

# حمایت یک نیاز طبیعی

اگر از اکثر مردمی که زندگی شان پر از شکست و ناکامی است دلیلش را بپرسیم حتما یکی از آن دلایل را نداشتن حامی عنوان می کنند و اینگونه می گویند که من اگر حمایت می شدم یقیناً جزء موفق ها بودم.

اینکه راست می گویند یا دروغ فرع ماجراست و اصل اینست که خلاصه نداشتن حامی یکی از دلایل ناموفق بودن در زندگی و نداشتن رشد و نرسیدن به مقاصد متعالی است. تجارت هم از این قاعده مستثنی نیست.

اگر از شما خوانندگان بزرگوار بپرسیم آیا قبول دارید که تاجران ثروتمندترین مردمان روی زمینند کمتر کسی از شما باشد که منکر این حقیقت گردد.

اما وقتی می پرسیم چرا شروع به تجارت نمی کنید هر یک از شما دلایلی را عنوان می نمایید.

ریشه اکثر این دلایل به یک سری شاخصه های سلبی یا همان عنوان های منفی بر می گردد.

مانند اینکه سرمایه ندارم، زمان ندارم، تخصص ندارم، بلد نیستم، نمی شناسم و خلاصه هر چیزی که به نشدن ها مربوط می شود به طوریکه ذهنتان به هیچ عنوان باور نمی کند از شما یک تاجر در بیاید.

دلیل همه این افکار منفی و عدم خودباوری در یک جمله خلاصه می شود و آن هم اینکه خودتان را در راه تجارت تنها حس می کنید.

برای اثبات این جمله کافیست از شما بپرسیم اگر پدرتان تاجر بود چه؟ آیا باز هم تاجر نمی شدید؟

آنجا می گوئید اگر پدرم تاجر بود یقیناً من هم تاجر می شدم.

تفاوت در کجاست؟

در اینجاست که وقتی پدرتان تاجر نباشد با خودتان می گوئید که در مسیر تجارت تنها هستم و هیچ حمایت کننده ای ندارم.

همین حس تنهایی و نداشتن حامی ذهنتان را به این حکم  
قطعی می‌رساند که تاجر نمی‌شوید.

اما وقتی پدرتان تاجر است می‌گویید تنها نیستم و حامی هم  
دارم پس یقیناً تاجر می‌شوم.

پس نکته فقط در یک چیز است و آن هم داشتن حامی است.

## سوالی از تاجران قدیمی آرادی

از تاجران قدیمی آرادی سوالی می‌پرسیم.

آیا پدرتان تاجر بوده است؟

کمتر از یک دهم درصدشان می‌گویند بله و ۹۹ و نه دهم  
درصدشان می‌گویند خیر.

حال این سوال را می‌پرسیم که در مسیر تجارت حامی داشتید  
یا نداشتید؟

همه می‌گویند بله داشتیم.

حامی شما چه کسی بوده است؟

آراد برندینگ حامی ما بوده است.

یقیناً باور کردنش برایتان سخت است اما حقیقتی است که

تاجران قدیمی بالاتفاق این را بر زبان می آورند که حمایت آراد

در مسیر کسب درآمد و افزایش ثروتم از حمایت پدرم هم

بیشتر بوده است از اینروست که آنها آراد را پدر معنوی خود

دانسته و در تمام کامنت ها و نظراتشان به نقش عظیم آراد در

زندگی هایشان اعتراف دارند.

حال از آنها بپرسید اگر آراد نبود هم تاجر می شدید؟

می گویند نه نمی شدیم.

چرا؟

چون در مسیر تاجر شدن سختی هایی وجود داشت که به

تنهایی قادر به برطرف کردن آنها نبودیم اما با وجود آراد بیش از

۹۰ درصد آن سختی ها توسط آراد و کارمندانش مرتفع گردید و

تنها ده درصدش را ما عهده دار گشتیم.

مانند کسی که به بدنسازی می رود و به او وزنه ای می دهند و بدون آنکه مربی در کنارش باشد بگویند خودت هستی و این وزنه ها و شروع کن به تمرین کردن تا بدنساز شوی. این شد حالت اول.

تجارت بدون آراد برندینگ می شود همین حالت اول. حالت دوم اینست که مربی می گوید من کنارت هستم و تو شروع کن به وزنه زدن اما هیچ کمکی به تو نمی کنم و فقط نظاره گر هستم.

این می شود حالت دوم که نمونه اش را در تجارت نداریم اما مانند اینست که یک دوره فروشی بخواهد دوره های آموزشی تجارتش را بفروشد و می گوید اینگونه تاجر می شوی.

اما حالت سوم مربی در کنار توست و هر جا کم آوردی بخشی از فشار وزنه را از تو بر می دارد که این حالت شباهت به آراد دارد با این تفاوت که آراد از یک وزنه ده کیلویی فقط یک کیلو را بر عهده تو می گذارد و ۹ کیلوی دیگر را خودش بلند می کند.

جالب اینجاست که چون آراد اعتقاد به استقلال تاجرانیش دارد کسانی که خارج از آراد هستند گمان می کنند همه آن ۱۰ کیلو را شما به تنهایی بلند کردی و فقط خودت می دانی که آراد بود که ۹ کیلویش را بلند کرد.

## حمایت های مورد نیاز در تجارت

یک فرد برای اینکه تاجر شود به ۷ حمایت نیاز دارد.

جالب اینجاست که آراد برندینگ هر ۷ حمایت را هم به طریق پروموشن های ۱۲ گانه و هم به طریق رایگان در اختیار تاجرانیش قرار می دهد که در حالت اول آراد می گوید اینها را به من بسپار و به بقیه امور تجارت مشغول شو و در حالت رایگان می گوید من به تو صفر تا صدش را یاد می دهم تا خودت این کارها را انجام دهی پس در هر حالتی این حمایت هست و طبیعتاً حمایت در پروموشن بیشتر از رایگان است.

# ۷ حمایت چیست؟

یک تاجر به این ۷ حمایت نیاز دارد.

۱. برندسازی

۲. تامین کالا

۳. لجستیک

۴. نقل و انتقال مالی

۵. مدیریت

۶. اطلاعات تجاری

۷. ارتباطات تجاری

به اختصار درباره هر یک از این موارد توضیح داده و خاطر نشان می‌کنیم تمام این ۷ مورد توسط کارمندان و نیز اعضای محترم شورای سیاستگذاری که جمعی از تاجران و کارمندان قدیمی هستند و با انتخابات توسط سایر آرادای ها برگزیده می‌شوند برای تاجران آرادای به اجرا در می‌آید.

# ۱. برندسازی

یک تاجر برای اینکه نیاز به این نداشته باشد تا سرمایه اولیه زیادی داشته باشد و تجارت برای مردم عادی سهل الوصول شود باید برندسازی را سرفصل اول کارش قرار دهد.

آراد با برند کردن تاجرانیش با ظرفیت های مجازی و حقیقی در بیش از ۱۰ سرفصل عملیاتی این حمایت را انجام می دهد.

این برندسازی ها در دو محور برای تجارت های داخلی و صادراتی انجام می گردد.

برندسازی اینترنتی محور اصلی تجارت های داخلی و دفاتر و شوروم های خارجی، نمایندگان خارجی، سفرا و رایزن های تجاری کشورهای مختلف در ایران و سفیران ایران در کشورهای مختلف جهان محور اصلی مباحث صادراتی آراد برندینگ است.

با این بسترها یک تاجر آرادی هیچ نگرانی از جهت داشتن مشتری که ما به آن لید و سیگنال می گوئیم ندارد.



## ۲. تامین کالا

یک تاجر نیاز به این دارد تا کالایی در اختیار داشته باشد تا بتواند بر روی آن تجارت کند.

برخی از تاجران در زمان ورود به آراد، خودشان تولید کننده یا تامین کننده هستند که طبیعتاً کارشان راحت تر است.

اما اکثر مردم تولید کننده نیستند.

حالا اینها دو گروه می شوند.

کسانی که روابط و آشنایانی دارند که برایشان کالا را تامین کند که اینها هم از همین ظرفیت استفاده می کنند.

اما در مقابل کسانی هستند که این آشنایی را هم ندارند و در این حالت آراد برندینگ تامین کالای آنها را به میدان آمده و

برایشان بر عهده می گیرد که اگر پروموشن ۱۲ داشته باشند تامین کالایشان مستقل و اگر زیر آن باشند وابسته به آراد انجام

خواهد شد و در هر دو حالت مشکل تامین کالا رفع می گردد.

## ۳. لجستیک

به نقل و انتقال بار از تامین کننده تا مشتری و اخذ مجوزات لازم برای آن لجستیک گفته می شود.

در این حالت هم تاجران آرادی یا خودشان با این حالت آشنایی دارند که می توانند انجام دهند.

حالت دوم اینست که چنین آشنایی ندارند.

اگر پروموشن ۸ و بالاتر داشته باشند آرادی برندیگ لجستیک آنها را به صورت مستقل برایشان ساماندهی می کند و اگر زیر ۸ باشند وابسته به آرادی انجام خواهند داد.

منظور از مستقل یعنی اینکه شرایط را به گونه ای می چیند که بدون نیاز به آرادی هم بتوانند این مشکلشان را حل کنند و وابسته یعنی حضور آرادی در این موضوع برای همیشه لازم است.

پس باز هم هیچ نگرانی وجود ندارد چه برای کسانی که پروموشن بالا دارند و چه کسانی که پروموشن پایین دارند.

## ۴. نقل و انتقال مالی

این موضوع با توجه به تحریم بودن کشور برای یک تاجر مخصوصا اگر بخواهد کار صادراتی بکند بسیار حائز اهمیت است و آراد برندینگ این مساله را برای تمام تاجرانیش با هر پروموشنی انجام می دهد.

این کار عموما با ۴ روش صورت می پذیرد که این روش ها به ترتیب عبارتند از:

۱. دفاتر و نمایندگان خارجی بیش از ۷۰ درصد موارد

۲. صرافی های مورد اعتماد ۱۵ درصد موارد

۳. ارزهای دیجیتال صرفا جهت نقل و انتقال ۱۰ درصد

۴. سیستم بانکداری در شرایط خاص کمتر از ۵ درصد موارد

لازم به ذکر است در تجارت های داخلی هم با ایجاد ساختار

حضور در تمام شهرهای ایران، اعتماد ویژه ای برای مشتریان

ایجاد می نمایم که نقل و انتقال های داخلی آسانتر شود.

## ۵. مدیریت

مدیریت برای آن دسته از تاجرانی که می خواهند صاحب یک شرکت بزرگ تجاری شوند و نیازمند منابع انسانی هستند و ساختارهای گسترده تری دارند کاربرد دارد که از پرداختن به زیربخش های آن در این مقاله خودداری می کنیم.

اما کلیت موارد مدیریتی عبارتند از مدیریت منابع انسانی، مدیریت مالی، مدیریت بحران، مدیریت زمان و ...

## ۶. اطلاعات تجاری

در آراد، تمام اطلاعات مورد نیاز تجاری را به صورت کاملاً رایگان دریافت می نمایید و آراد در زمینه اطلاعات تجاری تفاوتی میان پروموشن ها قائل نشده و حتی تاجران پروموشن نیم که طرح رایگان آراد برای افراد کم بضاعت است را هم شامل می شود.

# ۷. ارتباطات تجاری

یک تاجر هر چقدر ارتباطات تجاری گسترده تری داشته باشد طبیعتاً تجارت های بیشتری انجام می دهد.

آراد برندینگ ارتباطات خود را در ۴ سطح ارائه می نماید.

۱. ارتباطات داخلی - پروموشن ۱ تا ۴ و پروموشن نیم

۲. ارتباطات داخلی و صادراتی - پروموشن ۵ تا ۸

۳. ارتباطات سطح بالای داخلی و صادراتی - پروموشن ۹ و ۱۰

۴. ارتباطات تجاری VIP با حمایت کامل - پروموشن ۱۱ و ۱۲

این ارتباطات تجاری در زمان کوتاهی موجب رونق گسترده تجارت های شما گردیده و به اصطلاح عامیانه سری داخل سرها در دنیای تجارت در می آورید.

امیدواریم آراد را مانند پدری عاقل، خیرخواه و دلسوز خودتان

بینید و حمایت های ما را بپذیرید و البته فراموش نشود که ۱۰

درصد از سود هر تجارت تان را باید به حساب ما واریز نمایید.