

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: فیروز اسماعیلی‌نژاد
 قائم مقام مدیر مسئول: ولی یعقوبی
 زیر نظر شورای سیاست گذاری

سردبیر: امید اسماعیلی
 چاپ: کارگر
 توزیع: کارو کارگر

عضو انجمن صنفی مدیران نشریات ایران
 عضو انجمن روزنامه‌های غیر دولتی
 عضو تعاونی مطبوعات کشور

پست الکترونیکی روزنامه (E-MAIL):
 Eghtesadsaramad@gmail.com
 نشانی‌سایت: Eghtesadsaramad.ir
 کد پستی روزنامه اقتصاد سراسرآمد: ۱۵۵۱۷۱۶۱۱۸

نشانی دفتر مرکزی:
 سهروردی شمالی پلاک ۵۶ واحد ۳
 تلفن مرکزی روزنامه: ۸۸۷۶۹۳۲۷ - ۰۲۱
 تلفکس: ۸۸۷۶۹۳۲۷

سازمان شهرستان‌ها:
 تلفن تماس: ۰۲۱ ۶۶۹۳۳۷۱۴
 ۶۶۶۱۱۷۷۰ - ۶۶۳۳۷۳۷۸ داخلی ۱۰۳
 ایمیل: saramadrazee@yahoo.com
 تلگرام: ۰۹۰ ۲۷۸۳۳۳۶۲۷

تولید، پشتیبانی‌ها و مانع زدایی‌ها

گزارش «اقتصادسراسرآمد» از صنعت چرم متکی بر واردات در سال مانع زدایی‌ها

دو سیاست غلط، مانع بزرگ صنعت چرم



خواهد شد. در حال حاضر چرم خسام تولیدی در داخل کشور نسبت به چرم وارداتی کیفیت پایین دارد و علل ایمن موضوع در مقاله جداگانه ای با عنوان «تفاوت چرم خوب و بد» تبیین شده است.
خبر نگار ما، گفت: ما در صنعت چرم از مواد متعدد نیز با مشکلات مختلف گمرکی، ارزی مواجه است، که بسیاری از تولیدکنندگان را از تامین مواد اولیه مناسب از خارج کشور ناامید می کند.

صنعت چرم متکی بر واردات در سال مانع زدایی‌ها
جهانگیر مجیدی، دبیرانجمن صنایع چرم ایران در گفتگو با روزنامه اقتصادسراسرآمد با اشاره به وضعیت واردات مواد اولیه صنعت چرم و مشکلاتی که وجود دارد، به خبر نگار ما، گفت: ما در صنعت چرم از مواد متعدد شیمیایی استفاده می کنیم که یک بخش کوچکی از آنها از داخل تامین می شود و مابقی را باید حتما وارد کنیم چون تکنولوژی تولید آنها را متأسفانه هنوز نداریم و یا سرمایه

صنعت چرم متکی بر واردات در سال مانع زدایی‌ها
جهانگیر مجیدی، دبیرانجمن صنایع چرم ایران در گفتگو با روزنامه اقتصادسراسرآمد با اشاره به وضعیت واردات مواد اولیه صنعت چرم و مشکلاتی که وجود دارد، به خبر نگار ما، گفت: ما در صنعت چرم از مواد متعدد شیمیایی استفاده می کنیم که یک بخش کوچکی از آنها از داخل تامین می شود و مابقی را باید حتما وارد کنیم چون تکنولوژی تولید آنها را متأسفانه هنوز نداریم و یا سرمایه

صنعت چرم متکی بر واردات در سال مانع زدایی‌ها
جهانگیر مجیدی، دبیرانجمن صنایع چرم ایران در گفتگو با روزنامه اقتصادسراسرآمد با اشاره به وضعیت واردات مواد اولیه صنعت چرم و مشکلاتی که وجود دارد، به خبر نگار ما، گفت: ما در صنعت چرم از مواد متعدد شیمیایی استفاده می کنیم که یک بخش کوچکی از آنها از داخل تامین می شود و مابقی را باید حتما وارد کنیم چون تکنولوژی تولید آنها را متأسفانه هنوز نداریم و یا سرمایه

گروه صمست
- برای در دسترس قرار گرفتن محصول باکیفیت چرمی، لازم است فرآیند تامین، تولید و توزیع محصول چرم به خوبی مدیریت گردد؛ که متأسفانه در کشور ما هر کدام از مراحل و فرآیندهای فوق با دشواری ها و موانع مختلفی روبرو است. ایمن موانع باعث رکود نسبتاً بلندمدت در این صنعت شده است و تولیدکنندگان محصولات باکیفیت چرمی را با سختی های زیادی مواجه ساخته است. این که صنعت چرم، علی رغم ظرفیت های آن به یکی از راکدترین بخش های اقتصاد کشور تبدیل شده است، بسیار نگران کننده است و حمایت و پشتیبانی از این صنعت تا حدی می تواند باعث رشد و ترقی آن شده و ایجاد رونق در این حوزه به پیشرفت اقتصادی کشور کمک نماید.

به گزارش اقتصادسراسرآمد، برای چندین سال پیاپی، یک شعار اقتصادی بسا محوریّت «تولید» برای نامگذاری سال جدید، انتخاب شد که حاوی نکات بسیار مهم و قابل توجهی است. نخست اینکه اولین و مهم ترین اولویّت و نیاز کشور، همچنان موضوع اقتصاد است. اگر در سال‌های گذشته، فرد یا افرادی درباره‌ی این موضوع، تردید داشتند و در ذهن آنها درباره‌ی علت نامگذاری سال‌ها با عنوان‌های اقتصادی، سئوالاتی پدید می آمد، امسال و به دلیل جمعیت سوءتدبیرهای صورت گرفته در سال‌های اخیر، شاهد بروز مشکلات عمیقی در حوزه‌ی معیشت جامعه هستیم که ضرورت تمرکز بر روی آن را به عنوان یکی از زیرشاخه‌های بخش اقتصاد، بر همگان مبرهن و آشکار می سازد. با توجه به مویات رهبری در سال مانع زدایی‌ها از تولید موضوع صنعت چرم را مورد مذاقه قرار داده و به مشکلات این صنعت می‌پردازیم.
تامین چرم به عنوان یک پیش نیاز اساسی برای تولید منسوجات، منسلزم و جود پوست خام مناسب و کافی است و عدم تامین این پیش نیاز عملا باعث پسرزوا اختلال در فرآیند تولید

تولید

در دیدار ائمه جمعه با مسئولین ذوب آهن عنوان شد

تاکید ائمه جمعه بر پی گیری مطالبات مردم و پشتیبانی از صنعت و تولید

حجت الاسلام والمسلمین علیرضا فرهنگ دبیر شورای سیاست گذاری ائمه جمعه، حجت‌الاسلام والمسلمین قاسم باقریان امام جمعه زین شهر وائمه جمعه شهرستان لنجان در ذوب آهن اصفهان با منصور یزدی زاده مدیر عامل و تنی چند از مسئولین این شرکت دیدار و گفتگو کردند. به گزارش اقتصادسراسرآمد، در این دیدار که در ادامه نشست های تعاملی ذوب آهن اصفهان با مسئولین منطقه برگزار شد ، مدیر عامل این شرکت گفت: وظیفه اصلی ذوب آهن اصفهان حفظ تولید و صیانت از حقوق کارکنان شرکت است که این مهم در شرایط تحریم و تامین مواد اولیه بسیار سخت و دشوار است. وی به نقش اشتغال زایی و تاثیرات اقتصادی فعالیت این مجتمع عظیم صنعتی در کشور اشاره کرد و گفت: علاوه بر ۱۶ هزار نیروی انسانی که در ذوب آهن ارکان حفظ نظام خانواده و جامعه است. دبیر شورای سیاستگذاری ائمه جمعه استان اصفهان با اشاره به اینکه سازمان ها باید از توان علمی و فرهنگی ائمه جمعه در جهت پیشبرد امور فرهنگی استفاده کنند افزود: ارتباط با مردم منطقه خصوصاً نجیبگان باعث پیشرفت خواهد شدو می تواند نتایج مثبتی را برای هر دو حاصل کند. حجت الاسلام والمسلمین قاسم باقریان امام جمعه زین شهر با اشاره به اینکه خدا مجوری و مردم داری از خصلت های ائمه جمعه می باشد گفت: با هماهنگی و برنامه ریزی مشترک بین سازمان ها و ائمه جمعه می توان در توسعه فرهنگی منطقه نقش مهمی ایفا نمود. وی افزود: رفتار ائمه جمعه بر پایه صداقت و دوستی و مطالبات بر حق استوار است و تلاش آنها این است که توازن بین فعالیت صنعتی و خدمت به جامعه را برقرار نمایند .

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

(فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه‌گران) شماره ۲۲۰/۱/۱۴۰۰/۴۲ شناسه آگهی: ۱۲۲۲۹۲۰

۷- مهلت زمانی دریافت کاربرگهای استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۹/۱۶
 ۸- مهلت زمانی ارائه و بارگذاری کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: ساعت ۱۶ تاریخ ۱۴۰۰/۹/۳۰
 ۹- شماره مناقصه ثبت شده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۲۰۰۰۹۱۹۳۱۰۰۰۲۱۵

۱۰- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره۱۲۳۳۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مورخ۹۴/۹/۲۲ هیات وزیران و اصلاحیه های بعدی آن خواهد بود.
 ۱۱- اطلاعات تماس مناقصه‌گزار: مناقصه‌گران می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر یا در صورت داشتن هرگونه ابهام در خصوص اسناد مناقصه، با تلفن شماره۰۴۴-۳۳۴۴۷۷۱۰ تماس یا از طریق نمابر شماره ۰۴۴-۳۳۴۴۴۴۴۵ مکانیه نمایند.
 آدرس: دفتر امور قراردادها واقع در ارومیه، خیابان مولوی، شرکت گاز استان آذربایجانغربی، طبقه اول، اتاق ۱۰۲
 متعاقباً شرکت‌های متکسب حد نصب امتیاز ارزیابی کیفی، در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی مجاز به دریافت مابقی اسناد مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت خواهند بود. لذا مسئولیت اطلاع از روند برگزاری الکترونیکی مناقصه و کنترل های لازم بر عهده مناقصه گران می باشد.

برای آگاهی از اخبار، آگهی‌های مناقصه، مزایده و عملکرد شرکت گاز استان آذربایجان غربی می توانید به کانال پیام رسان سروش به آدرس WAZARGAS@ مراجعه فرمایید

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۸/۲۶ **تاریخ انتشار نوبت دوم:** ۱۴۰۰/۰۸/۲۹

روابط عمومی شرکت گاز استان آذربایجان غربی

رابطه استراتژی بازاریابی دیجیتال و برندینگ

تجاری به شرکت شما کمک می کند تا شناخته شود و نتیجه نهایی خود را افزایش دهد. تبلیغات یکی دیگر از اجزای برندسازی است و شکی نیست که استراتژی های تبلیغاتی در واقع نشان دهنده نام تجاری همراه با تصویر مورد نظر آن خواهد بود. توسعه هویت برند منسجم و حرفه ای بخش مهمی از هر استراتژی نام تجاری موثر است. ایجاد هویت برند مستلزم تحقیق و توجه به جزئیات به منظور ایجاد سبکی است که با موفقیت اهداف یک کسب و کار را برآورده کرده و پیام مناسب را به همراه داشته باشد. هویت نام تجاری نامناسب در آمد شما را کاهش می دهد اما هویت نام تجاری قوی منجر به افزایش شناخت و آگاهی از نام تجاری می شود.

برند یک رد یا به عنوان یک فرد در نظر بگیرید، هر فرد دارای شخصیت، نحوه لباس پوشیدن، برقراری ارتباط، ارزش ها، دوستان، ویژگی ها و منطقه فرام آلوده که خود است. این چیز است که شما را با تشکیل می دهد و همچنین این ویژگی ها هستند که باعث ایجاد یک نام تجاری می شوند. مردم تعالی به برقراری ارتباط با محصولات ندارند، آنها وفادار و تعهد به نام تجاری هستند در واقع برندسازی یک فرایند پیچیده است که نیاز به برنامه ریزی دقیق و رویکرد حساب شده دارد و در ادامه باید به مهم ترین، بر جسته ترین بخش برندسازی پرداخت و توجه ویژه ای داشت که این بخش خود شامل سایت اینترنتی اختصاصی و طراحی وبسایت اصلی و بهینه می باشد. ایجاد نام تجاری قوی و ماندگار یک چالش است اما چالشی است که ارزش دنبال کردن آن را دارد. این می تواند به شما در ایجاد یک تجارت پایدار و دراز مدت کمک کند بنابراین، اگر آرزوی موفقیت طولانی مدت دارید، باید در آن سرمایه گذاری کنید. هویت نام تجاری موفق و سازگار، سازمان شما را متمایز کرده و به رسمیت می شناسد و همچنین عامل "مطلوبیت" را برای مشتریان، کارکنان، حامیان و ذینفعان موجود و بالقوه جدید ایجاد می کند. در نتیجه، اگر هیچ اطلاعاتی در مورد نحوه انجام آن ندارید، می توانید یک مشکل بزرگ باشد. در چنین مواردی، بهتر است از متخصصانی استفاده کنید که در نقش برندسازی تجربه داشته باشند تا به شما در طراحی این رویکرد کمک کنند. تیم متخصصان اختصاصی مادر هلدینگ رستاک می توانند به شما در تعریف نام تجاری و پیاده سازی آن در استراتژی بازاریابی دیجیتال کمک کنند. اهمیت نام تجاری مشخص است - این چیزی است که موفقیت بلند مدت مشاغل را مشخص می کند. با همکاری متخصصان ما، می توانید در ایجاد برند که به آن افتخار می کنید بهر دست شوید و بدرخشید.

* مدیر عامل هلدینگ بین المللی رستاک



حسین جرتنی - درک قوی از نام تجاری مستلزم درک مناسب از تجارت، بازاریابی و حتی مبانی ارتباطی است، برندینگ آن قدر مفهوم وسیعی دارد که نمی توان تنها یک تعریف در ست که واقعا همه موارد آن را در بر گیرد را برای آن در نظر گرفت. برندسازی فرایند دائمی شناسایی، ایجاد و مدیریت دارایی ها و اقدامات جمعی است که درک برند را در ذهن ذینفعان شکل می دهد و در سالیهای اخیر، به عنوان یک سرمایه گذاری بازاریابی ارزشمند در نظر گرفته شده است. یک برند منحصر به فرد که چهره عمومی و شخصیت شرکت شما است، در ارائه مزینتهای رقابتی نسبت به رقبای شما و کمک به شما در جذب و حفظ مشتریان با هزینه بسیار کمتر، می تواند تأثیر

توجه مشتری ایده آل به آن نیاز دارد، این چیزی است که خریداران اولین بار را به مشتریان مادام العمر تبدیل می کند و باعث می شود نام شما بر جسته شود، تأثیر بگذارد و کسب و کار شما را به سطح بعدی برساند. بر اساس تعریف، برندسازی فرآیند بازاریابی ایجاد نام و نشان یا طراحی برای یک شرکت است که به دیگران اجازه می دهد شرکت را از روی آن لوگو شناسایی کنند. نام تجاری قدرتمندترین ایده در دنیای تجاری نامیده شده است، با این حال تعداد کمی از شرکتها هوشیارانه هویت برند را ایجاد می کنند. توصیه ما به مدیران این است که در مورد مشتریان خود تحقیق کرده و دلایلی را پیدا کنند که مشتریان خدمات یا محصولات تان را به جای رقیبا خریداری می کنند. سپس، در هر تبلیغ، در هر خبر و در هر تماس فروش و مصاحبه با رسانه، آن پیام را ارسال کنید، با تکرار مداوم متقاعد کننده ترین پیام های فروش، مشتریان هنگام تصمیم گیری در مورد خرید از شما یا از رقیبتان شما را انتخاب می کنند. در این زمینه دو جزء کلیدی وجود دارد که به ایجاد یک نام تجاری خوب کمک می کند، نشان تجاری شما (لوگو) شما بخش مهمی از نام تجاری شما است زیرا نمایشی بصری از شرکت شما است. یک نشان معمولاً شامل یک طرح رنگ، شکل یا تصویر خاص است و شعار یک پیام کوتاه و واضح است که ارزش های شرکت شما را نشان می دهد، شعار شما باید به ایجاد ارتباط عاطفی با شرکت شما کمک کند. طراحی لوگو شما نقش مهمی در نام تجاری شما ایفا می کند زیرا "چهره" کسب و کار شما خواهد بود که در هر بسته، تبلیغات و سایر مواد بازاریابی دیده می شود، امروزه برندسازی بسیار بیشتر از یک ظاهر یا یک نشان است. اما استراتژی برند (شعار) شامل تعریف هدف، بازار هدف و ارزش پیشنهادی شرکت است و باید ارزش ویژه برند را ایجاد کند. این به سادگی به مشتریان نشان می دهد که ارزش های نام تجاری فقط کلمات خالی نیستند. ایجاد یک نام