

# صادرات و توسعه

زیر ساخت ها

نویسنده : مصطفی نظام پرور

## Contents

٦	بسم الله الرحمن الرحيم .....
٦	<b>فصل اول</b> .....
٦	مقدمه .....
٨	تعاريف .....
٨	سرنخ: .....
٩	مشتری مشکوک .....
٩	مشتری احتمالی .....
١٠	مشتری: .....
١٠	فرصت: .....
١١	بازار هدف .....
١١	اینکو ترمز Incoterms .....
١٣	FOB .....
١٤	CFR .....

۱۵.....	CPT
۱۶.....	CIP
۱۷.....	CIF
۱۸.....	ExW
۱۹.....	استافینگ (بارچینی)
۲۰.....	<b>فصل دوم</b>
۲۰.....	زیر ساخت ها
۲۰.....	مقدمه
۲۳.....	۱- وب سایت
۲۷.....	۲- حضور همیشگی
۳۹.....	۳- نمایه
۳۹.....	( کامپانی پروفایل )
۶۵.....	۴- کاتالوگ

- ۵- لیست قیمت ..... ۷۵
- ۶- ابزار های ارتباطی ..... ۸۰
- ۷- بانک داده (لیست سرخ ها) ..... ۸۳
- ۸- ۵۰ جمله اساسی ..... ۸۶
- ۹- فیلم ..... ۸۸
- ۱۱- حساب ارزی : ..... ۹۸
- ۱۲ - پیش فاکتور (PI) Performa Invoice ..... ۱۰۲
- ۱۳- پیشنهاد رسمی (FCO) Full Corporate Offer ..... ۱۰۵
- ۱۴- مدیریت ارتباط با مشتری CRM ..... ۱۳۰
- جمع بندی فصل اول: ..... ۱۳۲
- فصل سوم** ..... ۱۳۴
- مشتریان احتمالی و فرآیند تولید سرخ ..... ۱۳۴
- مقدمه ..... ۱۳۵

- ۱۳۹..... پیدا کردن سرنخ یا کارخانه تولید سرنخ
- ۱۴۲..... تأیید صلاحیت!
- ۱۴۴..... مشتریان احتمالی
- ۱۴۶..... **فصل چهارم:**
- ۱۴۶..... تبدیل سرنخ ها و مشتریان احتمالی به فرصت های تجاری
- ۱۴۶..... مقدمه:
- ۱۴۷..... چرخه اعتماد
- ۱۵۱..... نمونه یک چرخه اعتماد
- ۱۵۴..... شبکه های اجتماعی
- ۱۵۷..... **فصل پنجم: پول**
- ۱۵۷..... مقدمه:
- ۱۵۷..... ۱ - ارسال درخواست قیمت توسط مشتری
- ۱۵۹..... ۲ - ارائه اف سی او (FCO)

۳- پروفرما (PI) ..... ۱۶۰

۴- عملیات اجرایی ..... ۱۶۰

جمع بندی ..... ۱۶۱

## بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

### فصل اول تعاریف

#### مقدمه

فرهنگ و تصورات اشتباه و یا ناقص در اقتصاد یک کشور می تواند آن کشور را از توسعه و ثروت آفرینی برای خود و مردم جهان دور نگه دارد. تصورات اشتباهی همچون کارآفرینی یعنی فقط یک کالا را تولید کردن و ایجاد اشتغال بدون در نظر گرفتن جنبه های بازرگانی و فروش آن و یا تصور اشتباه اینکه برای ثروتمند شدن می بایست دزدی کرد یا حق دیگران را ضایع کرد و یا اینکه فکر می کنیم اگر روزی صاحب یک کارخانه شدیم پس دیگر نیازی به طراحی سیستم های بازرگانی و فروش نداریم و شاید از همه بدتر اینکه بازاریابی را از ضعیف ترین کارها می دانند اما در اینجا قصد

نداریم به این تصورات و یا فرهنگ های غلط پردازیم . ما قصد داریم به روش های عملی و واقعی توسعه کسب کار برای صادرات و در واقع به روش هایی که می توانید با اجرای آن ها برای خود و یا مجموعه ای که مدنظر دارید بازارهای خارجی را باز کنید و صادر کننده مطرحی بشوید. تمامی این روش ها به صورت کامل در چندین مجموعه امتحان شده است و نتایج مثبت آن دیده شده است . ما در این کتاب به مباحث نظری و یا تئوری نمی پردازیم بلکه تماما عملیاتی و اجرایی می باشد. در انتها آرزو دارم خواننده کتاب بتواند در راستای صادرات به خوبی فعالیت کند.



## تعاریف

ما در این جا به تعاریف کلمات می پردازیم این تعریف ها برای درک بهتر مطالب کتاب کمک می کند.

## سرنخ:

سرنخ یا Lead به مجموعه شرکت و یا شخصی که احتمال و یا استعداد این را دارد که شما بتوانید با او تجارت کنید. کارشناسان تیم فروش موظفند فعالیتهای مناسب روی این سرنخ انجام دهند و آن را تبدیل به یک فرصت تجاری کنند. فعالیتهایی نظیر پی گیری، تماس تلفنی، ارسال پیامک، قرار جلسه و ...

سرنخ ها نقطه شروع هر فروشی هستند و از اهمیت زیادی برخوردارند. لذا باید برای آن ها وقت کافی بگذارید و از هر روشی برای یافتن آن ها استفاده کنید.

### مشتری مشکوک

(به انگلیسی: Suspect Customer): فردی که کالا و یا خدمات برای او ایجاد شده است.

### مشتری احتمالی

(به انگلیسی: Prospect Customer): "مشتری مشکوکی" که تبلیغات آن بنگاه اقتصادی به دستش رسیده و یا در محل عرضه کالا و یا خدمات آن حضور یافته است.

**مشتری :**

"مشتری احتمالی" که حداقل یک بار از خدمات یا محصول یک بنگاه اقتصادی استفاده کرده است پس اگر از دیگری در حال خرید است و یا از شما قیمت گرفته است مشتری شما نیست بلکه برای شما یک سرخ یا فرصت تجاری فرض می شود.

**فرصت:**

وقتی که بخش فروش کسب و کار با مذاکره با یک سرخ به این نتیجه می رسد که احتمال خرید سرخ وجود دارد و یا پیش فاکتور برای او صادر می کند، سرخ به یک فرصت برای کسب و کار تبدیل می شود. فرصت ها اشخاص یا سازمان هایی هستند که احتمال فروش و تبدیل آنها به مشتری بالاست. در این مرحله مدیریت ارتباطات با مشتری، قیمت، کیفیت، پوشش کامل نیازمندی مشتری و پارامترهای مختلف دیگر در مورد محصولات یا

خدمات کسب و کار می تواند درصد تغییر سرخ به فرصت را افزایش یا کاهش دهد.

## بازار هدف

به بخشی از بازار گفته می شود که فروشندگان هدف فروش محصول یا خدمات را به آنها دارند. طبیعی است که کالا یا خدمات مورد نظر، برای این دسته از افراد ایجاد شده است.

## اینکوترمز Incoterms

یک کلمه مرکب است که از ترکیب سه کلمه انگلیسی « International Commercial Terms » به معنی اصطلاحات بین المللی بازرگانی تشکیل شده است و به صورت گسترده ای مورد استفاده قرار می گیرد. این اصطلاحات برای تفکیک هزینه ها و مسئولیت ها بین فروشنده و خریدار استفاده می شود.



## FOB

## مخفف اصطلاح Free On Board

تحويل کالا در عرشه کشتی در مبدأ. فروشنده وقتی کالا را از روی نرده کشتی عبور داد ریسک خود را خاتمه داده است. هزینه حمل و بیمه با خریدار است. عقد قرارداد حمل از بندر تحويل و بیمه و بازرسی با خریدار است. این روش برای کالاهایی که به صورت دریایی حمل می شود استفاده می گردد و معمولاً اگر قصد داشته باشیم قیمت را در بندرعباس اعلام کنیم به صورت زیر می نویسیم.

**FOB BND (Bandar Abbas)**

## CFR

## مخفف اصطلاح Cost and Freight

هزینه و کرایه حمل تا مقصد. C&F سابق است ولی مخصوص حمل دریایی. کالا وقتی از روی نرده کشتی عبور می کند (بارگیری می شود) مسئولیت فروشنده خاتمه میابد. هزینه بیمه با خریدار است. هزینه حمل با فروشنده است. عقد قرارداد بیمه با خریدار است. و عقد قرارداد حمل با فروشنده. این روش برای کالاهایی که به صورت دریایی حمل می شود استفاده می گردد و معمولا اگر قصد داشته باشیم قیمت را به صورت حمل شده در امارات اعلام کنیم به صورت زیر می نویسیم.

CFR Jebel Ali/UAE

## CPT

## مخفف اصطلاح Carriage Paid To

تحويل با پرداخت کرایه حمل تا مقصد. حمل مرکب ولی بیشتر برای طرق زمینی یا هوایی استفاده می‌شود. ریسک و مسئولیت فروشنده زمانی که کالا را تحويل اولین حمل کننده می‌دهد خاتمه میابد. هزینه حمل با فروشنده تا نقطه معین طبق قرارداد. هزینه بیمه خریدار. عقد قرارداد بازرسی با خریدار است. این روش برای کالاهایی که به صورت زمینی حمل می‌شود استفاده می‌گردد و معمولا اگر قصد داشته باشیم قیمت را به صورت حمل شده در استانبول ترکیه اعلام کنیم به صورت زیر می‌نویسیم.

CPT Istanbul/ Turkey



## CIP

## مخفف اصطلاح Carriage and Insurance Paid to

تحويل با پرداخت کرایه حمل و بیمه تا مقصد. روش حمل مرکب می باشد. ریسک و مسئولیت فروشنده زمانی که کالا را به نقطه توافق شده می رساند خاتمه میابد. هزینه بیمه و حمل با فروشنده است. عقد قرارداد بیمه و حمل با فروشنده است. عقد قرارداد بازرسی با خریدار است. این روش برای کالاهایی که به صورت زمینی حمل می شود استفاده می گردد و معمولاً اگر قصد داشته باشیم قیمت را به صورت حمل شده در استانبول ترکیه اعلام کنیم به صورت زیر می نویسیم.

CIP Istanbul/ Turkey

## CIF

## مخفف اصطلاح Cost, Insurance and Freight

هزینه، بیمه و کرایه حمل تا مقصد. مخصوص حمل دریایی می باشد. کالا وقتی از روی نرده کشتی بارگیری می شود مسئولیت فروشنده خاتمه میابد. هزینه حمل و بیمه با فروشنده است. عقد قرارداد حمل و بیمه با فروشنده است. این روش برای کالاهایی که به صورت دریایی حمل می شود استفاده می گردد و معمولاً اگر قصد داشته باشیم قیمت را به صورت حمل شده در جبل علی امارات اعلام کنیم به صورت زیر می نویسیم.

CIF Jebel Ali/ UAE

## ExW

مخفف اصطلاح Ex Works - تحویل کالا در نقطه عزیمت در مبدأ:

تعریف: تحویل کالا در نقطه عزیمت در مبدأ (محل کار). در این روش فروشنده، کالا را در محل تولید و یا انبار کالا به خریدار تحویل می‌دهد و کلیه هزینه‌ها، اعم از بارگیری، حمل و نقل، بیمه، گمرک و ریسک خرابی کالا بر عهده خریدار است. در این روش تولید کننده و یا فروشنده خود از هر گونه درگیری در مورد تحویل کالا راحت می‌کند این روش مورد پسند خریداران خارجی اصلاً نیست. اگر بخواهیم بنویسم کالا را در انبار تهران تحویل می‌دهیم به صورت زیر می‌نویسیم.

ExW Tehran/Iran

**استافینگ (بارچینی)**

عملیات چیدن محصول یا کالا در کانتینرهای کشتی رانی. این عملیات برای اینکه کالا در طی مسیر دچار آسیب نشود باید با دقت و رعایت اصول انجام گردد در بسیاری از موارد با استفاده از پالت های چوبی و یا پلاستیکی کف کانتینر را برای کالا ایمن کرده و توسط تخته های چوب و یا فوم و امثال آن کالا را از بدنه و دیواره ها محافظت می کنند. اشتباه در چیدن درست کالا ممکن است موجب از بین رفتن کل محموله گردد.

# فصل دوم

## زیر ساخت ها

### مقدمه

زیر ساخت ها نیاز های اولیه شما برای شروع هست. هر عنوان یک عامل محرک در مشتری خواهد بود. می توانیم تعداد بیشتری از زیر ساخت ها را نام ببریم اما کاربردی ترین ها را ما در این جا ذکر کردیم تا خواننده بتواند

بهترین کارها و نزدیک ترین ها را به بازار بین الملل انجام دهد. بعضی از عنوان ها خود به خود مشتری برای شما ایجاد می کند و در تمامی شبانه روز در حال بازاریابی برای شما هست و بعضی عنوان های دیگر می تواند عامل اعتماد سازی و جلب نظر مشتری احتمالی یا سرنخ های شما شود.

پیشنهاد می کنم که قبل از شروع کار همه زیر ساخت ها را برای خودتان فراهم کنید تا بتوانید در طی مسیر با تمرکز بیشتری بر روی اهدافتان به تجارت پردازید.

شما می توانید از این زیر ساخت ها در صورتی که یک کارخانه و یا تولیدی و یا تاجر و یا بازرگان باشید استفاده کنید حتی اگر به عنوان یک بازاریاب بین المللی هم قصد فعالیت دارید می توانید با این زیر ساخت ها محصول

چندین کارخانه یا تولیدی را بفروشید پس نیاز نیست که حتما سرمایه دار باشید و یا هزینه خیلی زیادی برای این زیر ساخت ها انجام دهید.

زیر ساخت ها به شرح زیر می باشد:

# ۱- وب سایت

وب سایت ها با هدف ارایه توضیحات و مشخصات کارخانه یا مجموعه شما تهیه می شوند پس همیشه هدف از ایجاد وب سایت را در نظر بگیرید .

سعی کنید در وب سایت خود هر آنچه که خریداران شما نیاز دارند قرار دهید. بدون در نظر گرفتن شکل ظاهری وب سایت که به سلیقه و نظر شما بر می گردد موارد زیر پیشنهاد می گردد که در وب سایت خود لینک و توضیحاتی پیرامون آن قرار دهید .



۱- صفحه اصلی

۲- درباره ما

۳- ارتباط با ما

۴- محصولات و خدمات

۵- ظرفیت ها و امکانات

۶- شرایط فروش و ارایه خدمات یا کالا

۷- تصاویری از خدمات و یا کالا و یا کارخانه و تولیدی

۸- ارایه بارنامه و گزارشاتمی از آخرین فروش ها یا بارگیری ها

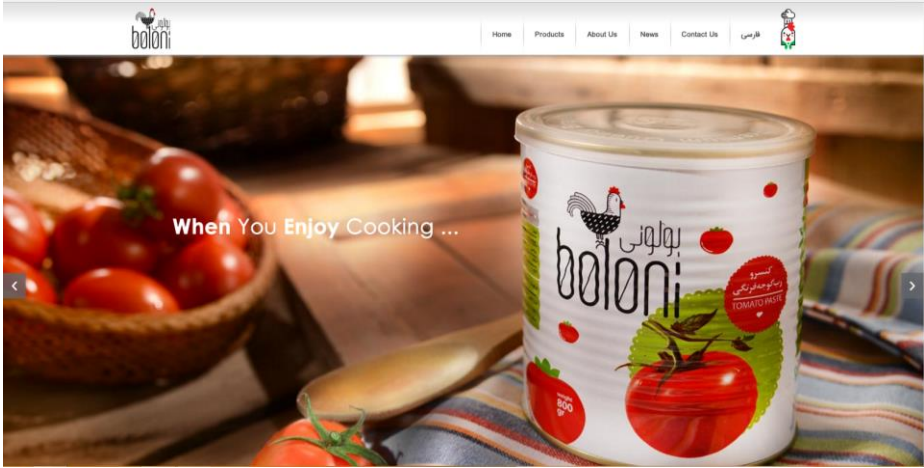
۹- پرسش ها و سوالاتی که خریدارها برایشان پیش می آید.

غیر از موارد بیان شده سعی کنید به طور کامل از طریق وب سایت

خودتان و مجموعه اتان را معرفی نمایید.

برای طراحی و در واقع ساختار اصولی وب سایت مباحث خیلی زیاد دیگری هست اما امیدوارم در نگارش های بعدی بیشتر به آن پردازیم اما به لحاظ اینکه تکنولوژی به سرعت در حال رشد هست بهتر است از مشاوران حرفه ای در این زمینه استفاده کنید تا همیشه خود را در بالاترین سطح کیفی نگه دارید .

از پیشنهاد های دیگر من برای داشتن یک وب سایت خوب بررسی سایت های رقبا هست که می تواند به شما ایده های جدید و بهتری بدهد البته گفتنی نیست که شما باید تمامی سایت ها اعم از فارسی و انگلیسی را بررسی کنید.



# ۲- حضور

## همیشگی

شما باید همه جا دیده شوید اما هدف از دیده شدن در همه جای اینترنت هست امروزه که موتور جستجوی گوگل بسیار مطرح شده و رقیبی برای خود در این حوزه ندارد و از طرفی خریدارهای شما از آن استفاده می کنند تا فروشنده ها و یا ارایه کنندگان خدماتی که مورد تقاضا اشان هست را پیدا

کنند پس باید در همه کلید واژه های مرتبط با حوزه کاری یا خدماتی خود در صفحه اول قرار بگیرید. بله این موضوع مربوط به سئو می شود یعنی شما باید غیر از وب سایت معمولی خود یک **وب سایت سئو خاص** داشته باشید که جستجوگرها را به خود جلب کند.



درست کردن این وب سایت یعنی شما حداقل ۵ تا ۱۰ هزار صفحه مطلب باید با رعایت اصول سئو تهیه کنید تا بتوانید در تمامی کلید واژه های مرتبط با کار خود در صفحه اول گوگل قرار بگیرید. انجام این کار را می توان با گرفتن تبلیغات کلیک کی گوگل خیلی راحت فراهم کرد که با توجه هزینه های

بالای آن ممکن است نخواهید انجام بدهید و از طرفی ماندگاری دائمی ندارد اما ما در این تیترا قصد داریم که بیان کنیم شما باید در موتورهای جستجو دیده شوید آن هم در صفحه اول و در اولین عنوان ها حالا به روش پولی و تبلیغات کلیدی گوگل و یا به روش تولید محتوای باکیفیت و زیاد در سایت خود. اصول درست کردن این محتوا بسیار پیچیده است که حتما باید از مشاوران حرفه ای در این زمینه استفاده کنید از طرفی من تعداد کسانی که در این زمینه تخصص کافی دارند را خیلی کم دیده ام بیشتر می توانند محتوای باکیفیت و کم تولید کنند تولید محتوای باکیفیت و زیاد تخصص خاص دیگری هست اما شما هر تعداد و هر مقدار می توانید محتوای مورد نظر خود را تولید کنید. یکی از روش هایی که فقط برای ابتدای کار می تواند موثر واقع شود روش زیر هست:

همان طور که خواهیم گفت تقریباً ما ۱۲۰ پورت معروف در دنیا داریم که اکثراً سرویس کشتی رانی های به آن ها وجود دارد و شما قاعدتاً اگر محصول شما دارای چند گرید یا چند نوع بسته بندی باشد می توانید از این روش استفاده کنید ما برای شفاف تر شدن این روش از یک مثال استفاده می کنیم مثلاً فرض می کنیم شما یک کارخانه تولید رب گوجه فرنگی هستید و هیچ نوع کنسرو دیگری هم تولید نمی کنید .

رب گوجه فرنگی در نوع خود از نظر بسته بندی به شرح زیر هست:

Can400gr	قوطی ۴۰۰ گرمی معمولی
Can400gr WITH EASY OPEN	قوطی ۴۰۰ گرمی کلید دار
Can400gr WITH EASY OPEN CAPS	قوطی ۴۰۰ گرمی کلیددار با درب پوش

Can 800 gr	قوطی ۸۰۰ گرمی
Can 800 gr WITH EASY OPEN	قوطی ۸۰۰ گرمی کلیددار
Can 800 gr WITH EASY OPEN CAPS	قوطی ۸۰۰ گرمی کلیددار با درب پوش
Aseptic	اسپتیک
Can 4Kg	قوطی ۴ کیلویی
Can 17Kg	قوطی ۱۷ کیلویی

ما در این جا ۹ نوع بسته بندی داریم.

از نظر کیفیت ممکن است کارخانه شما در ۲ نوع کیفیت مثلا بریکس ۲۵ و

بریکس ۲۸ تولید کند .



و از نظر پرداخت با دو نوع تسویه نقد و ال سی می توانید با مشتری خود کار کنید.

پس شما محتوای خود را باید با تیتراهای زیر تولید کنید .

کیفیت بسته بندی+ کیفیت محصول+ کشور مقصد+ نحوه تسویه

از نظر تعداد شما می توانید به تعداد زیر مطلب تولید کنید.

$$۹*۲*۱۲۰=۴۳۲۰ \text{ تیر}$$

در قست متن هم در مورد محصول اتان و این که با این شرایط می توانید در

پورت یا کشور مورد نظر به مشتری تحویل بدهید می نویسید مطالب شما

کلماتی که در بالا گفتیم در تغییر هستند و اکثرا یکسان نیستند .

این روش تا کنون توانسته جواب مثبت بدهد اما با توجه به روند سریع رشد تکنولوژی امیدوارم که در زمان مطالعه این مطلب برای شما هم کاربرد داشته باشد.

## انواع روش های حضور:

### حضور در اینترنت

جدیدا با عنوان بازاریابی محتوا مطرح هست یعنی شما با توجه به کسب و کارتان محتوای با کیفیتی تولید می کنید که همیشه در صدر پیشنهاد های موتورهای جستجو قرار بگیریید از طرفی خریدار هم با خواندن مطالب درج شده در وب سایت نظرش نسبت به بررسی مجموعه شما و خرید جلب شود این روش خیلی موفق بوده مخصوصا که روش تهیه مطالب کار سختی بوده و

اکثرا از چنین روش هایی استفاده نمی کنند و ترجیح می دهند که از روش های معمولی مثل گوگل ادورد یا همان تبلیغات کلیکی گوگل استفاده کنند اما مزیت ماندگاری و طولانی بودن و تاثیر مثبت بالای آن بر خریدار همیشه از نقاط قدرت های بسیار بالای این سبک از حضور بوده است.

## ایمیل مارکتینگ

من در این عنوان قصد نداشتم که روش های تبلیغاتی را مطرح کنم بلکه بیشتر سعی دارم بگم که شما چه طور بیشتر در جلو دید خریداران خود قرار بگیرید اما چون تبلیغات ایمیلی بسیار در حوزه تجارت بین الملل موثر هست این عنوان را درج کرده ام در هر حالتی هدف بیان تبلیغاتی نیست که بر اساس لیست ایمیلی از تو اینترنت و بدون هدف باشد بلکه شما باید لیست ایمیل خاص خودتان را پیدا کنید و با آن ها ارتباط بگیرید وگرنه این روش فقط

برای شما هزینه های اضافی دارد اما از کجا می شود لیست ایمیل های معتبر خریداران را پیدا کرد معمولاً بهترین روش استفاده از کتاب نمایشگاه خواهد بود و بعد از آن شرکت هایی هستند که کار تحقیق بازار می کنند و آن ها برای شما لیست ایمیل مورد نیازتان را با دریافت مبلغی تهیه می کنند .

غیر از اینکه شما نیاز به این لیست دارید برای ارسال ایمیل ها نیز به سرور های خاصی نیاز هست که بتواند این تعداد ایمیل را بدون اسپم شدن برای خریدارهای احتمالی ارسال کند که در واقع این سرور به عنوان ابزار ارتباطی مطرح هست چرا که شما در طی زمان ایمیل ها را چه بخرید چه کم کم با تحقیق به دست بیاورید ولی همیشه به این ابزار ارتباطی نیاز خواهید داشت .

## شبکه های اجتماعی

صنف های مختلف شبکه های اجتماعی خاص خودشان را دارند مثلا اکثر تاجرها از سرویس لینکداین استفاده می کنند و لینکداین نیز می تواند در قبال دریافت مبلغی لیستی مرتبط با صنف شما در اختیار قرار دهد. و یا حتی صفحات مثل فیس بوک اطلاعات خوبی از خریداران احتمالی شما یا به اصطلاح سرخ های مورد نیاز را در اختیار شما قرار دهد. اما حضور شما چه به صورت رایگان و چه به صورت پولی در شبکه های اجتماعی موجب این خواهد شد که خریداران، شما را در این صفحات دنبال کرده و همیشه در دیدشان باشید.

## حضور در نمایشگاه ها و سیمینار ها

این نوع حضور بسیار هزینه بردار هست اما تاثیر سریع تری نسبت به روش های دیگر دارد اگر شرایط مالی آن را داشتید همیشه در حضور های سالانه و مهم شرکت کنید تا بتوانید خریدار های جدید برای خود پیدا کنید.

## حضور فیزیکی و جلسات

سفر بروید و با کسانی که در آن منطقه فعالیت اشان در حوزه کاری شما هست ارتباط بگیرید این نوع سفر ها که با هدف ارتباط با تجار صنف خودتان هست بسیار موثر بوده من تاجر های زیادی را می شناسم که به این روش که از قدیمی ترین روش های حضور بوده و شاید بگم روش سنتی چند هزار ساله هست به موفقیت دست یافته اند.

نکته مهم آن که بیشترین سود را کسی می برد که قبل از سفر ارتباط اولیه را گرفته باشد و چرخه اعتماد را بر روی مشتری یا سرنخ موجود اجرا کرده باشد.

## روش های دیگه تبلیغات در بازار هدف

روش های دیگر زیادی هست اما دیگر لزوم مطرح ندارند مثلا تبلیغات در روزنامه های محلی و یا ارسال پیامک به موبایل خریداران و نصب بیلبود در کشور خارجی و یا تبلیغات در تلویزیون کشور مورد نظر اما این را باید شما ببینید که کدام یک از این روش ها مورد نیاز شما قرار می گیرد .

# ۳ - نمایه

## ( کامپانی پروفایل )

نمایه یا کامپانی پروفایل با هدف معرفی مجموعه است در واقع یک وب سایت آفلاین هست شما در نمایه چه به صورت فایل و چه به صورت چاپی که داشته باشید قصد دارید خودتان را به مشتری معرفی کنید .

شما در نمایه به معرفی شرکت و مجموعه خود به شرح زیر می پردازید :

۱- اسم و لوگوی مجموعه

۲- مقدمه



۳- پیام مدیر عامل

۴- چشم انداز و اهداف شرکت

۵- معرفی سابقه تاسیس

۶- ظرفیت ها و امکانات

۷- لوح و جوایز و یا گواهینامه ها و مجوز ها

۸- محصولات و خدمات

۹- آدرس و شماره تماس ها

شما در نمایه به دنبال آن باشید که هر آنچه که سرنخ ها باید بدانند

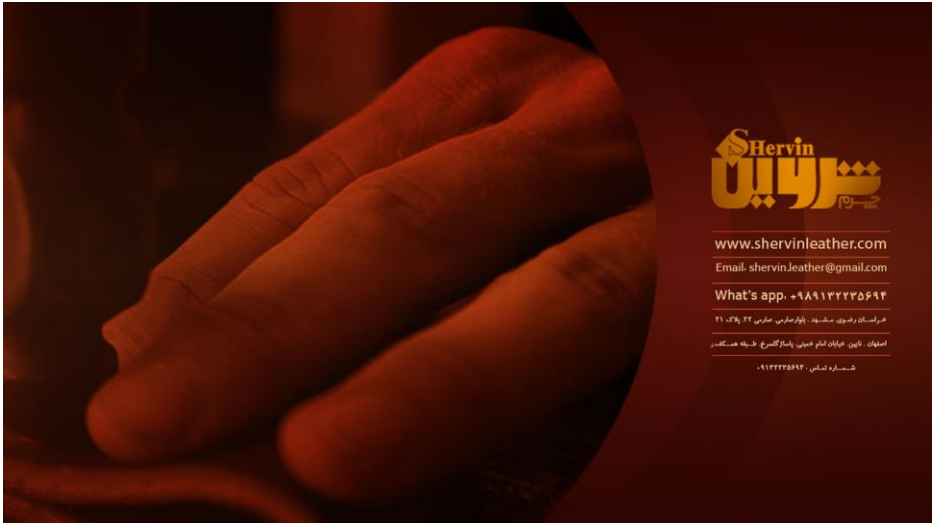
برایشان توصیف کنید از تصویر و عکس به خوبی استفاده کنید . مدیران

و مسئولین مجموعه خود را معرفی کنید و عکس های آن را درج کنید .

در زیر من یک نمونه از نمایه های بسیار خوب که به دو زبان فارسی و

انگلیسی تهیه شده است قرار می دهم البته برای شرکت های بزرگ

خیلی بهتر از این باید تهیه شود. به خوبی دقت کنید که با استفاده از تصاویر به چه زیبایی در ذهن مشتریان تاثیر می گذارد. فایل ها معمولا به صورت چاپی و یا بیشتر به صورت پی دی اف در اختیار مشتریان قرار می گیرد. البته امروزه استفاده از فایل های پی دی اف معمول تر و کم هزینه تر خواهند بود اما در نمایشگاه ها حتما از نسخه های چاپ شده استفاده نمایید.





shervin leather company

Sherwin Leather Trading Company, the subset of the large holding of Arad, started its activities in Iran Leather Center on a variety of natural and artificial leather as well as various products since 2015 in order to improve business activities in the field of leather all around Iran. Since leather is one of the most valuable and attractive products that Iran is among the top producers in the world stage, it is necessary to be widely and well introduced to the domestic market as well as the universal market. And on the other hand trying to increase exports of raw leather as well as its products not only helps to increase non-oil exports of Iran, but is quite effective in bringing exchange to the country. Hence, Sherwin Leather Trading Company intends not only wants to provide services in the domestic area and supplying leather and handmade or industrial made valuable leather products across the country and without limitation, but also help to improve the economy through having broader economic activities in the field of exporting these products.

And today we are proud to announce that god willingly we are capable of supplying all kinds of leather and leather products directly and without intermediaries across the country and offer export orders with affordable and competitive price.

شرکت بازرگانی چرم شروین

شرکت بازرگانی چرم شروین زیرمجموعه هلدینگ بزرگ آراد از سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را در مرکز چرم ایران در خصوص انواع چرم طبیعی و مصنوعی و نیز محصولات سنتی آن از جمله آغاز نمود تا فعالیت های تجاری حوزه چرم را در سراسر شهرهای ایران دینیز در حوزه صادراتی رونق دهد.

از آنجا که چرم یکی از ارزشمندترین و جذابترین محصولات است که ایران در زمره برترین تولیدکنندگان آن در عرصه جهانی به شمار می رود، جا دارد که به صورت گسترده تر و بهتری به بازارهای داخلی و نیز جهانی شناسانده و عرضه گردد. و از سوی دیگر تلاش در جهت افزایش صادرات انواع چرم خام و نیز محصولات آن نه تنها به افزایش صادرات غیرنفتی ایران کمک می نماید، بلکه در آردآوری هرچه بیشتر کشور کاملاً مؤثر می باشد.

از این رو، شرکت بازرگانی چرم شروین در نظر دارد نه تنها در بحث داخلی و عرضه چرم و محصولات ارزشمند دست فروزی یا دوخت منظمی در سراسر کشور بدون محدودیت در سراسر کشور ارائه دهد، بلکه در خصوص صادرات این محصولات نیز فعالیت اقتصادی گسترده تری داشته و به این ترتیب به بهبود اقتصاد کشور کمک نماید که اقدام منطقی است که اعلام نماینده لطف پروردگار قادر است تمامی انواع چرم و محصولات چرمی را به صورت منظم و بدون واسطه در سراسر کشور و نیز سفارشات صادراتی با قیمت مناسب و رقابتی عرضه دارد.



shervin leather company

( From among the most important objectives of Sherwin leather trading )  
company can be included as the followings:

- ✦ 1. Relationship with the producers of Various types of leather and Iranian natural and artificial leather products to increase their sale: The company intends to increase sales and therefore contributes the improvement of the economic situation of the Iranian manufacturers through applying new methods of sales and marketing in addition to traditional and chamber methods in the market.
- ✦ 2. Removal of the intermediaries and direct supply of various types of leather and its products to customers in the domestic and international level. Trying to remove middlemen and speculators makes the consumers get a better price and better products and have greater satisfaction.
- ✦ 3. Cooperation with public and private agencies and organizations for bulk orders (including various advertisement gifts and other leather products): And finally, today, public and private organizations and companies can provide gifts in business seminars or different occasions with good prices and in bulk to improve working conditions for their employees. And on the other hand, they can prepare stylish and high quality advertisement gifts to offer to clients and their customers at an affordable and optimal price through making a contract with this business company.



چشم انداز

( از مهمترین اهداف شرکت پارگان جرم شروین می توان به این موارد اشاره نمود )

- ✦ ۱- ارتقای یا تولید کنندگان انواع چرم و محصولات چرمی طبیعی و مصنوعی ایرانی برای افزایش فروش آنها، این شرکت در نظر دارد تا به کار بردن روش های جدید فروش و بازاریابی علاوه بر روش های سنتی و حضور آن در بازار، به افزایش فروش و در نتیجه بهبود وضعیت اقتصادی تولید کنندگان ایرانی کمک نماید
- ✦ ۲- حذف واسطه ها و عرضه مستقیم انواع چرم و تولیدات آن به مشتریان در سطح داخلی و بین المللی، تلاش در جهت حذف واسطه ها و دلالان موجب می شود تا مصرف کنندگان با قیمت بهتر و مناسبتری محصولات را دریافت نمایند و رضایت خاطر بیشتری داشته باشند
- ✦ ۳- همکاری با ارگان ها و سازمان های دولتی و خصوصی برای مشارکت عمده از جمله هدایای تبلیغاتی و دیگر محصولات متنوع چرمی، و در نهایت اینکه امروزه سازمان ها و شرکت های دولتی و خصوصی برای بهبود شرایط کاری کارمندان خود می توانند هدایای را در سمینارهای کاری یا به مناسبتهای مختلف با قیمت های عمده و خوبی تهیه نمایند. و از طرفی با عقد قرارداد با این شرکت پارگانی، هدایای تبلیغاتی شیک و مرغوبی را برای ارائه به مراجعه کنندگان و مشتریان خود با قیمت مناسب و بهینه ای دریافت نمایند



Mission and Programs

The most important missions of this trading company are to increase the sale of various types of leather and leather products of Iranian producers, direct and unmediated supply of leather and its products all around Iran, trying to increase non-oil exports to various countries in Asia, Central Asia, Europe and the US.

- ◆ 1. Creating cooperation with manufacturers, factories and workshops producing natural and artificial leather
- ◆ 2. Creating cooperation with handmade and industrial manufacturers of leather products, especially bags, shoes and leather garments.
- ◆ 3. Wholesale and direct distribution of leather products throughout the country in stores and leather product agencies
- ◆ 4. Recruiting young and talented labor forces in the field of selling leather and leather products
- ◆ 5. The increase in new marketing and sales model throughout the country as well as export
- ◆ 6. Stimulating the export market for natural and artificial leather to different countries of Europe, Asia, Central Asia, US



مأموریت و برنامه ها

مهمترین مأموریت های این شرکت بازرگانی افزایش هرچه بیشتر فروش انواع چرم و محصولات چرمی تولیدکنندگان ایرانی، عرضه مستقیم و بی واسطه انواع چرم و محصولات آن در سراسر شهرهای ایران، تلاش در جهت افزایش هرچه بیشتر صادرات غیرنفتی به کشورهای مختلف آسیای، آسیای مرکزی، اروپایی و آمریکایی، می باشد .

- ◆ ایجاد همکاری با تولیدکنندگان، کارخانه ها و کارگاه های تولید چرم طبیعی و مصنوعی .
- ◆ ایجاد همکاری با تولیدکنندگان دست دوز و صنعتی محصولات چرمی به ویژه کیف ، کفش و پوشاک چرمی .
- ◆ بهش عمده و مستقیم چرمها و محصولات آن در سراسر کشور در فروشگاه ها و نمایندگی های محصولات چرمی .
- ◆ جذب نیروهای جوان و با استعداد در حوزه فروش چرم و تولیدات چرمی .
- ◆ رشد هرچه بیشتر مدل بازاریابی و فروش جدید در سراسر کشور و نیز بهت های صادراتی .
- ◆ رونق بخشیدن به بازار صادراتی چرم طبیعی و مصنوعی به کشورهای مختلف اروپایی، آسیایی، آسیای مرکزی، آمریکایی .



Products

- ✦ 1. Various types of natural raw leather (salted skin, hide, wet blue, crust)
- ✦ 2. Various types of natural leather (simple and patterned cow leather, simple and patterned goat leather, sheep, Ashball leather, Nabuk leather, ostrich leather, etc.)
- ✦ 3. Various types of decorative natural leather (cow, goat, sheep and marmoset skin)
- ✦ 4. Various types of artificial leather (bags, shoes, calendar, sofa, decoration, automobiles, clothing, AKMik, etc.)
- ✦ 5. Wastes of natural and artificial leather
- ✦ 6. Accessories
- ✦ 7. Bags for women: purse, handbag, shoulder bag, ceremony bag, set, backpack, sport bag, official bag
- ✦ 8. Bags for men: wallet, document bag, set, sport bag, waist bag, official bag
- ✦ 9. Shoes for men and women: formal and official bag, ceremony bag, comfort bag, sport bag, boots and ankle boots
- ✦ 10. Bracelet: Female, male, sport
- ✦ 11. Leather clothing: coats and jackets for men, women's and men's overcoat, hat, pants, belt, (women's, men's, bodybuilding)
- ✦ 12. A variety of leather accessories: liners, various locks for bags and bracelets, brand, thread (wax and silk), mallet, lumber, engraving set, cutter, scissors, riveting machine, and ...
- ✦ 13. Special Products: snakeskin, painting on natural leather, dyes for leather edge



محصولات ما

- ✦ انواع چرم خاص طبیعی (پوست لنگ (ده ساله سیور، وت پلو، کراسنت)
- ✦ انواع چرم طبیعی ( گاو ساده و طرادار، بز ساده و طرادار، گوسفندی، اشیات، نیوک، شتر مرغ و ...)
- ✦ انواع چرم طبیعی تزئینی ( پوست گاوای برزی، گوسفندی، میرینوس)
- ✦ انواع چرم مصنوعی (کپش، کشش، بررسید، پلی، طراحی دکوراسیون مخصوص خودرو لیمو، اقلایی و ...)
- ✦ فایده های چرم طبیعی و مصنوعی
- ✦ اکسسوری
- ✦ کیف زنانه ، پولس، نسبی، دوشی، مجلسی، سنت، کوله پشتی، اسپرت، اداری
- ✦ کیف مردانه ، پولس، مدارک، سنت، اسپرت، کسری، اداری
- ✦ کفش زنانه و مردانه ، رسمی و اداری، مجلسی، راحتی، اسپرت بوت و نیم بوت دستبند ، زنانه ، مردانه ، اسپرت
- ✦ پوشاک چرمی ، کت و کاپشن مردانه، پالتو زنانه و مردانه، کلاه ، شلوار، کمربند (زنانه مردانه، بدنه سازی)
- ✦ انواع لوازم چرم ، آستر، انواع قفل کیف و دستبند، مارک، نخ (عمومی و اسپرتی)، مشنه، نخه، بست حکاک، کاتر، قیچی، دستگاه برچ و ...
- ✦ محصولات ویژه ، پوست سمار، نقاشی روی چرم طبیعی، رنگ مخصوص لبه چرم





### سرویس ها

- ◆ مشاوره رایگان در خصوص خرید و فروش انواع چرم و محصولات چرمی در تمامی روزهای هفته
- ◆ امکان ارسال بار به تمامی شهرهای ایران بدون محدودیت و تحویل در شهر مقصد
- ◆ انواع پالت محصولات و عرضه مستقیم با قیمت عمده و مناسب

- ◆ 1. Free consultation regarding the purchase and sale of leather and leather products on all days of the week
- ◆ 2. The possibility of sending loads to all around Iran without limitation and delivering in destination cities
- ◆ 3. The variety of products and direct supply with wholesale and proper prices

### Services



## شرایط کتاری

- ♦ امکان ارسال نمونه و کاتالوگ برای پرم ها و محصولات از طریق شبکه های اجتماعی، ایمیلی و بعضا پستی.
- ♦ امکان ارسال بار اصلی از طریق باربری، آنتیکس، و یا پست برای مشتریان داخلی و نیز برای مشتریان صادراتی از طریق هوایی، دریایی و یا زمینی متناسب با کشور مقصد .
- ♦ پرداخت هزینه ها یا در نظر گرفتن شرایط برود- برود برای مشتریان و تولید کنندگان .

1. The possibility to send samples and quality for leather and products via social networks, email and post sometimes
2. The possibility to send loads via cargo, Typabs, or post for domestic customers and export customers via air, sea or land, according to the country of destination.
3. Paying the fees regarding the win-win conditions for customers and producers.

## Working conditions





مزایای رقابتی

- ◆ امکان ارسال بار به تمام شهرهای ایران بدون هیچ گونه محدودیت
- ◆ دارا بودن نمایندگی در سراسر شهرهای ایران جهت مذاکره قراردادهای صادراتی و امور مالی

- ◆ the possibility of delivering cargoes across the country (Iran) without any limitation
- ◆ to have representative agencies across the country (Iran) in order to negotiate contracts and finance

competitional advantages





### جامعه هدف و مشتریان ما

فروشگاه های چرم سراسر کشور / نمایندگی های محصولات چرمی شهرهای مختلف ایران / دفاتر بازرگانی چرم در کشورهای دیگر (روسیه، ترکیه، ایتالیا، انگلیس، سوئد و ...) / نوری انتظامی اصفهان / آموزشگاه چرم اردبیل / طراحی دکوراسیون نوید / چرم چیترا کیف و کفش سینا / چرم چرمیلا / چرم مغان و ...

با توجه به اینکه چرم های طبیعی و نیز مصنوعی گستره بسیار بالایی از مراحل ابتدایی پوست تا پشم نهایی دارند، و از طرفی محصولات تولیدی از هر کدام از چرمهای اصل یا غیراصل بسیار گسترده اند، مشتریان زیادی را می توانند در حوزه داخلی و صادراتی دربر گیرند .



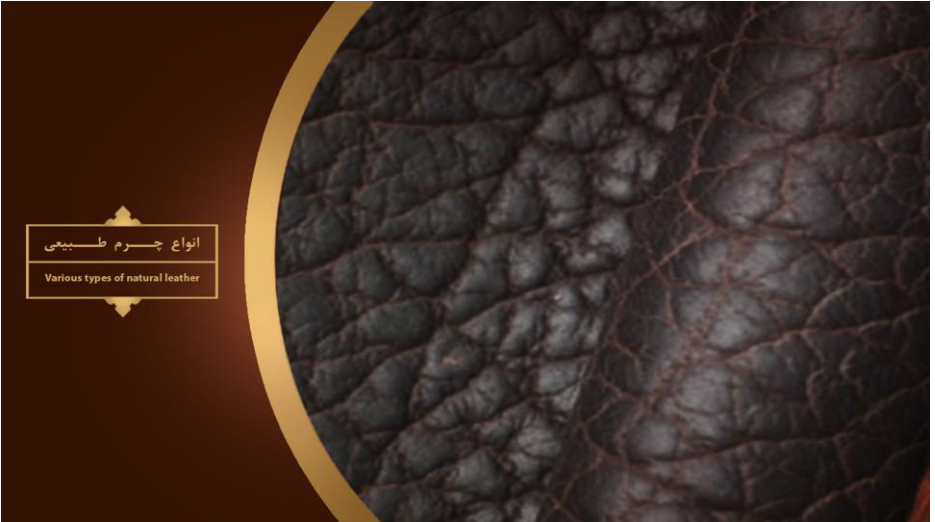
### competitive advantages

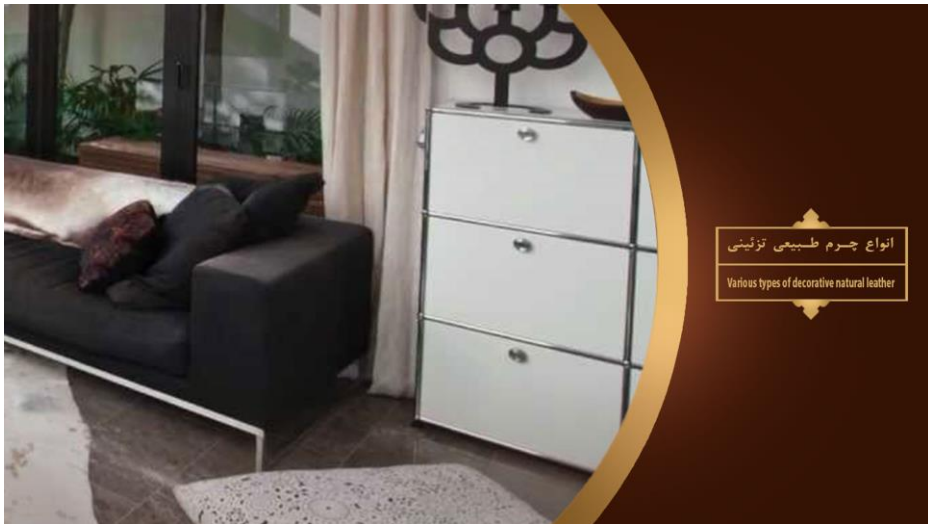
Considering that natural and artificial leathers have a wide range from the very early stages of skin to the ultimate leather, and as the manufactured products are wider than any of the natural or artificial leathers, can include a large number of customers in the domestic and export domain.

Leather stores across the country/Leather products agents in various cities in Iran/Leather business offices in other countries (Russia, Turkey, Italy, England, Sweden, etc.)/Police force of Isfahan/Ardabil leather school/Navid decoration design/ Sina Bags and Shoes /Chitra leather/Charmila Leather /Moghlan Leather

















اکسسوری

Accessories





کیف های مردانه  
Bags for men







دستبند زنانه و مردانه

Bracelet: Female, male





انواع لوازم چرم

A variety of leather accessories





# ۴ – کاتالوگ

کاتالوگ های شما با کاتالوگ هایی که اکثر مجموعه چاپ می کنند باید متفاوت باشد چون شما به دنبال مذاکره با افراد حرفه ای هستید که واژه های تخصصی را می فهمند و به دنبال این هستند که شما در بطن محصولی که ارائه می کنید چه چیزهایی نهفته است. اما مشتری های معمولی بیشتر بر ظاهر محصول شما قضاوت می کنند و یا حتی با کلمات فریبده جذب محصول شما می شوند اما وقتی قصد تجارت با افراد حرفه ای را دارید باید سعی کنید تمامی جزئیات را به صورت کامل بیان کنید اگر مثلا محصول شما کنسرو و یا کمپوت خاصی هست باید شما تمامی

جزئیات را بیان کنید زمان ماندگاری مواد مورد استفاده درصد شکر میزان و کیفیت شربت و یا تعداد مثلاً گیلای که در آن قرار داده اید و یا حتی سایز گیلای ها و به همراه عکس های قوطی ها، کیفیت چاپ و بسته بندی زبان هایی که توضیحات کالا را بر روی آن چاپ کردید کیفیت درب کیفیت و ضخامت ورق قوطی وزن خالص وزن ناخالص تعداد هر شل و کیفیت بسته بندی هر شل وزن صافی شده هر قوطی و مجوزها و گواهینامه هایی که دارد و هر چه که می تواند یک خریدار حرفه ای از شما سوال کند. پس شما باید برای صادرات کاتالوگ های خاص خود را داشته باشید تا سرنخ های شما بتوانند کالا یا خدمات شما را از دیدگاه تخصصی مورد بررسی قرار دهند.

در این جا یک نمونه از کاتالوگ که در زمینه پسته هست قرار می دهیم.  
دقت کنید در کاتالوگ قیمت درج نمی شود فقط مشخصات به صورت  
دقیق بیان می گردد.





**pistachio** PRODUCTS

**IN SHELL PISTACHIOS**



Natural Open



Artificially Open



Closed Shell

VARIETIES	Round/Fandoghi	Jumbo/Valeghuchi	Super Long/Akbari	Long/Abmadaghaci	Long/Badami
SIZE					
	28-30	20-22	20-22	24-26	28-30
	30-32	22-24	22-24	26-28	30-32
		24-26	24-26		



pistachio										PRODUCT/SPECIFICATION
Natural Open/physical	Light stain	Dark stain	Chard shells	Loose kernels	Foreign materials	Moisture	Non-uniformity of size	Afterling hull	Other defects	
Superior	0.5	1.5	1	0.1	0.01	<5	1.5	0.5	1	
Grade A	1.5	2	3	0.1	0.01	<5	1.5	1	1	
STD	4	5	7	1	<0.6	<5	2	<2	2	
Natural Open/ chemical	Aflatoxin B1	Aflatoxin total	Peroxide							
Superior	<2ppb	<4ppb	<1meq/kg							
Grade A/STD Europe	<8ppb	<10ppb	<1meq/kg							
STD	<10ppb	<15ppb	<5meq/kg							
Artificially Open/physical	Stain	Red color	Chard shells	Loose kernels	Foreign materials	Moisture	End open	Afterling hull	Other defects	
STD	>46	6	6	2	2	<5	20	<2	2	
Artificially Open/chemical	Aflatoxin B1	Aflatoxin total	Peroxide							
Grade A/STD Europe	<8ppb	<10ppb	<1meq/kg							
STD	<10ppb	<15ppb	<5meq/kg							

pistachio										PRODUCT/SPECIFICATION
PISTACHIO KERNELS										
										
unripe pistachio	Whole Kernels	Halves and pieces	Small Meats							
										
Peeled pistachio kernels	Green /Halves and pieces	Sliced pistachio kernels	pistachio powder							

pistachio		PRODUCTE/SPECIFICATION					
<b>Pistachio Kernel</b>							
Pistachio Kernel can be obtained from the mouth closed and (very rarely) smiling too. The consumption of Pistachio Kernel in the food industry, while most nuts, such as almonds as a snack to be consumed.							
Kernel physical	% of splits	Moisture	Foreign material	Chip & scratch	Particles & dust	Other defects	Serious defects
Whole	<5%	<5	0,05	5	0,1	2	<2,5
Splits or pieces	95%	<5	0,05	5	0,1	2	<2,5
Halves & pieces	30%	<5	0,05	5	0,1	2	<5
Kernel Microbiological	Total Count	Coli form	Yeast & Mold	E.coli	Salmonella		
grade ASTD Europe	<105/gr	<103/gr	<103/gr	Absent in 1gr	Absent in 25 gr		
Kernel chemical	Aflatoxin B1	Aflatoxin total	Peroxide				
Superior	<2ppb	<4ppb	<1meq/kg				
grade ASTD Europe	<8ppb	<10ppb	<5meq/kg				
STD	<8ppb	<10ppb	<5meq/kg				

pistachio		PRODUCTE/SPECIFICATION					
<b>Green Kernel pistachios</b>							
pistachios before are Completely ripen, Harvested. Then, they dried under sun and shell beads removed during a process with boiling water. After this process, peeled kernels dried and sorted. Green peeled pistachio kernels sorted in five grades.							
Kernel physical	Bad color	Moisture	Foreign material	Chip & scratch	Particles & dust	% of splits	Serious defects
Grade S,A,B & C	<1%	<6	0,01	3	<0,1	<5%	<2,5
Grade D & F	<1%	<6	0,01	3	<0,5	95%	<2,5
Kernel Microbiological	Total Count	Coli form	Yeast & Mold	E.coli	Salmonella		
grade ASTD Europe	<105/gr	<103/gr	<103/gr	Absent in 1gr	Absent in 25 gr		
Kernel chemical	Aflatoxin B1	Aflatoxin total	Peroxide				
Superior	<2ppb	<4ppb	<1meq/kg				
STD Europe	<8ppb	<10ppb	<5meq/kg				

Big packing		Cartons		Bags (bulk)		Bags (vacuum)	
Pistachio in-shell		10kg	12kg	30kg	50kg	5kg	10kg
Pistachio kernels		10kg	12kg	-		5kg	10kg
Quantity in Container	20'	1100	1000	300	400	1000	1100
	40'	2200	2000	700	800	2000	2200

Small packing		OPP	
Weight		40gr	75gr
Quantity in box		12	12
Quantity in carton		48	48
Quantity of cartons in Container	20'	2400	1400
	40'	4400	2400








walnuts PRODUCTS

WALNUT KERNELS

Grade HA	Grade HB	Grade HC	Grade HD	Grade HE

Grade QA	Grade QB



walnuts		PRODUCTS SPECIFICATION					
<b>Walnut kernels</b>							
Walnut kernels be graded according to color and the percentage of fractures. Based on the percentage of breakage, there are three groups Halves, Quarter and Chopped. These three groups based on color are graded into several categories							
Allowable tolerances by weight		Kernels darker in color	% of splits	Foreign material	Chip & scratch	not satisfying	Other defects
Halves	WHA	5	<2	<0.01	2	2	<2
	WHB	8	<5	<0.01	2	3	<2
	WHC	10	<20	<0.05	2	3	<2
	WHD	50	<30	<0.5	5	5	<2
	WHE	95	<50	<1	5	5	<2
Quarter	WQA	8	30	<1	5	5	<2
	WQB	80	40	<5	6	5	<2
Chopped	WCA	25	95	<5	-	8	<2
	WCB	70	95	<10	-	8	<2

walnuts		PACKING & SHIPPING			
Big packing		Cartoons		Bags (vacuum)	
Walnut kernels		10kg	5kg	5kg	10kg
Chopped & meal		12kg	6kg	5kg	10kg
Quantity in Container	20'	1100	1000	1000	1100
	40'	2200	2000	2000	2200
Small packing		OPP			
Weight		40gr	75gr		
Quantity in box		12	12		
Quantity in carton		48	48		
Quantity of cartons in Container	20'	2400	1400		
	40'	4400	2400		



**Iran - Tabriz**

---

 00989146602486  [IranianNuts.DriedFruits@gmail.com](mailto:IranianNuts.DriedFruits@gmail.com)

 00982143856396  [www.iranwalnut.com](http://www.iranwalnut.com)

# ۵- لیست قیمت

لیست قیمت بر اساس اینکوترمزها یعنی شما باید قیمت FOB و یا CFR یا CPT محصول خود را به سرنخها ارایه کنید یکی از علت‌هایی که خریداران خارجی نمی‌توانند در مورد خرید کالا از شما تصمیم‌گیری کنند این است که قیمت نهایی کالای شما را تا پشت مرزهای خود ندارند و از طرفی خریدار هم نمی‌تواند بیاید ایران و کرایه حمل تا بندرعباس و هزینه‌های بارگیری و هزینه‌های استافینگ را محاسبه کند بعد بررسی کند که آیا این کالا قیمت تمام‌شده آن چه قدر هست آیا قابل رقابت با محصول شرکت‌های دیگر هست یا نه. پس شما بیاید

لیست قیمت های شفافی از محصولات خود را بر اساس دلار و ترم های اینکوترمز تهیه کنید. عده ای عقیده دارند که نباید لیست قیمتی وجود داشته باشد بلکه باید رنج قیمت درج گردد چون هر مشتری تعداد متفاوت و شرایط متفاوتی خرید می کند اما در هر صورتی که شما بنویسید مثلا بین نرخ از ۱ دلار تا مثلا ۲ دلار و یا اینکه بنویسید ۱ دلار و ۲۰ سنت به نظر شما بر می گردد داشتن یک لیست قیمت بسیار موثر در ایجاد انگیزه خرید خواهد بود .

در طرح لیست قیمت چند تا نکته باید حتما درج بشود:

الف: تاریخ صدور :

شما قیمتی که امروز صادر می کنید باید خریدار بداند که این لیست تازه به روز شده و یا لیستی که دارد قدیمی هست پس باید دوباره از شما درخواست لیست قیمت کنید .

ب: تاریخ اعتبار:

در لیست تاریخ اعتباری تهیه کنید چون شما قیمت هاتون براساس نرخ دلار هست با توجه به شرایط زمانی ممکن است لازم باشد هر روز یا هر ماهی یک بار بروز شود و قیمت ها با شرایط بازار یکسان بشود از طرفی این تاریخ اعتبار مسئولیت قیمت دادن را برای شما راحت تر می کند .

ج: اطلاعات تماس :

این لیست نباید فقط یک سری متن باشد که هیچ اطلاعات تماسی و یا شماره ای از شما در آن درج شده باشد پس لیست خودتان را با سربرگ و آرم تهیه کنید و حتما در پایین یا بالای آن مشخصات تماس فوری یا سریع را برای خریدار درج کنید .

د: عکس :

اگر محصول شما حالتی دارد که می توانید عکس های کوچکی از آن را در کنار قیمت هر واحد از محصول قرار دهید حتما این کار را بکنید چون راحت تر می شود تشخیص داد که این قیمت برای کدام محصول هست .

ه: توضیحات :

معمولا در لیست قیمت ها توضیحاتی مثل حداقل سفارش و یا اینکه مثلا این لیست بر اساس نرخ دلار تعیین شده در صورت تغییرات زیاد دلاری قیمت معتبر نخواهد بود و یا اگر خریدار بسته بندی را بخواهد تغییر دهد با این مقدار افزایش یا کاهش امکان پذیر هست و هر چیز دیگه ای که فکر می کنید به عنوان توضیحات باید درج کنید را از قلم نندازید .





# ۶- ابزار های

## ارتباطی

از عواملی که امروز به سرعت تجارت بین الملل بسیار افزوده است ابزار های ارتباطی هست شما اگر قصد صادرات دارید نمی توانید بدون داشتن اسکایپ و واتس آپ و امثال آن ها با کسانی که می خواهند با شما ارتباط بگیرند به راحتی ارتباط داشته باشید درست است که شبکه

های تلفن همراه و ثابت در تمام دنیا وجود دارد اما هنوز مشکلات ارتباطی و هزینه های ارتباطی و از همه مهمتر کیفیت ارتباط در بستر اینترنت عامل این شده که تمایل به استفاده از این سرویس ها به مراتب بیشتر از استفاده از تلفن ها باشد شما با هر کسی از طریق اسکایپ به صورت صوتی و تصویری صحبت می کنید و آن هم با کمترین هزینه و این کیفیت ارتباط عامل موثری در ایجاد صمیمیت و جلب نظر سرنخ های خود و تولید فرصت های جدید برای فروش خواهد شد.

ابزارهای که حداقل برای شروع کار نیاز هست داشته باشید به شرح زیر است :

۱- تلفن ثابت که مستقیم به اپراتوری که زبان انگلیسی مسلط است وصل شود.

۲- فکس

۳- خط موبایل

۴- اسکایپ (skype)

۵- واتس آپ (WhatsApp)

۶- ایمو (Imo)

سرویس های دیگری نیز هستند یک زمانی سرویس یاهو یکی از معروف ترین ابزار ها بود اما امروزه تقریبا فراموش شده است اما به هر صورت شما خودتان بهترین و پرکارترین ابزار های بازار هدف خود را شناسایی کنید و در دسترس قرار دهید .

مثلا اگر قرار است با چینی ها کار کنید پس حتما سرویس وی چت (WeChat) داشته باشید چرا که این سرویس در چین بسیار متداول هست تا سرویس های دیگه ارتباطی .

# ۷- بانک داده

## (لیست سرخ ها)

فعالان خارجی در حوزه کاری اتان، دلال ها، واسطه گر ها، توزیع کنندگان خارج از کشور، کارخانه های مصرف کننده کالای شما در خارج از کشور، شرکت های بازرگانی فعال در حوزه شما در خارج از کشور و هر کس یا شرکت دیگه ای که در زمینه کاری شما در خارج از کشور فعالیت می کند باید لیستی از آن تهیه کنید در واقع شما برای شروع کار نیاز به اطلاعات

دارید اطلاعاتی که معمولاً باید یا از طریق دایرکتوری‌ها و یا سرچ در اینترنت تهیه کنید و یا از طریق کتاب‌های نمایشگاه و یا هر روش دیگری که می‌توانید در جهت کسب اطلاعات باشد استفاده کنید. این اطلاعات بعضی مواقع قابل خرید توسط شرکت‌های تحقیق بازار بین‌المللی هستند پس نیاز به این اطلاعات خیلی مهم هست نداشتن این اطلاعات مثل کسی هست که کور هست و نمی‌تواند کسی را ببیند هر چه اطلاعات شما بیشتر و با کیفیت‌تر باشد راحت‌تر در مسیر توسعه صادراتی خود فعالیت خواهید کرد. به لطف شبکه‌های بسیار بزرگ اینترنتی این اطلاعات خیلی ارزان می‌شود تهیه کرد اما برای شروع باید به جمع‌آوری آن اقدام کنید.

برای نمونه آدرس سایت شرکت های اماراتی که تلفن و آدرس تمامی شرکت های ثبت شده در دبی را دارد در زیر قرار می دهم شما نیز از طریق سرچ می توانید لیست شرکت های فعال یا ثبت شده در حوزه کاری خودتان را در کشورهای دیگر پیدا کنید.

<http://dubaichamber.com>

# ۱-۵۰ جمله

## اساسی

اگر شما زبان انگلیسی و یا مکالمه شما خیلی خوب نیست این کار را انجام بدهید نباید توقع داشت که همه تولید کنندگان و یا فروشندگان و حتی کسانی که می خواهند صادرات کنند زبان انگلیسی بلد باشند بلکه شما اگر فقط کمتر از ۵۰ جمله ای که

ممکن است شما از سرنخ های خود بپرسید و یا آن ها از شما بپرسند بنویسید و با کمک کسی که از زبان اندک تجربه ای دارد معادل انگلیسی آن را بنویسید و از بر کنید برای شما کافی هست. به واقع کل مکالمات شما با هر کسی در حوزه کاری خودتان بیشتر از ۵۰ جمله تکراری نیست. معمولا از شما قیمت می پرسند، نحوه ارسال، نحوه بسته بندی و یا کیفیت محصول و امثال آن اگر دقت کنید می بینید کلا ۵۰ جمله هم نمی شود پس این لیست را تهیه کنید تا دیگر نیازی به مترجم نداشته باشید.



# ۹- فیلم

شما خودتون رو جای یک خریدار خارجی بگذارید به نظرتون دیدن فیلم از فعالیت های یک مجموعه تجاری یا کارخانه یا تولیدی که صاحبان و کسانی که با آن ها صحبت می کنید را در آن فیلم ببینید که توضیح می دهند و در مورد مجموعه اشان صحبت می کنند چه مقدار می تواند در اعتماد سازی و جلب نظرتان کمک کند . من همین نظر را دارم نیاز هست که شما یک کانال تصویری داشته باشید یعنی به صورت مداوم از فعالیت ها و یا حتی جلسات و ارسال بار و یا تولید خودتان فیلم های متنوع و

متفاوتی تهیه کنید و در کانال قرار بدهید این گونه خریدار های شما بهتر با شما ارتباط می گیرند و حضور واقعی شما را بهتر درک می کنند از عواملی که موجب نگرانی خریدار ها شده وجود افراد دروغی یا به اصطلاح فیک هست که با تظاهر به داشتن و یا توانمند بودن در حوزه ای موجب اخلال در اعتماد خریدار ها به فروشنده های اینترنتی و یا راه دور می شوند پس هنر خلاقیت های خودتان را در فیلم و تصویر استفاده کنید و برای خریدار های خود عرضه کنید .

نکته هایی که به نظرم باید در تهیه فیلم ها رعایت شود به شرح زیر است :

- ۱- حتما کسانی که به عنوان اپراتور پاسخ گو هستند در فیلم حضور داشته باشند هم تصویر و صدای آن ها در محیط

کاری دیده بشود مثلاً در محیط کارخانه و به زبان انگلیسی به توضیح شرایط کار و نحوه تولید و یا ظرفیت های آن پردازید .

۲- با مدیر عامل و مدیر فروش مصاحبه کنید در مورد اهداف ظرفیت ها و چشم انداز مجموعه صحبت کنید .

۳- از ارسال بار و بارگیری ها در تریلی یا کامیون چه داخلی و چه خارجی مداوم فیلم بگیرید اگر سفارش های صادراتی داشتید حتی در مراحل بارگیری از بندر هم فیلم تهیه کنید این که شما فعال هستید و مجموعه اتون تعطیل نیست بسیار از نظر خریداران مهم است .

۴- اگر بودجه مالی بابت این کار در نظر گرفتید بدهید فیلم بردار حرفه ای و گروه حرفه ای برای شما این فیلم ها را تهیه کنند و گرنه با گوشی موبایل هم می شه کار راه اندازی کرد .

۵- برنامه داشته باشید هفته ای یک بار یا دو هفته ای یکبار حتما فیلم بگذارید بی نظم فیلم نگذارید سعی کنید که این رویه دائمی و متنوع و متفاوت باشد ممکن است محصول شما خیلی تغییر نکند اما باید همیشه حرف هایی برای گفتن پیدا بشه .

۶- اگر جلسه مهمی داشتید و یا در سمیناری لوحی یا گواهینامه ای دریافت کردید و یا بازرسی از سازمان خاصی و یا حتی مامور بهداشت هم جهت بازرسی در کارخانه شما حضور

داشت از آن یک سوژه تصویری درست کنید و در کانال  
درج کنید .

# ۱۰- قیمت ها

## را محاسبه کنید.

با شرکت های حمل ارتباط بگیرید. حمل دریایی و قیمت  
های تمام شده اکثر پورت های معروف دنیا را محاسبه کنید

من بررسی کردم نزدیک به ۱۲۰ پورت خیلی معروف هست که از طریق کشتی می توان به آن کالا ارسال کرد معمولا کرایه حمل های کشتی رانی ها خیلی زیاد تغییر نمی کند اما شما باید برای مشتریان اتان قیمت تمام شده به صورت CFR اعلام کنید . خریدار نیاز دارد که قیمت های تمام شده کالا مورد تقاضاش رو در پشت گمرک کشورش بدانند و گرنه سخت است تا بررسی کند که آیا این شرایط برای او مناسب هست یا نه.

اما ایران مسیر های زمینی خاص نیز دارد مثلا ما مسیر ترانزیت به ترکمنستان و کشور های دیگر همسایه هستیم که اکثر بارهای وارداتی خودشان رو باید از ایران حمل کنند به کشورشون پس ما باید کرایه حمل های زمینی رو به کشور

های همسایه را داشته باشیم، همسایه های ایران بسیار ظرفیت های خوبی را در حوزه خرید کالا از ایران دارند و می شود از آن استفاده کرد .

اما چه طوری قیمت FOB یک کالا را محاسبه کرد :

۱- قیمت یک کانتینر از محصول خود را در نظر بگیرید.

۲- قیمت حمل تا بندرعباس را به آن اضافه کنید.

۳- هزینه های امور بندری را به آن اضافه کنید این مبلغ را

می توانید از ترخیص کارها در بندر عباس استعلام کنید.

۴- هزینه بارگیری بر روی عرشه کشتی یا THC را به آن

اضافه کنید .

۵- تمامی مبالغ ۱ تا ۴ رو با هم جمع کنید بعد تقسیم کنید بر

مقدار باری که در یک کانتینر دارید .

۶- عدد حاصله رو بر نرخ دلار روز تقسیم کنید (نرخ خرید دلار توسط بانک یا صراف).

۷- عدد به دست آمده معادل مبلغ FOB قیمت هر واحد از محصول شما هست.

مثلا: من یک کانتینر رب گوجه فرنگی دارم و می خواهم هزینه های FOB هر قوطی رب را حساب کنم .

۱- یک کانتینر رب گوجه فرنگی ۸۰۰ گرمی ۲۲۰۰ شل

رب می گیرد( هر شل ۱۲ عدد قوطی ۸۰۰ گرمی

دارد) و قیمت آن بر فرض هر قوطی ۲ هزار تومن

می شود ۵۲,۸۰۰,۰۰۰ تومان

۲- از مشهد تا بندرعباس کرایه هر تریلی برای حمل این

مقدار بار معادل ۱,۵۰۰,۰۰۰ تومان هست .



۳- هزینه استافینگ یا همان امور بندری شامل چیدن بار در کانتینر ها قبض باسکول صدور قبض انبار انتقال کانتینر خالی به محوطه بارگیری پیگیری های امور گمرکی و کاغذ بازی هاش و خرده کاری های دیگه الان ۳۰۰,۰۰۰ تومان هست .

۴- THC هر کانتینر بیست فوت ۴۶۰,۰۰۰ تومان

۵-  $۴۶۰,۰۰۰ + ۳۰۰,۰۰۰ + ۱,۵۰۰,۰۰۰ + ۵۲,۸۰۰,۰۰۰$

$= ۵۵,۰۶۰,۰۰۰$

در هر کانتینر ۲۲۰۰ شل هست پس :  $۵۵,۰۶۰,۰۰۰ /$

$۲۲۰۰$  شل =  $۲۵,۰۲۷$ . تومان هست یعنی هر قوطی

$۲,۰۸۵$  تومان به صورت فوب قیمت تمام شده اش

هست .

۶- دلار امروز مثلاً ۳۷۰۰ تومان قیمت خرید و ۳۷۳۰

قیمت فروش هست شما قیمت خرید که همان قیمت

کمتر هست در نظر بگیرید پس قیمت دلاری ما می

شود هر قوطی ۵۶,۳۶ سنت هست و قیمت هر شل ۶

دلار ۷۶,۴۱ سنت می شود .

۷- قیمت های فوق قیمت های تمام شده شما در حالت

اف او بی هست یعنی آماده حمل دریایی هستند و

فقط باید کرایه حمل پرداخت بشود تا کالا ارسال

بشود .

# ۱۱ - حساب

## ارزی :

شما برای اینکه بتوانید به صورت واقعی با دنیا تجارت کنید اگر حساب ارزی نداشته باشید همیشه معطل دیگران یا همان صراف ها خواهید بود به علاوه که خیلی از خدمات ارزی هم نمی توانید به مشتری خودتان بدهید مثلا ال سی نمی توانید بپذیرید پس حتما یک حساب ارزی برای خودتان باز کنید.

داشتن یک شرکت جزو پیشنیازهای یک حساب ارزی هست اما مسله این هست که شرکت هایی که در ایران هستند خیلی نمی توانند حداقل تا کنون از بانک های ایرانی سرویس برای دریافت های ارزی خودشان داشته باشند و از طرفی کیفیت خدمات بانک های ایرانی برای آینده اصلا مطلوب نیست اما به هر صورت به شما پیشنهاد می کنم که در خارج از ایران شرکتی داشته باشید و باز هم پیشنهاد می کنم که در منطقه ازاد یکی از کشورهای همسایه و یا خارج از ایران شرکت ثبت کنید چرا که دوباره گرفتار مالیات و هزینه های نگهداری زیادی نشوید اما چون این شرایط به شدت در حال تغییر هست من کشور خاصی را پیشنهاد نمی کنم اما در حال حاضر همه بانک های خارجی سرویس های پرداخت و نقل و انتقال مالی به صورت اینترنتی را دارند پس شما بعد از ثبت شرکت و افتتاح حساب سالی یکبار بیشتر نیاز نیست سفر کنید

و کلیه موجودی و کار نقل و انتقال را از طریق اینترنت و در ایران انجام می دید .

پیشنهاد می کنم اگر توانستید در بانک های درجه یک حساب باز کنید اما اگر نشد با همان بانک ها متوسط شروع به کار کنید و بعد از مدتی با داشتن گردش حساب خوب به بانک های درجه یک درخواست افتتاح حساب بدید .

سعی کنید که خوش حساب باشید بعد از مدتی بانک ها خارجی ممکن است به شما اعتباری بدهند و بتونید وام و یا تسهیلات برای خودتان یا مشتری اتان بگیرید .

در امور بانکی نهایت دقت را کنید سعی کنید سیستم خودتون رو کاملا ایمن و عاری از ویروس نگهدارید تا مشکل هک شدن یا ویروسی شدن نداشته باشد چون تمام پول شما از بین خواهد رفت پس احتیاط کنید زیاده!

# ۱۲- پیش

## فاکتور Performa Invoice (PI)



داشتن یک پیش فاکتور رسمی بسیار مهم هست چرا که شما وقتی با خریدار خودتان به توافق های نصیبی برسید از شما پیش فاکتور می خواهد و باید رعایت های کیفی و کمی را در آن داشته باشید نمونه تصویر یک پیش فاکتور را براتون درج کرده ام

اگر دقت کنید پیش فاکتور هم مثل لیست قیمت دارای تاریخ صدور و تاریخ اعتبار هست یعنی اگر بعد از آن زمان بخواهد اقدام کند باید دوباره استعلام قیمت کند و از طرفی در این پیش فاکتور ها حتما شماره حساب جهت پرداخت درج شده و رقم دقیق دلاری و مبنای محاسبه و به همراه همان توضیحاتی که گفتم در آن درج شده و از طرفی این که قیمت براساس کدام ترمز هست باید درج شود محل بارگیری و مدت زمان های بارگیری و توضیحات مختصری از کالا.

خیلی وقت ها شما با خریدار با همین پیش فاکتور به نتیجه می رسید و از شما قرارداد نمی خواد و همان را کافی می داند.



**Proforma Invoice**

		Proforma Invoice number: <b>NE-01102015-119</b>	
		Proforma Invoice date: <b>10/01/2015</b>	
		Validity date of P/I: <b>10/05/2015</b>	
<b>Seller:</b> <b>LONG FENG LIMITED</b> Address: ROOM 705, HO KING COMMERCIAL CENTRE, 2-16 FA YUEN STREET, MONGKOK, KOWLOON, HONGKONG Tell: +86 139 Email: info@		<b>Buyer:</b> <b>H K TRADING &amp; CO.</b> <b>HOUSE NO G 31 4TH FLOOR.</b> <b>MAIN ROAD C D A R/A.</b> <b>COLONEL HAT CHITTAGONG</b> <b>BANGLADESH,</b> <b>SIGNING PERSON : MR. HASAN KHAN</b> <b>MOB: 00 88 01815</b>	
Destination: PORT CHITTAGONG, BANGLADESH	Loading Port: Jebelali/UAE	Country of Beneficiary:	<b>China</b>
Terms of delivery: <b>CFR</b>	Transport Means: sea	Country of Origin:	<b>UAE</b>
Partial shipment: <b>Allowed</b>	Partial Payment: <b>Allowed</b>	Transaction Currency:	<b>USD</b>
Commodity		Grade/Type	
Petroleum Bitumen in Drums		<b>60-70</b>	
		<b>Total Net Weight</b>	
Item	Description	Qty(MT)	Unit Price
1	Bitumen 60-70	1,100	310
2	Freight	1,100	35
Total		<b>three hundred seventy-nine thousand, five hundred dollars only</b>	
		<b>379,500</b>	
Instructions: Packing : New Drums in 180Kg Net weight +/- 5 Kg Gross weight 190Kg +/- 5 Kg Inspection : GeoChem Certificate of Origin : Issued by Geochem from UAE Trans shipment: Allowed Payment : <b>100% Irrevocable Letter of Credit AT SIGHT established to Seller's Bank With the LC format provided by the Seller</b> HS CODE : 2713.20.10 First loading : Oct/Nov 2015 Delivery time: 30 Days after open LC		Packing charges: N/A Other charges: N/A	
<b>Please pay to:</b> BENE'S NAME LONG FENG LIMITED BENE'S ACCOUNT : NRA44214***** BENE'S ADD: ROOM 705, HO KING COMMERCIAL CENTRE, 2-16 FA YUEN STREET, MONGKOK, KOWLOON, HONGKONG BENE'S BANK: CHINA CONSTRUCTION BANK SHENZHEN BRANCH CENTRAL DISTRICT SUB-BRANCH SWIFT CODE: PCBC***** BANK ADD: 1-2/F, EXCELLENCE TIMES SQUARE BUILDING 4068 YITIAN ROAD, FUTIAN DISTRICT, SHENZHEN, CHINA		Name of Signatory: Place & Date of issue:  Stamp & Signature	
It is hereby certified that this Proforma invoice shows the actual price of goods described, and no other Proforma invoice has been or will be issued, and that all particulars are true and correct. If any delay makes for picking up the products via buyer, Storage fees, will be at buyer's account according to the company's tariffs.			

صفحه ۱۰۴

# ۱۳- پیشنهاد

## رسمی Full Corporate Offer (FCO)

قبل از صدور پیش فاکتور خریدار از شما درخواست استعلام قیمت می کند و می خواهد بفهمد که چه طوری می تواند با شما کار کند و جزییات کامل تری می خواهد.

در این جا شما اگر بخواهید به صورت رسمی به او پاسخی بدید که اکثر نگرانی ها و سوالات او را پاسخ داده باشید بهتر است از اف سی او استفاده کنید البته نوع کوچک شده اش یا خلاصه آن Soft corporate offer هست که خیلی به نظرم لازم نیست بهتر هست بریم ته قضیه به جای ایجاد یک عالمه رویه های اداری و نامه نگاری بگذارید خریدار بداند که چه طور باید با شما شروع کند. به اشتباه تصور می شود که صدور یک چنین پیشنهاد رسمی برای فقط محصولات نفتی معنا می دهد و برای فروش کالاهای دیگر اصلا معمول نیست اما در واقع این یک رویه مذاکره هست و ربطی به محصول ندارد پس سعی کنید از این نوع مکاتبه استفاده کنید تا نزد مشتریان خودتان حرفه ای تر به نظر برسید .

در این جا تصویر یک نمونه اف سی او کامل را برای شما درج می کنم:



Date: 07/11/2016

Ref: FCO-\*\*\*/NC/1375

**FULL CORPORATIVE OFFER**

TO: MAY INTERNATIONAL TRADE SERVICES LTD.

General Manager: Imdad Kadir

Dear Sir

We as \*\*\* BITUMEN HOLDING CO, with full corporate and legal responsibility,

Confirm that we are ready, willing and able to sell you directly the commodity

Referenced here under the terms and conditions set forth below.

This offer is not to be freely and indiscriminately circulated but is for the purposes

Specifically of the transacting herein above addressed.

- 1- Prices Are Based on **NET WEIGHT**
- 2- All Grades Of Our Bitumen Are According to National Iranian Oil Company (NIOC) With SGS or Geochem Certificate Approval
- 3- Containers Stuffing, Loading Port Terminal Handling & SGS Inspections or GEO-CHRM inspection charges will be in The Account of our company as Seller

NEW STEEL DRUM SPECIFICATIONS  
180KG BITUMEN DRUM

CHARACTERISTIC	SPECIFICATION
PLATE THICKNESS (BODY)	0.6 ± 0.02 MM
PLATE THICKNESS (TOP & BOTTOM)	0.6 ± 0.02 MM
HEIGHT	98 ± 2 CM
DIAMETER	50 ± 2 CM
LID HOLE POSITION	CENTER
LID HOLE DIAMETER	10 ± 1 CM
BODY CORRUGATIONS	16
NET FILLING CAPACITY	182 ± 3 KG
GROSS WEIGHT	192 ± 3 KG
DRUM TARE WEIGHT	9.5 ± 1 KG (INCLUSIVE OF LID CAP)
COLOR	GLOSSY BLACK
WORKMANSHIP	DRUMS SUPPLIED WILL BE OF GOOD WORKMANSHIP AND ARE SUFFICIENTLY LEAK-PROOF WHEN FILLED WITH HOT BITUMEN
MATERIAL	DIN 1623 ST12 NEW COLD ROLLED A GRADE STEEL
QUALITY STANDARD	INSTITUTE OF STANDARDS & INDUSTRIAL RESEARCH OF IRAN

**DESCRIPTION OF GOODS**

**COMMODITY: Bitumen grades 60/70**  
**QUANTITY: MEQ1000 MT**  
**TERMS OF DELIVERY: BY YOUR CHOICE**  
**LOADING PORT: Any port in Middle East.**  
**DISCHARGE PORT: CHITAGONG**  
**TRANS-SHIPMENT: Allowed**  
**PARTIAL SHIPMENT: Allowed**

<b>SELLER :</b> <b>ADDRESS :</b> IRAN : ***** , Tehran	<b>NO. :</b> FCO-***NC/1375 <b>DATE:</b> 07/11/2016
<b>BUYER:</b> MAY INTERNATIONAL TRADE SERVICES LTD.	STAR POINT, DCCI BUILDING, 7 <sup>TH</sup> FLOOR, 65-66, MOTIJHEEL C/A., DHAKA – 1000, BANGLADESH. TEL : +880-2-9***** CELL : +880-19*****

**1. PRICE SUMMARY**

DESCRIPTION	QUANTITY (MT) ± 5% TOLERANCE	UNIT PRICE (USD)	AMOUNT (USD)
BITUMEN GRADE 60/70 DELIVERY: CFR	MEQ 2000	325\$	650,000.00\$

**2. VALIDITY:** 3 DAYS**3. COUNTRY OF ORIGIN:** Any country in Middle East**4. DESTINATION:** CHITTAGONG/ BANGLADESH**5. PAYMENT TERMS:** 100% LC

**100% BY IRREVOCABLE, CONFIRMED L/C AT SIGHT OPEND BY A FIRST CLASS INTERNATIONAL BANK PAYABLE TO THE SELLER BANK.**

**NOTE 1- WITH 10% DOWN PAYMENT THE REST 90% LC OR %30 ADVANCED PAYMENT AND %70 AFTER PRESENT BL BY TT, WILL BE DONE WITH 4 \$ DISCOUNT PER MT.**

**NOTE 1 - NEGOTIATING BANK: DOCUMENTS WILL BE NEGOTIATED AT THE SELLER BANK.**

**NOTE 2-** AVAILABILITY OF L/C IS ACCEPTABLE BY SIMPLE RECEIPT INSTEAD OF DRAFT. (LC ACKNOWLEDGEMENT)

**NOTE 3 -** FULL INFORMATION OF CONSIGNEE AND NOTIFY PARTY MUST BE MENTIONED IN L/C AND CAN NOT BE CHANGED AT THE TIME OF ISSUING B/L WITHOUT SELLER'S CONSENT.

**7- SPECIFICATION STANDARD DATA AS FOLLOWING:**

**SPECIFICATION AS PER NATIONAL IRANIAN OIL COMPANY (NIOC)**

CHARACTERISTIC	SPECIFICATIO N 60/70	SPECIFICATIO N 80/100	TEST METHOD
SPECIFIC GRAVITY AT 25/25 DEG C	1.01/1.06	1.01/1.05	ASTM D.70
OPENETRATION AT 25 DEG C	60/70	80 /100	ASTM D.5
SOFTENING POINT DEG C	49/56	45/52	ASTM D.36
DUCTILITY AT 25 DEG C CMS	100 MIN	100 MIN	ASTM D.113
LOSS ON HEATING PCT WT	0.2 MAX	0.5 MAX	ASTM D.6
DROP IN PENETRATION AFTER HEATING PCT	20 MAX	20 MAX	ASTM D.5
FLASH POINT DEG C	250 MIN	225 MIN	ASTM D.92
SOLUBILITY IN CS2 PCT WT	99.5 MIN	99.5 MIN	ASTM D.4
ORGANIC MATTER INSOLUBLE IN CS2 PCT WT	0.2 MAX	0.2 MAX	ASTM D.4
SPOT TEST	NEGATIVE	NEGATIVE	*A.A.S.H.O. T102-42
PERFORMANCE AFTER RTFOT METHOD TEST TO ASTN D1754:			
CHANGE IN MASS (M/M)		MAX0.5%	ASTM2872
RETAINED PENETRATION 25°C, 100G, 5S (%)		MIN 50%	ASTM D5
INCREASE IN SOFTENING POINT		MAX ≤8 °C	ASTM D36
SOFTENING POINT AFTER HARDENING		MIN 45 °C	ASTM D36

Date: 07/11/2016

No: \*\*\*\*/NC/1375

**8-BUYING AND SELLING PROCEDURE:**

UPON RECEIVING FCO, THE BUYER SHOULD ACCEPT AND SEND SIGNED COPY BACK TO THE SELLER BEFORE THE VALIDITY OF THE OFFER

SELLER ISSUE SALES PURCHASE CONTRACT AND PRO FORMA INVOICE TO BUYER

BUYER AND SELLER EXCHANGE THE SIGNED COPY OF THE SALES PURCHASE CONTRACT

WITHIN 5 WORKING DAYS AFTER SIGNING THE SALES PURCHASE CONTRACT, BUYER

INITIATE THE PAYMENT INSTRUMENT LIKE CASH, LETTER OF CREDIT  
UPON THE ACCEPTANCE OF THE PAYMENT INSTRUCTION BY THE BANK OF THE SELLER,  
THE SHIPMENT WILL COMMENCE AS PER AGREED DELIVERY SCHEDULE

**9 - DOCUMENTS WILL BE ISSUED:**

1. COMMERCIAL INVOICE ISSUED IN THE NAME OF BUYER, BEARING THE CLAUSE THAT "THE INVOICE IS CORRECT AND IS THE ONLY ONE ISSUED BY SELLER IN RELATION TO THE GOODS WITH NO REDUCTION OR DEDUCTION.
2. CERTIFICATE OF QUANTITY AND/OR QUALITY ISSUED COUNTERSIGNED BY THE GEO-CHEM AT LOADING PORT EVIDENCING THE SPECIFICATIONS IN THIS FCO. INSPECTION WILL BE ARRANGED BY SELLER AND TO THEIR ACCOUNT.
3. FULL SET OF BILL OF LADING SHOULD ISSUE TO ORDER OF CONSIGNEE OR TO THE ORDER OF THE BANK (TO THE ORDER OF BLANK ENDORSED IS NOT ACCEPTABLE) BY SHIPPING CO. OR THEIR AGENT.
4. CERTIFICATE OF ORIGIN FROM GEO CHEM LETTER HEAD IN 1 ORIGINALS + 1 CERTIFYING THAT GOODS ARE OF UAE ORIGIN.
5. INSURANCE TO BE COVERED BY BUYER AT HIS COST.
6. THIS FCO CAN NOT BE TRANSFERED TO ANOTHER PARTY.

**NOTE 4 - THE L/C MUST BE VALID FOR THREE MONTHS**

Address: \*\*\*\*\* , Tehran,IRAN  
TELL:+98-21.\*\*\*\*\* Email:info@\*\*\*\*  
Website:www.\*\*\*\*\*



Date: 07/11/2016

No: \*\*\*\*/NC/1375

**NOTE 5** - ALL BANK CHARGES AND COMMISSIONS AND OTHER EXPENSES OUTSIDE OF UAE ARE TO BUYER'S ACCOUNT.

**NOTE 6** - ALL AMMENDMENT CHARGES ARE TO BUYER'S ACCOUNT

**NOTE 7** - IN THE CASE SELLER REQUEST FOR AN AMENDMENT, BUYER HAS ONLY 3 DAYS TO SEND THE REQUESTED AMENDMENT OTHERWISE, SELLER HAS RIGHT TO CANCEL AND RETURN THE L/C TO ITS BANK.

**NOTE 8** - IN CASE, THE TWO PARTIES WILL NOT ARRIVE IN AN AGREEMENT WITHIN 10 DAYS ON THE CONTENTS OF L/C, THE SELLER WILL HAVE THE RIGHT TO CONSIDER L/C AS CANCELLED

**NOTE 9** - BUYER CONFIRMS ITS AWARENESS OF ALL DETAILS CONSISTING PRICE, QUALITY AND QUANTITY AND HAS NO RIGHT FOR ANY FUTURE OBJECTION.

**10- FORCE MAJEURE:**

SELLER ASSUME NO LIABILITY OR RESPONSIBILITY FOR THE CONSEQUENCES ARISING OUT OF THE INTERRUPTION OF THEIR BUSINESS BY ACTS OF GOD, RIOTS, CIVIL COMMOTIONS, INSURRECTION, WARS AND ANY OTHER CAUSES BEYOND THEIR CONTROL OR BY ANY STRIKES OR LOCKOUTS OR ANY GOVERNMENTAL RESTRICTION FOR EXPORT.

**11 – ALL ITEMS FROM THIS CONTRACT ARE ACCORDING TO UCP-600 RULES AND MUST BE ACCEPTABLE FOR BUYER AND SELLER:**

THE UNIFORM CUSTOMS AND PRACTICE FOR DOCUMENTARY OF CREDITS INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE, ANY SUBSEQUENT REVISION THEREOF. SHALL APPLY IN ALL OF ITEMS OF THIS L/C. (INCLUDING TO THE EXTENT TO WHICH THEY MAY BE APPLICABLE, STANDBY LETTER(S) OF CREDIT) WHERE THEY ARE INCORPORATED INTO THE TEXT OF THE CREDIT. THEY ARE BINDING ON ALL PARTIES THERETO, UNLESS OTHERWISE EXPRESSLY STIPULATED IN THE CREDIT.

Date: 07/11/2016

No: \*\*\*\*/NC/1375

**12- ARBITRATION:**

ALL CLAIMS AND CONTROVERSIES ARISING OUT OF OR RELATING TO THIS AGREEMENT SHALL BE SOLVED AND SETTLED AMICABLY BETWEEN THE PARTIES WITHIN A PERIOD OF 20 DAYS AFTER THE CLAIM OR CONTROVERSY HAS BEEN NOTIFIED TO THE OTHER PARTY.

IF, THE CONTROVERSY OR CLAIM IS NOT SETTLED BY AMICABLE NEGOTIATIONS, ALL DISPUTES ARISING OUT OF OR IN CONNECTION WITH PRESENT AGREEMENT SHALL BE FINALLY AND EXCLUSIVELY SETTLED

UNDER THE RULES THE INTERNATIONAL CHAMBER OF COMMERCE (ICC) BY THREE ARBITRATORS APPOINTED IN ACCORDANCE WITH THE SAID RULES.

THE LANGUAGE OF ARBITRATION SHALL BE ENGLISH.

THE PLACE OF ARBITRATION SHALL BE PARIS IN

FRANCE.

THE LOSING PARTY IN THE ARBITRATION SHALL BEAR ALL LEGAL COSTS INCLUDING THE OTHER PARTY'S COUNSEL FEES.

THIS AGREEMENT SHALL BE GOVERNED BY THE UNITED NATIONS CONVENTION ON CONTRACTS FOR THE INTERNATIONAL SALE OF GOODS (CISG) INTERPRETED AND SUPPLEMENTED BY THE UNIDROIT PRINCIPLES OF INTERNATIONAL COMMERCIAL CONTRACTS (2010)."

**13- AFFIDAVIT:**

WE HEREBY CONFIRM AND TAKE OATH THAT PRICE IN THIS FCO IS CORRECT AND ARE IN ACCORDANCE WITH CURRENT MARKET PRICES.WE ( SELLER) ALSO CONFIRM THAT THERE IS NO OTHER TRANSACTION BETWEEN US AND THE BUYER IN REGARDS TO THIS FCO.

Date: 07/11/2016

No: \*\*\*\*/NC/1375

**a. LIMITATION OF LIABILITY:**

NEITHER PARTY SHALL BE LIABLE FOR INDIRECT, SPECIAL OR CONSEQUENTIAL DAMAGES.

**SELLER: \*\*\* Bitumen**

**Marketing department**

**Mr. \*\*\*\*\***

**BUYER:**

**MAY INTERNATIONAL TRADE SERVICES LTD.**

**General Manager**

**IMDAD KADIR**

ITEMS WITH \* IS ONLY TO OPEN THE LETTER OF CREDIT  
FORM. THIS CONTRACT TAKE A STANDARD FORM  
ACCORDING TO ICC UCP-500 & INTERNATIONAL WORLD  
TRADE LAWS.

**\*\*\* BITUMEN HOLDING**

**Bitumen consultant, Sales and marketing, supply and trading, shipping**

Address: \*\*\*\*\* , Tehran, IRAN  
TELL: +98-21-\*\*\*\*\* Email: info@\*\*\*\*  
Website: www.\*\*\*\*\*

نمونه متن یک فایل اف سی او به صورت تیتروار به شرح ذیل می باشد:

ابتدا با چند جمله که ما آمادگی فروش و تحویل این محصول یا خدمات را داریم شروع می شود بعد باید حداقل بندها به شرح زیر را در آن درج کنید:

## ۱- COMMODITY یا کالا

شما باید کالا خودتان را به صورت کامل بیان کنید اگر اسم خاص و یا جزییات در اسم هست باید کامل درج کنید این در واقع بیان گر این هست که شما دقیقا در مورد کدام کالا یتان توضیح می دهید .

## ۲- ORIGIN یا منشا

منشا در واقع محل تولید کالا هست شما کالا را در ایران تولید شده است باید اورجین را ایران درج کنید .

## ۳- PACKING یا بسته بندی

کالا برای حمل و انتقال حتما دارای یک نوع بسته بندی هست یا ممکن است کالای شما در کارتن و یا قوطی و یا هر نوع بسته بندی دیگه ای قرار گرفته باشد که مشخصات این بسته بندی برای خریدار شما حتما مهم است پس سعی کنید به صورت کامل و شفاف بسته بندی خود را توضیح دهید و مشخصات آن را بنویسید

## ۴- QUALITY یا کیفیت

محصول شما دارای آنالیز خاص یا نوع کیفی خاص خود هست و یا هر چیزی که می تواند مشخصات کیفی محصول شما را به صورت شفاف برای خریدار بیان کند اگر نیاز هست برگه آزمایشگاه یا شرکت بازرسی برای نمونه آنالیز حتما درج کنید تا خریدار بهتر با کیفیت کالای شما آشنا بشود.

## ۵- QUANTITY حجم بار یا مقدار سفارش

این که در یک کانتینر و یا چه مقداری را دارید برای خریدار قیمت می دهید مثلا برای ۱۰ تن هست یا برای ۱۰۰ تن و این که در این بار چه مقدار ترانس در بارگیری هست

## ۶- MONTHLY DELIVERY میزان تحویل بار در هر ماه

در ماه تا چه میزانی می توانید تامین کنید ممکن است قرار داد شما یکساله باشد و یا این که اصلا توان حمل و یا ظرفیت هایی که وجود دارد در نهایت ماهیانه چه مقدار هست .

## ۷- CONTRACT PERIOD دوره قرارداد

اگر قرار داد بستید تا چند ماه این قرار داد و یا برای چند دوره قابل تمدید هست مثلا کالای شما فصلی هست و بعد از ۳ دوره، تمدید قابل انجام نیست .

## ۸- TERMS OF DELIVERY روش تحویل

این جا باید نوع تحویل را تعیین کنید این عنوان ها بر اساس اینکوترمز ها مشخص می شود مثلا تحویل درب کارخانه یا ExW

و یا به صورت تحویل بر روی عرشه کشتی FOB و یا هر نوع تحویل دیگری است.

## ۹- PRICE قیمت

قیمت را در این جا مشخص می کنید بر اساس واحد های مشخص و یا متداول در معامله محصول شما اگر متر است و یا اگر کیلو و یا لیتر و یا فوت و اینچ و هر چیزی مهم آن است قیمت مشخص شده باشد .

## ۱۰- PAYMENT روش پرداخت

روش های پرداخت خیلی مهم هستند اکثر خریداران به خاطر عدم توافق در روش های پرداخت با فروشنده با مشکل مواجه هستند.



شما اگر بخواهید از کسی جنسی را بخرید مسائل مختلفی مطرح هست که نگران هستید اعم از اینکه تولید کننده سر موقع محصول را تحویل ندهند مخصوصا که مردم کشوری معروف به بدقولی بشوند و یا اینکه نقل و انتقال مالی به کشورها همیشه در این دوره با مشکل مواجه بوده است پس در اینجا بیشتر به روش های پرداخت می پردازیم.

## روش پرداخت نقدی یا ( Telegraphy Transfer ) TT

این متداول ترین نوع روش های خرید هست که از ریسک بالایی برای خریدار همراه خواهد بود خریدار می بایست مقداری از مبلغ کل پیش فاکتور را به حساب شما به صورت نقدی و یا حتی کل مبلغ را به حساب شما به صورت نقدی واریز کند و هیچ گونه تضمینی مبنی بر تحویل به موقع و یا در قبال پول خود ندارد و بعد از پرداخت به سختی می تواند ادعای برگشت پول

از شما کند چون هیچ ضامنی در این بین وجود ندارد اما متداول است مخصوصا برای خرید های بین المللی تنها چیزی که می تواند خریدار را در این پرداخت متقاعد کند شرایط اعتماد سازی شماست . شما اگر به خوبی بتوانید در این راستا فعالیت کنید و نظر و اعتماد خریدار را به خود جلب کنید او این روش را می پذیرد و با شما شروع به کار می کند. اما معمولا در این روش پرداخت های نقدی را به چند بخش می کنند مثلا ۱۰ درصد نقد در ابتدای قرارداد و ۳۰ درصد بعد از آماده شدن کالا درب کارخانه و ۶۰ درصد دیگر بعد از بارگیری بر روی عرشه کشتی اما این درصد ها و چند مرحله ای بودن این روش به نظر شما و ریسک ها و میزان سود حاصل از تولید بر می گردد پس شما خودتان سبک مورد نیاز خریداران خود را طراحی کنید.

## روش پرداخت اعتبار اسنادی (LC) روش

این روش مطمئن ترین روش پرداخت برای خریداران هست در این روش خریدار خودش واسط این قضیه نیست بلکه از طریق بانک خودش در کشورش به بانکی که شما در آن حساب دارید اعلام می کند که اگر این مقدار بار را تا تاریخ مشخص شده حمل کنید متعهد به پرداخت مبلغ قرارداد خواهد شد و اگر شما طبق قرارداد به تعهدات عمل نکنید اعم از اینکه در زمان مشخص کالا را تحویل ندهید و یا اینکه یکی از بندهای قرارداد را به درستی انجام ندهید پولی به شما پرداخت نمی گردد و بعد از زمان مشخص شده اعتبار مشتری به حساب خودش برگردانده می شود.

این کار یک مزیت خیلی خوبی دارد که شما تمام مبلغ قرارداد اتان را توسط بانکی تضمین گرفته اید و اگر کالای شما با کاهش قیمت شدید مواجه شود

و یا برای خریدار مشکلی پیش بیاید حقوق شما باید توسط بانک مشتری پرداخت شود اما از طرفی ریسک این هم دارد که اگر به هر نحوه به تعهدات خودتان عمل نکردید مثلاً حتی یک روز بعد از سررسید زمان درج شده کالا را ارسال کردید دیگر به شما هیچ مبلغی انتقال داده نمی شود البته مدارک و کالا هنوز در اختیار شما هست اما به هر صورت شما متضرر می شوید .

### تضمین هایی برای صادرات یا پوشش ریسک های تجاری

روش پرداخت بسیار متفاوت است اما چون این دو روش پرداختی که بالا ذکر شد خیلی معمول هست فقط همین ها رو بیان کردم اما مهم این هست که شما بتوانید ریسک های تجاری ناشی از فروش کالای خودتان را به طریقی پوشش دهید درست است که در بهترین حالت شما دارید از یک بانک ضمانت دریافت می کنید اما بانک ها در دنیا حتی ممکن است به یک

شب ورشکسته شوند و شما و تمامی کالایتان با مشکل مواجه شود اکثر خریداران از بانک ها درجه دو و سه و حتی ۴ دنیا برای شما گشایش اعتبار می کنند پس همیشه شما در ریسک و نگرانی هایی قرار خواهید داشت. از طرفی در شرایطی که خریدار به صورت نقدی هم پرداخت می کند اگر خریدار در کشور و یا منطقه خود به علت های اقتصادی و یا حتی سیاسی دچار مشکل شود این ریسک ها را چه طور می شود پوشش داد تا دیگر نگران ریسک های تجاری ناشی از صادرات نباشیم.

در واقع هیچ بیمه ای در دنیا حاضر نیست ریسک های تجاری ناشی از تجارت های شما را پوشش دهد اما دولت های هر کشوری برای حمایت و توسعه صادرات این کار را می کنند .

یعنی در ایران صندوقی داریم به اسم صندوق بیمه و ضمانت توسعه صادرات ایران که متعلق به وزارت بازرگانی هست و با انجام یک سری مراحل اداری ریسک های تجاری برای صادرات کالای شما را پوشش می دهند این بیمه هم مثل بیمه های دیگر درصدی به عنوان فرانشیز همیشه کم می کند اما اگر شما به تعهدات خودتان به درستی عمل کرده باشید همیشه تحت حمایت آن خواهید بود. خواه خریدار شما ورشکست شود و یا بین دو کشور مشکل های سیاسی مانع از ورود کالای شما به آن کشور شود و یا بانک خریدار شما ورشکست شود و هر نوع تحریم جدید مانع از انتقال پول به حساب شما گردد شما خودتان را در مقابل این ریسک ها پوشش داده اید.

پس سعی کنید با این صندوق بیشتر آشنا شوید و کار کنید تا نگران سرمایه و کسب کار خود کمتر باشید.

## ۱۱- PERFORMANCE BOND ضمانت حسن

### اجرای کار

این بند در همه پیشنهادها مطرح نیست من می گم که شما هم قرار ندهید چون کار کمی مشکل می شود اما در صورت اصرار خریداران شما با این بند ضمانتهای حسن اجرای تعهدات را بیان می کنید مثلا اگر تحویل ندهم کالا را باید ۲ درصد ضرر و زیان به خریدار بدهم .

## ۱۲- PROCEDURE مراحل اجرای کار

بیان دقیق مراحل اجرای کار بسیار برای خریداران مهم است شما در این جا بیان میکنید که مثلا اگر کسی از شما کالایی می خواهد بخرد باید این مدارک و یا یک درخواست رسمی برایتان ارسال کند و بعد شما در مقابل آن یک پیشنهاد رسمی می دهید و الی آخر .

در این بخش زمان ها پرداخت و نقل انتقال مالی

مدار کی که می بایست شما بدهید تا پول از خریدار مطالبه کنید

اصطلاح معروف سین کار را باید به صورت کامل بیان کنید.

### ۱۳- INSPECTION بازرسی یا آزمایشگاه

البته همه کالاها یا خدمات نیاز به یک شرکت بازرسی و یا آزمایشگاه ندارند

اما آنهایی که نیاز دارند توسط یک شرکت بازرسی بین المللی که در آن

صنف معروف هست بررسی و کنترل کمی و کیفی می شود. در ساده ترین

حالت شرکت های بازرسی فقط ناظر بر بارگیری و تعداد بسته های بارگیری

شده هستند و گزارش و تصویر به خریدار می دهند تا بداند چند تا بسته و با

چه کیفیتی بارگیری شده اند و این گزارش می تواند در دریافت باقی مبلغ

پول شما موثر باشد .



## ۱۴- CARGO SIZE میزان هر بارگیری

در هر بار ارسال بار چه حجمی را می توانید تحویل دهید مثلا یک کانتینر و یا ۱۰۰ کانتینر این بستگی به شما و حتی امکانات بندری هست مثلا اگر باری رو برای کشوری می فرستید که حداکثر به شما در هر بارگیری ۱۰ تا کانتینر می دهند و کانتینر خالی برای مسیر مورد نظر پیدا نمی شود مجبور هستید هر بارگیری را ۱۰ کانتینر بزنید .

## ۱۵- DELIVERY DATE زمان حمل و انتقال

خریداران باید بدانند چه زمان هایی طول می کشد تا کالای خود را تحویل بگیرند ۱۰ روز ۲۰ روز یا ۱۰۰۰ روز بعد از پرداخت و حتی زمان حمل از بندر کشور مان به کشور خریدار چه مقدار هست.

## ۱۶- سایر بندها

در نهایت شاید نیاز باشد بندهای دیگری نیز به این پیشنهاد رسمی اضافه کنید این را شما و سابقه کاری اتان و حتی زمان مشخص می کند که چه چیزهایی نیاز هست که برای خریداران بیان بشود تا بهتر نگرانی های مشتری برطرف گردد.

# ۱۴- مدیریت

# ارتباط با

# مشتری CRM

وقتی صحبت از مدیریت ارتباط با مشتری می شود سریع یاد نرم افزار های مربوط به این کار می افتید بله این نرم افزار ها ابزار های مورد استفاده در حوزه مدیریت ارتباط با مشتری هست اما هدف، داشتن یک ساختار برای ارتباط با مشتری هست این ساختار یا فرآیند می تواند توسط یک نرم افزار ساده مثل اکسل انجام بشود و یا حتی از آن ساده تر با چند برگ کاغذ اجرا و یا با نرم افزار های خیلی گران قیمت هم پیاده سازی گردد اما مهم ترین مسله داشتن یک زیر ساخت برای پیاده سازی سیستم مدیریت ارتباط با مشتری هست در هر صورت نرم افزار خاصی رو پیشنهاد نمی کنم اما با توجه به اهمیت این ساختار و تاثیر خیلی زیاد آن در حوزه تجارت بین الملل و صادرات در بخش خاص آن که جلوتر بحث آن خواهد آمد به صورت مفصل به آن می پردازیم .

اگر قصد خرید یک نرم افزار سی آر ام دارید ابتدا فصل بعدی با عنوان "چرخه اعتماد و فرآیند های تجاری" را بخوانید و بعد با توجه به نیازهایتان نرم افزاری که بتوانید با آن راحت تر کار کنید تهیه کنید که هم نیاز های شما را در این چرخه بتواند پوشش بدهد و هم قابلیت سفارشی سازی با توجه به چرخه شما داشته باشد.

### جمع بندی فصل اول:

ما در این فصل چندین زیر ساخت مطرح و مورد نیاز جهت شروع کار صادرات و تجارت بین الملل را بیان کردیم تا حد ممکن سعی در این شده است که مطالب و عنوان ها شفاف و گویا باشد تا شما بتوانید به راحتی آن ها را ایجاد کنید. هر کدام از زیر ساخت ها را که نتوانید تهیه کنید و یا به علت های خاص و محدودیت هایی که ممکن است برای شما هست الباقی را انجام

دهید اکثر موارد بیان شده انجام آن ها با دو سه میلیون تومان قابل انجام هست و الباقی ممکن است هزینه های بیشتری داشته باشد.

بعد از تهیه این زیر ساخت حالا دو فرآیند اتفاق می افتد که به شرح و تفسیر آن ها در فصل بعدی می پردازیم.

۱- مشتریان احتمالی با شما تماس می گیرند.

۲- شما می توانید با مشتریان احتمالی تماس بگیرید.

# فصل سوم

## مشتریان احتمالی و

## فرآیند تولید سرخ

## مقدمه

فرضیه من در تجارت سه اصل هست :

۱- همیشه و همه جا باشید.

۲- اعتماد سازی کنید.

۳- قیمت مناسب داشته باشید.

بارعایت این سه اصل همیشه می توانید به نتیجه برسید حالا شما در این راستا باید کاری کنید که هر جا مشتریان احتمالی شما حضور دارند شما هم آنجا باشید. اگر یک شرکت یا کارخانه تولیدی را کسی شناسد و یا از وجود آن با خبر نباشد آن وقت اگر بهترین کالای دنیا و ارزان ترین را تولید کنید و حتی اگر محصول را رایگان بدهید کسی خبر ندارد که بخواهد خرید کند. حضور پررنگ و قوی، بسیار موثر است این حضور همه جانبه خود عامل



اعتماد سازی هست و اعتماد سازی موجب این می شود که مشتریان حاضر باشند کالای شما را با قیمت بالاتری بخرند و سود مجموعه شما افزایش یابد.

اما همه شرکت ها نمی توانند همچون شرکت های بزرگ دنیا در همه جا دیده شوند و هزینه های تبلیغاتی را پردازند البته این رقم برای تبلیغات داخلی و حضور در بازار ایران خیلی گران نیست اما وقتی بازار خود را به وسعت یک کره خاکی در نظر می گیرید می بینید که هزینه ای آن حتی از توان بزرگترین شرکت های دنیا هم بیشتر هست اما در این جا بهترین و کم هزینه ترین ها را به ترتیب اولویت بیان کردیم و آن هم اینترنت هست البته اصول اینترنت و سئو بسیار پیچیده هست و باید با کارشناسان این زمینه تماس بگیرید تا بصورت کامل راهنمایی کنند. یک اصل تجربه شده در اینترنت

همیشه و همه وقت موثر خواهد بود. محتوای با کیفیت و زیاد عامل جذب هر موتور جستجو گر و هر مشتری برای شما خواهد بود .

یک مثال می زنیم تا مفهوم سیگنال در بازاریابی و ارزش آن را بیان کنیم. فرض کنید که اتفاقات بین شما و مشتری احتمالی را یک توپ بازی فرض می کنیم زمانی که مشتریان احتمالی برای شما توپ پرتاب می کنند (در واقع مشتریان احتمالی اطلاعات تماس شما را در اینترنت پیدا کرده و با شما تماس می گیرند) ما می گوئیم که سیگنال ارسال کردند. یک سیگنال ارزشمند که نشانه تمایل به شروع همکاری و یا اینکه آمادگی دارد که اگر بازیکن قوی ای باشید با شما بازی را شروع کند و یا اینکه شما برای صد ها و یا هزار ها نفر باید سیگنال بفرستید(در واقع تبلیغات کنید) تا کسانی پیدا شوند

که با پاسخ دادن به سیگنال های شما آمادگی شروع یک فرآیند خوب را داشته باشند.

بهترین نوع سیگنال، سیگنالی است که از ناحیه مشتریان احتمالی به شما اول ارسال شود زمانی که شما برای مشتریان احتمالی سیگنال می فرستید در واقع فردی را دارید و ادار به بررسی شما می کنید حالا فرض کنید همین کار در توپ بازی انجام شود وقتی شما توپ خودتان را برای اطرافیان می فرستید نباید از همه توقع داشته باشید که به شما جوابی بدهند اما اگر آن برای شما توپ پرتاب کنند یعنی آمادگی شروع بازی را دارند الباقی به نوع رفتار و کیفیت کار شما بستگی دارد اما در ایده آل ترین شرایط باز ممکن است مشتری قصد خرید داشته باشد اما نه در این زمان بلکه در آینده و این یعنی هزینه های نگهداری و آماده سازی بیشتر مشتریان احتمالی برای خرید و این

کار سختی هست نسبت به اینکه کسی که خود به شما درخواست خرید داده است در واقع شما در آن لحظه، کسی را دارید که آمادگی خرید را دارد یا به اصطلاح لقمه آماده هست پس سعی کنید شرایطی فراهم آورید که افرادی که آمادگی خرید را دارند شما را پیدا کنند .

در جلو تر به این مسئله می پردازیم که چه طور می شود مشتریان احتمالی را پیدا کرد و از طرفی چه فرآیندهایی نیاز هست که سرخ های جدید را کشف کنیم.

### **پیدا کردن سرخ یا کارخانه تولید سرخ**

مشتریان همچون هر چیزی در این دنیا ریزش و رویش دارند در صورتی که فرآیند ریزش شما از رویش شما بیشتر باشد یعنی شما در حال ضرر هستید ولی اگر این فرآیند برعکس باشد یعنی شما در حال افزایش مشتریان خود

باشید مطمئنا در حال رشد هستید اما این رویه لازمه آن هست که همیشه در جستجوی مشتریان جدیدی برای سازمان و یا مجموعه خود باشید. این کار به یک باره اتفاق نمی افتد بلکه باید با رصد مداوم بازار کشف سرنخ کنید.

سرنخ ها در واقع مثل معادنی هستند که هنوز استخراج نشده اند و تا زمانی که شما اقدام به حفاری نکنید نمی توانید بدانید که از این لیست سرنخ چه نتیجه ای خواهید گرفت در کار صادرات مشتریان شما در کشور های خارجی هستند و مزیت خاص صادرات این هست که شما با تاجر های حرفه ای آن کشور ارتباط دارید و نیازی نیست به صورت مستقیم اقدام به فروش کنید ما در این کتاب به مبحث فروش مستقیم نمی پردازیم بلکه بیشتر بر روی فعالیت بین دو تاجر در راستای ایجاد ارتباط تجاری تمرکز داریم پس شما اگر قصد

صادرات دارید باید مداوم در بازار های بین المللی در جهت کشف لیست کسانی که احتمال دارند از شما خرید کنند قدم بردارید .

ما در فصل قبل ابزار هایی رو بیان کردیم که می تواند کمک کند که این سرخ ها را بررسی کنید و تبدیل به فرصت کنید و بعد تبدیل به مشتری واقعی بشوند کسانی که از شما خرید نماید و یک ارتباط تجاری را آغاز کنند .

در بند دیگری بیان کردیم که شما نیاز به لیست سرخ دارید این سرخ ها بسیار ارزشمند هستند داشتن رویه ای برای به روز کردن مداوم این لیست عامل بقای مجموعه شما خواهد بود این را به عنوان یک مهم در نظر داشته باشید .

## تایید صلاحیت !

سرنخ های کشف شده فقط یک لیست هستند که باید بررسی بشوند شما وقتی لیستی از خریداران احتمالی خود در کشوری دیگر را پیدا کردید باید بررسی شود که آیا هنوز در زمینه کاری شما فعالیت می کنند آیا یک مشتری فعال در بازار هستند و یا آیا این تلفن و یا آدرس درست هست ممکن است که تلفن اشتباه باشد و یا تغییر آدرس داده باشد و به طور کلی باید بررسی کنیم که صلاحیت کار کردن و هزینه کردن دارد یا نه .

سرنخ ها برای تایید صلاحیت بهترین روش آن استفاده از مذاکره تلفنی هست البته روش هایی همچون ایمیل و یا حضور در محل هم مناسب هست اما هزینه و مدت زمان پاسخ گویی آن طولانی تر هست وقتی ایمیل برای اولین بار می زنید ممکن است ایمیل شما بین انبوهی از ایمیل هایی که از جاهای دیگر به صورت ناشناس دریافت میکند گم شود و هیچ وقت نگاه نکند اما

اگر بعد از یک مکالمه تلفنی ارسال ایمیل انجام شود به راحتی قابل پیگیری و مورد توجه سرخ قرار خواهد گرفت. در روش های حضوری هم به علت اینکه شما شبیه یک میهمان ناخوانده هستید به خاطر همین استفاده از تلفن را برای اولین ارتباط و بررسی و تایید صلاحیت سرخ پیشنهاد می کنم.

شما در تایید صلاحیت موارد زیر را سعی کنید کشف و بررسی نمایید.

- نام و نام خانوادگی کسی که باهاش ارتباط گرفتید
- حوزه کاری
- سطح فعالیت یعنی خریدار بزرگی یا کوچکی هست
- آدرس ایمیل شخصی و یا درست مجموعه اشون
- آی دی واتس آپ یا اسکایپ برای ارتباطات بعدی



## مشتریان احتمالی

مشتریانی که تبلیغات شما را دیده اند و خودشان با شما تماس گرفته اند و یا در محل شما حضور پیدا کرده اند این دسته از مشتریان بسیار ارزشمند تر از سرنخ ها می باشند به واقع در این جا مسیر برعکس هست در زمانی که شما سعی می کنید یک سرنخ را بررسی کنید این شما هستید که تلاش در جلب اعتماد و ارتباط دارید اما در این حالت شما مشتری دارید که او سعی در ارتباط کرده است پس تا حدودی اعتمادش نسبت به شما جلب شده و شما چند گام جلو تر هستید این دسته از مشتریان آمادگی بسیار عالی برای تبدیل به فرصت شدن را دارند و بسیار نزدیک به خرید هستند .

اکثر مشتریان احتمالی می توانند از طریق اینترنت جذب شوند معمولا از طریق سایت محتوایی شما بعد از آنکه سرچ می کند شما را پیدا

کرده و برایتان ایمیل می زند و یا در حالت بهتر به شما زنگ می زند و یا ممکن است از طریق نرم افزار های ارتباطی مثل واتس آپ و امثال آن بهتون پیام بده در هر صورت شما باید ایمیل هاتون رو به روز چک کنید و سریع جواب مشتریان احتمالی را بدهید چرا که دیر پاسخ دادن عامل دلسردی و از بین رفتن این مشتری احتمالی خواهد شد .

# فصل چهارم:

## تبدیل سرنخ ها و مشتریان

## احتمالی به فرصت های تجاری

مقدمه:

ما در فصل قبل بیشتر تئوری صحبت کردیم و گام های عملی برای پول

سازی لیست های مشتریان احتمالی و سرنخ را مطرح نکردیم اما نیاز بود که با

اصول رفتاری و معنایی اصطلاحات بیشتر آشنا شویم. حال به روش های عملیاتی و پول سازی می پردازیم در گام اول ابزارها و امکاناتی را فراهم کردیم که سرخ ها را کشف کنیم و مشتریان احتمالی را به سمت خودمان جذب کنیم حال در این جا به روش های اعتماد سازی و چرخه اعتماد و تبدیل کردن آن به فرصت می پردازیم.

### چرخه اعتماد

در چرخه اعتماد ما قصد داریم که با چیدن یک سیکل کاری که بتوانیم با آن نظر سرخ و یا مشتری احتمالی را برای خرید جلب کنیم. باید این را بپذیریم زمان عامل اعتماد هست و اعتماد رکن خرید و در نهایت قیمت مطرح می شود پس ما از عامل زمان و به همراه ارتباط دایمی استفاده می کنیم تا نظر سرخ ها و مشتریان احتمالی را برای خرید جلب کنیم در واقع وادارشون کنیم

که از ما خرید کنند و یا فرصت هایی جدید به ما بدهند تا بتوانیم به آنها بفروشیم .

تجربه نشان داده که در ۲۵ ارتباطی که ما با سرخ ها داشته باشیم حدود ۱۰ درصد آن ها تبدیل به فرصت می شوند.

هر ارتباط در واقع یک سیگنال هست یک پیشنهاد و یک یادآوری هر نوع ارتباط تماس تلفنی و یا ایمیل و یا ارسال هدیه تبریک گفتن و یا ملاقات حضوری و ارسال فیلم های کاری و هر چیزی که به نحوی در ذهن خریداران شما را زنده نگهدارد عامل این می شود که شما در ذهن او ریشه ایجاد کرده و کم کم به یک گزینه دائمی تبدیل شوید به کسی که می تواند کالا یا خدمات مورد نظر او را تامین کند باید ثبت شوید همچون کسی که

یک مطلب را از حافظه کوتاه مدت به حافظه بلند مدت خودش انتقال می دهد .

در این ارتباطات بهتر است بین هر ارتباط ۳ تا ۴ روز حداقل فاصله باشد و ارتباط ها تکراری نباشند بلکه بر اساس یک سری اصول رفتاری پیش بروند من در جلوتر یک نمونه از چرخه های اعتماد را در اختیارتون قرار می دهم این چرخه باید با توجه به صنف کاری اتان سفارشی بشود و بر روی تمامی سرنخ ها اجرا شود شما در طی این سیکل حتی اگر سرنخی از شما قیمت خواست و تبدیل به یک فرصت شد او را از سیکل خارج نمی کنید و یا حتی از شما خرید کرد .در هر حالت باید یک فرآیند پخت کامل باشد شما ماده اولیه که همان سرنخ ها و مشتریان احتمالی هستند را وارد می کنید و طبق دستورالعمل چرخه اعتماد مثل یک دستور آشپزی آن را می پزید و تا

آخرین مرحله کار را ادامه می دهید در طی زمان ایراد هایی در سیستم متوجه می شوید پس آن را اصلاح کنید و چرخه خود را کامل نمایید. داشتن این دستور پخت بسیار ارزشمند است پس به آن بسیار توجه کنید.

## نمونه یک چرخه اعتماد





- ۱۱ • ارسال آدرس کانال اینستاگرام
- ۱۲ • تماس تلفنی  
• نظر سنجی و صحبت در مورد محصولات جدید یا خدماتی که اخیراً به مشتری ها دادید.
- ۱۳ • ارسال اس ام اس  
• چند مورد قیمت محصولات با توجه به نظر مشتری یا اس ام اس مناسبتی
- ۱۴ • ارسال کاتالوگ جدید از محصولات یا ارسال یک فایل جدید از رزومه یا لیست قیمت از طریق ایمیل تا تلگرام
- ۱۵ • تماس تلفنی و صحبت با مشتری در مورد محصولات و خدمات
- ۱۶ • سکوت - بین سیکل خودتان یک فاصله خیری ایجاد کنید
- ۱۷ • ارسال آفر از طریق تلگرام یا واتس آپ یا اس ام اس  
• فروش فوق العاده
- ۱۸ • تماس تلفنی و پرسیدن آدرس فکس و یا ادرس محل کار مشتری جهت ارسال فکس و یا بسته پستی  
• در تماس های تلفنی سعی کنید اطلاعات خودتان را از مشتری افزایش دهید و نسبت به رقبا کسب اطلاع کنید .
- ۱۹ • ارسال فکس یا ایمیل یا تلگرام با مضمون پیشنهاد همکاری به نام همان مشتری در سربرگ خودتان
- ۲۰ • تماس تلفنی جهت بررسی نظر مشتری بابت پیشنهاد همکاری

## چند نکته در مورد چرخه :

داشتن شبکه های اجتماعی بسیار کمک می کند که با عضو شدن سرخ یا مشتری احتمالی در این شبکه ها بتوانید ارتباط دائمی خود را حفظ کنید .

سعی کنید مداوم محتوای ارتباطی را بهبود بدهید مثلا اگر فیلمی دارید و یا نمایه شما هست سعی کنید همیشه در جهت بهبود کیفی آن کوشا باشید تا بتوانید بهتر نظر مشتریان را جلب کنید.

اگر با کسی ارتباط گرفتید و به هر علت غیر فعال شد و یا در مسیر اجرای چرخه پاسخی ازش دریافت نکردید ( البته سرخنی که قبلا تایید صلاحیت شده است ) اما چرخه را با او ادامه بدهید و سعی کنید علت عدم فعالیت و یا غیر فعال شدن او را پیدا کنید اما سیکل را متوقف نکنید .

## شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی خیلی پر کاربرد را شناسایی کنید در حال حاضر شبکه های زیر کاربرد های تجاری خوبی دارند :

۱- LinkedIn

۲- Facebook

این شبکه های از معروف ترین شبکه های اجتماعی دنیا هستند لیکنداین شبکه اجتماعی افراد حرفه ای در دنیا هست بیشتر این افراد تاجر یا فعالین اقتصادی و حرفه ای دنیا هستند که خودشان را آنجا معرفی کردند در این شبکه اجتماعی اکثر اطلاعاتی که کاربران درج می کنند واقعی هست پس شما می توانید در این شبکه کسانی را شناسایی کنید که مرتبط با شغل شما باشند خود این شبکه هم سرویس هایی دارد که می تواند به صورت پولی به شما خدمات

معرفی سرنخ های معتبر را بدهد و این بسیار کمک می کند اما به صورت معمول شما با داشتن یک صفحه مربوط به شرکت اتون می توانید کسانی که در حوزه خودتان فعالیت می کنند را جذب و شناسایی کنید و در طی زمان آن ها را با خود مرتبط نمایید.

اما فیس بوک دارای سرویس پیج هست در پیج ها یا صفحات شرکتی فیس بوک شما می توانید کالا معرفی کنید قیمت درج کنید و یا خبر بگذارید و کاربرانی که این صفحه را لایک می کنند مداوم با شما ارتباط دارند همان طور که گفتیم ارتباط و زمان عامل اعتماد هست و شما برای اینکه مشتریان خارجی خود را پیدا کنید باید اعتماد آن ها را جلب کنید.

شبکه های اجتماعی تصویری مثل یوتیوب بسیار مناسب برای درج فیلم های مربوط به مجموعه اتون هستند پس از این سرویس حتما استفاده کنید .

شبکه اجتماعی همچون اینستاگرام و امثال آن را برای درج روزانه یا هفتگی تبلیغات تصویری خود استفاده کنید بسیار موثر است .

در استفاده از شبکه های اجتماعی درک درست ساختار آن و نحوه رفتار کاربران بسیار مهم هست مثلا شما در خیلی از این سرویس ها استفاده از هشتک یا # بسیار مهم هست در غیر این صورت دیگران نمی توانند محتوای شما را به خوبی پیدا کنند.

# فصل پنجم : پول

## مقدمه:

وقتی ما زیر ساخت ها را آماده کردیم و بر اساس سرنخ ها و مشتریان احتمالی چرخه اعتماد را بر روی آن ها با هدف جلب اعتماد و فرصت سازی انجام دادیم تعدادی از سرنخ ها به فرصت تبدیل می شوند یعنی درخواست قیمت می دهند در این مرحله اتفاقات معمولاً به شرح زیر پیش می رود:

۱- ارسال درخواست قیمت توسط مشتری احتمالی یا سرنخ برای

خرید یک محصول به صورت تلفنی یا ایمیل

در اینجا معمولاً به صورت خاص یک محصول یا کالای شما را در مورد آن از شما درخواست قیمت و یا شرایط فروش می کند در بعضی موارد مشتریان ال او آی (LOI) ارسال می کنند یا همان درخواست قیمت به صورت رسمی در خیلی از موارد هم فقط یک درخواست میدهد که نه مقدار و نه شرایط خرید در آن مشخص شده و این یعنی شما اطلاعات کافی برای پاسخ دادن به مشتری ندارید بهترین پیشنهاد این هست در این شرایط یک فرم پرسش نامه که در واقع نمونه ال او آی هست برای خریدار ارسال کنید تا او تکمیل کند و یا با تماس تلفنی ازش سوالات مورد نظرتون رو بپرسید اما در بعضی موارد فردی که دارد از شما قیمت می گیرد ممکن است یک واسطه باشد که خودش پاسخ سوالات را نداند و نیاز باشد که با نفر اصلی یا واسطه های دیگر مکاتبه کند اما شما سعی کنید با تجربه و

سابقه قبلی که در این حوزه داشتید در مواردی که خریدار نمی تواند به خوبی به سوالات شما پاسخ بدهد پیش فرض ها را در نظر بگیرید.

۲- ارایه اف سی او (FCO)

ما در زیر ساخت ها تهیه یک "اف سی او را" برای شما بیان کردیم در این مرحله شما باید برای خریدار یک اف سی او مناسب صادر کنید به نظر من اگر خریدار هزار بار هم از شما درخواست قیمت کند شما باید با همان کیفیت بار اول به او پاسخ بدهید این فرض که فقط قصد دارد از ما استعلام قیمت کند تا از دیگران خرید کند را دور بریزید هر کسی ممکن است با فروشنده قبلی خود با مشکل مواجه شود و آن روز فرصت برای شما فراهم هست تا به او بفروشید .

اف سی او را صادر و برایش به صورت عکس یا پی دی اف ارسال کنید .



## ۳- پروفرما (PI)

اگر اف سی او را تایید کرد باید برای او پیش فاکتور یا پروفرما بزنید و اگر تایید نکرد که دوباره باید با توجه درخواست خریدار اف سی او را تغییر بدهید و برای او مجدد ارسال کنید. در مواردی همراه با پیش فاکتور خریداران نیاز به قرارداد هم دارند پس قرارداد های خود را از قبل تهیه کنید که در این مرحله خریدار را منتظر تنظیم قرارداد نکنید.

## ۴- عملیات اجرایی

قاعداً تا مراحل بعدی مربوط به دریافت وجه و اجرای کار خواهد بود که مسایل عملیاتی و اجرایی کارها را فعلاً وارد آن نمی شویم.

## جمع بندی

در این کتاب سعی کردم که مباحث مرتبط با کار صادرات را به صورت عملیاتی بیان کنیم. کارها و اصول آن بسیار ساده هست اما متأسفانه از نظر خیلی ها صادرات بسیار سخت است.

امیدوارم که خواننده های محترم از مباحث آن به خوبی بتوانند استفاده کنند در صورتی که نیاز به سوال یا راهنمایی داشتید می توانید با شماره تماس و یا ایمیل من مکاتبه کنید.

[NEZAMPARVAR@GMAIL.COM](mailto:NEZAMPARVAR@GMAIL.COM)

+98-9153003807