

طرح جامع راه اندازی یک سایت تخصصی و فروشگاه صنعتی نوشته دکتر مازیار میر مشاور عالی کسب و کار

ما نیروی دریایی نیستیم

ما دزدان دریایی صنعت هستیم

طرح جامع راه اندازی یک سایت تخصصی و فروشگاه صنعتی

مقدمه

با سلام و احترام جناب دکتر عباس سقرچی

اینجانب دکتر سید مازیار میر، ریاست هیات مدیره شرکت امداد نیروگستر ثبت 13630 تاسیس 1375 با بیش از 3 دهه تجربه علمی و عملیاتی در حوزه کسب و کار، مدیریت و مشاوره استراتژیک کسب و کار، امروز افتخار دارم تا شما را به یکی از مهم ترین طرح های صنعتی آینده دعوت کنم. آینده کسب و کار ایران... آیا آماده هستید فضای کسب و کار را در ایران عوض کنیم....

طی تمام این سال ها، با پرواز به اقصی نقاط ایران و همراهی با برندهای برتر و موفق چون پالایشگاه ها و پتروشیمی ها و صنایع وابسته و صنایع فولادی سرتاسر کشور و صنعت سیمان و انجمن تولید کنندگان سیمان و.... شرکتهای خصوصی و خصولتی و یا اسنپ، دیجی کالا، سنجابک، اسنوا، حایر و سانی و.....، متوجه شدم که موفقیت هر کسب و کاری به دو عامل اساسی بستگی دارد: **درک عمیق نیازهای بازار و اجرای دقیق استراتژی های عملیاتی**.

طرحی که امروز در اختیار شما قرار داده ام، حاصل سال ها تجربه، تحقیق و تحلیل دقیق نیازهای صنعت و بازار ایران است.

این طرح، راه حلی نوآورانه و خلاقانه و کاملاً عملیاتی که من به جرئت عمرم و جوانی خود را روی آن گذاشته ام و برای ورود به حوزه فروش ابزار، دستگاه های صنعتی، مواد اولیه و حتی فروش کسب و کارهای آماده است.

با این طرح، نه تنها به بازار داخلی دسترسی پیدا خواهیم کرد، بلکه قدم های اولیه برای ورود به بازارهای بین المللی نیز برداشته خواهد شد.

چرا این طرح می تواند موفق باشد؟

گام نخست

تمرکز بر نیازهای واقعی:

این طرح با تحقیقات دقیق بازار و شناسایی نیازهای مشتریان طراحی شده است. ما به جای پیش فرض های غلط، به دنبال حل مشکلات واقعی هستیم.

گام دوم

مدل درآمدی تنوع بخش:

از دراپ شیپینگ (Dropshipping) تا فروش مستقیم و نمایندگی... تا مدل های قدیمی و سنتی و..... این طرح چندین منبع درآمدی را برای شما فراهم می کند.

استفاده از تکنولوژی و دیجیتالی سازی:

به نظر می رسد که با بهره گیری از آخرین ابزارهای دیجیتالی و استراتژی های بازاریابی آنلاین، این طرح به شما کمک می کند تا به سرعت در بازار حضور پیدا کنید و مشتریان خود را جذب کنید.

این طرح نه تنها برای کسب و کارهای خانگی کوچک و متوسط مناسب است، بلکه برای شرکت های بزرگ نیز می تواند مدلی الهام بخش باشد. **تصور کنید که با یک سرمایه اولیه معقول، بتوانید به یک برند معتبر در حوزه صنعت تبدیل شوید. ** این طرح، فرصتی است برای آن هایی که به دنبال پیشرفت، ثبات و موفقیت در بازارهای رقابتی هستند.

من به شما تعهد کتبی می دهم و بالاتر از آن قول می دهم که اگر این طرح را با دقت و تعهد و وسواس هرچه تمامتر و مطابق زمانبندی و بودجه بندی اجرا کنید، نه تنها به موفقیت دست خواهید یافت، بلکه نقشی کلیدی در توسعه صنعت کشور خواهید داشت.

پیش بینی خفیر ان است که این طرح، یکی از بزرگ ترین تحولات در حوزه فروش صنعتی در ایران باشد. انشاالله

با امید به آینده ای روشن و موفق برای شما، منتظرم تا همراه شما در این سفر جذاب و پرچالش و پر خطر باشم.

چرا این طرح می تواند موفقیت آمیز باشد؟

- تجربه عملیاتی :

طرح بر اساس تجربیات عملی و موفقیت های قبلی طراحی شده است.

- هماهنگی با بازار:

با تحلیل دقیق رقبا و نیازهای مشتریان، این طرح کاملاً سازگار با شرایط فعلی بازار است.

- قابلیت اجرا:

تمام مراحل به صورت عملیاتی و قابل اجرا توضیح داده شده اند، بدون هیچ پیچیدگی اضافی.

با این طرح، شما تنها یک کسب و کار راه اندازی نمی کنید؛ بلکه یک برند جهانی در سطح ایران و منطقه و جهان ایجاد می کنید. شعار ما این است ما یک دستگاه صنعتی به شما نمی فروشیم ما یک کسب و کار و یک خانواده قوی و جدید به شما خواهیم داد معتبر و قابل اعتماد وفادار و هیجان انگیز

خوش آمدید به:

باشگاه مدیران خلاق کارافرین ایران

📌 هدف نهایی:

ایجاد پلتفرم جهانی در حوزه صنعت، با ترکیب فروش آنلاین، دراپ شیپینگ (Dropshipping)، نمایندگی، مواد اولیه و فروش کسب و کار

🔧 ساختار کلی پروژه

1. فازها و زمان بندی (10 فاز)

** 2. چک لیست عملیاتی برای هر فاز

** 3. توضیحات عملیاتی (چگونه انجام دهیم؟)

** 4. مثال های واقعی (با تحلیل دقیق)

- کلاس جهانی:

- موفقیت ها: 3 دلیل شاخص موفقیت در نمونه های جهانی.

- شکست ها: سه دلیل شاخص شکست در نمونه های جهانی.

- نمونه های موفق ایرانی:

- موفقیت ها: 3 دلیل شاخص موفقیت در نمونه های داخلی.

- شکست ها: 3 دلیل شاخص شکست در نمونه های داخلی.

5. نکات کلاس جهانی (World-Class Tips)

📌 فاز صفر

تحقیق استراتژیک و تعریف چشم انداز

🕒 زمان بندی حدود بین 3 تا 5 هفته

هدف فاز صفر چیست:

شناسایی دقیق بازار، مشتریان، رقبا و تعریف مدل درآمدی برای جلوگیری از اشتباهات استراتژیک.

چک لیست هفت مرحله ای:

1. شناسایی 5 منطقه صنعتی مهم در ایران (مثلاً شهرک صنعتی کرج، اصفهان).

2. تحلیل 10 رقیب اصلی (آنلاین و فیزیکی).

3. تعریف 3 بخش مشتری (B2B)، B2C، سرمایه گذار.

4. لیست کردن 5 محصول / خدمت کلیدی (مثلاً دستگاه CNC، فروش کارگاه).

5. تعیین مدل درآمدی (دراپ شیپینگ، کمیسیون، فروش مستقیم).

6. برآورد بودجه اولیه (دامنه، هاست، بازاریابی، حقوق).

7. ثبت اولیه ایده و بررسی امکان ثبت مالکیت معنوی نام.

✂ توضیحات عملیاتی:

-تحلیل بازار:

از ابزارهایی مانند:

Google Trends، *Keyword Planner* و *Alibaba* برای درک تقاضا استفاده کنید.

*-بررسی رقبا:

با استفاده از *SimilarWeb* و، ترافیک سایت رقبا را بررسی کنید.

-شناسایی مشتریان هدف:

با مصاحبه های عمیق با مالکان کارگاه ها، پیمانکاران و صنایع کوچک، نیازهای واقعی آنها را شناسایی کنید.

-تعیین مدل درآمدی:

انتخاب مدل دراپ شیپینگ به شما اجازه می دهد بدون انبار و مدیریت لجستیک، فعالیت کنید.

📌 مثال واقعی:

شرکت **"صنعت کالا"*** با تحقیق دریافت که تقاضای بالایی برای **دستگاه های برش لیزری کوچک** در کارگاه های شهری وجود دارد، بنابراین این محصول را به عنوان محصول اولویت دار انتخاب کرد.

کلاس جهانی:

** -موفقیت ها**:

(Zoro ** -آمریکا**):

** 1.تنوع محصولات Zoro ** با ارائه بیش از 2 میلیون محصول، به یک "سوپرمارکت آنلاین ابزار" تبدیل شده است.

**** 2. تجربه کاربری: **** طراحی ساده و سریع سایت، با فیلترهای پیشرفته.

**** 3. ارزش افزوده: **** ارائه آموزش‌های رایگان و مقالات تخصصی برای کاربران.

(Toolstation ** - بریتانیا: **)

**** 1. همکاری با تأمین‌کنندگان محلی: **** این شرکت با تأمین‌کنندگان محلی قرارداد بسته و هزینه‌های واردات را کاهش داده است.

**** 2. سیستم وفاداری: **** برنامه‌های وفاداری برای مشتریان دائمی.

**** 3. شبکه نمایندگی: **** ایجاد نمایندگی‌های محلی برای فروش مستقیم.

**** - شکست‌ها: ****

(Fab.com ** - آمریکا: **)

**** 1. عدم تمرکز Fab.com: **** از فروش ابزارهای صنعتی به فروش محصولات لوکس تغییر کرد و بازار هدف خود را از دست داد.

**** 2. مدیریت ضعیف زنجیره تأمین: **** عدم هماهنگی با تأمین‌کنندگان باعث تأخیر در ارسال شد.

**** 3. هزینه‌های بالای بازاریابی: **** بودجه زیادی صرف تبلیغات شد، اما نرخ تبدیل پایین بود.

(Kogan ** - استرالیا: **)

**** 1. کیفیت پایین محصولات: **** استفاده از تأمین‌کنندگان ناشناخته باعث کاهش اعتماد مشتریان شد.

**** 2. عدم ارائه خدمات پس از فروش: **** مشتریان از عدم پشتیبانی فنی ناراضی بودند.

**** 3. وابستگی به واردات: **** با افزایش هزینه‌های واردات، قیمت‌ها افزایش یافت و رقابت‌پذیری کاهش یافت.

**** نمونه موفق ایرانی: ****

**** - موفقیت‌ها: ****

**** - ابزارها: ****

**** 1. تمرکز بر مشتریان B2B: **** ابزارها با تمرکز بر صنایع کوچک و متوسط، نیازهای ویژه آن‌ها را شناخت.

**** 2. همکاری با تأمین‌کنندگان محلی: **** با تأمین‌کنندگان داخلی قرارداد دراپ شیپینگ بست و هزینه‌های انبار را کاهش داد.

**** 3. تبلیغات هدفمند: **** از تبلیغات گوگل ادز و شبکه‌های اجتماعی برای جذب مشتریان استفاده کرد.

**** - صنعت پویا: ****

**** 1. انتخاب محصولات کلیدی: **** تمرکز بر محصولات پرطرفدار مانند دریل‌های برقی و دستگاه‌های CNC.

**** 2. شبکه تأمین قوی: **** با چندین تأمین کننده داخلی و خارجی قرارداد بست.

**** 3. ارائه خدمات پس از فروش: **** گارانتی و خدمات فنی برای مشتریان.

**** -شکست ها: ****

**** -فروشگاه آنلاین "صنعت آرا: ****"

**** 1. عدم تمرکز بر بازار هدف: **** سعی در فروش محصولات گسترده بدون تحقیق دقیق بازار.

**** 2. مشکلات دراپ شیپینگ: **** تأخیر در ارسال و کیفیت پایین محصولات دریافتی از تأمین کنندگان.

**** 3. عدم حضور در شبکه های اجتماعی: **** عدم استفاده از پلتفرم هایی مانند اینستاگرام و لینکدین برای بازاریابی.

**** -فروشگاه "بازارسازان: ****"

**** 1. ضعف در برندینگ: **** لوگو و هویت بصری ضعیف، احساس اعتماد نکرد.

**** 2. عدم بهینه سازی سایت: **** سایت کند و غیرقابل استفاده برای موبایل بود.

**** 3. قیمت گذاری نامناسب: **** قیمت ها از رقبا بالاتر بود بدون ارائه ارزش افزوده.

**** 🌟 ##### نکات کلاس جهانی: ****

-از ****تحلیل SWOT (نقاط قوت، ضعف، فرصت، تهدید)** برای هر رقیب استفاده کنید.

-به جای "چه چیزی می فروشیم؟"، پرسید: "مشتری چه مشکلی را حل می خواهد؟"

✓ فاز نخست

برندینگ و هویت سازی

🕒 **زمان: حدود بین 2 تا 3 هفته **

****هدف فاز: ****

ایجاد یک برند قوی، حرفه ای و قابل اعتماد در ذهن مشتریان صنعتی.

**** ✓ چک لیست 7 مرحله ای: ****

1. انتخاب 3 نام پیشنهادی (مثلاً: *صنعت‌نورد، ماشین‌آفرین، کارگاه‌بازار*).

2. ثبت دامنه و شبکه‌های اجتماعی.

3. طراحی لوگو با تم صنعتی و مدرن.

4. تعیین رنگ‌های برند (آبی فولادی، نارنجی انرژی).

5. تعریف شعار (مثلاً: *همه چیز برای تولید، در یک مکان*).

6. طراحی الگوی گرافیکی (برچسب، بسته‌بندی، کاتالوگ).

7. ایجاد دفترچه هویت بصری. (Brand Guidelines)

**** توضیحات عملیاتی ****

**** -انتخاب نام:** نام باید کوتاه، خوانا و مرتبط با حوزه فعالیت باشد.

**** -طراحی لوگو:** لوگو باید در اندازه‌های کوچک (مثل آیکون) هم خوانا باشد.

**** -رنگ‌ها و شعار:** رنگ‌ها باید با حوزه فعالیت هماهنگ باشند.

**** مثال واقعی ****

شرکت ****Bosch**** از رنگ آبی و سفید با لوگوی ساده و قدرتمند استفاده می‌کند تا نماد ****دقت و فناوری**** باشد.

****کلاس جهانی****

**** -موفقیت‌ها****

(****Makita**** -ژاپن)

**** 1. لوگوی جهانی:** **** لوگوی Makita** در تمام کشورها یکسان است و از این رو شناخته‌شده است.

**** 2. برندینگ سازگار:** **** رنگ‌ها و طراحی محصولات** با هم هماهنگ هستند.

**** 3. اعتمادسازی:** **** با ارائه گارانتی و خدمات پس از فروش، اعتماد مشتریان را جلب کرده است.**

**** -شکست‌ها:**

(****Craftsman**** -آمریکا)

**** 1. ضعف در ارتباط با مشتری: **** عدم ارائه خدمات پس از فروش مناسب.

**** 2. برندینگ ضعیف: **** لوگو و هویت بصری قدیمی و کسل کننده.

**** 3. عدم تطبیق با بازار: **** عدم توجه به نیازهای جدید مشتریان جوان.

نمونه موفق ایرانی:

**** -موفقیت‌ها: ****

**** -دیجیتال: ****

**** 1. شعار قوی: **** شعار "دیجیتال، کیفیت بدون مرز" به خوبی نیاز مشتریان را توصیف می کند.

**** 2. هویت محلی: **** با استفاده از رنگ‌های ایرانی و طراحی سنتی، احساس وطن پرستی را القا می کند.

**** 3. حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی: **** با انتشار ویدیوهای تست محصول، اعتماد مشتریان را افزایش داد.

**** -شکست‌ها: ****

**** -ابزارسازان: ****

**** 1. ضعف در برندینگ: **** لوگو و هویت بصری ضعیف، احساس اعتماد نکرد.

**** 2. عدم بهینه سازی سایت: **** سایت کند و غیرقابل استفاده برای موبایل بود.

**** 3. قیمت گذاری نامناسب: **** قیمت ها از رقبا بالاتر بود بدون ارائه ارزش افزوده.

**** 🌟 نکات کلاس جهانی: ****

-برند شما باید ****** حس اعتماد، قدرت و نوآوری ****** را منتقل کند.

-حتی در بسته بندی دراپ شیپینگ، از لوگو و رنگ های برند استفاده کنید. (White Label)

نمونه های عملیاتی:

اول

نمونه طرح تجاری: (Business Plan)

بخش های اصلی طرح تجاری:

**** -خلاصه اجرایی: **** توضیح کوتاه از اهداف، بازار هدف و مدل درآمدی.

**** -تحلیل بازار: **** شامل تحقیقات بازار، رقبا و مشتریان هدف.

**** -مدل درآمدی: **** توضیح دقیق درآمد از طریق فروش مستقیم، دراپ شیپینگ و نمایندگی.

**** -برنامه بازاریابی: **** شامل استراتژی‌های سئو، تبلیغات و شبکه‌های اجتماعی.

**** -برآورد هزینه‌ها و درآمدها: **** جدولی شامل هزینه‌های اولیه و درآمد پیش‌بینی شده.

2. ****نمونه قرارداد نمایندگی فروش ****:

****عناوین اصلی قرارداد****:

**** -اطلاعات طرفین: **** نام شرکت، نام نماینده، آدرس و شماره تماس.

**** -محصولات و خدمات: **** لیست محصولاتی که نماینده مجاز به فروش است.

**** -کمیسیون و پرداخت: **** درصد کمیسیون (مثلاً 15%) و نحوه پرداخت (ماهانه یا فصلی).

**** -حقوق و تعهدات: **** مسئولیت‌های نماینده (مانند جلب مشتری و ارائه خدمات پس از فروش).

**** -محدودیت‌ها: **** ممنوعیت فروش محصولات مشابه رقبا.

**** -مدت قرارداد: **** مدت زمان اعتبار قرارداد (مثلاً یک سال).

3. ****نمونه کاتالوگ محصولات و کسب‌وکارها****:

****ساختار کاتالوگ****:

**** -صفحه اول: **** لوگو، شعار و معرفی کلی شرکت.

**** -دسته‌بندی محصولات: **** ابزار دستی، دستگاه‌های CNC، مواد اولیه.

**** -توضیحات محصول: **** تصویر، قیمت، مشخصات فنی و کاربردها.

**** -صفحه فروش کسب‌وکار: **** توضیحات کسب‌وکارهای آماده (کارگاه‌ها، خطوط تولید).

**** -اطلاعات تماس: **** شماره تماس، آدرس و شبکه‌های اجتماعی.

4. ****نمونه صفحه "فروش کسب‌وکار صنعتی" ****:

****عناصر صفحه****:

****عنوان: **** "خرید کسب‌وکار صنعتی آماده".

****توضیحات: **** "فروش کارگاه‌های تراش، خطوط تولید پلاستیک و آموزشگاه‌های فنی".

****تصاویر: **** عکس از محل کارگاه یا خط تولید.

****مشخصات: **** قیمت، تجهیزات موجود، موقعیت جغرافیایی.

****فرم تماس: **** فیلدهایی برای دریافت اطلاعات تماس مشتری.

5. نمونه چک‌لیست اجرایی ماهانه:

****چک‌لیست ماهانه: ****

****1. تحلیل داده‌ها: **** بررسی نرخ تبدیل، ترافیک و فروش.

****2. بهینه‌سازی سایت: **** تست سرعت و بهینه‌سازی سئو.

****3. تبلیغات: **** اجرای کمپین‌های جدید در گوگل ادز و اینستاگرام.

****4. پشتیبانی: **** پاسخ به نظرات و سوالات مشتریان.

****5. ارتباط با تأمین‌کنندگان: **** بررسی وضعیت موجودی و زمان ارسال.

****6. برنامه‌ریزی برای ماه بعد: **** تعیین اهداف و بودجه.



نمونه طرح تجاری (Business Plan)

توضیح کلی:

به نظر می‌رسد که طرح تجاری (Business Plan) سندی است که تمام جنبه‌های کسب و کار شما را پوشش می‌دهد. این طرح نه تنها برای برنامه‌ریزی داخلی، بلکه برای جذب سرمایه‌گذاران، بانک‌ها و شرکای کسب‌وکار نیز ضروری است.

****چک‌لیست اجرایی 7 مرحله‌ای:**

خلاصه اجرا: توضیح کوتاه از اهداف، بازار هدف و مدل درآمدی.

تحلیل بازار: بررسی، رقبا و مشتریان هدف.

مدل درآمدی: توضیح درآمد از طریق فروش مستقیم، درپیش‌بینی و نمایندگی.

برنامه های بازاریابی: استراتژی های سنو، تبلیغات و شبکه های اجتماعی.

پرداخت ها: لیست هزینه های اولیه (دامنه، هاست، مارکت ها، حقوق).

درآمد درآمد: پیش بینی درآمد سالانه و ماهانه.

برنامه ریزی بلندمدت: اهداف 1، 3 و 5 ساله.

نمونه طرح تجاری (با توضیحات کامل):

بخش اول

خلاصه اجرا

نام کسب و کار: "صنعت نورد"

هدف: راه اندازی یک پلتفرم آنلاین برای فر

مدل درآمدی: درپ شپینگ، فروش مستقیم، نمایندگی و کمیس

بازار هدف: صنایع کوچک و متوسط، کارگاه ها، پیمانکاران و سرمایه گذاران.

مکان مکانی: ایران، با برنامه ریزی برای ورود به بازارهای منطقه ای در آینده.

بخش دوم

تحلیل بازار

مصرف کننده: بازار صنعتی ایران در حال حاضر است و استفاده از دستگاه های CNC، مواد اولیه و خطوط تولید وجود دارد.

شوران:

اسنپ صنعت: فعال در حوزه فروش آنلاین ابزار.

ابزار ما: بر مشتریان B2B.

دیجی کالا: فروشگاه عمومی با بخش صنعتی.

مشتریان هدف:

B2B: کارخانه‌ها و کارگاه‌ها.

B2C: کاربران خانگی و علاقه‌مندان به ابزار صنعتی.

بخش سوم

مدل درآمدی

فروش مستقیم: سود 20% از قیمت فروش.

درپیشینگ: کمیسیون 10% از فروش.

نماینده‌گی: کمیسیون 15% از فروش نمایندگان.

مواد اولیه: فروش عمده مواد اولیه با سود

بخش چهارم

برنامه بازاریابی

سئو: استفاده از کلمات کلیدی مرتبط با ابزار صنعتی، دستگاه‌های CNC و مواد اولیه.

تبلیغات:

گوگل ادز: کمپین‌های تبلیغاتی برای کلمات کلیدی.

اینستاگرام: انتشار محتوا و ویدی

لینکدین: جذب مشتریان B2B.

شبکه‌های اجتماعی: انتشار محتوایی و آموزشی.

از چالش‌ها و مسابقات برای استفاده از مخاطب.

بخش پنجم

پرداخت هزینه‌ها

دامنه و هاست: 10 میلیون تومان.

طراحی و توسعه: 30 میلیون تومان.

مارکت: 20 میلیون تومان.

هزینه های عملیاتی: 10 میلیون تومان.

مجموع هزینه ها: 70 میلیون تومان.

بخش ششم

درآمد درآمد

فروش ماهانه: 50 میلیون تومان.

سود خالص سالانه: 200 میلیون تومان.

بازگشت سرمایه: 12 ماه.

بخش هفتم

برنامه ریزی بلندمدت

1ساله: جذب 100 مشتری و

3ساله: توسعه به 5 شهر بزرگ و فروش ماهانه 200 میلیون تومان.

:5ورود به بازارهای بین المللی و فروش سالانه 1 میلیارد تومان.

دوم 

نمونه قرارداد نمایندگی فروش

توضیح کلی:

قرارداد نمایندگی فروش، شرایط و تعهدات طرفین را مشخص می کند. این قرارداد باید دقیق و واضح باشد تا اختلاف احتمالی شو

 چک لیست اجرایی 7 مرحله ای:

اطلاعات طرفین: نام شرکت، نا

محصولات و خدمات: فهرست محصولاتی که مجاز به فروش هستند.

کمیسیون و پرداخت: درصد کمیسیون و نحوه پرداخت (ماهانه یا فصلی).

حقوق و خدمات: مسئولیت‌های نماینده (مانند جلب مشتری و ارائه پس از فروش).

محدودیت‌ها: ممنوعیت فروش محصولات مشابه رقبا.

مدت قرارداد: مدت زمان اعتبار قرارداد (مثلاً یک سال). 7

شرایط فسخ قرارداد: شرایطی که در آن به پایان می‌رسد.

نمونه قرارداد (با توضیحات کامل):

عنوان: قرارداد نمایندگی فروش طرف اول (شرکت): صنعت‌نورد طرف دوم (نماینده): [نام نماینده]

ماده 1: محصولات و خدمات

نماینده مجاز محصولات زیر را در منطقه [نام منطقه] به فروش بر

سی ان سی

ابزار کمکی

مواد اولیه

ماده 2: کمیسیون و پرداخت

کمیسیون نماینده: 15% از فروش خالص.

نحوه پرداخت: ماهانه، تا آخر هر ماه.

ماده 3: حقوق و حقوق

نماینده موظف است حداقل 10 مشتری جدید در ماه جذب کند.

نماینده باید خدمات پس از فروش را

ماده 4: محدودیت‌ها

نماینده حق فروش محصولات مشابه رقبا را ندارد.

ماده 5: مدت قرارداد

مدت قرارداد: یک سال از تاریخ امضاء.

ماده 6: شرایط فسخ قرارداد

در صورت عدم فروش حداقلی، قرارداد به طور خودکار فسخ می‌شود.

نمونه کاتالوگ محصولات و کسب و کارها

توضیح کلی:

کاتالوگ محصولات یک ابزار برای معرفی محصولات و خدمات شما است. باید جذاب، حرفه ای و کاربردی باشد.

✓ چک لیست اجرایی 7 مرحله ای:

صفحه اول: لوگو، شعار و معرفی کلی شرکت.

دسته بندی محصولات: ابزار دستی، دستگاه های CNC، مواد اولیه.

توضیحات محصول: تصویر، قیمت، مشخصات فنی و کاربردها.

صفحه فروش کسب و کار: توض

تصاویر: عکس های حرفه ای از محصولات و کسب و کارها.

اطلاعات تماس: شماره تماس، آدرس و شبکه های اجتماعی.

چاپ و توزیع: چاپ کاتالوگ و توزیع در مناطق صنعتی.

کاتالوگ نمونه (با توضیحات کامل):

صفحه اول:

لوگو: صنعت نورد

شعار: "همه چیز برای تولید، در یک مکان"

معرفی کلی: "صنعت نورد، پلتفرمی برای فروش ابزار

دسته بندی محصولات:

ابزار دستی: انواع دریل، آچار و گیره.

دستگاه های CNC: دستگاه های برش لیزری و تراش.

مواد اولیه: ورق فولادی، پلاستیک و تجهیزات.

صفحه فروش کسب و کار:

کارگاه تراش: شامل دستگاه های CNC و تراش.

خط تولید پلاستیک: ظرفیت تولید 100 تن در ماه.

اطلاعات تماس:

تلفن: 021-12345678

ایمیل: info@.....com

آدرس وب سایت: www.....com ...

4.  نمونه صفحه "فروش کسب و کار صنعتی"

توضیح کلی:

این صفحه برای جذب مشتری

 چک لیست اجرایی 7 مرحله‌ای:

عنوان: "خرید کسب و کار صنعتی آماده".

توضیحات: "فروش کارگاه های تر

تصاویر: عکس از محل کارگاه یا خط تولید.

مشخصات: قیمت، تجهیزات موجود، موقعیت

مزایا: بیشتر خرید کسب و کار آماده.

فرم تماس: فیلدهایی برای دریافت اطلاعات تماس مشتری.

گواهی‌ها: ارائه گواهی‌های مرتبط با کیفیت و مجوزها.

صفحه نمونه (با توضیحات کامل):

عنوان: "خرید کسب و کار صنعتی آماده"

توضیحات: "فروش کارگاه تراش با ظرفیت تولید بالا و خطوط تولید پلاستیک".

تصاویر: عکسهای حرفه ای ا

بارها: قیمت: 300 میلیون تومان.

تجهیزات: دستگاه های CNC ، تراش و برش.

موقعیت: شهرک صنعتی کرج.

فرم تماس:

نام: [_____]:

شماره تماس: [_____]:

ایمیل: [_____]:

5.  نمونه چک لیست اجرایی ماهانه

توضیح کلی: چک لیست اجرایی ماهانه به شما کمک می کند تا تمام وظایف و فعالان

 چک لیست اجرایی 7 مرحله ای:

تحلیل داده ها: بررسی نرخ تبدیل، ترافیک و فروش.

سایت بهینه سازی: تست سرعت و بهینه سازی سئو.

تبلیغات: اجرای کمپین های جدید در گوگل ادز و اینستاگرام.

پشتیبانی: پاسخ به نظرات و

ارتباط با مشتریان: بررسی وضعیت موجود و زمان ارسال.

برنامه ریزی برای ماه بعد: تعیین هزینه و بودجه.

گزارشگیری: تهیه گزارش عملکرد ماهانه.

نمونه چک لیست (با توضیحات کامل):

1. تحلیل داده ها: نرخ تبدیل: ۵٪.

ترافیک: 10,000 بازدید.

دوم

سایت بهینه سازی:

تست سرعت: زیر 3 ثانیه.

بهینه سازی سئو: اضافه کردن 5 کلمه کلیدی جدید.

سوم

تبلیغات: اجرای کمپین جدید در گوگل ادز.

انتشار 3 پست در اینستاگرام.

چهارم

کپی کردن: پاسخ به 50 نظر

پنجم

ارتباط با مشتریان: بررسی دستگاه های موجود. CNC

ششم

برنامه ریزی برای ماه بعد:

هدف: افزایش فروش به 60 میلیون تومان.

هفتم

گزارش تصویری: تهیه گزارش عملکرد ماهانه.

نمونه هایی از شعارهای ما

ده شعار استثنایی

"صنعت شما، آینده ما؛ با هم، تاریخ می سازیم!"

"ما نیروی دریایی نیستیم؛ ما ابر دزدان دریایی هستیم!"

"از امروز، صنعت شما به دست ما در امان نیست!"

"صنعت کلاس جهانی، با دستان ایرانی!"

"صنعت دزدان دریایی: به دنبال غنیمت های نوآوری!"

"صنعت را دوباره تعریف کنید؛ با ما، آینده را بسازید!"

«ما نه تنها کار می کنیم؛ ما تاریخ می سازیم»!

"صنعت، زمینه‌مان است؛ نوآوری، قدرت‌مان است!"

"همراه شما، صنعت را به آینده می‌بریم؛ این بار، با سرعت نور!"

«صنعت شما را به دست می‌گیریم؛ نتیجه را به شما تحویل می‌دهیم»!