

# راهکار

## ما برای ارتقای هر کسب و کاری راهکار داریم

۲

نقش شبکه‌های اجتماعی  
در توسعه کسب و کار

**نون توی صفر ویک است!**

۴



**استارت‌آپ‌ها چه نقشی در مشاغل جامعه امروز دارند؟**

هیچ تضمینی برای موفقیت وجود ندارد. اما می‌توانید با مدیریت صحیح کار و داشتن نقشه راه مناسب و استفاده درست از منابع محدود خود، احتمال موفقیت را افزایش دهید

**نقش شبکه‌های اجتماعی در توسعه کسب و کار**

در رسانه‌های اجتماعی هیچ قانون ملزم‌کننده و دست و پاگیری وجود ندارد. به راحتی می‌توانند آن چه که شغل شما در جامعه احتیاج دارد را جست‌وجو کنید

**تعامل مثبت در فروش**

اولین آفت گوشی موبایل هست که وقتی باهاش کار می‌کنید دیگه واقعا یاد تون میره که چقدر زمان گذشته و یا اینکه چه کسی وارد فروشگاه یا دفتر کار شما شده!



محل  
موفقیت

احمد یوسفی صراف | دبیر راهکار

## ما برای ارتقای هر کسب و کاری راهکار داریم

حالا دیگر روزگار از آن دوره‌ای که همه به دنبال شغل و حقوق ثابت بودند، به سرعت گذر کرده است. حالا دوره کسب و کارهای نوین و خودساخته و البته غیرنفتی است! کسب و کارهایی که ریشه در خلاقیت و نیاز مشتری و دانش روز افزون دارند.

ما اینجا در روزنامه قدس بر آن شدیم تا در سال «تولید رونق ملی» چهره جدیدی از ضمیمه روزانه (نیازمندی‌ها) را منتشر کنیم تا بتوانیم با بیان نکته‌های آموزشی و تجربیات موفق برندهای شناخته شده به هر چه موفق تر شدن کسب و کار شما کمک کنیم. به واقع در تلاشیم با تیمی مجرب و کاربلد، به بیان زوایایی از ارتقای کسب و کارهای مختلف بپردازیم تا رفته رفته به شما در ضمیمه روزانه «راهکار» هر روز نکته‌ای را در تبلیغات، فروش، بسته‌بندی، تولید محتوا، مجوزهای لازم، مدیریت نیروی انسانی و دهها نیاز کوچک و بزرگ را ارائه دهیم. در این ضمیمه روزانه که آمیخته با آگهی‌های مشاغل خرد و کلان شهر ماست، آگهی‌های روزی که در اطراف من و شما در حال کسب روزی حلال در همین شرایط سخت اقتصادی هستند، به چشم می‌خورد.

ما با انتشار «راهکار» می‌خواهیم به هر چه پر رونق تر شدن کسب و کارهای شما و راهاندازی استارت‌آپ‌های خلاقانه جوانان شهرمان کمک کنیم. مشهد به عنوان دومین کلان شهر کشور توانسته است مقام نخست کسب و کارهای نوین و راهاندازی استارت‌آپ‌های مختلف در مشاغل گوناگون را به خود اختصاص دهد. بر همین اساس، ما نیز می‌خواهیم در «راهکار» به معرفی و مصاحبه با صاحبان این ایده‌ها و بیان تجربیات آن‌ها بپردازیم.

در این ضمیمه می‌توانید آخرین روش‌های توسعه کسب و کار و تجربیات موفق برندهای اصیل و با سابقه شهرمان را مطالعه کنید. این البته همه تلاش ما برای ادامه مسیر «راهکار» نیست! ما می‌خواهیم علاوه بر انتشار این ضمیمه روزانه مکتوب با صفحه اینستاگرام آن نیز در قالب ارائه ویدئوهای آموزشی، اینفوگرافیک‌ها، فتو تیترها و مطالب تولیدی این ضمیمه با شما ارتباط نزدیک‌تری برقرار کنیم و از نظرات ارزشمند شما زیر پست‌های روزانه‌مان با خبر شویم.

امید داریم که صاحبان مشاغل و برندها، ایده پردازان و گروه‌های جوان تشکیل دهنده استارت‌آپ‌ها با نگاهی صمیمانه به دنبال «راهکار» روزانه کسب و کار خود باشند. ما می‌خواهیم با افتخار زیر شیشه میز فروشگاه‌های شما، پشت شیشه ویتترین مغازه‌هایتان و در دست مدیران و کارگران کارخانه‌ها و کارگاه‌های این شهر قرار بگیریم. حالا دیگر «راهکار» آغاز شد.

## تعامل مثبت در فروش

# چطور با مشتری خود ارتباط مؤثر برقرار کنیم؟

موضوع رو کامل تر خواهیم کرد.

### عوامل مشتری پران!

چند آفت همیشگی در محیط فروشگاه وجود دارند که باعث میشن شما به اندازه کافی به حضور مشتری هایتان توجه نکنید و این باعث خواهد شد که اولین قدم در بحث ارتباط مؤثر رو درست بر ندارید.

اولین آفت گوشه‌موبایل هست که وقتی باهش کار می‌کنید دیگه واقعاً یادتون میره که چقدر زمان گذشته و یا اینکه چه کسی وارد فروشگاه یا دفتر کار شما شده!

دومین آفت تلویزیون در فروشگاه یا دفتر کاره که ممکنه شما را سرگرم خودش کنه و نسبت به ورود مشتری بی تفاوت باشید.

سومین آفت حضور افراد متفرقه در محیط فروشگاه هست، کسانی که با صحبت‌هایی که هیچ وقت تمومی ندارند و اشغال کردن بیجای فضای دفتر کار یا بیجا شدن باعث میشن حواس شما از اصلی ترین وظیفه‌ای که برایش کسب و کار تأسیس کردید، یعنی تأمین نیاز مشتری و کسب درآمد دور کنه.

حتماً فردا این ستون رو دنبال کنید که در موضوع توجه به حضور مشتری بیشتر با هم صحبت کنیم.

شما لازم باشه مهارت‌های ارتباط مؤثر رو مرور کنید تا بتوانید با این نوع مشتریان ارتباط برقرار کنید. این نوع از مشتریان شاید دفعه اول از شما خرید نکنند ولی شما میتونید با یک خاطره خوش از یک برخورد شایسته و محترمانه، یک مشاوره درست برای انتخاب بهترین گزینه یا صبر در ارائه محصولات یا خدمات، اونا رو تبدیل به سفیرانی بکنید که همه جا بشینند و از اخلاق و برخورد شایسته شما تعریف کنند. این یک سرمایه بزرگ هست که شما با هزینه‌های چند صد میلیونی هم شاید نتوانید کسبش کنید ولی ارتباط مؤثر می‌تواند همچنین معجزه‌ای برایتان رقم بزند.

### مراحل ارتباط مؤثر

خب برویم سراغ موضوع ارتباط مؤثر با مشتریان، جمع‌بندی من از سال‌هایی که در مورد ارتباط مؤثر دارم میخونم اینه که ارتباط مؤثر در برخورد با مشتری شامل سه مرحله اساسی میشه «توجه، احترام و بدرقه» هر تکنیکی هم که مرور بشه قطعاً در یکی از این دسته‌بندی‌ها گنجانده میشه.

در یادداشت امروز در مورد تکنیک‌های اولیه ارتباط مؤثر در موضوع توجه صحبت می‌کنیم و اگر با ما همراه باشید در روزهای آینده این

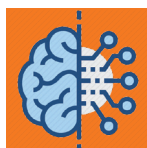
اول باید به یک سؤال اساسی پاسخ بدیم، چرا باید با مشتریان ارتباط مؤثر برقرار کنیم؟ حالا برای پاسخ به این سؤال لازمه که یک سؤال دیگه رو از خودمان بپرسیم، مشتری کیه؟! یا مشتری در ذهن ما هر شخصی که از جیبش پولی رو خارج می‌کنه و به ازای محصول یا خدماتی که دریافت کرده به ما میده؟ من فکر نمی‌کنم این تعبیر درست باشه. به نظر من حتی یه رهگذر که میاد و از شما آدرس می‌پرسه هم مشتری شماست، ولی به مشتری بالقوه.

### مشتری کیست؟

خب حالا که صحبت به اینجا رسید بذارید این دسته بندی رو هم با هم مرور کنیم، مشتری بالقوه شخصی که به هر علتی به فروشگاه شما مراجعه می‌کند اما خریدی انجام نمیده و مشتری بالفعل شخصی که فرایند خریدش کامل میشه و به ازای محصول یا خدمات به شما مبلغی پرداخت می‌کنه. هر دو دسته مهم هستن ولی متأسفانه دسته اول یعنی مشتریان بالقوه خیلی بهشون توجه نمیشه، این جوری بگم توجه نمیشه که هیچ، اگر خرید نکنند انگار گناهی مرتکب شدند.

### هر کسی می‌تواند مشتری باشد

مشتری بالقوه خیلی مهمه و همین اهمیت باعث میشه



یاسر سلیمانی  
ا کارشناس فروش

اولین آفت گوشه موبایل هست که وقتی باهش کار می‌کنید دیگه واقعاً یادتون میره که چقدر زمان گذشته و یا اینکه چه کسی وارد فروشگاه یا دفتر کار شما شده!

