

## دخل وخرج

شنبه ۱۰ اسفند ۱۳۹۸ - شماره ۵۵

فراستان شماره ۲۰۳۳۰

# کسب و کار



صاحب امتیاز:  
موسسه فرهنگی  
مدیر مسئول:  
محمد سعید احدی  
سر دبیر:  
سید علی علوی

صاحب امتیاز:  
موسسه فرهنگی هنری خراسان  
مدیر مسئول:  
محمد سعید احدیان  
سر دبیر:  
سید علی علوی

دفتر مرکزی: مشهد، بلوار شهید صادقی  
صندوق پستی: ۵۱۱ - ۹۱۷۳۵  
تلفن: ۳۷۶۳۴۰۰ - ۵۱  
نمابر دبیرخانه: ۵۱۳۷۶۲۴۳۹۵  
پذیرش آگهی و اشتراک: ۳۷۰۱۰ - ۵۱  
پیامک: ۲۰۰۰۹۹۹

روابط عمومی: ۳۷۰۰۹۱۱۱ - ۵۱  
نمبر تحریریه: ۳۷۶۲۶۵۰۱ - ۵۱

یک لقمه  
نون حلال



کسانی که ربای می‌خورند، (از گور) برمی‌خیزند مگر مانند پراختن کسی که شیطان بر اثر نماز، آشفته و شوش شده است. این بدان سبب است که آنان گفتند: در راه و سست صرفاً مانند ریاست و حال آن که خدا داد و سست را حلال، و را با حرام گردانیده است، پس، هر کس، ندری از جانب پروردگار بشود رسید و (از رباخواری) باز ایستد، آن چه گذشته، از آن اوست و کارش به خدا و اگذار می‌شود و کسانی که (به رباخواری) باز گردند، مانند اهل آتشند و در آن ماندگار خواهند بود. (سوره بقره، آیه ۲۷۵)

و با در لغت به معنای زیادی و افزایش است. این کلمه

## رواج ریادر جامعہ باعث افزایش دلالی می شود

در قوانین شرعی به معنای زیاده گرفتن در وام بيع است. بیشتر ما با ریای پولی (وام) آشنا هستیم به این معنا که زمانی که پولی به شخصی قرض داده می شود، فرد قرض گیرنده مجبور است مبلغی را علاوه بر پول، اولیه به صاحب پول به هنگام پس دادن آن بپردازد. اما گاهی نیز اتفاق می افتد که فردی کلایی را قرض می گیرد اما باید چیزی بیشتر از آن چرا که در ابتدا گرفته است پس دهد. در معاملات نیز گناه گمراهی محسوب می شود و در دین اسلام به تکرر نهی شده است؛ از نظر امام صادق (ع) علت این تکرار، راهی شده سازی ثروتمندان برای کار خیر و صدقات می دانند و

می‌فرمایند: چون از یک سو ربا حرام است و از طرف دیگر انباشتن ثروت به صورت ربا نیز حرام است، پس چاره‌ای برای ثروتمندان جز انفاق و کارهای تولیدی مفید باقی نمی‌ماند (وسائل، ج ۱۲، ص ۲۴۳) و واقعیت اینست که ربا به جامعه‌ای که ربا به روال عادی معاملات تبدیل شود افراد متحمل کمتر به فکر کارهای تولیدی و تلاش می‌افتند و چون قرض گرفتن دیگر دارای مزیت اقتصادی نیست افراد رو به سوی دلالت می‌آورند.

گروه‌ای از کتاب آموزه‌های پیشرفت و رونق در کسب و تجارت

غلامرضا حسن پور اشکنری

## همراه با کارآفرینان

## شاگردی که به یک کارآفرین ملی تبدیل شد

سمیه محمدنیا حنائی  
روزنامه نگار

گاهی اتفاق هایی می افتد که کاملاً از دست ما خارج است و حتی می توانست سرنوشت زندگی ما را تغییر دهد، در هر حال ما باید خود نشان بدهیم تا این شرایط بسگی زیادی به ما نرسند. پس باید با معنی خارج شد، مسیرشان را عوض کرد و سرعت رفتن را کم کرد یا افزایش داد. کیفیت بردن، اذیت های نیز باشد. صبر بر سر تغییر شرایط می آید. بستن دهان و شنیدن و از آن استفاده می شود. تمام شکست ها می توانند، انقلاب فرهنگی در ایران بی اثر کند. اگر ما بتوانیم از آن موقعیتی قابل اتکا برخوردار شویم و سرنوشت تحت تاثیر قرار داد. یکی از آن راه ها کارآفرینی است که امروز دنیا به سمت آن حرکت کرده است. بنیامین فرانکلین رساله اسامعیل

۱۳۸۴ بهار علمی همزمان ماست.

علی رضا در یک خانواده متوسط درازندران به دنیا آمد. دوران کودکی و نوجوانی علی رضا مانند همه هم دورانی بهایش با هیاهوی انقلاب همراه بود. اما او همچنان با علاقه تحصیلش ادامه می داد. علی رضا عاشق رشته برق بود و می خواست هر طور شده به دانشگاه فنی تهران راه یابد. اما درست سالی که می خواست خود را برای ورود به دانشگاه محک بزند، به دلیل انقلاب فرهنگی همه دانشگاه ها تعطیل شدند. این اولین باری بود که او با مانعی خارج از کنترلش روبرو می خورد. علی رضا در مقابل، ورودی بازار را به عنوان تنهاترین گزینه می دید. علی رضا چون رشته الکترونیک را دوست داشت تصمیم گرفت در صندوق کارآموزی رای این رشته ثبت نام کند و با تکمیل فرآیند رتبه رو به رود. بنابراین تصمیم گرفت وارد رشته جوب و بجاری شود. درآشن در رشته تجاری علی رضا برای بار دوم با مانعی که در برابرش قد علم کرده بود، مواجه شد. آموزش های صندوق برای استادکار شدن علی رضا کافی نبود، بنابراین او در به در برای استادکار بود که او را به شاگردی قبول کند. بالاخره توانست استادی را پیدا کند که به شاگردی اش می ارزید! اما استاد برای او

یک شرط گذاشت و آن این بود که علی رضای بایست در طول یک هفته مغازه استادکار را تمیز کند. به گفته علی رضای او طی آن زمان سه تا وانت از آن کاره و خورد های بی مصرف چوب از مغازه جمع آورد کرد و در نهایت به سمت سقاری استاد دایی پور برگزیده شد و دوره سه ماهه کارورزی اش شروع شد. او بعد از این دوره خودش را برای ورود به دنیا بازار آماده می دید. بنابراین با این سلیقه از فروش دوچرخه حرفه ای اش و حقوقی که استاد دایی پور می گرفت ناوانست یک مغازه کوچک با کرایه ماهانه ۱۰۰۰ تومان اجاره و ابزار و لوازم نجاری را تهیه کند. او تا سال ۶۰ بدون مجوز به نجاری می پرداخت و از این رهگذر هزینه های معیشت خانواده اش را تأمین می کرد. اما گرفتن مجوز رشته نجاری در واقع سپری شوی رضا شد. علی رضای از همان سال شروع به گسترش رشته اش بر مبنای جذب نیروی کار بیشتر کرد. بعد از سه سال دیگر آن مغازه کوچک جواب گوی میزان سفارش های و پرسنلش نبود، بنابراین با سرمایه ای که به دست آورده بود یک مغازه ۱۵۰ متری خریداری کرد. با رونق بیش از پیش کارش، شرکت «صنایع چوب مطبوع» را در جاده کبکالا تأسیس کرد و در سال

۱۳۸۰ نیز با ایده ایجاد فضای تولیدی مستقل و اشتغال زایی اقدام به تأسیس شرکت بهار نازج کرد. او در سال ۸۱ زمینی به مساحت ۷۰۰۰ متر مربع را در شهرک صنعتی بندپی شرقی خریداری کرد و به ۱۲ نفر را استخدام کرد و در گام دوم تعداد کارکنانش را به ۲۳ نفر رسانید. در این سال ماهه های نوپه‌وری در تجاری به نام MDF وارد شده بود. اما کار با این ماده نیاز به ابزار و آموزش های جدید داشت. از نظر علمی رضا این سوئمن مانعی بود که در برابرش تدارک دیده بود و در این زمان او می بایست هر طور شده است این امر را دور بزند. بنابراین با هر سختی که شده بود ابزار آلات روز اروپا را برای شرکت بهار نازج تهیه کرد و توانست کادر خود را تا ۴۸ نفر گسترش دهد. او سال بعد توانست استاندارد بین المللی اروپا را نیز به دست آورد و با این استاندارد مسیروش را صادر و محصولاتش را شد.

علی رضا اسماعیل پور رمز موفقیتش را در دو چیز خلاصه می کند. اول از همه طرز تفکرش که هیچ مانعی را به معنای نیست و شکست خوردن و مایوس شدن نمی دانست و دوم حمایت های بی دریغ خانواده اش به خصوص همسرش در این راه می داند.

# راه‌های افزایش درآمد در بازار

# شب عید به فکر حفظ مشتری باش

ميلاد قارونى  
روزنامه نگار

و حتی افراد جدید را برای جمله بالا معنای خیلی واضح این بار باز به سراغ آقای این بار بازویه ای جدید تر.

## حفظ مشتری

به هر حال باید کمی گریزی هم به مسئله حفظ مشتری  
بزنیم. کسبوکارها باید بپذیرند که همسو با حفظ مشتری  
نیستند. شرایط کار سنتی دیگر مانند امروز خوب تو نیست؛  
به ویژه این که تکنولوژی و شرایط و اخلاق نسل جدید  
تغییر کرده است. امروزه اگر دو شخص در کسبوکارها مهم  
باشند، یکی شما یعنی سازمان تان و دیگری مشتری تان  
است. شما یعنی سازمان را به خوبی رفتار کنید، پراپا  
به طور مناسب تعریف کنید، چیدمان مناسب داشته باشید،  
کیفیت عالی و نیروی انسانی حرفه‌ای در این روزها داشته  
باشید، موفق خواهید بود؛ اما چیزی که شما را بیشتر موفق  
می‌کند، تمایز است. تمایزی که در جذب و حفظ مشتری  
قدیم واقعا کمک کننده خواهد بود. وقتی می‌گوییم همسو  
با تغییرات بازار، می‌توان یک مثال خیلی خوب و عالی  
زد و آن هم فعالیت و تولید محتوا در شبکه‌های مجازی  
است. این خود همسو با تغییر و گرایشات کاربران برای  
استفاده در نظر بگیرد.

مسئله اصلی این که افزایش

مهم باید اهمیت را در دست آمده باشد. از حیث باید بر اساس  
 ماه‌های به دست آمده ۸ درصد فروش در مشتریان فعلی  
 و قدیمی به حدود ۳۰ درصد فقط از مشتریان جدید. مشتریان  
 قدیمی بگذارید. منظور ما تبلیغات گسترده و پرهزینه مانند  
 بیلبورد نیست، بلکه راهکارهایی که نشان دهنده کیفیت و  
 تمایز و ورود محصول جدید از شما و چرخش اطلاعات آن به  
 صورت دهان به دهان است. روش دهان به دهان مهم‌ترین روش  
 فروش افزایش فروش و تبلیغات این روزها به حساب می‌آید.

## تمایز داشتن و ایجاد ارزش

مهم‌ترین و بهترین راهکار برای افزایش فروش و تمایز در  
بخش مشتریان فعلی، همان تمایز است. تمایزی که بتواند  
حفظ مشتریان ارزش جدیدی ایجاد کند. احتمالاً نام ارزش را  
بسیار زیاد شنیده‌اید؛ اما ارزش به چه معناست؟ ارزش فرمول خیلی  
ساده‌ای دارد: هزینه منهای منافعت از فروشگاه. برای شنید  
که شما به عنوان یک خریدار وارد یک فروشگاه کت‌وشلوار  
شده و کتی را به مبلغ ۱ میلیون تومان خریداری کرده‌اید.  
از آن طرف فروشگاه به مشتریانی که از فلان مبلغ به بالا  
خریدی می‌کنند، یکساک خوشبوی رایگان می‌دهد. شما  
وقتی حساب می‌کنید، می‌بینید که با یک خرید توانستید  
تا یک سال کت خود را رایگان تمیز کنید. از آن طرف،  
فقط فروشنده بسیار حرفه‌ای بوده و حتی از شما پذیرایی  
همی شده است. مشتری در این کار خوشبخت می‌بیند و  
وقت آن‌ها را برابر هزینه پرداختی قرار می‌دهد، برای  
خود ارزشی می‌بیند. ارزشی که در ازای خرید کت به  
او داده شده است. در واقع باید گفت که مغز خریدار همانند  
فیلتتر عمل می‌کند. فیلتري که اطلاعات و تجربه‌های خوب  
را نگه می‌دارد. مهم‌ترین مسئله برای ایجاد یک تصویر خوب  
در حفظ مشتری فعلی، تمایز است. برخی تمایز را کار بزرگ

می‌دانند؛ چیزی مانند تغییر دکوراسیون. این اشتباه است. یک لیخنه ساده، یک خوش آمدگویی، بخش تراکت با شکی جذاب که همه این‌ها می‌تواند تمایز بدون هزینه و با بیشترین بازخورد باشد. در این جا نباید به فکر شرف باشید. بلکه باید نقش مشاور را بازی کنید. این را یادتان باشد که باید ۴۰ درصد از خود را روی حفظ مشتری در نظر بگیرید. در ایران به هر زنگانی این حوزه دانه‌دانه کنید. حفظ مشتری جدید ۷ تا ۹ برابر حفظ مشتری فعلی دارد.

## حفظ مشتری جدید

مسئله بعدی حفظ مشتری برای بعد از عید است. تکنیک‌های زیادی برای این کار وجود دارد؛ اما مهم‌ترین و اولین مسئله این است که مشتری شما بداند کسی کند که او را فراموش نکرده‌اید. حتی با ارسال یک پیامک تبریک تولد، روز زن، روز پدر یا حتی هدیه‌ای توان چنین تصویری را در مشتری ایجاد که او احساس ارزش بودن کند. راه دیگر این است که فراتر از حد انتظار عمل کنید؛ برای مثال، اگر به مشتری قول تحویل کاری را در ۳۰ دقیقه می‌دید، ۲۵ دقیقه به او تحویل دهید. حداقل تأخیر نداشته باشید.



مهم‌ترین مسئله دیگر داشتن تعامل است. تعاملات شما باید با او نسبتاً عمیق باشد تا حدی که مشتری احساس راحتی با شما بکند و بتواند نیاز و مشکل خود را به راحتی بر میان بگذارد. اجازه ندهید که مشتری به شما بی اعتماد شود. این بی‌اعتمادی می‌تواند در یک لحظه اتفاق بیفتد. آن وقت خیلی راحت رقبا را به شما ترجیح خواهد داد. همه موارد بالا از اقداماتی هستند که شما باید برای حفظ مشتری به‌د از شب عید انجام دهید. جدی گرفتن هر کدام باعث می‌شود تا عواقب آن به چشم شما بی‌رود. به مسئله CRM و وفاداری مشتری خیلی دقت داشته باشید. برای جمع‌بندی، حفظ مشتری مثل سطلی پر از آب و شن بوده و انتهای آن سوراخ است. آب به هر حال از انتهای سطل خارج می‌شود؛ اما این شما هستید که با اضافه کردن آب نباید اجازه تمام شدن آب سطل را بدهید. نکته آخر این که پیگیری شکایات باشید. به هر حال ناراضی‌ت همیشه وجود دارد؛ اما اگر پیگیری نکنید، دید بسیار مثبتی در مشتری به وجود خواهد آمد. در ابتدای این مطلب هم گفتیم، فقط به فکر فروش نباشید. حفظ فروش و افزایش مشتری از طریق رعایت همین نکات به دست خواهید آمد.