

۲.۳۹۷۱۴

با آگاهی قرارداد ببندیم

نویسنده: فرهاد عسوی و راجواری

ویهان

انتشارات ویهان

عاشوری گورابجواری، فرهاد، ۱۳۶۶ -	سرشناسه
با آگاهی قرارداد بیندیم/نویسنده فرهاد عاشوری گورابجواری.	عنوان و نام پدیدآور
تهران: ویهان، ۱۳۹۸.	مشخصات نشر
۲۱۶ ص.: نمودار: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.	مشخصات ظاهری
۹۷۸-۶۲۲-۶۵۹۱-۵۶-۰	شابک
فیبا	وضعیت فهرست نویسی
فروشنده	موضوع
Selling	موضوع
بازاریابی -- مدیریت	موضوع
Marketing -- Management	موضوع
HF۵۲۳۸/۲۵	بندی کنگره
۶۵۸/۸۵	رده بندی دیویی
۵۷۱۱۷۵۸	شماره کتابخانه ملی

انرژی تهران: خیابان جمهوری - بعد از خیابان ابوریحان - روبه روی اورژانس تهران -
پست: خاچونی - پلاک ۳۵ تلفن: ۰۲۱۶۶۱۷۵۷۹۱

عنوان کتاب: با آگاهی قرارداد بیندیم
نویسنده: فرهاد عاشوری گورابجواری
مدیر امور فنی: غلامرضا ایمانی

صفحه آرا: محمد دسترس

ناظر چاپ: امیر بهاری

ناشر: انتشارات ویهان

نوبت و سال چاپ: اول ۱۳۹۸

تیراژ: ۱۰۰۰

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۵۹۱-۵۶-۰

قیمت: ۳۴۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مؤلف است.

فهرست

۱۱	مقدمه
۱۳	بخش اول: فروش
۱۵	تعریف فروش چیست ؟
۱۶	تعریف فروش از زبان بزرگان
۱۷	اصول فروش مذاکره
۱۸	مذاکره چیست ؟
۱۸	فیلیپ کاتلر
۱۹	مدیریت بازاریابی و مقایسه با Marketing Transformation تحول بازاریابی
۲۰	عوامل دخیل در شکل گیری بازاریابی
۲۰	چه کسی ما و محصولات ما را می‌فروشد ؟
۲۲	بازاریابی درونگرا
۲۴	بخش بندی بازار
۲۵	روش های بخش بندی بازار
۲۶	متغیرهای تقسیم بندی بازار در روش استفاده از پیش فرض
۲۷	سه شیوهی متفاوت برای انتخاب بازار هدف
۲۷	هدف گذاری همگن
۲۸	هدف گذاری متمرکز
۲۸	هدف گذاری متنوع
۲۹	آنالوژی
۳۰	به چه چیزی کامودیتی (کالای اولیه) می‌گوییم ؟
۳۱	مفهوم کالای اولیه یا کامودیتی، در بازاریابی چه کاربردی دارد ؟
۳۱	بازاریابی موتورهای جستجو SEM
۳۲	ارگانیک – Paid Traffic
۳۳	بازاریابی پایگاه داده (استفاده از اطلاعات مشتریان برای ارتباط با آنها)
۳۴	سیستم فروش و برنامه بازاریابی

- ۳۴ تمرکز و اولویت‌بندی شاخص‌های ارزیابی عملکرد
- ۳۸ تعداد شاخص‌های ارزیابی عملکرد
- ۴۴ میزان تماس مدیریت با تیم فروش
- ۴۴ گزارش‌های فروش و نحوه نظارت مدیریت بر آنها
- ۴۵ میزان مربی‌گری سازمان برای تیم فروش
- ۴۶ میزان شفافیت معیارهای ارزیابی
- ۴۷ ساختار پرداخت حقوق و جبران خدمات
- ۴۸ طرح بازاریابی
- ۴۹ طرح بازاریابی
- ۵۰ بازاریابی تبلیغات و مدیریت تبلیغات
- ۵۰ تاریخچه تبلیغات - ساندرا موریاتی
- ۵۳ دوران مسئولیت مدیر و نیز ترویج یکپارچگی در پیام‌های تبلیغاتی
- ۵۳ مفهوم Integrated Marketing Communication یا IMC یا ارتباطات یکپارچه بازاریابی
- ۵۵ کاربردهای تبلیغات
- ۵۶ انواع تبلیغات
- ۵۷ ساختار صنعت تبلیغات
- ۵۸ حوزه‌های AIZ و BTL و TTL در تبلیغات
- ۵۹ تعریف
- ۶۰ تبلیغات و رسانه
- ۶۱ انتخاب رسانه
- ۶۲ سیاست‌گذاری در تبلیغات
- ۶۵ انواع رسانه
- ۶۵ تبلیغات بیرون از خانه چیست و انواع آن کدام است ؟
- ۶۷ مزایای تبلیغات محیطی
- ۶۸ معایب تبلیغات محیطی
- ۶۹ ارزش مشتری یا ارزش طول عمر مشتری Customer Lifetime Value
- ۷۱ طراحی پیام تبلیغاتی - نتیجه مورد انتظار شما چیست ؟
- ۷۱ مدل AIDA یکی از کلاسیک‌ترین مدل‌ها در تبلیغات

۷۳	مدل TFD
۷۳	مدل تعیین حوزه اثر تبلیغات (موریاتی)
۷۴	طراحی پیام تبلیغاتی - انتخاب ساختار پیام تبلیغاتی
۷۵	طراحی پیام تبلیغاتی - انتخاب ساختار پیام تبلیغاتی
۷۸	کمپین تبلیغاتی چیست؟
۸۰	تعیین ناموریت
۸۱	انتخاب بهترین هدیه تبلیغاتی
۸۲	انتخاب بهترین هدیه تبلیغاتی
۸۳	انتخاب بهترین هدیه تبلیغاتی
۸۴	منظور از سرنگ یا ad در بازاریابی و تبلیغات چیست؟
۸۵	بازاریابی و تبلیغات با استفاده از محتوا
۸۶	نمونه کمپین
۸۹	بخش دوم: صادرات و واردات
۹۱	صادرات و واردات
۹۱	خدمات گروه بازرگانی و صنعتی فیکو - رات
۹۲	بازاریابی
۹۲	تنظیم و عقد قرارداد
۹۲	صدور اسناد بازرگانی
۹۲	تهیه و تدارک بسته‌بندی
۹۲	ارسال و بیمه کالا
۹۳	دریافت وجه کالا
۹۳	اخذ سفارش
۹۵	فرایند خرید
۹۶	فرایند واردات
۹۶	تحويل کالا
۹۶	بیشترین صادرات و واردات کشورها متعلق به چه محصولاتی است؟
۹۸	واردات
۱۰۰	صادرات

۱۰۲	مراحل صادرات کالا در ایران
۱۰۷	قانون مقررات صادرات و واردات
۱۰۹	صادرات قطعی
۱۱۰	صادرات عام
۱۱۰	صادرات از محل ورود موقت
۱۱۰	صادرات از محل ورود قطعی
۱۱۹	مقررات مسافری
۱۲۱	تمیته دائمی مقررات صادرات و واردات متشکل از نمایندگان
۱۲۴	ملاک تجاری بودن کالا
۱۲۶	چگونگی صدور کارت بازرگانی
۱۲۷	مورد معافیت از داشتن کارت بازرگانی
۱۲۸	اختلاف و تعارض با اوراق بازرگانی و صنایع و معادن یا اتاق تعاون
۱۳۲	پبله‌وری
۱۳۴	کارگران و ایرانیان مشغول در خارج از کشور
۱۳۵	کالاهای قابل ورود با اوراق حاصل از صادرات
۱۳۵	ارسال نمونه کالا
۱۳۵	ورود و خروج کالاهای نمایشگاهی
۱۳۵	برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی داخلی و خارجی
۱۳۷	ورود و صدور کالا از پست
۱۳۸	واردات قطعی کالا به صورت بدون انتقال ارز
۱۴۲	چگونگی ورود کالاهای مستعمل
۱۴۴	واردات قبل از صادرات
۱۴۷	مهلت صدور
۱۴۸	تعهدات
۱۴۹	اعتراض
۱۵۰	صادرات موقت
۱۵۶	قانون ساماندهی مبادلات مرزی مصوب ۱۳۸۴/۷/۶ مجلس شورای اسلامی

۱۶۳	بخش سوم: پیمانکاری ساختمان
۱۶۵	تعریف پیمانکار
۱۶۶	تخصص پیمانکار
۱۶۷	رتبه‌های پیمانکاری
۱۶۸	پیمانکاری با مصالح
۱۶۸	پیمانکاری بدون مصالح
۱۶۹	پیمان مدیریت
۱۷۰	بازسازی ساختمان
۱۷۱	مبلمان شهری
۱۷۵	آبنما
۱۷۷	آبنما در فرهنگ ایرانی
۱۷۸	آبنما در باغ‌های ایرانی
۱۸۰	آب و انعکاس
۱۸۱	آب و تأثیر آن در کاهش درجه حرارت، افزایش رطوبت
۱۸۲	طراحی آب در سبک‌های مختلف
۱۸۲	منظم (Formal)
۱۸۳	غیرمنظم (Informal)
۱۸۴	استخر
۱۸۵	آبنماها
۱۸۷	چشمه
۱۸۸	برکه‌ها یا باغچه‌های آبی
۱۸۹	آبشار و جویبار
۱۹۰	فواره‌ها
۱۹۲	راهسازی
۱۹۳	تعاریف و مفاهیم فنی راهسازی
۱۹۳	پریمکت
۱۹۳	تک کت
۱۹۴	لکه‌گیری

۱۹۴	حریم راه
۱۹۵	گاردریل
۱۹۶	پل
۱۹۷	عوامل انتخاب نوع یک پل
۱۹۸	قسمت‌های اصلی باربر یک پل
۲۰۰	انواع پل‌ها بر اساس عناصر سازه‌ای
۲۰۰	پل مسطح
۲۰۰	پل قوسی
۲۰۱	پل کابلی
۲۰۱	پل زنجیری
۲۰۱	پل طره‌ای
۲۰۲	پل معدنی
۲۰۳	پل پیاده‌رو
۲۰۳	پل سواره‌رو
۲۰۴	پل‌های تشریفاتی
۲۰۴	پل کهن
۲۰۸	۱۸ پل پیاده‌روی با طراحی‌های شگفت انگیز در جهان

مقدمه:

فرهاد عاشوری هستم. بعد از گذراندن دوره اولیه تحصیلی به کار در شغل آزاد پرداختم و بعد از گرایش در بازار و شغل‌های مختلف به این نتیجه رسیدم که می‌توانم موفقیت‌های زیادی بدست آورم در صورتی که به رویاهایم اهمیت بدهم. پس از گذراندن خدمت سربازی به بازار آزاد رو آوردم و شغل‌های متفاوتی رو امتحان کردم. مثل (خدماتی، خرید و فروش خودرو، تا بازسازی، ... و مشاوره املاک و ...). برحسب اتفاق به شرکت عمران مسکن شمال تهران هدایت شدم. عمران مسکن ایران (بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی) پیوستم. این پیرستی به دلیل تجارب زیاد در بازار بود. پس از کار با اساتید بزرگ منوجه شدم بازر کار و فروش را می‌توان با دانش فروش ترکیب کرد. ضعف تحصیلی خود را در اینجا دیدم و تحصیل در رشته مدیریت بازرگانی ادامه دادم. پس از بدتی با چند تن از دوستان قدیمی دیداری داشتم. با توجه به شناخت نسبی قبلی از هم، می‌دانستم که در رشته عمران تحصیل کرده و روزه کاری موفق را هم می‌دیدیم. آنها پیشنهاد کاری بزرگ در بازار تولید و فروش ملک دادند و بعد از تحقیق بنده و مابقی دوستان و راهنمایی من بنابر تجربه‌ای که در شرکت عمران داشتم و کلاس‌های آموزشی بسیار مهمی که در زمینه فروش و بازاریابی از اساتید بزرگ ایران دیده بودم و همیشه بر این باور بودم کار بزرگ مستلزم حرکت بزرگ است، پیشنهاد ثبت شرکتی سهامی خاصی

داده شد و شرکت سوداگران مقاطعه ساز پایا در زمینه (پیمانکاری - فروش - صادرات و واردات) کار خود را آغاز کرد.

زیاده گویی نکنم.

پس از شروع به کار کردن شرکت پایا، پیشنهاد دادم کتابچه‌ای در مورد موضوعات شرکت برای آشنایی بهتر ارباب رجوعی که برای بستن و انجام قرارداد به شرکت مراجعه می‌نماید، به چاپ برسانیم. از این رو پس از تحقیقات و یار و جمع‌آوری این مطالب و پکیج آموزشی آنچه خود و مابقی دوستان و اساتید بزرگ ایران و خارج ایران، این کتابچه به مرحله پیش‌نویس رسید و پس از نگاهی کلی به این نتیجه رسیدم که آن را به صورت یک کتاب آموزشی با بهتر بگم معرفی‌کننده این سه رشته یا شغل که فکر کنم از مهم‌ترین مهارت‌های سرمایه‌گذاری و برداشت سرمایه محسوب می‌گردند، تبدیل کنم. امیدوارم با مطالبی که ارائه می‌دهم اطلاعات موثری در اختیارتان قرار دهد.