

## سود سهام عدالت فوت‌شدگان چه می‌شود؟

در روزهایی که سود سهام عدالت در حال پرداخت است، آمار ی مبنی بر فوت ۲/۵ میلیون نفر از مشمولان سهام عدالت و اینکه وراث بسیاری از آنها برای تعیین تکلیف آن مراجعه نکرده اند. به نقل از ایسنا گمانه زنی هایی‌برای تعیین تکلیف سهام عدالت فوت‌شدگان وجود دارد

در عین حال حدود ۲/۵ میلیون نفر از مشمولان سهام عدالت فوت شده‌اند و وراث بسیاری از آنها برای تعیین تکلیف سهام عدالت متوفی به دفاتر پیشخوان دولت مراجعه نکرده‌اند. در این مورد شورای عالی سیاست‌های اصل ۴۴ اعلام کرده که سازمان خصوصی‌سازی با همکاری وزارت اقتصاد باید مبالغ مربوط به سود سهام عدالت آنها را

سرمایه‌گذاری کند و در هر زمانی که وراث فوت شده رجوع کردند بتوانند از حق خود برای سود سهام عدالت منتفع شوند.

اما فرضیه دیگری هم وجود دارد؛ مشاور رئیس سازمان خصوصی‌سازی می‌گوید احتمال دارد به شورای سیاست‌گذاری اصل ۴۴ پیشنهاد داده شود که سهام عدالت این افراد به افرادی واگذار شود که از ثبت‌نام سهام عدالت جا مانده‌اند. اما موافقت یا عدم موافقت با این موضوع با شورای عالی اصل ۴۴ است و تنها این شورا می‌تواند در این باره رأی دهد.

گفتنی است چنانچه از جمله وراث مراجعه هستند حتما برای تعیین تکلیف سهام عدالت متوفی به دفاتر پیشخوان مراجعه فرمایید.



گفت وگو با یک مدرس و مدیر ارشد بازاریابی

# چگونگی مواجهه با «نه» مشتری

اغلب گفته می‌شود که همه ما با توانایی فروش به دنیا آمده ایم و به عنوان نمونه مهارت های متقاعد کننده کودکان را بیان می‌کنند اما به مرور این توانایی ذاتی با مواجهه با مشکلات و موانعی ممکن است دستخوش تغییر قرار گیرد. این که چگونه می‌توان این توانایی را در خود نگه داشت و توسعه داد نیازمند تکنیک هایی است که در گفت وگو با یکی از مدرسان و فعالان این عرصه بررسی کرده ایم.

حسین بردبار  
روزنامه‌نگار

حامد سپانو، مدرس و مدیرارشد بازاریابی و فروش در چند شرکت بیمه ای معتقد است با داشتن همین مهارت ها و شگردها کودکان به نتایج آرمانی دست پیدا می‌کنند اما تنها یک کلمه است که مانعی بر سر راه این مغزهای خلاق ایجاد می‌کند که نه تنها از اشتیاق فروش جلوگیری می‌کند بلکه آن‌ها را از دستیابی به فراتر از آن هم باز می‌دارد؛ این کلمه «نه» است.

#### ● زمان «نه» را تغییر می‌دهد

سپانو در گفت وگو با خراسان می‌افزاید: از کلمه «نه» در ذهن انسان به عنوان کلمه رد و انکار تعبیر می‌شود که بی شک در بسیاری از موارد این گونه نیست. ترس از این که کسی به ما ( نه ) خواهد گفت نه تنها ما را از مشارکت در فروش باز می‌دارد بلکه ما را از بسیاری فرصت های زندگی دور می‌کند.احتمال دارد مهم ترین اصلی که باید هر فروشنده بلند پروازی بپذیرد، همین باشد که وقتی کسی به شما ( نه ) می‌گوید، این ( نه ) فقط برای آن لحظه در زمان است و نه برای همیشه.

امکان دارد شما در شش ماه گذشته چیزی خریده اید یا کاری انجام داده اید که در گذشته به آن ( نه ) گفته بودید. چرا؟! زیرا در طول زمان شرایط و نیاز های ما تغییر پیدا کرده است و به طور دقیق همین مطلب برای مشتریان بالقوه شما نیز صدق می‌کند.

#### ● تکنیک «نه، نه امروز»

سپانو می‌گوید:وقتی شغل و کار شما توسعه یابد در خواهید یافت که بیشترین و اولین جریان درآمدی شما و دفترا ت توسط مشتریان موجود به دست می‌آید و دومین جریان درآمدی شما از آنچه اکنون ((نه، نه امروز)) می‌نماید به دست خواهد آمد.

به گفته سپانو وقتی یک مشتری احتمالی را ملاقات می‌کنید، دو پیامد به دنبال دارد؛ شما می‌توانید تجارت، معامله و فروش را به انجام برسانید یا ( نه ، متشکرم ) بشنوید، که اگر خوب آن را اداره کنید، فقط (نه، نه امروز) خواهد بود. نمی‌گویم در این حالت باید سمج بود اما پیگیری را در دستور کار خود قرار دهید.زمانی که جواب ( نه ) می‌شنوید، آن چه می‌توانید انجام دهید این است و بگویید: متشکرم، آیا می‌توانیم راه را باز نگه داریم؟ امیدوارم بتوانم

تا سه چهار ماه دیگر با شما تماس بگیرم، زیرا ممکن است شرایط شما تغییر کند و ما بتوانیم این محصول یا خدمت دیگری را متناسب با نیازهای شما پیشنهاد دهیم. شما به طور حتم جواب (بله) دریافت می‌کنید و توصیه می‌کنم که آن گاه بگویید:

« چه خوب، پس من تا سه چهار ماه دیگر دوباره با شما تماس می‌گیرم»

دفتر یادداشت روزانه خود را در آورید و (با فرض این که دیدار شما ۱۵ اسفند بوده است) بگویید:

بسیار خوب، من حدود ۱۵ خرداد دوباره با شما تماس می‌گیرم؟ آیا این تاریخ خوب است؟آیا در این مدت می‌توانم از طریق ایمیل، اس ام اس یا تلگرام شما را از محصولات و خدمات جدیدمان مطلع کنم؟

شما به طور حتم دوباره جواب بله خواهید شنید. اکنون بسیار اهمیت دارد که در این مرحله تعادل را رعایت کنید و با ارائه اطلاعاتی اندک که بیشتر از ماهی یک بار نخواهد بود، ارتباط خود را با مشتری حفظ و آن را به یک ارتباط موثر تبدیل کنید.

هنگامی که زمان تنظیم قرار ملاقات جدید یعنی ۱۵ خرداد فرا رسید، با مشتری احتمالی تماس برقرار می‌کنیم و با استفاده از فنون تله مارکتینگ قرار ملاقات جدیدی را با مشتری براساس زمان مورد درخواست اوالبتنه با استفاده از تکنیک های فروش تنظیم می‌کنیم.

#### ● پاک شدن بزرگ ترین مانع فروش

حامد سپانو ناامیدی را بزرگ ترین مانع فروش می‌داند و تاکید می‌کند: هر زمان که فرصت ملاقات یا صحبت با یک مشتری احتمالی را به دست می‌آورید، یا می‌توانید چیزی بفروشید یا با (نه، نه امروز)، مواجه می‌شوید؛ پس نباید ناامید شوید.

وقتی این مطلب ملکه ذهن شما شود، ذهن ناخوداگاه شما بزرگ ترین مانع فروش را پاک می‌کند که همان ترس از شکست و رد شدن است.هنگامی شگفت زده خواهید شد که متوجه شوید چه میزان از کسب و تجارت شما، از تماس های ( نه ، نه امروز ) ناشی می‌شود.

#### ● اصل پارتو

حامد سپانو در تشریح تاریخچه قانون ۲۰/۸۰ مشتری یابی

یا اصل پارتو می‌گوید: در اوایل قرن بیستم ویلفردو پارتو اقتصاددان ایتالیایی مدعی شد که توزیع درآمد و ثروت در ایتالیا عادلانه نیست و ۸۰ درصد زمین ها در اختیار ۲۰ درصد مردم ایتالیا قرار دارد.بعدها پارتو دریافت که این موضوع در طبیعت هم وجود دارد. برای مثال در باغچه خانه اش ۸۰ درصد محصولات از ۲۰ درصد بوته ها به دست می‌آمد.

به گفته سپانو، چند سال بعد یک مشاور مدیریت نیز مدعی شد که این موضوع در مباحث مختلف مدیریت و بازاریابی هم کاربرد دارد و آن را قانون پارتو نامید.برای مثال: ۸۰ درصد فروش ها یا پورتفوی؛ مربوط به ۲۰ درصد مشتریان است. ۸۰ درصد فروش ها توسط ۲۰درصد فروشنده ها انجام می‌شود. ۸۰ درصد عملکرد ما مربوط به ۲۰ درصد از تلاش های ماست. در مذاکرات و جلسات فروش ۲۰درصد باید صحبت کنیم و ۸۰ درصد گوش دهیم.

این مدرس حوزه بیمه درخصوص کاربرد قانون ۲۰/۸۰ در کار ما نیز می‌گوید:مطابق قانون ۲۰/۸۰، به تقریب، ۸۰ درصد از محصولات ما را ۲۰ درصد از مشتریانمان خریداری می‌کنند. یعنی ۲۰ درصد از مشتریان ما ۸۰ درصد از درآمد ما را تأمین می‌کنند.

براین اساس یک فروشنده حرفه ای طبق اصل پارتو ۸۰ درصد از زمانش را صرف ارتباط و ارائه خدمات به ۲۰ درصد از مشتریانی می‌کند که آن‌ها ۸۰ درصد درآمد او را تأمین و ایجاد می‌کنند.

#### ● خدمات ویژه برای ۲۰ درصد مشتریان

برای مثال :اگر با قشر و گروه خاصی مانند پیمانکاران، اتحادیه خاص، مدارس غیر انتفاعی یا هر گروه دیگری ارتباط بیمه ای مناسب داریم باید به آن‌ها توجه ویژه ای کنیم و حتی اگر می‌توانیم به آن‌ها خدمات ویژه (VIP) بدهیم.

سپانو در پایان نتیجه گیری می‌کند:پس برای مشتریان بهتر، باید زمان بیشتری صرف کنیم؛ ارتباط موثرتری برقرار کنیم، با مشتریان قدیمی خود تماس بگیریم و حتی در مناسبت های مختلف به آن‌ها هدیه بدهیم. این کار بسیار آسان و البته بسیار مهم است. اما در عین حال فراموش نکنیم که همیشه باید به فکر جذب مشتریان جدید هم باشیم.

## دخلوخرج

شنبه ۴ خرداد ۱۳۹۸ - شماره ۱۸

## بانک



# کار سخت دولت درباره اجاره‌بها

## بررسی طرح حمایتی دولت در بخش مسکن

ابتدای فصل تابستان همیشه

فرصت مناسبی است که مستاجران آن را به تعویض

منزل اختصاص دهند، باعث می‌شود بازار اجاره خانه داغ شود و با بالاتر رفتن تقاضا، قیمت‌ها نیز به تبع آن روند صعودی به خود گیرند. در هر حال واقعیت بازار رهن و اجاره حاکی از افزایش بهای خانه های اجاره ای چه در حوزه رهن و چه اجاره است . دولت همه ساله در این فصل تازه به یاد یکی از قشرهای جامعه که اتفاقا درصد بالایی از آن را نیز شامل می‌شود می‌افتد و درصدد ارائه ایده‌ها و طرح های حمایتی از مستاجران برمی‌آید. طرح هایی که کما بیش با شکست مواجه خواهند شد. لطفا به یاد بیاورید که در همین چند سال پیش دولت( گذشته) سعی کرد تا میزان افزایش اجاره بها را براساس درصدی تعیین کند. بر آن مبنا هر موجر تنها حق داشت بر میزان اجاره بهای سال قبل چیزی حدود ۷ درصد و بعدها ۹ درصد اضافه کند! دستوری که می‌شود امسال نیز دولت با اعلام طرح حمایتی از مستاجران حسابی سر و صدا به پا کرده است. شرح این ایده را از زبان معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی سید مازیار حسینی بخوانید: کارگروه سقف اجاره‌بهای مسکن در وزارت راه و شهرسازی آغاز به کار کرده و هدف آن، حمایت از مستاجران با ابزار مالیاتی است. حسینی ادامه داد: در تلاش هستیم سقف افزایش اجاره‌بها را برای امسال اعلام کنیم و با مصوبه دولت یا مجلس آن را اجرایی خواهیم کرد. سازوکار قانونی این امر در کارگروهی متشکل از نمایندگان بخش خصوصی، دولت و مجلس تعیین خواهد شد.

چنانچه از طرح بر می‌آید باز هم دولت در صدد تعیین سقف برای اجاره بهای ملک های شخصی شهروندان است! اما آنچه که این ایده را متفاوت از ایده های همگون قبلی کرده است،

وجود مشوق های مالیاتی برای موجران سر به راه است.

سازو کار اصلی این ایده تعیین سقف قیمت، توسط کارگروهی به نام کارگروه ملی تعیین میزان افزایش نرخ اجاره متشکل از نمایندگان بخش خصوصی، مجلس، مشاوران املاک و بانک مرکزی است. گفتنی است این کارگروه در مرحله دریافت مجوز است.کار گروهی که با توجه به شرایط تومی و همچنین شرایط عمومی ملک ها به تعیین قیمت می‌پردازند و احتمالا جدول قیمتی را براساس متراژ، سن ساختمان و محل آن تهیه و تدوین می‌کنند. این گونه که از وزارت شهر سازی به گوش می‌رسد این وزارت خانه به هیچ عنوان خواستار دخالت در امور مالی شهروندان نیست و تنها هدف آن‌ها آگاه سازی مستاجران از نحوه قیمت گذاری هاست. چرا که تجربه سال های قبل این نوع دستور العمل ها به خوبی نشان می‌دهد برای دور زدن دولت به راحتی می‌توان با معاملات صوری و پنهانی عمل کرد. معاملاتی که بخش اقتصادی تحت عنوان مشاورین املاک را به شدت متضرر خواهد کرد. این وزارت خانه در گام دوم تلاش می‌کند با اعلام معافیت مالیاتی برای موجرانی که بر طبق جدول کار گروه منزل خود را اجاره می‌دهند، از ابزار تشویقی بهره برد. حال اینکه ممکن است موجر برای بهره مندی از معافیت مالیات بر اجاره دوباره به سمت معاملات صوری و پنهانی برود.

#### مخالفت جدی مشاوران املاک با این طرح

با اعلام این طرح از سوی دولت، اتحادیه مشاوران املاک تهران همانند قبل به کنترل بازار اجاره بها واکنش منفی نشان داد. به گونه ای که مصطفی قلی خسروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران گفت در همه دین ها به خصوص دین اسلام بر اهمیت مالکیت تاکید شده است، بنابراین کسی نمی‌تواند برای ملک شخصی دیگری قیمت‌گذاری و تعیین تکلیف کند و عرضه و تقاضاست که در این بازار نرخ‌ها را مشخص می‌کند. مسکن با دیگر کالاهای تفاوت دارد. دیگر کالاهای را می‌توان به‌طور عمده تولید یا از راه واردات تأمین کرد اما مسکن این‌گونه نیست و هر خانه، شرایط خاصی خود را دارد. وی همچنین افزود هم اکنون اجاره مسکن تا ۱۵۰ متر از مالیات معاف است.

از نظر وی تنها راهی که دولت می‌تواند از بخش مستاجران حمایت کند بدون اینکه حقوق بخش خصوصی با عنوان موجران را نادیده بگیرد، پیاده سازی شیوه ترکیه در قالب صنعت اجاره داری در کشور است. در این صنعت شهرداری‌ها با همکاری دولت می‌توانند در محله‌های گوناگون شهر، متناسب با نیاز منطقه، تعدادی خانه را خریداری کنند یا بسازند و با نرخ مناسب و بدون واسطه به مردم اجاره بدهند. گفتنی است که براساس صحبت های خسروی تنها خانه هایی با متراژ بالای ۱۵۰ متر موظف به پرداخت مالیات هستند. پس این مشوق های دولتی برای بخش بالایی از مستاجران که به اجاره خانه هایی کمتر از ۱۰۰ متر هم رضایت می‌دهند کارساز نخواهد بود.