clairement vos produits pour servir la partie à de réelles collaborations à l'échelle mondiale. Essentiel.

■ Auteur: Kowsar Rahimi, editrice mobile Arad Branding.



**un pas
vers la mondialisation**

Adresse de l'application Arad Branding: AradBranding.com

Produit authentique

Dattes Mazafati: un joyau noir issu des palmeraies iraniennes

La datte Mazafati, avec sa couleur sombre, sa texture tendre et sa saveur sucrée et caramélisée, est non seulement l'une des variétés les plus raffinées en Iran, mais aussi un joyau éblouissant sur le marché mondial des produits agricoles. Principalement cultivée dans la province de Kerman, notamment à Bam, elle réunit des atouts uniques: haute valeur nutritionnelle, bonne conservation et forte attractivité commerciale. Sa texture semi-moelleuse, riche en humidité naturelle, en fait une source précieuse d'énergie, de fibres, de protéines 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 internationaux, la datte Mazafati d'Iran est reconnue comme une marque de confiance et de prestige. Ce qui la distingue, ce n'est pas seulement sa qualité exceptionnelle.

■ Auteur: Ali Ghahremani, commercial de dattes Arad Branding.

Professeur Valéri, le commerce, c'est identifier précisément les besoins du marché et répondre efficacement avec rapidité, précision et engagement. J'assiste toujours auprès de mes clients que dans le monde.



Visitez un commercial sur Arad Branding
WA: 004/9971999999999



Recevez nos publications à jour
T.me/AradBranding_News



Numéro 80

S a m e d i

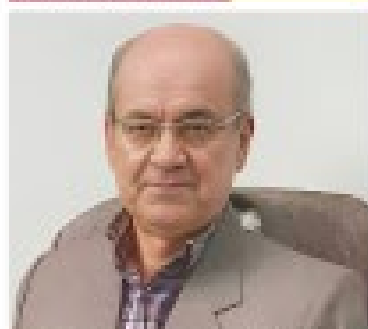
2025/07/26

Arad Branding Page 1

AradBranding.com

Commerce tous De zéro commerçant

Commerce réussi



Opportunité l'agriculture iranienne

Compte tenu de la forte demande de l'Inde pour les produits agricoles iraniens, notamment les prunes (Alse Baidara), capacité d'exportation très intéressante vis-à-vis des autres secteurs. L'expérience iranienne que l'Inde, en raison de sa population nombreuse et de la diversité de ses goûts alimentaires, constitue un marché idéal pour les fruits secs et transformés. Mettre l'accent sur la qualité du produit, un emballage approprié et le respect des normes d'exportation peut faciliter la pénétration dans ce marché. L'exportation des prunes séchées vers l'Inde peut non seulement augmenter :

• Auteur: Saeed Khameis, Directeur Alse Baidara Inde Arad Branding.

Chemin de la richesse



Un chemin qui traverse la peur

Au cours de mon parcours commercial, j'ai su venir à croire que de nombreuses grandes opportunités sont cachées derrière les peurs et les doutes initiaux. Cette phrase revient toujours dans mon esprit pour être plus près de la peur, un monde de richesse et de progrès m'attend. Quand j'ai décidé de me lancer dans le commerce de la soie pour camouflage et cérémonie, j'ai senti que le chemin ne se fait pas tout seul, mais j'ai su que si j'étais courageux (j'avais commencé), je pourrais conquérir part du marché. Aujourd'hui, si un résultat a été obtenu, il est le fruit de ces moments où, au lieu de fuir :

• Auteur: Tahar Shabir, Responsable de la couverture Soie Iran Arad Branding.



Compétences requises Pour devenir commerçant

Beaucoup pensent que le commerce est réservé à un groupe restreint de personnes disposant d'un capital important, alors que la réalité 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'acquérir, sans aucune limitation géographique ou liée. On peut classer les compétences indispensables en deux grandes catégories. La première regroupe les compétences liées à la personnalité du commerçant, telles que l'apparence, le comportement, la confiance en soi, les croyances internes, le sens de l'humour, 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 connaissance préalable peut, en trois à six mois, atteindre un niveau suffisant pour détenir son activité commerciale. La particularité d'Arad Branding est de proposer gratuitement toutes ces formations, tant aux personnes souhaitant entrer dans le commerce qu'à celles désirant simplement améliorer leur culture économique.

• Auteur: Tahar Shabir, 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 de vie 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 usine, d'entrer dans le commerce professionnel, de trouver des clients nationaux et internationaux, et d'atteindre un statut qui était autrefois seulement un rêve. Arad Branding, avec sa structure intelligente, ses formations ciblées, ses infrastructures techniques et ses vastes réseaux mondiaux, offre les conditions parfaites 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 souhaitent entrer dans le monde du commerce. Bien dit, le commerce n'est pas seulement un métier, mais un soutien puissant, il devient plus accessible, et Arad Branding est précisément ce soutien fiable dont beaucoup d'entre nous avons besoin. En tant que femme iranienne, déclare fièrement qu'elle a réussi :

• Auteur: Tahar Shabir, Responsable de la couverture Soie Iran Arad Branding.



Professeur Valéri : l'exportation n'est pas seulement l'envoi de marchandises, c'est d'abord d'être relation professionnelle durable. Lorsque nous respectons les principes communication, d'engagement de soi,



Arad Branding
wa.me/969150000000



Arad Branding
Tahar@AradBranding.com



Numéro 80

S a m e d i

2025/07/26

Arad Branding Page 2

AradBranding.com

Visite commerciale

Début collaboration exportation



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



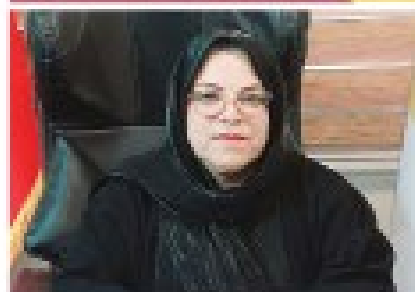
Lors d'une visite officielle en présence de M. Naseri Ahmadi, représentant du Pakistan, et de M. Mohamed Jafar, représentant du Liban, l'usine de produits maraîchers Poddar a offert l'opportunité aux délégations étrangères de découvrir de près ses capacités de production, ses infrastructures sanitaires et ses compétences en matière d'exportation. Cette visite visait à examiner la capacité de production en masse, à analyser les processus standards de fabrication et à évaluer les conditions d'exportation. Au cours de la visite, des informations clés concernant le processus de production, le type de matériel agricole, les méthodes d'emballage, le système de contrôle qualité, ainsi que les attentes attendues sur les marchés internationaux, ont été présentées de manière claire et précise. Les représentants ont posé des questions sur la capacité d'exportation des commandes, les

conditions d'expédition, la durée de conservation, la qualité des produits et la conformité des produits aux goûts des consommateurs de leur pays, témoignant de leur sérieux pour de futures collaborations. L'objectif principal de cette visite était de créer une compréhension mutuelle entre l'usine et les représentants étrangers afin d'établir une base de coopération durable et à long terme. Heureusement, les retours ont été très positifs et prometteurs, laissant penser que cette interaction marque un bon départ pour l'entrée officielle des produits Poddar sur les marchés pakistanais et libanais. Une fois 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 Sabri, Consultant commercial Arad Branding

Transformation commerciale

1



Priorité au commerce, chemin le progrès

Observer et attendre n'est pas le chemin pour devenir un commerçant. Dans le monde du commerce, les opportunités ne viennent pas aux personnes passives, mais se construisent pour ceux qui ont le courage d'agir. Au sein d'Arad Branding, j'ai appris que si l'on attend, les concurrents prennent rapidement le terrain avant soi. Le chemin de l'exportation nécessite du courage, une prise de décision rapide et une vision internationale. Des communications efficaces avec les commerçants, les conseillers commerciaux et les producteurs maraîchers,

■ Auteur: Shadia Haddadin, Responsable de la division Exportation, Khosrovan Razaee Arad Branding

Exportation efficace

2

L'exportation élève l'économie d'Iran

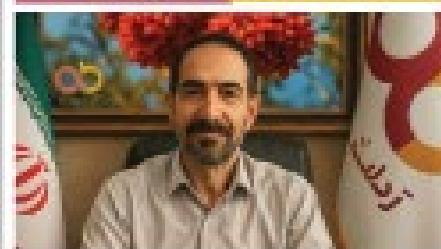
L'exportation joue un rôle clé dans la promotion des produits iraniens et dans le renforcement de la position du pays sur la scène internationale. Avec l'expansion des marchés étrangers, les producteurs peuvent augmenter leurs ventes et contribuer à l'économie de leur pays. Ce processus conduit à une amélioration de la qualité, à une offre efficace de produits, et à la diffusion de la culture locale iranienne à l'échelle mondiale. De plus, l'exportation crée un terrain propice à l'innovation d'entreprises étrangères et au développement technologique des entreprises iraniennes.

■ Auteur: Behzad Ahmadi, Directeur des opérations logistiques pour le Liban Arad Branding



Communications

3



Établir relations durables clients d'Iran

Dans le monde du commerce moderne, la réussite ne se limite pas à la vente, mais elle réside dans la capacité à construire et à renforcer la relation avec les clients. Des relations durables 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 réactivité face aux besoins des clients sont essentiels pour entretenir ces relations. L'utilisation d'outils de communication tels que les réseaux sociaux, les newsletters ou encore les

■ Auteur: Ahmad Reza Doodaj, Responsable du service Clientèle Arad Branding

Professeur Taha: En vente, la première règle est de comprendre les besoins du client, d'y apporter une réponse précise. Lorsque climat de confiance est établi, la vente devient une relation durable.



www.aradbranding.com
wa.me/989150008000



Recevez nos publications régulières
T.me/AradBranding_News



Numéro 80

S a m e d i

2025/07/26

Arad Branding Page 3

AradBranding.com

Acquérir compéten

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 commerçant doit comprendre que, comme toute autre profession, commercer exige apprentissage et acquisition de compétences. Contrairement à l'idée reçue selon laquelle il faut être génie spécial pour un capital important pour réussir dans le commerce, la réalité est tout autre. Certes, le statut social et le niveau de prestige d'un commerçant sont supérieurs à de nombreuses autres

professions, mais les compétences nécessaires pour réussir sont toutes acquises, 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 par le commerce. Pour atteindre un tel niveau de confiance, il est indispensable de développer deux catégories importantes de compétences. Celles liées à

la personne du commerçant: apparence, comportement, langage, personnalité, croyances personnelles, qu'il doit refléter toutes dans un professionnel du commerce. Celles liées à la pratique commerciale: connaissance des principes du commerce, techniques de négociation, compréhension des produits, réglementation des ventes et logistique, règles internationales.

■ Auteur: Sahar Alipour, conseillère Arad Branding.

Le chemin de la croissance

Arad Branding: von der Idee zur Marke

L'entreprise Arad Branding, s'appuyant sur le savoir-faire local et la créativité internationale, accompagne ainsi également les entreprises iraniennes dans leur croissance et la consolidation de leur position sur un marché concurrentiel. C'est la spécialité des services intégrés en élaboration de stratégies de branding, marketing digital et études de marché, transformant ainsi les défis du marché iranien opportunistes prévisionnels. Le savoir d'Arad dans divers secteurs technique de sa capacité à fournir des solutions personnalisées.

■ Auteur: Habibollah Dabala, Responsable des affaires de Chaharmahal Bakhtiari Arad Branding.



Transformation commerciale



Safran iranien: pont l'Orient l'Occident

Le safran, longtemps appelé or rouge pour sa rareté et sa position stratégique dans le commerce mondial, est l'Iran, avec plus de 90% de la production, en fait le principal producteur. Khuzestan, une province riche de production de safran, joue un rôle important dans l'emploi régional et les exportations. Les marchés cibles sont tels que l'Allemagne et la France, ainsi que des pays asiatiques comme la Chine et les Emirats arabes unis, figurent parmi les principaux importateurs de safran iranien. Malgré des défis tels que les sanctions et une faible

■ Auteur: Mehdi Heshmati, commerçant de safran chez Arad Branding.

Infrastructure solide

Safran iranien: pont l'Orient l'Occident

L'exportation de safran et de produits agricoles depuis l'Iran, en tant que l'un des secteurs clés du pétrole, joue un rôle important dans le développement économique et l'augmentation des revenus du pays. L'abondance des ressources pétrolières iraniennes, une position géographique favorable, la disponibilité d'une main-d'œuvre spécialisée font de l'Iran l'un des producteurs reconnus de ce produit dans la région. Cette exportation, en plus de générer des devises, contribue à l'innovation technologique, à la création d'emplois et au renforcement des relations commerciales internationales.

■ Auteur: Narges Danesh, Tugan et raconte l'histoire Arad Branding.



Ingénieur Shahbani: Dans l'exportation, ce qui compte plus que le prix, c'est l'engagement envers la qualité, la confiance des relations et la compréhension précise des besoins du marché cible.



www.aradbranding.com
wa.me/989150608088



Recevez nos nouvelles directement
T.me/AradBranding_News



Numéro 80

S a m e d i

2025/07/26

Arad Branding Page 4

AradBranding.com

De vent confiance Véritable exportation



Lors d'une session spéciale au sein du groupe Arad Branding, le professeur Vahid a présenté une vision scientifique, précise et stratégique du commerce et de l'exportation, 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 construire un parcours clair, durable et intelligent, qui commence par la création de liens et de confiance, et se concrétise par la continuité, la planification et une connaissance approfondie du marché cible. Un point clé souligné par le professeur Vahid est le rôle du client dans les négociations. Il estime qu'un commerçant performant 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 construit pas par des publicités éphémères, mais dans l'esprit du client, grâce à la réputation, la constance, la production de contenu pertinent et un suivi professionnel. Pourtant, le commerce est un terrain d'action, plein de défis. Le commerçant qui réussit est celui qui ose prendre des décisions, et non celui qui attend passivement des conditions idéales. Il a aussi identifié l'analyse précise des marchés d'exportation comme un pilier fondamental d'un commerce performant et notes constamment à l'échec, même avec les meilleurs produits.

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

Commerçant à succès

Un chemin pour progresser commerce

La découverte du grand groupe Arad Branding et l'acquisition quotidienne de connaissances dans le domaine du commerce rappellent constamment que même un effort modeste mais continu porte ses fruits. Le commerce des fournisseurs médias, en particulier des bijoux, jaitels, représente une part importante de l'industrie marshallaise et joue un rôle clé dans l'économie nationale ainsi que dans l'exportation. Dans ce contexte, la société Arad Branding, forte de réseaux d'experts, offre des conseils et des conseils clairs, nous permettant, avec espoir et motivation, d'atteindre une croissance significative dans les transactions nationales et internationales.

■ Auteur: Soliha Fawzan, responsable de ventes nationales Arad Branding.



Maison du commerce

Être plus visible grâce au partage intelligent des publications

Pour augmenter la visibilité des publications de la 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 le lien dans le premier commentaire car les algorithmes d'algorithmes, généralement, ne les lient à leurs liens. Commencer la publication par une question ou une statistique attrayante et inviter les utilisateurs à participer augmente l'interaction et la visibilité. Répondre aux commentaires et être actif dans les échanges, un usage ciblé des hashtags augmente.

■ Auteur: Rayhanah Indrawati, employée du service technique Arad Branding.



Illustration: Illustration de la maison de commerce Arad Branding.

Progrès durable

L'âge marché: commerce s'épanouissant innovations technologiques

Dans le chemin de la croissance et du progrès de toute société, le rôle des commerçants des sciences avec innovations et des innovations occupe une place essentielle; perspective claire et influente dans une culture qui aspire à dépasser les défis et à répondre. Pour surmonter les retards, il est nécessaire de mobiliser les capacités humaines et intellectuelles, même 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 parcourir en quelques pas un chemin de cent ans. Il suffit d'allumer une lumière dans l'obscurité pour éclairer le chemin de tous. L'un des progrès importants actuellement proposé pour la transformation et la croissance des commerçants est celui de l'exportation des innovations, des idées et des produits technologiques à haute valeur ajoutée. High Tech un programme à long terme vise à présenter et diffuser les réalisations scientifiques et technologiques sur les marchés internationaux. Nous attendons la définition.

■ Auteur: Khasanah Ikhsani, directeur des affaires Marketing Inter Arad Branding.

Ingénieur Othman: Une exportation réussie commence par la connaissance du marché cible, le commerçant professionnel construit d'abord la confiance et établit une communication efficace avant la vente.



www.aradbranding.com
wa.me/9150608088



Recevez nos publications chaque jour
T.me/AradBranding_News



Numéro 79

Vendredi

2025/07/25

Arad Branding Page 1

AradBranding.com

L'apprentis continu le secret pérennité

Les femmes commerçantes

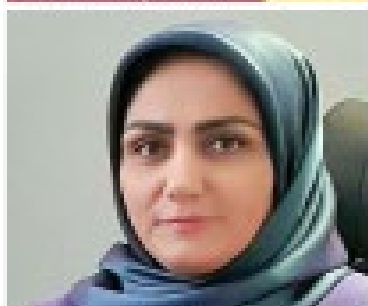


10 avantages plantes médicinales

L'Iran, avec sa diversité de plantes médicinales telles que la safran, le safran sauge, la boue riche, l'achillée, la safran et d'autres espèces locales, dispose d'un potentiel unique pour la production de produits liés et thérapeutiques. Le climat particulier de cette province offre un terrain favorable à la culture de plantes aux propriétés curatives, ouvrant la voie à l'exportation de produits naturels vers les marchés régionaux et internationaux. En tant que producteurs locaux et en exploitant les opportunités d'exportation, il est possible de consolider la position d'Iran dans la chaîne d'approvisionnement.

■ Auteur: Farzad Haddad, Responsable de l'Unité Iran Arad Branding.

Commerce spécialisé



Commerce régional produit spécifique

L'exportation de produits iraniens, caractérisée par une haute qualité et un prix compétitif, a su se tailler une place solide sur les marchés régionaux. Ces qualités ont non seulement stimulé la demande dans des pays comme la Turquie, mais ont également créé un terrain favorable à développer des relations commerciales durables avec les voisins. Actuellement, votre exportation de produits représente une opportunité croissante dans les relations économiques entre l'Iran et la Turquie. D'un point de vue économique, l'exportation de produits iraniens joue un rôle clé dans la valorisation de la marque nationale.

■ Auteur: Mahdi Vahidi, Responsable Marketing Iran Arad Branding.



Aujourd'hui, être dans un groupe où beaucoup de choses se font devient de plus en plus important. Et c'est du propre qui peut être, ne l'oublions pas, souvent à l'esprit, mais personne ne les voit jamais expliqués aussi franchement et clairement. Un des points importants était que faire du travail signifie se sacrifier pour ce travail. Cela veut dire que quand tu dis je me suis investi dans le commerce, tu es amoureux de ce travail, amoureux du produit, amoureux du 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 dans une recette précise. On ne peut pas improviser au hasard selon son goût. Certains pensent que parce qu'ils savent certaines choses, ils peuvent agir à leur manière, mais la réalité est qu'à sa manière n'existe pas. Quand il y a une méthode et une formation claires, il faut suivre précisément cela. Cela s'applique à la négociation, au comportement, même au ton de la voix. Si tu arrives de façon arbitraire, tu tombes vite. Une autre partie des discussions concernait l'impatience. Certaines personnes veulent des résultats rapides, comme si une bonne place sortait du four instantanément. Mais ils ne comprennent pas qu'une cuisson complète prend du temps. Le commerce, c'est pareil. On ne peut pas commencer aujourd'hui et avoir demain un client étranger 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 précieux, car ces 30 % peuvent être la cause de ton succès ou de ton échec. Un autre point important concernait notre regard sur les clients et les fournisseurs. Il a été dit de ne pas avoir une vision en noir ou blanc. C'est à dire ne pas considérer tout le monde comme bon, ni tout le monde comme mauvais.

■ Auteur: Shadmeh Hekmat, Responsable des affaires régionales, Téhéran Arad Branding.

Marque iranienne

L'exportation: croissance pour marque iraniennes

Le commerce mondial est une vaste porte ouverte vers des opportunités illimitées et de grandes réussites. Chaque produit exporté vers les marchés internationaux représente un pas vers la construction d'un héritage mondial et précieux pour votre entreprise. Grâce à l'exportation, vous ne développez seulement votre marché, mais vous améliorez également la position de votre marque. Ce processus exige planification, persévérance et une vision stratégique tournée vers l'avenir. 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 comprenant pleinement les besoins des marchés cibles, il est possible de transformer les avantages compétitifs des produits en revenus durables. La constance dans la présentation de la marque, la constance dans la qualité et le suivi permanent des relations sont des piliers essentiels du succès dans le commerce mondial. Si le café est préparé avec une approche scientifique et orientée vers l'exportation, il peut devenir l'un des produits phares.

■ Auteur: Mojtaba Mirzaei, Responsable café, Alborz Arad Branding.



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



Obtenir une consultation sur votre branding
WA: 98819999999999



Recevoir votre newsletter gratuite
T.me/AradBranding_News



Numéro 79

Vendredi

2025/07/25

Arad Branding

Page

2

AradBranding.com

Ne reste caché

Devien visibl professionnel



Entretien avec Touhid Alizadeh

Le secret dans la bio: un obstacle caché sur le chemin du commerce

Au cours des entretiens sur le terrain et des observations répétées, il a été constaté que certains commerçants, même après plusieurs mois d'activité, n'ont toujours présenté aucune introduction claire d'eux-mêmes sur les réseaux sociaux; ni image professionnelle, ni une brève description de leur domaine d'expertise, ni même une biographie reflétant leur position commerciale ou le produit visé. Cette discrétion involontaire dissuade parfois de faibles fautes selon la logique « il faut d'abord atteindre un certain niveau ou succès avant de se présenter ». Or, cette vision 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 l'un des piliers de la confiance initiale. Le visiteur qui arrive sur votre page

WhatsApp ou profil LinkedIn en quelques secondes n'a ni intention d'entamer une conversation ou passer son chemin. À cet instant crucial, si aucune indication de votre identité commerciale 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 revenu stable, vous devez malgré tout afficher une image professionnelle, un poste clair, le produit ciblé et votre lien avec la marque Arad 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, opportunité et soutenue par une structure fiable.

■ Auteur: Touhid Alizadeh, Commerçant en fruits secs, Arad Branding

Transformation commerciale 1



Priorité du commerce, voie de progrès

Le commerce a toujours été un levier majeur dans les grandes transformations mondiales, favorisant la croissance globale des pays sur plans économiques, sociaux et culturels. Pour atteindre une croissance accrue et un progrès durable, il est nécessaire de tourner vers le commerce et de le placer en priorité. Les pays qui occupent aujourd'hui une place de choix à l'échelle mondiale ont reconnu depuis longtemps le commerce comme le moteur de leur développement. Ils investissent dans infrastructures, relations internationales et la chaîne d'approvisionnement mondiale.

■ Auteur: Mehdi Davoodi, Directeur de la poste à l'exportation, Arad Branding.

Communication efficace 2

Succès dépend l'information-communications

Dans le commerce, deux choses sont essentielles: l'information et la communication. Plus l'information est communiquée avec précision, plus votre réussite commerciale est grande. Ici, Hadi Hamzehkani, responsable du branding de la poste d'Irak et Arad Branding, je crois que les piliers principaux du succès dans le commerce sont l'information et la communication. Tout commerçant ou marque commerciale qui s'inscrit avec précision place la fait grâce à d'innombrables efforts pour collecter des données précises, analyser le marché et établir des liens étroits avec clients.

■ Auteur: Hadi Hamzehkani, Commerçant poste d'Irak, Arad Branding.



Production mondiale 3



Production commerce: dignité économique

La production orientée vers le commerce est une étape importante pour l'emploi national et la génération de revenus pour le pays en période économique difficile, ainsi qu'un gage de confiance pour attirer les investisseurs et le bien-être national. Ils expérimentent que le vrai chemin pour sauver l'économie passe par la production dont la destination est les marchés commerciaux. Si nous ne produisons que pour vendre à l'intérieur, nous stagnons dans la prospérité que nous méritons. Mais lorsque notre produit est exposé vitrine du commerce international, sa vraie valeur est enfin reconnue. Il est aussi source de dignité.

■ Auteur: Mohammad Sadeghian, Responsable marketing, Tahmineh Arad Branding.

l'exportation, c'est pour selon règles internationales. C'est qui consulte, aussi bien soit son produit, pas se place la compétition mondiale. Pour plus communiquer efficacement sont les succès.



Arad Branding est une marque de commerce
www.aradbranding.com



Recevez les actualités par WhatsApp et Telegram
Tahmineh Arad Branding



Numéro 79

Vendredi

2025/07/25

Arad Branding Page 3

AradBranding.com

Commerçant silencieux

Commerce opportunités



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

Beaucoup pensent qu'ils entrainent dans le commerce et en faisant une promotion, qu'ils sont vus automatiquement. Les clients, finis le marketing et toutes les autres de manière automatique. Mais le vrai commerce ne fonctionne pas ainsi. Le commerce, c'est, une mise en valeur active des capacités, cela signifie que vous devez montrer vos forces, vous présenter, annoncer votre présence et intégrer de façon continue. Le système n'est qu'une offre, mais il

facteur ne montre pas, aucun spectacle vidéo. Ils sont vus ou certains commerçants ont une page commerciale, mais leur biographie est vide, pas de photo, aucune story publiée, même aucune présentation de leur produit ou d'un service 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 vous considèrent comme sans valeur. Le client, lui, cherche personnellement une personne qui est présente, a mis une photo réelle, répond aux messages, et montre clairement quelle est active. Être visible, c'est une présence continue, un contenu, publier de vraies photos des envois.

• Auteur: Hindessa Aguil, Commerçant, en arabes Arad Branding.

Subsistance pure

1

Commerce avec intention, service avec but

Ces enseignements nous disent que dans l'islam, 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 divine. La vision islamique du commerce va bien au-delà de la simple quête de profit. Dans la culture islamique, le commerce est un outil pour favoriser 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 cherche pas seulement des bénéfices pour lui-même, mais crée également un terrain propice à l'emploi, à la croissance économique et au service de la communauté.

• Auteur: Mohamed Al-Nahdi, Directeur du marketing, Social Arad Branding.



Transformation commerciale

2



Pionnier dans la garantie de la santé

Je considère le commerce comme un chemin vers le développement, la transformation et la création de valeur; un chemin qui offre de nombreuses opportunités de croissance personnelle et d'impact à grande échelle. Dans le domaine spécialisé des fibres hospitalières, responsabilité d'apporter des produits sanitaires conformes aux normes internationales est une mission sérieuse et noble, service rigoureux, organisation rigoureuse professionnelle. Ce qui compte le plus pour moi dans ce parcours, c'est l'alignement entre engagement, qualité et innovation.

• Auteur: Maryam Khalid, Responsable des vêtements hospitaliers, Qm Arad Branding.

Analyse de marché

3

Focus qualité, vision développe économi

Dans le domaine du commerce de détail et de électronique, mon attention s'est toujours portée sur l'identification d'opportunités pouvant conduire au développement durable des marchés, tant au niveau national qu'international. L'expérience a montré qu'il est essentiel d'une communication efficace avec les clients et analyser soigneusement 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 créer des avantages concurrentiels de produits et de maintenir constamment la satisfaction des clients, mais devenir un fournisseur de confiance et de collaboration durable avec les clients.

• Auteur: Maryam Khalid, Responsable du marketing, Social Arad Branding.



Professeur Valad: Le commerce, c'est construire l'avenir avec décision. J'ai toujours dit: c'est établir des liens respectueux toujours la partie dans le monde affaires, commerce, c'est tracer une voie verte.



Visitez nos contenus sur Arad Branding
wa.me/9971999999999



Recevez nos contenus par email ou par WhatsApp
T.me/AradBranding_News



Numéro 79

Vendredi

2025/07/25

Arad Branding Page 4

AradBranding.com

Oman exportation

Une opportunité l'Iran



Analyse de capacité

Marché économique

Oman

Regarder ce clip a été pour moi une expérience à la fois captivante et instructive, car il offre une vision globale et précise des capacités du Sultanat d'Oman dans le domaine du commerce extérieur. Grâce à sa frontière maritime commune avec l'Iran et à sa position stratégique dans le détroit d'Ormuz, ce 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 sa gestion économique. Malgré la découverte tardive de ressources pétrolières, Oman a réussi, dans les années 1980, à atteindre une croissance économique à deux chiffres, allant même jusqu'à 34 %. Aujourd'hui encore, ses exportations annuelles dépassent 60 milliards de dollars, dont une large part correspond à la réexportation de marchandises, notamment vers les pays de l'Afrique de l'Est. 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 iraniennes, non seulement grâce à la stabilité économique et à la clarté de ses lois douanières, mais aussi en raison de l'apogée commerciale de sa population. Des produits tels que le ciment, le safran, les plantes médicinales, le pierre décorative, les plastiques de qualité et les denrées alimentaires variées, elle répondent aux normes requises, peuvent facilement pénétrer ce marché et s'y maintenir durablement. Un point crucial est que les Omanais considèrent le commerce comme une stratégie, et achètent souvent des produits non pour leur consommation propre, mais en vue de concevoir leur propre plateforme d'exportation et d'exporter au marché performant.

■ **Autour:** Sayedeh Sana Shahr, Conseillère commerciale chez Arad Branding.

Qualité durable

Gelée royale: commerce précis pour marchés ciblés

Dans le commerce intérieur de la gelée royale, deux facteurs jouent un rôle crucial: d'une part, constantes qualité processus d'approvisionnement et de conditionnement, et d'autre part, le maintien rigoureux de la chaîne du froid jusqu'à livrer 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 l'air ou du durée de conservation. En nous appuyant sur des normes professionnelles strictes et un affectueux travail des fournisseurs engagés, nous avons pu préserver la qualité de ce produit si précieux tout au long.

■ **Autour:** Sayed Shababeh Shahr, Responsable de la Gelée Royale à Téhéran chez Arad Branding.



Maison de commerce

Passeport performance: croissance Maison commerce Arad Branding

Dans la section Performance maison de commerce Arad Branding, des indicateurs tels que le taux d'approbation publication, le temps de publication final, d'actes quotidiens commerciaux sont affichés de manière précise temps réel. Cette section aide commercants à observer continuellement leurs performances, corriger les points faibles, améliorer la qualité du contenu publié et accélérer leur croissance commerciale. La conception quotidienne des rapports de performance et le suivi des statistiques en temps réel sont des exigences essentielles pour une démarche professionnelle réussie. Elles reflètent l'engagement, la planification et la préparation de chaque commerçant pour intégrer des projets et marchés plus.

■ **Autour:** Barich Saei, Employé du Département technique Arad Branding.



Arad Branding - Maison de Commerce

Progrès durable

Commerce juste, vie meilleure

Le commerce ne se limite 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 toujours été important pour moi dans ce parcours, c'est la connaissance précise du marché cible. Nous avons un bon produit, mais ne savons pas où il est et avec quel langage le présenter. C'est là que l'analyse des besoins du client, ainsi que l'adoption de son langage, 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 centré dans le commerce, j'ai appris que la patience et la persévérance valent plus que n'importe quel capital. Les opportunités ne sont pas toujours derrière des portes ouvertes; parfois, il faut de redoubler d'efforts pour que ces portes s'ouvrent d'elles-mêmes. Dans le commerce,

■ **Autour:** Almas Soltanzadeh, Commerçante en ligne Arad Branding.

Bagh-e-Nar Shahr-e-Kom: signifie construire chemin durable, seulement transactions physiques. Celui qui connaît les principes de la communication, de la relation de confiance et de la persévérance.



Arad Branding - Maison de Commerce
www.aradbranding.com



Recevez nos newsletters gratuitement
T.me/AradBranding_News



Numéro 77

Mercredi

2025/07/23

Arad Branding Page 4

AradBranding.com

Principes commerce vision stratégique



Quand on parle des principes du succès en commerce au sein du groupe Arad, peu de personnes ignorent la vision précise et réaliste de Maître Vahidi. En tant que directeur stratégique de l'entreprise, il insiste toujours sur plusieurs principes fondamentaux dans la voie de l'exportation et de la négociation, que tout commerçant, débutant ou expérimenté, doit entendre. Un des points les plus importants que nous entendons souvent de sa part est : « D'abord la relation, puis l'argent ». Cela signifie que l'exportation ne commence jamais par le connaissance et ou la donnee, 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. Maître Vahidi 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'un irakien. 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 utiliser. Le quatrième principe est la maîtrise des informations sur le produit et le marché cible. L'erreur souvent que Maître mette un commerçant au défi en demandant : Si le client.

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

Débat de l'exportation

Exportation de raisin sec: pont vers le marché mondial

L'Irak est l'un des plus grands producteurs de raisin sec au monde, mais il n'a pas encore obtenu sa juste place sur les marchés internationaux. Connaissant ce potentiel latent et avec un intérêt personnel pour l'agriculture et l'exportation, j'ai décidé d'être un pont entre les agriculteurs irakiens et les marchés mondiaux. Le raisin sec est un produit durable, à savoir très consommé sur les marchés internationaux, avec une haute valeur nutritionnelle et une exportation facile. Ces qualités, combinées à une grande variété d'emballages possibles et à une facilité de transport, en font une option idéale pour démarrer une activité d'exportation.

■ Auteur: Ali Laveissi, responsable du raisin sec d'or, Téhéran, Arad Branding.



Maison de commerce

De publication à l'évaluation: communication précise chaque poste

Le 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 internes, être informés du statut actuel de publication, de validation et de classement de leurs contenus commerciaux. Cette fonctionnalité offre notamment aux commerçants soucieux un contrôle plus efficace de leurs activités de marque personnelle, une analyse des interactions des utilisateurs et une possibilité d'ajuster leur stratégie de contenu.

■ Auteur: Soufian Nadi, employé du service technique, Arad Branding.



ARADBRANDING - IRAN - PAYSAN RUS - PHOTO: SHUTTERSTOCK/ALAN

Transition sécuritaire

Progrès en sécurité: de la norme à la culture

En Irak, l'histoire des chaussures de sécurité a commencé avec la mise en œuvre des premières normes nationales en 1985 (année 1344 du calendrier persan); c'est à ce moment là que la norme des bottines 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. L'adoption de ces normes était d'utiliser des chaussures adaptées à la nature de chaque métier et de fournir les caractéristiques protectrices nécessaires dans les environnements industriels et d'atelier. Avec le temps et la croissance des différentes industries, les chaussures de sécurité ont également évolué en fonction des nouveaux besoins. Les avancées technologiques ont poussé les fabricants vers des designs plus sophistiqués, des matériaux plus résistants et une stricte application des principes d'érgonomie. Un tournant important dans ce parcours a été la sensibilisation accrue des employeurs.

■ Auteur: Elhadi Farokhadi, commerçant en chaussures de sécurité, Arad Branding.

Engagez Shahani il le commerce et l'exportation réussissent lorsque l'exportateur a sa connaissance du marché, une communication efficace le respect des engagements. Si l'on maîtrise les principes.



Visitez nos contenus sur nos réseaux
WA: 9891999999999



Recevez nos contenus par WhatsApp et Telegram
T.me/AradBranding_News