

مدیریت زمان

زمانی که شما قرار است خودتان صاحب کسب و کارتان باشید یا به اصطلاح امروزی رئیس خودتان باشید نیاز است تا بتوانید کسب و کارتان را اداره کنید.

به قدرت اداره کردن یک کسب و کار به گونه ای که ثروت آفرین باشد هنر مدیریت گفته می شود.

و در بین کسب و کارها هیچ کسب و کاری را به ثروت آفرینی تجارت پیدا نمی کنید به گونه ای که طبق آخرین آمار جهانی ۹۲ درصد ثروت جهان را در اختیار تاجران که کمتر از نیم درصد جمعیت جهان هستند برآورد نموده اند.

یکی از مهمترین موضوعاتی که در مدیریت تجارت به آن نیاز دارید مدیریت زمان هایی است که به تجارت اختصاص داده اید که نویسندگان در این مقاله می کوشد تا تقسیم بندی مناسبی برای وقت شما و کارهایی که قرار است انجام دهید برقرار نماید.

چند ساعت در طول هفته؟

برای اینکه بهتر زمان را مدیریت کنید ابتدا تعداد ساعاتی که قصد فعالیت تجاری در طول یک هفته دارید را مشخص کنید.

به طور مثال شخصی می گوید من در هفته می خواهم ۷۲ ساعت کار کنم و دیگری قصد دارد ۲۴ ساعت فعالیت نماید

پس ادامه محاسبات را طبق همین عدد با هم جلو می رویم.

حداقل زمانی که توصیه می کنیم برای تجارت در طول هفته قرار دهید ۱۲ ساعت است هرچند تاجرانی با ۶ ساعت فعالیت در

هفته هم در آراد برندینگ داریم.

دقت کنید که این برنامه برای کسانی که تازه شروع به تجارت می کنند مناسب است و با اولین تجارت زمان بندی تان را هم

حتما تغییر می دهید چون از زمان هایی که برای شغل فعلی تان

یا کارهایی که اکنون در زندگی بر عهده گرفته اید کم می کنید و

به تجارت می افزایش دهید.

زمانی که برای تجارت در طول یک هفته می گذارید را به چهار قسمت کاملا مساوی تقسیم نمایید.

هر قسمتی را به یکی از کارهای زیر اختصاص دهید.

۱. پروموشن یا ارتقای برند برای تهییج مشتری و تامین کننده

۲. افزایش اطلاعات تجاری

۳. گسترش دامنه ارتباطات تجاری

۴. تامین کالا، لجستیک و نقل و انتقال مالی

پیش از آنکه به توضیحات تکمیلی درباره هر یک از موارد فوق

بپردازیم لازم به ذکر است سعی کنید اولاً زمانتان را هر روز بین

این ۴ کار تقسیم کنید اما اگر در یک روز یا هفته برای یکی از

موارد کمتر قرار دادید و برای دیگری بیشتر، نیاز نیست در هفته

بعد جابجا کنید بلکه سعی کنید هفته بعد منظم تر شوید تا

جایی که تقسیم بندی تان کاملا مساوی شود.

ثانیا زمانی که حس می کنید در یک کار ضعیف تر از دیگری

هستید می توانید وقت ها را به تشخیص خودتان تغییر دهید.

۱. پروموشن

شما برای اینکه نیاز به سرمایه زیادی برای تجارت نداشته باشید باید با برندسازی شناخته شوید که در این حالت تامین کننده اول به شما محصول دهد سپس پول بخواهد و مشتری هم اول به شما پول بدهد و بعد محصول بخواهد تا بتوانید محصول را از تامین کننده گرفته و پول را هم از مشتری دریافت نموده سپس این دو را جابجا کرده و سهم خودتان را بردارید که بعد از برداشتن سهمتان باید ۱۰ درصد از آن را به عنوان سهم آراد به حساب ما واریز نمایید.

پس نیاز است تا هر روز وقتی را برای ارتقای برندتان بگذارید تا مشتریان و تامین کنندگان تهییج شوند با شما همکاری نمایند. به این عملیات و فرآیند **پروموشن** گفته می شود.

و چون با آراد برندینگ تجارت می کنید حتما یک عددی از پروموشن بین ۱ تا ۱۲ دارید که متناسب با آن خدمات بیشتری

برای ارتقای برند خود دریافت می‌نمایید و طبیعتاً هر چه عدد پروموشن‌تان بالاتر می‌آید سرعت رشد ارتقای برندتان افزایش پیدا می‌کند و ما کارهای برندسازی‌تان را انجام می‌دهیم.

اما یک چهارم زمانتان را باید برای پروموشن بگذارید تا خدماتی که ما برایتان انجام می‌دهیم را به طور کامل دریافت نمایید. تمام خدمات مربوط به پروموشن تاجران آرادی با پلتفرمی موسوم به آرادیوزر به آنها اطلاع داده می‌شود.

araduser.com

کافیست زمان کوتاهی در روز اختصاص دهید و به پلتفرم خود سر بزنید و خدمات تجاری‌تان را طبق پروموشن‌تان دریافت نمایید و در صورتی که پیشنهاد یا نظری دارید برای بهبود فرآیند برندسازی‌تان به ما اطلاع دهید.

در این مقاله درباره جزئیات خدمات پروموشن سخنی به میان نمی‌آوریم اما چون بحث مدیریت زمان است لازم بود به این مورد اشاره کنیم که باید وقتی برای دریافت پروموشن بگذارید.

۲. اطلاعات تجاری

هر چقدر اطلاعات تجاری شما بیشتر باشد تاجر موفقتری هستید و تمام این دیتاها به صورت کاملا رایگان به شما ارائه می گردد و پروموشن هیچ تاثیری در آن ندارد.

کاربرد اصلی پروموشن برای برندسازی، ارتباطات، تامین، لجستیک، حمل و نقل و منتورهای صادراتی است و ارائه اطلاعات تجاری در آراد برندینگ رایگان است.

پس نیاز است تا برای افزایش سطح آگاهی تجاری تان وقت بگذارید که این وقت را در ۴ مسیر مصرف نمایید.

۱. مدرسه تجارت

۲. پادکست تجاری

۳. میتینگ های آنلاین

۴. اخبار روز

این اطلاعات بر روی سایت AradBranding.com قرار دارد.

۳. ارتباطات تجاری

اگر برای تجارت دو بال در نظر بگیریم یک بال آن اطلاعات تجاری و بال دیگرش ارتباطات تجاری است.

تمام ارتباطات مورد نیاز تجاری شما توسط آراد برندینگ در اختیارتان قرار خواهد گرفت.

چه نیازمند در اختیار گرفتن ارتباطات تجاری داخلی باشید و چه نیازمند داشتن ارتباطات صادراتی.

نکته مهم در این مقاله اینست که شما باید برای این ارتباطات مهیا شده وقت بگذارید و با آنها مذاکره کنید که صفر تا صد مذاکره را هم در بخش اطلاعات تجاری یاد می گیرید.

ارتباطات تجاری مورد نیاز برای شما در تجارت عبارتند از:

۱. کارخانه داران، تولیدکنندگان و تامین کنندگان

۲. نمایندگان خارجی آراد برندینگ

۳. تاجران آرادی داخل کشور

۴. تاجران غیر آردی داخل و آارج از کشور

۵. بنکداران و مصرف کنندگان عمده داخلی و آارجی

۶. عوامل مرتبط با تامین کالا، لجستیک و نقل و انتقال مالی

۴. تامین کالا، لجستیک و نقل و انتقال مالی

شما با سه فرآیند قبلی به پول می رسید.

پروموشن مشتری و تامین کننده را به سمت تان می آورد.

اطلاعات تجاری ذکر شده، شما را در مذاکره و تمام بخش های

تجارت قوی می کند.

ارتباطات تجاری همان مشتریان شما هستند که با قرار دادن

اطلاعات مناسب و با پروموشنی که برایشان صورت گرفته است

حاضرند پول را به حسابتان واریز نمایند.

اینجا مرحله نهایی و پایانی است.

تجارت در این مرحله انجام و اجرا می گردد.

جایی که باید کالا تامین شده و با هماهنگی لجستیک حمل آن به سمت مقصدی که مشتری مشخص کرده است انجام پذیرد مشروط بر آنکه توسط سیستم نقل و انتقال مالی پول را در حساب خودتان دریافت کرده باشید که برای تجارت داخلی مشکل خاصی نخواهید داشت و برای صادرات هم از ظرفیت آراد برندینگ برای دور زدن تحریم ها استفاده می کنید.

به این نکته مهم دقت کنید تا زمانی که پول را در حسابتان ندیدید یعنی نقل و انتقال مالی برایتان صورت نگرفت هیچ اقدام عملیاتی برای تامین کالا و ارسال آن انجام ندهید و اگر هنوز در ذهنتان قفل است که چگونه مشتری اول پول را می دهد باید عرض کنیم که چون قدرت پروموشن را نمی شناسید و اطلاعات و آموزش های تجاری را هم دریافت نکرده اید پس این نگرانی منطقیست اما پروموشن ها برایتان فعال شود و کمی در تجارت بمانید می بینید تمام تاجران آرادی همینگونه پول گرفته اند و کمتر از یک درصدشان قبل از آراد، سرمایه دار بوده اند.

جمع بندی

زمانی را در طول یک هفته به تجارت اختصاص داده و مشخص می‌کنم سپس این زمان را چهار بخش مساوی نموده و به هر یک از فرآیند عملیاتی زیر اختصاص می‌دهم.

۱. پروموشن

۲. اطلاعات تجاری

۳. ارتباطات تجاری

۴. تامین کالا، لجستیک و نقل و انتقال مالی

در صورتی که بر فرض این هفته برنامه ریزی زمانی ام بهم خورد هفته بعد دقیقاً مانند روز اول بدون آنکه به تفاوت وقتی که برای یک مورد بیشتر یا کمتر از مورد دیگر گذاشته ام توجه کنم دوباره زمان هفته ام را چهار قسمت مساوی می‌کنم و به این امور می‌پردازم.

کمترین زمان هفتگی را هم ۱۲ ساعت در نظر بگیرید و طبیعتاً هر چقدر بیشتر وقت بگذارید به نتایج بهتری می‌رسید.

تاجر شدن شما تضمینی است حتی اگر کمترین زمان را بگذارید و کمترین پروموشن را داشته باشید.

اینکه می‌گوییم زمانتان و پروموشن‌تان را افزایش دهید صرفاً به این جهت است که هم زودتر به سود می‌رسید و هم سودهای بزرگتری را تجربه می‌کنید.

طبیعتاً سود صادرات که با پروموشن‌های بالاتر انجام می‌شود چند ده برابر سود تجارت داخلی است.

و ما چون ۱۰ درصد از سود تجارت‌های شما سهم داریم منطقی به نظر می‌آید که بخواهیم بیشتر وقت بگذارید تا هم خودتان بیشتر سود کنید و هم سود بیشتری به ما برسد.

و یا زمانی که پروموشن بالاتری دارید شناخته‌تر شده و مشتریان بهتری به صورت راحت‌تری با شما تجارت می‌کنند و همه اینها سود ما و شما را افزایش می‌دهد و این یعنی بُرد بُرد.