

تعریف پروموشن

پیشتر هم اشاره کردیم برای تجارت کردن یا باید سرمایه زیادی داشته باشید و یا اینکه صاحب برندی باشید که هم مشتری و هم تامین کننده به شما اعتماد کنند و پول و محصولشان را به شما بسپارند.

آراد برای اینکه تجارت را مردمی نماید از شیوه دوم استفاده نموده از اینرو به شدت معتقد به برندسازی یا همان برندینگ است و به همین جهت نام برندینگ را در انتهای نام آراد مشاهده می نماید.

به فرآیندی که باعث ارتقای برند تجاری شما شود به گونه ای که مشتریان و تامین کنندگان را برای تجارت با شما تهییج نماید **پروموشن** می گویند.

این فرآیند به مجموعه کارهایی اطلاق می شود که یا خود تاجر باید آنها را انجام دهد و یا برون سپاری نماید.

پروموشن در ساختار آراد برندینگ

فرآیند ارتقا و رشد برندهای تجاری شما در ساختار آراد برندینگ با کارمندان متخصص ماست که پیشتر هم اشاره کردیم بیش از ۹۰ درصد خدمات پروموشن ارائه شده توسط آراد در هیچ کدام از شرکت های متخصص برندسازی در ایران ارائه نمی شود و حتی ۴۰ درصد از این خدمات را هیچ شرکت خارجی حتی آمریکایی ارائه نمی کند.

شما در هیچ جای دنیا دسترسی آزاد به نمایندگانی از سراسر جهان که بر تمام محصولات تجاری اشراف داشته باشند و شرایط همکاری با شما را با سفرای خارجی و رایزن های تجاری سفارتخانه ها برقرار کنند نمی یابید.

آموزش و کارگروه های تخصصی رایگان و همچنین جلسات تجاری B2B با فعالان اقتصادی سراسر دنیا آن هم در بستر مجازی میتینگ های آنلاین فقط در آراد برندینگ موجود است.

پروموشن در ساختار آراد برندینگ

فرآیند ارتقاء و رشد برندهای تجاری شما در قالب ۱۲ پروموشن مختلف تعیین می شود و این شما هستید که انتخاب می کنید با چه قدرتی می خواهید خودتان را در دنیای تجاری برند نمایید. در هر کدام از این پروموشن های دوازده گانه خدماتی ارائه گردیده که آن را از پروموشن پایین تر خود متمایز می نماید. اگر بخواهیم مثال بزنیم تجارت را مقصدی در نظر بگیرید که شما را به ثروت زیاد می رساند.

آراد برندینگ را جاده ای در نظر بگیرید که بین مبدأ امروزتان با همان مقصد وجود دارد و می توانید در آن حرکت کنید. پروموشن وسیله نقلیه طی کردن این جاده است.

پروموشن ۱ را دوچرخه ای و پروموشن ۲ را موتور در نظر بگیرید و هر چه پروموشن بالاتر می رود سرعت تان بیشتر شده تا پروموشن ۱۲ که یک هواپیمای اختصاصی است.

پروموشن سود آزاد نیست.

هزینه پروموشن تنها برای انجام فرآیند برندسازی توسط کارمندان گرفته می شود و سود آزاد نیست.

آزاد سودش را به ۱۰ درصد از تجارت تاجران آزادی منوط کرده است که با خوداظهاری تاجر مشخص می گردد و اگر خدای ناکرده دیده شود تاجری تجارتی انجام داده و این سود را پرداخت ننموده است قطع همکاری صورت می گیرد. فهمیدن این موضوع کار سختی نیست.

شما در تجارت با تامین کنندگانی ارتباط دارید که اکثر آنها را می شناسد و یا با نمایندگان خارجی ما صادرات می کنید پس دیر یا زود می فهمیم که چه تجارت هایی با چه حجم و مبلغ معامله ای انجام دادید.

پروموشن سود آزاد نیست بلکه برای آنست که برندگان جا بیفتد و جامعه هدف تجاری محصولاتان شما را پیدا کنند و بشناسند.

پروموشن تا چه زمانی است؟

قرارداد اجرایی شما با آراد برندینگ برای پروموشنی که اخذ نمودید برای یک سال است.

اما آیا قرار است در پایان سال پروموشن شما متوقف شود؟
یعنی فرآیند برندسازی تان پایان پذیرد؟

در تمام شرکت های برندسازی دقیقا همین اتفاق می افتد که شما پول برندسازی را برای مدت تعیین شده ای می پردازید و با پایان آن مدت باید دوباره پول جدیدی بدهید تا آن خدمات را دریافت نمایید.

اما در آراد برندینگ اینگونه نیست چون ما ۱۰ درصد سودی که از تجارت های شما به دست می آوریم به مراتب بیشتر از پول پروموشن است و نمی خواهیم با پول ناچیز پروموشن برای ادامه همکاری خودمان را سطح پایین نشان دهیم پس طرح آراد برندینگ برای ادامه روند پروموشن سال های بعد تفاهم است.

پروموشن سال دوم بدون پول

شما در سال دوم و سال های بعد از آن نیاز به پرداخت هیچ پولی ندارید بلکه ما با شما طبق همان ۱۰ درصد سودی که از تجارت هایتان بدست می آورید تفاهم می کنیم.

در اینجا دو حالت وجود دارد:

۱. شما در سال اول به طور مثال پروموشن A را گرفته اید و قصد دارید در سال بعد با همان پروموشن A ادامه دهید که در این حالت با همان ۱۰ درصدی که از سودهای تجارتتان پرداخت می نمایید با شما تفاهم می کنیم که خدمات پروموشن قطع نگردد و با خیال راحت از ارتقاء و رشد روز افزون برندتان به تجارت هایتان مشغول باشید.

۲. شما در سال دوم می خواهید پروموشن خود را به B که عددی بالاتر از A هست افزایش دهید که در این حالت باید بعد از تایید واحد امور مالی و حسابداری مبنی بر صحت پرداخت ۱۰

درصدهای قبلی از تجارت هایتان مازاد هزینه پروموشن A تا B را به قیمتی که در همان سال مشخص می شود بپردازید. شاید در نظرتان بیاید اگر کسی بخواهد پروموشنش را کم کند چه می شود؟

هیچ تاجری پروموشنش را کم نمی کند و اگر این سوال در ذهنتان پیش آمده است به دلیل اینست که هنوز تجارت نکردید و با جذابیت های ارتقای برند تجاری آشنایی ندارید.

آراد برندینگ منحصر بفرد

اینکه آراد برای سال های آتی به تفاهم سودهای تجاری قبلی، برایتان خدمات برندسازی را ادامه می دهد منحصر بفرد است. اولاً هیچ شرکت برندسازی به سود تجارت شما کاری ندارد و فقط پولش را می خواهد در ثانی همه آنها برای سال های بعد هم پول جداگانه ای حتی بیشتر از سال اول از شما می گیرند.