

هدف از برندسازی

قبل از اینکه برندسازی را شروع کنید باید به این سوال جواب دهید که از برندسازی دنبال چه هدفی هستید؟

اینکه فقط مردم شما را بشناسند برایتان کافیست و یا اینکه قصد دارید علاوه بر اینکه شما را می شناسند برای خرید محصولات شما تهییج شوند؟

ما در آراد برندینگ هدفمان از برندسازی برای تاجر اینست که:

۱. تامین کنندگان و مشتریان، تاجر را بشناسند.

۲. او را مورد اعتماد و اعتبار ببینند.

۳. برندش را یک برند ارتقا یافته و رو به رشد قلمداد نمایند.

۴. برای همکاری تجاری با او تهییج شوند.

به این سبک از برندسازی که همراه با ارتقای برند و تهییج

جامعه هدف بر تعامل تجاری باشد پروموت کردن می گویند از

اینرو ما خدمات برندسازی خود را پروموشن نامیدیم.

سطوح پروموشن

به جهت آنکه همه کسانی که علاقه دارند تا تجارت را شروع کنند در یک سطح نیستند از اینرو ما هم پروموشن ها را در یک سطح قرار ندادیم.

طبیعتا چون انجام خدماتی که منجر به برندسازی می شود توسط کارمندان آراد برندینگ صورت می پذیرد و پیشتر هم گفتیم که هزینه پروموشن برای تامین حقوق کارمندان است تاجر می تواند پروموشن را از آراد نگیرد و به جای دیگری بسپارد تا برایش انجام دهند.

آنچه مهم است اینست که یا شما باید با سرمایه چند صد میلیاردی وارد تجارت شوید و یا اینکه برندسازی تجاری خود را بر اساس پروموشن انجام دهید تا بتوانید در بازار اسم و رسمی پیدا کنید و تجارت نمایید.

تجارت یا سرمایه کلان می خواهد یا اعتبار و برند بودن در بازار.

اینکه شخصی پیدا شود و بگوید من نه سرمایه کلانی برای خرید محصول داشته باشم و نه اعتبار و برندی در بازار و می خواهم تاجر شوم حرفی به دور از عقل و منطق است و اجرایی نیست.

و ما راه دوم را برای مردم پیشنهاد می دهیم چرا که می دانیم اکثر مردم چنین سرمایه های کلانی ندارند و آنهایی هم که دارند چنین قدرت ریسکی ندارند که آن سرمایه کلان خود را در تجارت خرج نمایند مگر کسی که پدرانش تاجر باشند و یا آهسته آهسته در تجارت سال ها بوده باشد تا به چنین یقینی برسد.

پس راه دوم یعنی پروموشن کردن خود در تجارت بهترین و معقولترین راه برای ورود مردم عادی به تجارت است.

و گفتیم این برندسازی را یا باید خود فرد انجام دهد یا به دیگران بسپارد و توضیح دادیم که تخصص در برندسازی کاری پیچیده است و جدای از این پیچیدگی کسانی که متخصص هستند هم کار را به دیگران سپرده اند چون سود تجارت آنقدر زیاد است که کسی خودش را درگیر برندسازی نمی کند.

اینجا کارمندان آراد برندینگ هستند که کار برندسازی را برای تاجران انجام می دهند.

اما همه تاجران خواهان برندسازی به یک سطح نیستند.

چهار دلیل اصلی برای این تفاوت سطوح برندسازی که همان پروموشن است وجود دارد.

۱. همه یک سرمایه اولیه برای پروموشن را ندارند.

۲. همه باور و یقین یکسان به تجارت را ندارند یعنی شخص پول را دارد اما نمی خواهد با همه توانش به میدان تجارت بیاید.

۳. هر چقدر پروموشن بالاتر باشد قدرت برندسازی افزایش می یابد و تاجر را درگیر معاملات تجاری و سودهای فراوانی می کند اما برخی هستند که تمایل ندارند تمام وقت به تجارت مشغول باشند و ترجیح می دهند روزی نهایتاً یک یا دو ساعت تاجر باشند و بقیه روز کارهای دیگری انجام دهند.

۴. همه تمایل به صادرات و تجارت خارجی ندارند و فقط دوست دارند در بازار داخلی کار کنند.

این چهار دلیل اصلی موجب شده تا آراد هم سطوح متفاوتی را برای پروموشن متناسب با علاقه مردم در نظر بگیرد تا همگان بتوانند در تجارت ورود کنند.

چه آنکه سرمایه کمی دارد و چه آنکه هنوز درباره تجارت یا آراد به شک است و یا کسی که زمان اندکی می خواهد در تجارت بگذارد و نیز کسی که فقط می خواهد در بازار داخلی کار کند.

در مقابل گروهی هستند که مشکل سرمایه ندارند و درباره تجارت به یقین رسیده و می خواهند تمام وقت در تجارت باشند و فکر و ذهنشان صادرات است چون سود صادرات چند ده برابر سود تجارت داخلی است اما همان تجارت داخلی هم سودی چند ده برابر کارمندی و کارگری دارد.

آراد برای این تنوع، **۱۲ پروموشن** را در نظر گرفته و در هر کدام از آنها خدماتی را تعریف نموده است اما آنچه لازم به ذکر است اینکه هیچ سودی در پروموشن نیست و پروموشن تنها حقوق کارمندان است و سود آراد از ۱۰ درصد سود تجارت شماست.

جدول پروموشن ها

ابتدا نگاهی به خدمات خدمات و پروموشن ها می اندازیم.

جدول خدمات: پ = پروموشن

پ	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	
۱	۱	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۲	۳	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۳	۴	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۴	۵	✓	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۵	۶	✓	✓	۱	۲	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۶	۶	✓	✓	۲	۵	✓	۱	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۷	۷	✓	✓	۳	۷	✓	۳	۱	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۸	۸	✓	✓	۵	۱۰	✓	۶	۲	۱	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۹	۹	✓	✓	۷	۱۳	✓	۸	۳	۲	✓	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
۱۰	۱۰	✓	✓	۱۰	۱۶	✓	۱۱	۶	۳	✓	✓	✓	✓	۵	×	×	×	×	×	×
۱۱	۱۱	✓	✓	۱۴	۲۰	✓	۱۳	۹	۵	✓	✓	✓	✓	۱۰	۵	✓	×	×	×	×
۱۲	۱۴	✓	✓	۲۰	۲۵	✓	۱۷	۱۴	۷	✓	✓	✓	✓	۱۵	۱۰	✓	✓	✓	✓	✓

در ستون افقی ۱۹ خدمت تعریف شده است و در ستون عمودی به ۱۲ پروموشن اشاره شده است که اگر دقت کنید هر چه پروموشن به عدد ۱۲ نزدیک تر می شود تیک سبز بیشتری فعال می گردد و عددهای موجود در جدول هم افزایش می یابد که تیک سبز به معنای فعال شدن و عدد به معنای حجم و تعداد خدماتی است که در طول هفته یا ماه انجام می شود.

۱۹ خدمت ارائه شده

عکس زیر خدمات ۱۹ گانه را نشان می دهد که در جدول قبلی، مواردی که **X** و **✓** است به معنای غیرفعال و فعال بودن و بقیه به معنای تعداد است.

تعریف خدمات

۱. پست مهمان تجارخانه - **هفتگی**
۲. سایت طراحی شده با گرافیک - **یکباره**
۳. پک زیرساخت داخلی - **یکباره**
۴. کانال ارتباط با نمایندگان خارجی - **دائمی**
۵. پرزنت نمایندگان خارجی ۱ زبانه - **ماهانه**
۶. پک زیرساخت صادراتی - **یکباره**
۷. تولید محتوا سایت تاجر و رپورتاژ - **هفتگی**
۸. تبلیغات در کانال تجارت داخلی - **هفتگی**
۹. داشتن منتور صادراتی - **دائمی**
۱۰. تبلیغات در کانال صادراتی - **هفتگی**
۱۱. کارگروه حضوری با نمایندگان خارجی - **دائمی**
۱۲. استفاده از ظرفیت لجستیک - **دائمی**
۱۳. بانک اطلاعاتی تاجران آرادی ایرانی - **دائمی**
۱۴. پرزنت نمایندگان خارجی ۲ زبانه - **ماهانه**
۱۵. پرزنت نمایندگان خارجی ۳ زبانه - **ماهانه**
۱۶. بانک اطلاعاتی نمایندگان ۱ منطقه - **دائمی**
۱۷. بانک اطلاعاتی نمایندگان ۲ منطقه - **دائمی**
۱۸. دفاتر خارجی و شو روم ها - **دائمی**
۱۹. استفاده از ظرفیت تامین کالا - **دائمی**

تفسیر خدمات و پروموشن ها

ما در این مقاله به قدر توان به توضیح خدمات و پروموشن پرداختیم اما برای درک عمیقتر موضوع توصیه می کنیم با بنگاه تجاری خود صحبت نمایید تا ابهامات تان را برطرف نماید.

اینگونه برای خودتان در نظر بگیرید که تجارت مقصد شما برای پولدار شدن است و مبدأ همان جایست که در آن هستید.

جاده حرکت از مبدأ به مقصد، آراد برندینگ است.

پروموشن نقش وسیله نقلیه را دارد.

اگر پروموشن نداشته باشی مانند اینست که پیاده می خواهی جاده را طی کنی و وقتی پروموشن ۱ می گیری انگار سوار دوچرخه شده ای و پروموشن ۲ انگار موتور سواری و هر چه پروموشن بالاتر می رود وسیله نقلیه ات ارتقا می یابد تا جایی که وقتی پروموشن ۱۱ می گیری سوار هواپیما شده ای و در پروموشن ۱۲ قسمت VIP یا همان بیزنسی هواپیما نشسته ای.