

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۳۱۷

خدمات مشاوره ای مشاغل

(مشاوره ثبت و تأسیس شرکت، بازاریابی، قوانین و مقررات،
نحوه دریافت وام و تسهیلات و ...)

۱۳۹۰

خدمات مشاوره ای مشاغل (مشاوره ثبت و تأسیس شرکت، بازاریابی، قوانین و مقررات، نحوه دریافت وام و تسهیلات و...) / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۷۵ ص. مصور(رنگی) جدول

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۱۷

۱۵۰۰۰ ریال: ۲-۰۷۳-۲۴۲-۰۰-۶۰۰-۹۷۸

فیفا شغل یابی - کسب و کار خانگی

سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

HF ۵۳۸۱/خ۳۷ ۱۳۹۰

۲۴۱۵۳۶۳

۳۷۱/۴۲۵



عنوان کتاب: خدمات مشاوره ای مشاغل (مشاوره ثبت و تأسیس شرکت، بازاریابی،

قوانین و مقررات، نحوه دریافت وام و تسهیلات و ...)

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۲-۰۷۳-۲۴۲-۰۰-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

۱	پیشگفتار.....
۵	مقدمه.....
۷	توصیف خدمات.....
۱۵	فرایند ارائه خدمات.....
۲۰	امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....
۲۱	نیروی انسانی مورد نیاز.....
۲۳	سرمایه مورد نیاز.....
۲۵	تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....
۲۶	وضعیت بازار خدمات.....
۲۸	شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....
۵۱	مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....
۵۳	توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....
۵۷	سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....
۵۷	معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....
۵۸	معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضاء خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند.

امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

در حال حاضر شرایط اشتغال و سیاست‌هایی که در جهت آبادانی کشور اتخاذ شده‌اند حاکی از این مطلب است که استخدام نیروی کار در بخش دولتی کاهش یافته و این امر سبب گشته بیشتر مردم برای امرار معاش خود، به سمت خود اشتغالی و همچنین فعالیت‌های کارآفرینانه روی آورند.

از آنجا که برای راه‌اندازی فعالیت‌های خود اشتغالی و کارآفرینی، قوانینی وضع شده و مقدماتی لازم است، لذا برای اطلاع از این قوانین و انجام مراحل مربوط به ثبت و اداره یک کسب و کار و...، نیاز به مشاوره‌های تخصصی به شدت احساس می‌شود تا صاحبان این مشاغل از صدمات روانی و ریالی که امکان دارد در اثر عدم آشنایی با این قوانین و مقررات برای آنان ایجاد شود، مصون باشند. از این رو بستر مناسبی برای شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات مشاوره مشاغل فراهم آمده است تا به متقاضیان ثبت و تاسیس شرکت و همچنین انجام فعالیت‌های کارآفرینی و خود اشتغالی کمک کرده و آنان را از قوانین و مقررات وضع شده، نحوه دریافت وام و تسهیلات مختلف و همچنین نحوه بازاریابی و... مطلع و مشاوره نمایید.

در یک نگاه کلی افرادی که خدمتی مانند مشاوره مشاغل را ارائه می‌دهند، وظیفه دارند خود اطلاعات لازم را در این حوزه کسب کرده و در اختیار متقاضیان این خدمات قرار دهند تا افراد متقاضی بتوانند مشاغل خود را به بهترین وجه ممکن مدیریت کرده و در کسب و کار خود موفق باشند.



تعریف مشاوره مشاغل

مشاوره مشاغل عبارت است از اطلاع و راهنمایی متقاضیان راه‌اندازی و توسعه یک کسب و کار از امور ثبت شرکت، اخذ وام و تسهیلات، اخذ مجوز، انحلال شرکت، پرداخت بیمه و مالیات، بازاریابی، قوانین و مقررات استخدام، بیکاری و... به عبارتی در این شاخه راهنمایی و مشاوره، دو دسته اطلاعات ارائه می‌گردد. یک دسته اطلاعات مربوط به راه‌اندازی و ایجاد یک کسب و کار است و دسته دیگر مربوط به حفظ و صیانت از کسب و کار موجود و توسعه و ارتقاء آن می‌باشد.

توصیف خدمات

- برخی از خدماتی که شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات مشاوره مشاغل می‌توانید ارائه کنید عبارتند از:
- ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه قوانین و مقررات کار، استخدام، بیکاری و... بر حسب نیاز متقاضیان.
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه اخذ مجوزهای راه‌اندازی یک کسب و کار و انحلال آن (شرکت).
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه ثبت و تاسیس شرکت‌های داخلی و بین‌المللی.
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه اخذ تسهیلات و وام‌های سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زا.
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در امور صادرات و واردات کالاهای مجاز با ملاحظه مقررات موجود بازرگانی در حوزه فعالیت مشاغل.
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در سطوح مختلف مدیریتی.
 - ✦ ارائه خدمات در خصوص نحوه صدور اسناد تجاری، بروات، چک و نحوه واخواست و اجرای آنها.
 - ✦ ارائه خدمات مشاوره مشاغل از مرحله تأسیس تا بهره‌برداری بر حسب نیاز متقاضیان.

❖ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در سطوح مختلف و در حوزه‌های تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مدیران.

❖ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه بیمه‌های تجاری (اشخاص، اموال، مسئولیت) و بیمه تامین اجتماعی از قبیل از کارافتادگی، بازنشستگی، بیمه بیکاری.

❖ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در امور مالیاتی و انجام امور مالیاتی شرکت‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی.

❖ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در خصوص روابط کارگری و کارفرمایی و مشکلات مربوط به هیأت‌های حل اختلاف و تشخیص کارگر و کارفرما.

❖ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در حوزه ثبت شرکت‌های تجاری، تنظیم اساسنامه شرکت‌ها، تبدیل و انحلال شرکت‌ها، تصفیه و ورشکستگی

❖ ارائه مشاوره مشاغل در خصوص نحوه استفاده از مزایا، معافیت‌ها و تسهیلات قانونی برای متولیان شرکت‌ها

❖ ارائه مشاوره مشاغل در خصوص بازاریابی درست و به موقع و به روز.

متقاضیان با این مشاوره متوجه خواهند شد که وضعیت و فرصت‌های بازار برای کسب و کار مورد نظر چگونه است و رقبا چه کسانی هستند، برای بهبود کار خود از چه ترفندهایی می‌تواند استفاده کند و همچنین آگاهی از مشکلات این کسب و کار.

... و 🚩

نکاتی که شما می‌بایست به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات مشاوره مشاغل باید بدانید عبارتند از:

راهکارهایی که شما به عنوان مشاور مشاغل برای متقاضیان خود مطرح می‌کنید، حداقل می‌بایست قادر باشد مسأله‌ای را که آنها با آن روبرو هستند را حل کند. در مواردی هم می‌بایست مشاوره شما بتواند موجب ایجاد مزیت رقابتی برای آنها شود.

این نکته را مد نظر داشته باشید که ارائه دهندگان خدمات مشاوره مشاغل که توانایی بیشتری در منطبق کردن استراتژی‌های مشاوره‌ای خود با تغییرات پویا و جهانی این حوزه را دارند، سریعتر و بهتر از رقبای خود می‌توانند مزیت رقابتی خود را تقویت کرده و آن را حفظ نمایند. در جهان امروز برترین توانایی یک کسب و کار خدماتی مشاوره مشاغل، دسترسی به اطلاعات درست و موثق در کمترین زمان و از معتبرترین کانال‌هاست. اگر چه مزیت رقابتی کسب و کار خانگی شما در دسترسی به این اطلاعات نیست، بلکه جمع‌آوری درست، هماهنگی و تصمیم‌گیری سریع، به گونه‌ای که بتوانید از رقبای پیشی بگیرید، می‌تواند مزیت رقابتی شما باشد.

خدمات مشاوره مشاغل

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که از این طریق افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. از این رهگذر خدمات مشاوره مشاغل از جمله مشاغل پردرآمد است که شما می‌توانید حتی در منزل صاحب این کسب و کار شوید. اما این امر به توانمندی و تعهد و خلاقیت شما در این زمینه بستگی مستقیم دارد.

مهمترین اصل در کار مشاوره مشاغل، اطمینان، سرعت و دقت در امور می‌باشد.

از عواملی که می‌تواند شما را از بقیه رقبا متمایز کند عبارتند از:

✚ جلوگیری از هزینه تراشی‌های متداول.

✚ صداقت و تعهد در انجام فعالیت‌ها.

✚ با داشتن کیفیت در کارها، کمیت نیز در کار شما مهم می‌باشد. بنابراین

باید هزینه‌ها را به کمترین مقدار ممکن کاهش دهید.

✚ می‌توانید جهت رفاه حال متقاضیان خدمات شم، کلیه امور را در محل

نیز انجام دهید.

✚ رضایت مشتریان، کارنامه موفق کاری شرکت شما می‌باشد و بهترین

ضمانت اجرایی شماست.



پس خدمات مشاوره‌ای مشاغل در منزل، عبارت است از خدمتی در عرصه کسب و کار خانگی که به ارائه خدمات به متقاضیانی که قصد شروع و توسعه کسب و کاری را داشته و نیاز به یکسری اطلاعات در راستای راه‌اندازی و یا صیانت از کسب و کار خود را دارند، می‌پردازد.

متعهد بودن ارائه دهندگان این خدمت در هر چه بهتر بودن مشاورات و راهنمایی در عین حالیکه مطابق با خواست مشتری باشد و نیاز قلبی او را مرتفع کند، نقش اساسی در حیات این گونه کسب و کارهای خدماتی دارد.

با این همه خدمات مشاوره‌ای مشاغل همانند سایر کارهای خدماتی می‌تواند، دارای برخی خدمات منحصر به فرد و ریزه کاری‌های بسیاری باشد که اغلب از قدرتمند بودن مدیریت و تجارب زیاد مجموعه تأثیر می‌پذیرد.

خدمات مشاغل مشاوره‌ای یک خدمت چند جانبه است که ارائه دهندگان آن سعی می‌کنند با اعمال راه‌حل‌هایی خلاق در داخل ساختاری مشخص اقدام به تعامل با مشتریان خود نمایند و در نهایت سعی کنند به صورت انحصاری تأمین‌کننده نیاز مشتریان این خدمت باشند. از طرف دیگر انجام مشاوره‌های خوب و موفقیت‌آمیز می‌تواند باعث شود که استفاده‌کنندگان این خدمات، آن را به دیگران پیشنهاد کنند و این امر سبب پایایی ارائه این خدمات توسط یک کسب و کار خانگی می‌شود.

این نوع کسب و کار قادر است جوابگوی نیازها و کارکردهای مختلف متقاضیان آن در راستای راه‌اندازی یک کسب و کار موفق باشد؛ در عین حال و در صورت نیاز، ارائه‌دهندگان این خدمت می‌توانند فرصت‌هایی را فراهم آورند که در تعامل با مشتریان مختلف، خواست‌های منحصر به فرد آنان را در نظر گرفته و خدمتی مطابق خواست قلبی مشتریان خود، به آنها ارائه کنند و ارتباطی موثر و پایا با مشتریان خود ایجاد کنند.

اما همانطور که ارائه خدمات در کشورمان به خاطر ماندگاری حضور در عرصه رقابت، متنوع‌تر شده و روز به روز و بیش از پیش مشتری‌مدارتر می‌شوند، خدمات مشاوره‌ای مشاغل نیز پیوسته در حال تخصصی‌تر شدن در جهت ارائه خدماتی مناسب‌تر و مشتری‌پسندتر پیش می‌رود.



اهمیت و ضرورت این کسب و کار

در کشورهایی که بخش دولتی آنها گستره وسیع و حجیمی دارد، بازدهی قابل ملاحظه‌ای در ایجاد فرصتهای شغلی در آن سیستم دیده نمی‌شود ولیکن بخش خصوصی (غیردولتی) می‌تواند به دلیل دارا بودن انسجام سیستماتیک، کارا و اثربخش باشد.

تجربه سایر کشورها نشان می‌دهد که در کشورهایی مانند ایران، سرمایه‌گذاری در بخش مشاغل کوچک و متوسط نسبت به مشاغل کلان می‌تواند علاوه بر افزایش بازدهی، اشتغالزایی بالایی را نیز به همراه داشته باشد و این موضوع توجه نمودن به ایجاد مشاغل کوچک و غیر دولتی را دو چندان می‌نماید.

بررسی‌های صورت گرفته در مورد مسأله ورشکستگی شرکت‌ها نشان می‌دهد که علاوه بر مشکلات ساختاری و محیطی، مشکلات دیگری نظیر

عدم اطلاع موسسین شرکت‌ها از قوانین و مقررات، سیاست‌ها و برنامه‌های ملی، چگونگی بازاریابی محصولات و خدمات و... باعث شده است از یک طرف شرکت‌ها و مشاغلی که بر مبنای چارچوب خاص و تعریف نشده‌ای تأسیس گردیده و بدو مورد ارزیابی و بررسی دقیق قرار نگرفته‌اند، چندان پایدار نباشند و پس از گذشت مدت زمانی کوتاه، ورشکسته شده و از گردونه فعالیت‌های اقتصادی خارج شوند.

مطالعات انجام شده بیانگر آن است که در کشورهای توسعه یافته هنگامی که فرد یا مجموعه‌ای اقدام به راه‌اندازی حرفه یا شغلی می‌نماید، ضمن ارائه یک تعریف جامع و کامل از شغل مورد نظر، تمامی جوانب را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد، بدین طریق آینده شغل از هر نظر تضمین می‌شود و نرخ ورشکستگی آن شغل به شدت کاهش می‌یابد.

نتایج مطالعات و تجربیات دراز مدت نشان می‌دهد که بهترین راه برای جلوگیری از افت و ورشکستگی زودرس شرکت‌ها و مشاغل کوچک و متوسط، اخذ مشاوره‌های تخصصی مشاغل (اعم از ثبت شرکت، اخذ وام و تسهیلات و...) می‌باشد.

فرآیند ارائه خدمات

شما علاوه بر ارائه خدمات به صورت حضوری، می‌توانید با راه‌اندازی سایت اینترنتی و همچنین با بهره‌گیری از خدمات تلفنی شبکه هوشمند، به ارائه این خدمات بپردازید.

برای ارائه خدمات اینترنتی، ضروری است مراحل زیر را انجام دهید:

مرحله اول: راه‌اندازی وب‌سایت اینترنتی

برای معرفی خدماتتان و همچنین برقراری ارتباط با مشتریان و ارائه خدمات، یک وب‌سایت اینترنتی راه‌اندازی کنید برای این منظور اقدامات زیر را انجام دهید:

الف) آدرس یا دامنه مناسبی را برای سایت‌تان انتخاب کنید. این دامنه باید دارای سه ویژگی باشد:

- کوتاه و مختصر باشد تا به آسانی نوشته و گفته شود
- مرتبط با نوع کسب و کارتان باشد
- متمایز و جدید باشد

ب) با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه نمایید میزبان و خدمات دهنده مناسبی برای سایت خود تهیه کنید.

ج) سایت خود را طراحی کنید (این کار را می‌توانید خودتان شخصاً انجام دهید و یا اینکه از گروه‌های طراحی سایت استفاده کنید)

د) برای سایت خود بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند. توصیه‌های زیر کمک می‌کند که سایت شما پر بیننده شود:

- طراحی گرافیکی فضای سایت خود را با گروه‌های هدف و نوع خدمات، هماهنگ سازید.
- لیستی از خدمات قابل ارائه خود را به صورت تفصیلی تهیه و در سایت قرار دهید.
- لیست گروه متخصصین و کارشناسان خود را به همراه رزومه کامل آنها در سایت قرار دهید.
- مطالبی علمی و آموزشی از منابع مختلف در زمینه‌های و موضوعات مرتبط با خدماتتان تهیه نموده و در سایت قرار دهید.

مرحله دوم: شناسایی و مذاکره با متخصصین و کارشناسان مورد نیاز

با توجه به نوع خدماتی که ارائه می‌نمایید شما نیازمند شناسایی متخصصین و کارشناسان می‌باشید که می‌توانید از میان همکلاسیهای دوران دانشگاه، همکاران، دوستان و آشنایان شناسایی نموده و به صورت تلفنی و یا حضوری موافقت آنان را برای همکاری جلب نمایید.

نحوه همکاری شما با این تیم بصورت حق العمل کاری است. یعنی آنها در ازاء خدماتی که ارائه می‌کنند و مطابق تعرفه‌ای که با آنها توافق کرده‌اید دستمزد دریافت می‌کنند.

مرحله سوم: ارائه خدمات

- ۱) مذاکره با متقاضی خدمات
- ۲) ارزیابی اولیه متقاضی و شناسایی نیازهای او
- ۳) ارائه خدمات مشاوره‌ای (توسط شما و یا از طریق همکارانتان)
- ۴) ارزیابی اثربخشی خدمات

مشاوره تلفنی و فرآیند استفاده از شبکه هوشمند

مرکز مشاوره تلفنی مرکزی است با مشاوران صاحب مدرک و با تجربه در امر مشاوره تلفنی که با برقراری ارتباط مشاوره‌ای به ارائه خدمت می‌پردازد. مشاوره تلفنی به معنای ایجاد یک رابطه قراردادی و مداوم تلفنی با رعایت اصول مشاوره‌ای بین یک مشاور متخصص و مجرب و یک تماس‌گیرنده است.

شما برای ارائه خدمات مشاوره تلفنی نیازمند استفاده از تجهیزات شبکه هوشمند هستید. شبکه هوشمند تجهیزاتی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که مشترک می‌تواند با استفاده از ساده‌ترین و قدیمی‌ترین امکانات که عبارت از یک گوشی تلفن است، از سرویس‌های این شبکه بهره‌برداری کند. ایجاد ارتباط بهتر و سریعتر، از مهمترین ویژگی‌های سرویس‌های این شبکه است.

در مشاوره تلفنی (Premium Rate): استفاده از خدمات مشاوره‌ای متخصصین در زمینه‌های مختلف با پرداخت هزینه مشاوره از طریق این سرویس انجام می‌شود.

بر اساس مفاد قرارداد واگذاری این سرویس، برقراری سرویس مشاوره برای متقاضیان مستلزم پروانه کار از مراجع ذیصلاح و یا مجوز مجامع صنفی موضوع فعالیت است و اعلام قیمت مشاوره از طریق همان مراجع می‌باشد.

مدارک مورد نیاز برای دریافت سرویس مشاوره:

- ۱- مجوز کار متناسب با نوع مشاوره از مراجع ذیصلاح (اصل و کپی) (مدرک تحصیلی به تنهایی برای مشاوره کافی نیست).
- ۲- کارت شناسایی معتبر (اصل و کپی)
- ۳- ارایه یک خط تلفن ثابت برای برقراری سرویس
- ۴- ارایه شماره حساب فقط در بانک‌های ملی، صادرات، پست بانک که به نام مشاوره دهنده باشد.
- ۵- واریز مبلغی به حساب بانک ملی (با فرم‌های مخصوص مخابرات)
- ۶- برای تکمیل فرم قرارداد، مهر و امضای مشاور الزامی است.

توضیحات

- لازم به ذکر است که مدرک تحصیلی به تنهایی برای مشاوره کافی نیست.

- پس از برقراری سرویس، هزینه‌های مشاوره پس از وصول در هر سیکل صورت‌حساب‌گیری به سرویس‌گیرنده قابل پرداخت می‌باشد (۸۰٪)
- شماره‌های مشاوره ۱۰ رقمی است و با کد ۹۰۹۲۳۰ شروع می‌شود.
- با این شماره‌ها فقط مشترکین تلفن ثابت شهر تهران می‌توانند تماس بگیرند.
- دریافت هزینه مشاوره به دو صورت زیر می‌تواند باشد:
 - به ازای هر تماس (بطور مثال به ازای هر تماس تومان).
 - متناسب با مدت زمان تماس (بطور مثال هر دقیقه..... تومان).

توجه

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد سرویس‌های این شبکه می‌توانید با واحد ارتباط مردمی شرکت مخابرات استان خود و یا به سایت اینترنتی به نشانی www.tct.ir مراجعه فرمایید.

مزایای خدمات مشاوره‌ای الکترونیکی و تلفنی

- صرفه‌جویی در هزینه و زمان از منظر مراجع و مشاور
- بهره‌وری از منابع بانک اطلاعاتی جامع هوشمند
- بهره‌گیری از تجربیات متخصصین مجرب برای راهنمایی مراجع و دریافت مشاوره‌های لازم به روش الکترونیکی و تلفنی و بدون مراجعه حضوری



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۶ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکندر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۱۸,۰۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار ارائه خدمات مشاوره مشاغل نیاز به یک متخصص توانمند در زمینه مورد نظر دارد. در صورتی که فاقد توانمندی لازم در این زمینه هستید می‌توانید شبکه‌ای از همکاران را تشکیل دهید.

شبکه همکاران

شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. مزیت این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها کارمند تمام وقت موسسه خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت.

در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در صورتی که فاقد تجربه کاری هستید شما نیاز به همکاری با افراد یا

مشاغل ذیل را دارید:

✦ کارشناس آشنا به امور ثبت و انحلال شرکت

✦ کارشناس آشنا به امور قوانین استخدام، بیمه، مالیات، اخذ مجوز، اخذ

وام و تسهیلات

✦ و سایر افرادی که می‌توانند در چارچوب شرح خدمات شرکت شما

فعالیت نمایند.



سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۸۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۵۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۴۰۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۸۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۷,۰۰۰,۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تامین اجتماعی www.ISSI.ir مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از

حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات بصورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. مثلاً اگر خودتان سایتتان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	ICDL	مهارت‌های عمومی
	*		روابط عمومی بالا	مهارت‌های تخصصی
	*		فنون مذاکره	
*			آشنا به مسائل حقوقی، قوانین و مقررات کار و استخدام، ثبت شرکت، بیمه، مالیات، وام، اخذ مجوز و...	
*			مدیریت امور خدماتی	مهارت‌های ویژه
*			بازاریابی	
*			سرپرستی و مدیریت کار گروهی	
سخت کوش و بردبار، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری			ویژگی‌های فردی	
با توجه به اینکه این کسب و کار به صورت شبکه‌ای از همکاران مدیریت می‌شود؛ هر یک از افراد با تخصص‌های ذکر شده در بخش نیروی انسانی می‌توانند وارد این کسب و کار شوند و موفق باشند.			تحصیلات	

وضعیت بازار خدمات

از آنجایی که موفقیت در هر کسب و کاری با شناخت وضعیت بازار آغاز می‌شود و این روند با یک برنامه بازاریابی درست حاصل می‌شود، شما نیز به عنوان ارائه دهنده این خدمت نیز باید فعالیت خود را با کسب اطلاعات و شناخت صحیح از بازار آغاز کنید و برای شناخت وضعیت بازار باید بدانید که:

❖ چه کسانی به مشاوره شما نیاز دارند؟

❖ این افراد چه نیازهایی دارند؟

❖ چه تعداد هستند؟

❖ چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟

❖ چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟

❖ چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟

❖ نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای دستیابی به پاسخ این سوال‌ها فعالیت‌هایی را باید انجام دهید که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود. بدیهی است تحقیقات میدانی بازار کمک می‌کند تا خدمت‌رسانی خود را به نحوی تعریف و ارایه کنید که مطابق خواسته، سلیقه و نیاز مشتریان باشد تا منجر به ارائه خدمت روز افزون گردد، در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های امیدوار کننده زیر مشخص می‌سازد که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد.

فرصت‌های بازار

- ۱- امروزه با اشباع شدن فرصت‌های شغلی بخش دولتی، زمینه مناسبی برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه و خوداشتغالی فراهم گردیده است.
- ۲- با عنایت بر این که غالب موسسین راه‌اندازی کسب و کارها، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها می‌باشند لذا نوع نگاه آن به این نوع خدمت و بهره‌مندی از مشاوره‌های مشاغل، چه در مرحله راه‌اندازی و چه در مرحل توسعه شغل، در حال افزایش است.
- ۳- فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع خدمات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید.
- ۴- ابهام در خصوص شروع کسب و کار، قوانین و مقررات، نحوه دریافت وام و... زمینه مناسبی را برای ارائه خدمت توسط این کسب و کار فراهم نموده است.



شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

برای جلب مشتری و معرفی شایسته کار مشاوره‌ای خود، داشتن یک برنامه بازاریابی مطلوب از ضرورت و اهمیت بالایی برخوردار است. یک برنامه بازاریابی خوب و کامل همواره از چهار رکن اساسی تشکیل می‌شود که عبارتند از:

۱- چه خدمات مشاوره‌ای را ارائه کنید (Product)

۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید (Price)

۳- از چه فنونی برای افزایش در خواست استفاده کنید (Promotion)

۴- چگونه کار خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

به طور کلی فرایند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت وضعیت بازار (ارزیابی بازار)

درباره شناخت بازار در بخش بررسی وضعیت بازار خدمات توضیحات

کافی داده شد. جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش

بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازاریابی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند

که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی بدنبال مشاوره در حد راهنمایی هستند.
- برخی مشاوره تخصصی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز از نظر کیفیت هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از مشاورین دیگر دریافت کرده‌اند و برخی تا به حال از چنین خدماتی استفاده نکرده‌اند.

این گروهها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که نیازهای مشابه ولی خواسته‌های متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید.

بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید.

این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود چرا که توانایی شما محدود و رقابت شدید است و شما شاید نتوانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید.

به یاد داشته باشید مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از

مشتری‌های متفرقه نه بگویید وگرنه نمی‌توانید رضایت مشتریان خود را فراهم کنید. در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و احتمال دارد بازار خود را از دست بدهید.

۲- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست بیاورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنبال این هستید که رتبه دوم را داشته باشید و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهم کوچک و جزئی بازار می‌خواهید برسید. همچنین می‌خواهید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص می‌کند که شما چه استراتژی و برنامه‌ای را باید داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

۳- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف) استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به شکل کاملاً محسوس و فاحشی پایین‌تر است.

شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که بتوانید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون این که از کیفیت آن کم شود از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد.

برای این منظور باید از روش و تکنولوژی استفاده کنید که با رقبا تفاوت داشته باشد تا بتوانید هزینه‌ها را به نحوی کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی روی بخش‌هایی از بازار هدف موثر است که اصلاً ترجیح قیمتی دارند. یعنی افرادی که بدنبال قیمت مناسب‌تر هستند و قیمت برای آنها مهمترین عامل است موثر خواهد بود.

البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند مشاوره‌ای را از جای دیگری با قیمت پایین‌تری دریافت کنند دیگر از شما مشاوره نخواهند گرفت.

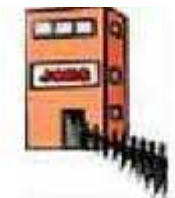
ب) استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به روش کاری خود ابعاد دیگری اضافه می‌کنید (مثل تغییر در نوع خدمات و روش مشاوره، بهره‌مندی از مشاورین کار آزموده و

استانداردسازی و... که نتایج حاصله و کسب رضایت‌مندی از سایر موسسات مشابه متمایز می‌گردد و منحصر به فرد خواهد بود. معمولاً در این استراتژی حق مشاوره کمی بیشتر از قیمت دریافتی رقبا خواهد.

ج) استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی برای بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید به عنوان مثال شما خدمات و مشاوره‌های خود را صرفاً بر روی متقاضیان راه‌اندازی کسب و کار در یک بخش اقتصادی مشخص (مثلاً بخش کشاورزی) معطوف می‌نمایید.



۴- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هریک از اجزا آمیخته بازاریابی تعیین می‌شود. اجزا آمیخته بازاریابی عبارتند:

- خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیشبرد درآمد (Promotion)
- توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

محصول یا خدمات (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. خدمات شما می‌تواند:

◀ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه قوانین و مقررات کار، استخدام، بیکاری و... بر حسب نیاز متقاضیان.

◀ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه اخذ مجوزهای راه‌اندازی یک کسب و کار و انحلال آن (شرکت).

◀ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه ثبت و تاسیس شرکت‌های داخلی و بین‌المللی.

◀ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه اخذ تسهیلات و وام‌های سرمایه‌گذاری و اشتغال‌زا.

- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در امور صادرات و واردات کالاهای مجاز با ملاحظه مقررات موجود بازرگانی در حوزه فعالیت مشاغل.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در سطوح مختلف مدیریتی.
- ارائه خدمات در خصوص نحوه صدور اسناد تجاری، بروات، چک و نحوه واخواست و اجرای آنها.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل از مرحله تأسیس تا بهره‌برداری بر حسب نیاز متقاضیان.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در سطوح مختلف و در حوزه‌های تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مدیران.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در زمینه بیمه‌های تجاری (اشخاص، اموال، مسئولیت) و بیمه تأمین اجتماعی از قبیل از کارافتادگی، بازنشستگی، بیمه بیکاری.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در امور مالیاتی و انجام امور مالیاتی شرکت‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی.
- ارائه خدمات مشاوره مشاغل در خصوص روابط کارگری و کارفرمایی و مشکلات مربوط به هیأت‌های حل اختلاف و تشخیص کارگر و کارفرما.

- ◀ ارائه خدمات مشاوره مشاغل در حوزه ثبت شرکت‌های تجاری، تنظیم اساسنامه شرکت‌ها، تبدیل و انحلال شرکت‌ها، تصفیه و ورشکستگی
- ◀ ارائه مشاوره مشاغل در خصوص نحوه استفاده از مزایا، معافیت‌ها و تسهیلات قانونی برای متولیان شرکت‌ها
- ◀ ارائه مشاوره مشاغل در خصوص بازاریابی درست و به موقع و به روز. متقاضیان با این مشاوره متوجه خواهند شد که وضعیت و فرصت‌های بازار برای کسب و کار مورد نظر چگونه است و رقبا چه کسانی هستند، برای بهبود کار خود از چه ترفندهایی می‌تواند استفاده کند و همچنین آگاهی از مشکلات این کسب و کار.
- ◀ و...

توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی خدمات می‌باشد. چنانچه خدمات شما از نظرنوع مشاوره و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را لحاظ کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و یا با مراجعه به اداره ثبت شرکت‌ها، با مراجعه‌کنندگان صحبت نموده و دقیقاً نیازها و خواسته‌های آنها را شناسایی کنید. به خاطر داشته باشید معمولاً ایده اولیه

شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نیست و لازم است که در یک فرایند تحقیق و جستجو به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تاثیر مستقیم روی فعالیت می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند.

به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود. بنابراین برای تضمین حق مشاوره خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- دستمزد تمام شده

۲- دستمزد دریافتی رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. هزینه خدمات رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به فعالان بازار و رقبا تعیین کنید.

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که شما انجام می‌دهید تا سطح فعالیت را بالا ببرد. برای این منظور تکنیک‌های زیر وجود دارد:

۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)
۲. بازاریابی مستقیم
۳. مشوق‌های ارائه خدمات (تخفیفات و جوایز)
۴. روابط عمومی بالا



۱. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت شما باید تبلیغ کنید. تبلیغات شامل پیام‌های بازرگانی است که شما از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. به عنوان

مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پر بیننده و خبری به اطلاع مشتریان برسانید و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات خدمات خود را معرفی کنید و یا اینکه از طریق تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون این معرفی را انجام دهید.

تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار گران است و برای کسب و کارهای کوچک مقدور نیست. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است. اما تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

- ۱- در حال حاضر در ایران بیش از ۳۲ میلیون کاربر اینترنتی وجود دارد.
- ۲- هزینه آن از سایر تبلیغات کمتر است و می‌تواند کاملاً ردیابی شود. یعنی وقتی شما هزینه تبلیغات را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شود و از سایت شما بازدید شود.

ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری یا پیام تبلیغاتی یک شرکت نیست. بلکه نام تجاری آن چیزی است که مصرف کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکتی عمیقاً احساس می‌کند. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم شهرت نام تجاری (brand) را ندارد.

تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است.

آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شوید، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان شما را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید، ارزیابی کرده و هنگام استفاده از آن لذت برده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید اطلاعات مناسبی را در ارتباط با مراحل ارائه خدمات مشاوره مشاغل و نحوی خدمات رسانی آنها آماده کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع خدمات را دارند ارسال کنید. بهتر است این اطلاعات به صورت ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما کسانی هستند که متقاضی مشاوره مشاغل هستند، در این شرایط ممکن است بسیاری از این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که حتی متقاضیان بالقوه مشاوره‌های شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و متقاضیان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و متقاضیان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. بیاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود.
۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.
۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

۴. روی متن خود تمرکز کنید. از توضیحات طولانی و خسته کننده پرهیز کنید. سعی کنید در چند خط یا حداکثر چند پاراگراف کوتاه مهمترین قسمت پیام خود را به مخاطبین انتقال دهید. در صورتی که وب سایت دارید، می‌توانید از خوانندگان دعوت کنید ادامه مطالب را در سایت تان پیگیری کنند و سپس آدرس سایت خود را در متن پیام قرار دهید.



۳. مشوق‌های فروش و تخفیفات

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتری‌های مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کند و آنها را ترغیب نماید که اقدام به دریافت این خدمات نماید ارائه جوایز و تخفیفات ویژه است.

در این روش شما جوایز مشخص و یا تخفیفات ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید و به قید قرعه به تعدادی از مشتریانی که در یک زمان مشخص مثل هفته کارآفرینی مراجعه کنند و یا بیشتر از خدمات شما استفاده کنند، اهدا خواهید کرد. مثلاً برای مشاوره عمده می‌توانیم جایزه‌ای در نظر بگیریم بدین صورت که هر کس در طول یک سال از این شرکت ده بار راهنمایی و مشاوره کلی

دریافت نماید، ثبت شرکت رایگان خواهد شد. برای اینکه این روش موثر واقع شود نکات زیر را باید در نظر بگیرید:

۱. در زمان مناسب این کار را انجام دهید. یعنی مشتری اگر احساس کند که شما به دلیل آنکه نتوانسته‌اید مشتری پیدا کنید و اوضاع‌تان خراب شده و مجبور شده‌اید که تخفیف بدهید: اولاً درباره خدمات شما نگرش منفی پیدا می‌کنند و با دیده تردید به پیشنهاد شما فکر می‌کنند و این مانع می‌شود که شما درآمد بیشتری کنید.

ثانیاً در دریافت خدمات خود بدنبال امتیاز بیشتری هستند.

۲. برای اینکه مشکل بالا پیش نیاید باید برای جوایز خود نکات زیر را در نظر بگیرید:

- مناسبتی داشته باشد.
- محدوده زمانی آن مشخص باشد.
- و پس از آن محدوده زمانی به هیچ وجه جایزه یا تخفیفی را ارائه نکنید.

۴. بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که بطور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم دارد و میزان درآمد به کندی افزایش می‌یابد ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع ارائه خدمات مشاوره

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی که حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت شماست تهیه می‌کنید و آنرا برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناس قابل اعتماد بپذیرند و چنانچه نیاز به خدمات مشاوره مشاغل داشته باشند ابتدا به شما مراجعه کنند.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان خود یا شرکت‌تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی را بنویسید و آنها را بصورت مقاله‌هایی برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید و آنها بدون هزینه برای شما منتشر کنند. این باعث می‌شود شما بین مخاطبان شناخته شوید و

به یاد داشته باشید افراد برای خرید فرآورده‌های شما سراغ کسانی می‌روند که می‌شناسند.

برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار کنید و از علاقمندان دعوت کنید بطور رایگان یا با هزینه کم حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها بطور مستقیم درباره فعالیت خود سخنرانی نکنید. نمایشگاه‌های مشاغل، جشنواره خوارزمی، هفته کارآفرینی و... فرصت مناسبی برای معرفی خدمات شما می‌باشد.

توزیع یا دسترسی (place)

تصمیم‌گیری درباره اینکه مخاطبان چگونه به فعالیت شما دسترسی پیدا می‌کند رکن چهارم برنامه بازاریابی است. در اختیار قرار دادن به موقع خدمات مشاوره‌ای از اهمیت بالایی برخوردار است و برای مشتری مطلوبیت ایجاد می‌کند. بنابراین باید سعی شود از کارشناسان و افراد مطلع استفاده شود و شرکت دارای نظم و مدیریت خاصی باشد.

شما می‌توانید بدون نیاز به دفتر کار امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن،

شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالاتشان را پیدا کرده، و اقدام به ثبت سفارش نمایند.

رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم خدمات شما را همانطور که خودتان معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورد کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این خدمات را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از مراجعه به شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را دریافت خدمات مورد نظرش بازدارد؛ این درحالیست که مشتریان راضی حدود سه نفر را به خرید تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید دنبال جلب رضایت مشتری باشید.



مشتری مداری و تولید مداری

معمولاً دو فضا وجود دارد، فضای تولید مداری، فضای مشتری مداری. هر وقت تقاضا زیاد و عرضه کم می‌باشد فضا، فضای تولید مداری است و طبیعی است که در این فضا، مشتری جایگاه خاصی ندارد و در اولویت قرار نمی‌گیرد. در این گونه کسب و کارها عموماً به طرح‌هایی مانند رضایت مشتری، سنجش آن و افزایش آن، بهای خاصی نمی‌دهند. اما در شرایطی که تقاضا بسیار کمتر از عرضه می‌باشد، فضای مشتری مداری حاکم است، بنابراین در این فضا، مشتری و رضایتش و افزایش رضایتش درجه اول اهمیت را به خود اختصاص می‌دهند. بی شک کسب و کارها در این حالت باید سنجش رضایت مشتری و بهبود آن را اولویت اول استراتژی خودشان قرار دهند همان طوری که در دنیای مدرن امروز، ما این را کاملاً ملاحظه می‌کنیم.

در خصوص سطح رضایت مشتریان، دو دیدگاه را در تجارت نوین و

مدیریت نوین بررسی می‌کنیم.

دیدگاه اول دیدگاه سنتی و دیدگاه دوم دیدگاه مدرن، در دیدگاه سنتی اولویت و استراتژی اول سازمان‌ها، تاکید بر جذب مشتریان جدید بوده، در حالی که در دیدگاه مدرن، حفظ و پایداری و ماندگاری و وفادار نمودن مشتریان کنونی است. بعد از این عمل به توسعه بازارهای خود و جذب مشتریان جدید فکر می‌شود.

◀ دیدگاه سنتی

تاکید بر جذب مشتریان جدید

◀ دیدگاه نوین

تاکید بر حفظ مشتریان کنونی و ایجاد رابطه‌ای پایدار و همیشگی

در دیدگاه نوین و شیوه‌های امروزی در بحث مشتری، احساس مشتری بسیار مهم می‌باشد. به عبارت دیگر تنها نیاز نیست، تنها درخواست نیست، تنها قدرت اقتصادی نیست، احساس مشتری مهمترین پارامتر است که امروز در دنیای مدرن و مدیریت مدرن به آن توجه می‌کنند و آن را بررسی می‌کنند و روی آن پژوهش‌های بسیاری می‌کنند. فراموش نکنیم، احساس مشتری امروزه مهمترین پارامتر در ارتباط میان یک کسب و کار و مشتریان است.

«آنچه مهم است احساس مشتری پس از خرید است»

احساس مشتری پس از نخستین خرید یکی از حالات زیر است:

- بسیار ناخشنود
- ناراضی
- بی تفاوت
- راضی
- بسیار خشنود و شیفته

و اما مشتریان راضی، خشنود و یا شیفته، می‌خواهیم این دو مورد را بررسی کنیم و تجزیه و تحلیل کنیم مشتریان راضی اصولاً به مشتریان کنجکاو معروف هستند.

یعنی علاقمند هستند کسب و کارهای دیگر یعنی رقبای ما را که خدماتی شبیه ما را ارائه می‌دهند، امتحان کنند، طبیعی است، به خاطر اینکه هنوز شیفته نشدند.

اما نکته مهم این است که بشر خصلتی دارد تحت عنوان تعالی‌یابی. کلیه روانشناسان بزرگ بر این خصلت بشر مهر تایید گذاشتند یعنی بشر همواره تعالی را جستجو می‌کند.

«مشتریان راضی به احتمال زیاد برای تکرار خرید مراجعه می‌نمایند.

مشتریان راضی به راحتی ممکن است توسط رقبا ربوده شوند اگر رقبا به یک

مشتری راضی، خدمات یا محصولی مشابه یا کمی برتر ارائه دهند، احتمال گرایش مشتری به خرید از رقبا بسیار زیاد خواهد بود.»

بنابراین مشتریان راضی دوست داشتند رقبا را امتحان کنند و از طرفی این مشتریان کنجکاو بودند، بشر حس تعالی را همواره با خود دارد یعنی دنبال این است که به اوج برسد بنابراین آنقدر این کنجکاو را ادامه می‌دهد تا به شیفتگی برسد.

ما به مشتریان شیفته یا خشنود اصطلاحاً مشتریان کور می‌گوییم. یعنی تبلیغات رقبا بر این مشتریان اثر ندارد و اینها جزو مشتریان پایدار و ماندگار ما خواهند بود، این گونه مشتریان ارزش بسیار زیادی دارند و منافع عظیمی را برای سازمان به همراه خواهند آورد.

پس یکی از استراتژی‌های مهم مدیریت مدرن امروز، ماندگارسازی، و وفادارسازی، یا به عبارتی شیفته کردن مشتریان کنونی می‌باشد.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱- کم رنگ بودن و مرسوم نشدن فرهنگ استفاده از خدمات مشاوره

مشاغل از طریق وب سایت و تلفن

۲- ناشناخته بودن خدمات مشاوره مشاغل

با توجه به این که مشاوره مشاغل همچنان جزو خدمات جدید و نوظهور

شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی می‌شود که

در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل توجهی از سوی

مشتریان روبرو نشوید.

برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

◀ سعی کنید مقالاتی را در درباره مزایای مشاوره مشاغل نوشته و در

نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.

◀ می‌توانید این خدمات را در ابتدا برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان

انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.

◀ می‌توانید در نمایشگاه‌ها و بازارچه‌هایی که ویژه کارآفرینان نوپا بوده و

توسط موسسات مختلف مانند شهرداری برگزار می‌شود، شرکت نموده و

خدمات خود را معرفی کنید.

◀ سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وب سایت خود تعداد

بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدمات‌تان را بالا ببرید.

۳- رقابت با سایر شرکت‌های مشاوره‌ای

یکی دیگر از مخاطرات این کسب و کار آن است که شرکت‌های مشاوره‌ای مشابه تاثیر زیادی در موفقیت و یا عدم موفقیت کار شما دارند و تعدادی از آنها بطور غیر حرفه‌ای خدمات مشاوره مشاغل را ارائه داده و بنابراین کسب و کار شما را بدنام می‌کنند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها ارتباط برقرار نموده و برخی از خدمات خود را که می‌توانند ارائه خدمت نمایند به آنها واگذار نمایید این موضوع در دراز مدت برای هر دو طرف سود آور خواهد بود.

۴- تجارب نا موفق افراد توسط مشاورین کم تجربه

از مخاطرات پر اهمیت این کسب کار که جبران آن بسیار سخت و یا غیر ممکن می‌باشد دادن مشاوره غیر اصولی و ناشیانه از سوی مشاور تازه کار و مبتدی می‌باشد که اعتماد و اعتبار شرکت را به باد می‌دهد که در صورت بروز چنین اشتباهی مورد سوء استفاده رقبا شده و منجر به بدنامی شرکت شما می‌شود. بدیهی است این مهم باید همواره مد نظر داشت تا از مشاورین کار آزموده که دارای روابط عمومی بهتری بوده و آموزش‌های لازم را دیده باشند استفاده نمود و هر چند وقت یکبار، عملکرد آنها مورد ارزیابی و نظرسنجی قرار داد.

توصیه‌های برای بهبود و توسعه شغلی

۱- استفاده از کارشناسان مجرب و کارآزموده

۲- ارائه خدمات متنوع و جامع

۳- همکاری با رقبا و فعالین این بخش و بهره‌مندی از توان بالقوه و بالفعل

آنها در امور مشاوره‌ای خود

۴- ارائه خدمات تلفنی و اینترنتی

سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد

بازدیدکنندگان را روز به روز افزایش دهید:

◀ تا می‌توانید مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.

◀ اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت درج کنید.

◀ بر روی مطالب مربوط به مشاوره و تاثیرات آن بر موفقیت شغلی افراد

تمرکز کنید.

◀ فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و

بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.

◀ با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.

◀ می‌توانید اطلاعات مشاوره‌ای در زمینه‌های مختلف همچون قوانین و

مقررات، انواع شرکت‌ها و... در سایت خود قرار دهید.

◀ می‌توان گزینه‌های مختلفی همچون مشاوره روی خطی (آن‌لاین) را ارائه نمایید.

◀ سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه مشاوره مشاغل، و پیشینه این حرفه، صحبت کنید.

◀ درباره روش‌های مشاوره بخصوص مشاوره مشاغل مطالعه کنید.

◀ از مشاورین موفق و معتبر الگوبرداری کنید.

شما می‌توانید همواره بروشوری از خدماتی را که ارائه می‌نمایید همراه داشته باشید و در صورت برخورد با مشتریان بالقوه و یا بالفعل، ارائه نمایید. شما این امکان را دارید که در سمینارهای عمومی و تخصصی مشاغل عمومی شرکت کنید. شما می‌توانید با افراد متخصص در این امر که وجه ملی دارند نیز صحبت کنید و ارتباط موثری را با آنها ایجاد کنید و از این طریق بر ذهن مشتریان خود تأثیر بیشتری بگذارید. شما می‌توانید با ادارات مختلف مانند اداره صنایع و معادن، جهاد کشاورزی و غیره در استان خود صحبت کنید تا از فعالیت شما یک برنامه آموزشی تهیه شود. این برنامه برای شما که می‌خواهید بهترین باشید بسیار مهم خواهد بود. در واقع شما که به حرفه خود اعتقاد دارید باید تمام سعی خود را بکارگیرید تا در عرصه این خدمت ماندگار بمانید. اگر شما در رودخانه‌ای که رقبای شما هم در آن در

حال حرکت هستند، مقصد معینی داشته باشید و طرح و نقشه‌ای را در دست داشته باشید و در مسیر کسب و کار خود تصمیم‌های خلاقانه و درستی بگیرید و اطلاعات خود را همواره به روز برسانید، قطعاً موفق خواهید بود.

سایر خدماتی که می‌شود از طریق این کسب و کار ارائه داد:

✦ ثبت انواع شرکت در ایران و همچنین تمامی کشورهای جهان

✦ تنظیم و ثبت انواع صورتجلسات

✦ ایزو (ISO)

✦ ثبت علائم تجاری بین‌المللی

✦ سرمایه‌گذار ایرانی و خارجی

✦ اخذ و تمدید کارت بازرگانی

✦ ثبت نمایندگی قانونی

✦ ثبت اختراع بین‌المللی

✦ گشایش اسناد اعتباری و تنظیم پرونده‌ها

✦ مشاوره رتبه‌بندی در تمام پایه‌ها

✦ مشاوره موافقت اصولی و طرح توجیهی

✦ مشاوره حسابداری و حسابرسی

✦ تعیین حوزه مالیاتی

✦ مالکیت صنعتی، ثبت اختراع

✦ ثبت ایده فکری و هنری



سازمان‌ها و مراکزى كه با این شغل مرتبط هستند

- ✦ اداره ثبت اسناد و املاک
- ✦ اداره کار و تأمین اجتماعی
- ✦ اداره مالیات و دارایی
- ✦ شرکتهای مجاز سرویس‌دهی اینترنتی
- ✦ اداره بازرگانی
- ✦ اداره تعاون
- ✦ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری
- ✦ شهرداری‌ها

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✦ مشاوران حقوقی
- ✦ مشاوران بازاریابی
- ✦ مشاوران ثبت اسناد و املاک
- ✦ مشاوران اقتصادی و سرمایه‌گذاری

منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- راهنمایی و مشاوره کسب و کاری و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب کسب و کار، پدیدآورنده: شفیع‌آبادی، عبدالله، ناشر: رشد
- راهنمای گام به گام ثبت شرکت سهامی خاص، پدیدآورنده: حسن سیدآبادی، ناشر: انتشارات مشهد
- مجموعه مشاور ثبتی خود باشید، ثبت شرکت‌ها، پدیدآورنده: فریبرز احمدی، ناشر: نوپردازان
- حقوق ثبت تخصصی: حقوق ثبت املاک، ثبت اسناد، اجرای مفاد اسناد رسمی، ثبت شرکت‌ها همراه با آیین‌نامه جدید ... ، پدیدآورنده: حمیدرضا آدابی، ناشر: جنگل، جاودانه
- نحوه عملی ثبت شرکت‌ها: ثبت شرکت سهامی خاص - شرکت با مسئولیت محدود - شرکت تضامنی و موسسات غیرتجاری و شرکت تعاونی، پدیدآورنده: جواد صادقی (تدوین)، ناشر: آیدین
- راهنمای امور ثبتی: راهنمای ثبت شرکت و موسسات تجاری و غیرتجاری، پدیدآورنده: حجت‌الله فاطمی ناشر: انصارالامام المنتظر(عج)
- قانون ثبتی با آخرین اصلاحات و الحاقات، مشتمل بر: ثبت اسناد و املاک، ثبت شرکت‌ها، ثبت علائم و اختراعات، دفاتر اسناد رسمی، ثبت احوال، پدیدآورنده: سیدمهدی کمالان (تدوین)، ناشر: بهنامی

- قوانین و مقررات ثبتی شامل: ثبت اسناد و املاک، ثبت شرکت‌ها - ثبت احوال - ثبت علائم و اختراعات دفاتر اسناد رسمی، پدیدآورنده: فرج‌الله قربانی (تدوین)، فرشته قربانی (تدوین)، ناشر: فردوسی
- راهنمای جامع آیین نگارش ثبتی (اسناد و املاک، ثبت احوال، شرکت‌ها، اداری، لوایح دفاعی (فن دفاع)، قراردادهای خصوصی، پدیدآورنده: جعفر اخترنی، ناشر: میثاق عدالت، کتاب آوا، دادستان
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمدابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر
- چگونه یک سایت اینترنت بسازیم؟ رضا ریاضی، نشر ناقوس
- ایجاد سایت در اینترنت، تیم ورسلی، مترجم: فرزانه کریمی و محمد رحیم، نشر قدبانی
- تجارت اینترنتی، فاطمه حافظیان، نشر اندیشه برتر
- قانون تجارت همراه با تجارت الکترونیکی، محمد ابراهیم قزوینی، محمود ابراهیم قزوینی، نشر رسانه تخصصی

پیوست

حال با شناخت کلی و جامع که از کسب و کار خانگی مشاوره مشاغل و شرکت‌های مشاوره مشاغل دست یافتیم نگاهی اجمالی و عملی به نحوه ثبت شرکت، بازاریابی و... می‌اندازیم. این آگاهی برای متولیان کسب و کار خانگی خدمات مشاوره مشاغل یک ضرورت است.

ابتدا به معرفی مختصری از شرکت‌های تجاری هشت گانه (سهامی عام، سهامی خاص، با مسئولیت محدود، تضامنی، مختلط غیرسهامی، مختلط سهامی، نسبی و تعاونی) پرداخته، سپس مدارک مورد نیاز جهت ثبت هر شرکت را نام برده و بعد از آن رویه عملی مراحل ثبت را به طور کلی توضیح خواهیم داد.

۱- تعریف شرکت سهامی عام

شرکت سهامی عام، شرکتی است بازرگانی (ولو اینکه موضوع عملیات آن، امور بازرگانی نباشد) که سرمایه آن به سهام، تقسیم شده و بخشی از این سرمایه از طریق فروش سهام به مردم تأمین می‌شود. در شرکت سهامی عام، تعداد سهام‌داران نباید از سه نفر کمتر باشد و مسئولیت سهام‌داران، محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست. در این شرکت، عبارت «شرکت سهامی عام»

باید قبل از نام شرکت یا بعد از آن، بدون فاصله با نام شرکت در کلیه اوراق و اطلاعیه‌ها و آگهی‌های شرکت به طور روشن و خوانا قید شود.

مدارک شرکت سهامی عام برای ثبت

الف) مدارک لازم جهت کسب اجازه پذیره‌نویسی شرکت سهامی عام در حال تأسیس، از مرجع ثبت شرکت‌ها:

- ◀ دو نسخه طرح اظهارنامه شرکت سهامی عام
- ◀ دو نسخه طرح اساسنامه شرکت سهامی عام
- ◀ دو نسخه طرح اعلامیه پذیره‌نویسی
- ◀ گواهی بانکی مبنی بر واریز حداقل ۳۵٪ سرمایه، تعهد توسط مؤسسين
- ◀ فتوکپی شناسنامه مؤسسين

ب) مدارک لازم جهت تأسیس

- ◀ دو نسخه اظهارنامه
- ◀ دو نسخه اساسنامه
- ◀ دو نسخه صورت جلسه مجمع عمومی مؤسسين
- ◀ دو نسخه صورت جلسه هیأت مدیره (تعداد مدیران، حداقل پنج نفر می‌باشد)
- ◀ آگهی دعوت مجمع مؤسسين در روزنامه تعیین شده

◀ فتوکپی شناسنامه مدیران (در مورد اشخاص حقوقی، ارائه برگ نمایندگی، الزامی است).

◀ گواهی بانک مبنی بر واريز ۳۵٪ سرمایه شرکت

◀ ارائه مجوز یا موافقت اصولی یا مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز

۲- تعریف شرکت سهامی خاص

شرکتی است بازرگانی (ولو اینکه موضوع عملیات آن، امور بازرگانی نباشد) که تمام سرمایه آن منحصراً توسط مؤسسين، تأمین گردیده و سرمایه‌ی آن به سهام، تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام، محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست. تعداد سهام‌داران نباید از سه نفر کمتر باشد و عنوان «شرکت سهامی خاص» باید قبل از نام شرکت یا بعد از آن بدون فاصله با نام شرکت، به طور روشن و خوانا قید شود.

مدارک شرکت سهامی خاص برای ثبت

◀ دو برگ اظهارنامه تکمیل شده شرکت سهامی خاص و امضا ذیل

اظهارنامه توسط کلیه سهام‌داران

◀ دو جلد اساسنامه شرکت سهامی خاص و امضا ذیل تمام صفحات آن

توسط کلیه سهام‌داران

◀ دو نسخه صورت جلسه مجمع عمومی مؤسسین که به امضای سهام‌داران و بازرسین رسیده باشد.

◀ دو نسخه صورت جلسه هیأت مدیره که به امضای مدیران منتخب مجمع، رسیده باشد.

◀ فتوکپی شناسنامه کلیه سهام‌داران و بازرسین (برابر اصل در دادگستری)

◀ ارائه گواهی پرداخت حداقل ۳۵٪ سرمایه شرکت از بانکی که حساب

شرکت در حال تأسیس در آنجا باز شده است. تذکر: در صورتی که

مقداری از سرمایه شرکت، آورده غیر نقدی باشد (اموال منقول و

غیر منقول) ارائه تقویم‌نامه کارشناس رسمی دادگستری، الزامی است و

در صورتی که اموال غیر منقول، جزء سرمایه شرکت قرار داده شود؛ ارائه

اصل سند مالکیت، ضروری است.

◀ ارائه مجوز در صورت نیاز، بنا به اعلام کارشناس اداره ثبت شرکت‌ها.

تعریف شرکت با مسئولیت محدود

شرکت با مسئولیت محدود، شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای

امور تجاری تشکیل شده و هر یک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام یا

قطعات سهام تقسیم شده باشد؛ فقط به میزان سرمایه خود مسئول قروض و

تعهدات شرکت است. در نام شرکت باید عبارت «با مسئولیت محدود» قید

شود.

مدارک شرکت با مسئولیت محدود برای ثبت:

- دو برگ تقاضانامه ثبت شرکت‌ها با مسئولیت محدود
- دو برگ شرکت نامه
- دو نسخه از اساسنامه
- دو نسخه صورت‌جلسه مجمع عمومی مؤسسين و هیأت مدیره
- فتوکپی شناسنامه شرکا و مدیران و ارائه مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز.

۳- تعریف شرکت تضامنی

شرکت تضامنی، شرکتی است که تحت نام مخصوص برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل می‌شود. اگر دارایی شرکت برای تأدیه تمام قروض کافی نباشد؛ هر یک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است. هر قراری که بین شرکا برخلاف این، ترتیب داده شده باشد در مقابل اشخاص ثالث، کان‌لم‌یکن خواهد بود. در نام شرکت تضامنی باید عبارت «شرکت تضامنی» و لاقلاً اسم یک نفر از شرکا ذکر شود.

مدارک شرکت تضامنی برای ثبت:

- دو برگ تقاضانامه
- دو برگ شرکت نامه

- ◀ دو نسخه اساسنامه
- ◀ فتوکپی شناسنامه شرکا
- ◀ مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز

۴- تعریف شرکت مختلط غیرسهامی

شرکت مختلط غیرسهامی، شرکتی است که برای امور تجاری تحت نام مخصوصی بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک مسئولیت محدود، بدون انتشار سهام، تشکیل می‌شود. شریک ضامن، مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. شریک با مسئولیت محدود، کسی است که مسئولیت او فقط به میزان سرمایه‌ای است که در شرکت گذارده و یا بایستی بگذارد. در اسم شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و لاقلاً اسم یکی از شرکای ضامن، قید شود.

مدارک شرکت مختلط غیرسهامی برای ثبت:

- ◀ یک نسخه مصدق از شرکت نامه
- ◀ یک نسخه مصدق از اساسنامه (اگر باشد)
- ◀ اسامی شرکت یا شرکای ضامن که سمت مدیریت دارند.

۵- تعریف شرکت مختلط سهامی

شرکت مختلط سهامی، شرکتی است که تحت نام مخصوص بین یک عده شرکای سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل می‌شود. شرکای سهامی کسانی هستند که سرمایه آنها به صورت سهام یا قطعات سهام متساوی‌القیمه درآمده و مسئولیت آنها تا میزان همان سرمایه‌ای است که در شرکت دارند. شریک ضامن کسی است که سرمایه او به صورت سهام درنیامده و مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. در صورت تعدد شریک ضامن، مسئولیت آنها در مقابل طلبکاران و روابط آنها با یکدیگر، تابع مقررات شرکت تضامنی خواهد بود. در نام شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و لاقلاً اسم یکی از شرکای ضامن قید شود.

مدارک شرکت مختلط سهامی برای ثبت:

- ◀ یک نسخه مصدق از شرکت‌نامه
- ◀ یک نسخه مصدق از اساسنامه
- ◀ اسامی مدیر یا مدیران شرکت
- ◀ نوشته‌ای با امضای مدیر شرکت، حاکی از تعهد پرداخت تمام سرمایه و پرداخت واقعی لاقلاً ثلث از آن سرمایه

◀ نوشته‌ای با امضای مدیر شرکت، حاکی از پرداخت تمام سرمایه نقدی شرکای ضامن و تسلیم تمام سرمایه غیرنقدی با تعیین قیمت حصه‌های غیرنقدی

تعریف شرکت نسبی

شرکت نسبی شرکتی است که برای امور تجاری، تحت نام مخصوص بین دو یا چند نفر تشکیل می‌شود و مسئولیت هر یک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای است که در شرکت گذاشته است. در اسم شرکت نسبی عبارت «شرکت نسبی» و لاقول اسم یکی از شرکا باید ذکر شود؛ در صورتی که اسم شرکت مشتمل بر اسامی تمام شرکا نباشد؛ بعد از اسم شریک یا شرکایی که ذکر شده عبارتی از قبیل «و شرکا» و «و برادران» ضروری است.

مدارک شرکت نسبی برای ثبت:

- ◀ یک نسخه مصدق از شرکت نامه
- ◀ یک نسخه مصدق از اساسنامه (اگر باشد)

تعریف شرکت تعاونی

به موجب ماده ۱۷ قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران، «شرکت تعاونی، شرکتی است که تمام یا حداقل ۵۱٪ سرمایه آن به وسیله اعضا در

اختیار شرکت تعاونی قرارگیرد و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت و تحت پوشش دولت، بانک‌ها، شهرداری‌ها، شوراهای اسلامی کشوری، بنیاد مستضعفان و سایر نهادهای عمومی می‌توانند جهت اجرای بند ۲ اصل ۴۳ از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر از قبیل مشارکت، مضاربه، مزارعه، مساقات، اجاره، اجاره به شرط تملیک، بیع شرط، فروش اقساطی و صلح، اقدام به کمک در تأمین یا افزایش سرمایه شرکت‌های تعاونی نمایند؛ بدون آن که عضو باشند.

تبصره: در مواردی که دستگاه‌های دولتی در تأسیس تعاونی، شریک می‌شوند؛ ظرف مدتی که با موافقت طرفین در ضمن عقد شرکت، تعیین خواهد شد؛ سهم سرمایه‌گذاری دولت به تدریج بازپرداخت و صددرصد سرمایه به تعاونی تعلق خواهد گرفت. مطابق ماده ۲۶ همان قانون: «تعاونی‌های تولیدی، شامل تعاونی‌هایی است که در امور مربوط به کشاورزی، دام داری، دام پروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و نظایر اینها فعالیت می‌نمایند» و به موجب ماده ۲۷: «تعاونی‌های توزیع، عبارتند از تعاونی‌هایی که نیاز مشاغل تولیدی و یا مصرف کنندگان عضو خود را در چهارچوب مصالح عمومی و به منظور کاهش هزینه‌ها و قیمت‌ها تأمین می‌نمایند». تبصره ماده ۲۸: «تعاونی‌های

موضوع این قانون با رعایت قوانین و مقررات می‌توانند به امر صادرات و واردات در موضوع خود بپردازند»

مدارک شرکت‌های تعاونی برای ثبت:

- ◀ صورت جلسه تشکیل مجمع مؤسس و اولین مجمع عمومی عادی و اسامی اعضا و هیأت مدیره منتخب و بازرسان و مدیرعامل شرکت
- ◀ اساسنامه مصوب مجمع عمومی
- ◀ طرح پیشنهادی و ارائه مجوز وزارت تعاون
- ◀ رسید پرداخت مقدار لازم التآدیه سرمایه
- ◀ مدارک دعوت تشکیل اولین جلسه مجمع عمومی عادی
- ◀ مجوز ثبت شرکت یا اتحادیه

- اولین هیأت مدیره منتخب شرکت تعاونی، مکلف است پس از اعلام قبولی با انجام تشریفات مقرر نسبت به ثبت تعاونی اقدام نماید.

- لازم به تذکر است که به موجب مقررات وزارت تعاون، سرمایه تأمین یا تعهد شده از طرف اعضا در مرحله تأسیس شرکت، نباید کمتر از ۵۱ درصد کل سرمایه شرکت باشد و هر تعاونی وقتی ثبت و تشکیل می‌گردد که حداقل یک سوم سرمایه آن تآدیه و در صورتی که به صورت نقدی و

جنسی باشد؛ تقدیم و تسلیم شده باشد. اعضای تعاونی نیز مکلفند مبلغ پرداخت نشده سهم خود را ظرف مدت مقرر در اساسنامه تأدیه نمایند. (ماده ۲۱) رویه عملی مراحل ثبت فوق‌الذکر، موجود است. می‌توان این فرم‌های نمونه را از اداره مذکور تهیه و تکمیل کرده و ذیل تمام اوراق باید توسط همه شرکا (مؤسسین) امضا شود. سپس هزینه‌ای بابت تعیین نام شرکت به بانک واریز کرده و چند نام، که واژه بیگانه نبوده، فاقد سابقه ثبت بوده و دارای معنا و مطابق با فرهنگ اسلامی باشد؛ انتخاب کرده و به «واحد تعیین نام» اداره مذکور، معرفی و موافقت آن واحد را درباره نام تعیین شده اخذ کرده، سپس همه مدارک به «قسمت پذیرش مدارک» اداره مزبور، تحویل و رسید دریافت می‌شود و موعدی برای گرفتن نتیجه تعیین می‌شود. لازم به تذکر است که امر تعیین نام، فقط در تهران انجام می‌شود و شرکت‌هایی که در سایر شهرها ثبت می‌شوند؛ نیز جهت تعیین نام به تهران معرفی می‌شوند. در صورت کامل بودن مدارک تقدیمی، کارشناس اداره ثبت شرکت‌ها اقدام به تهیه پیش‌نویس آگهی ثبت نموده و به متقاضیان ثبت یا یکی از شرکا یا وکیل رسمی شرکت تحویل می‌شود. جهت تعیین حق‌الدرج آگهی باید به «نمایندگی روابط عمومی» مراجعه کرد. لازم به ذکر است در صورتی که کارشناس اداره، موضوع شرکت را نیازمند کسب مجوز از مرجع خاصی بداند از مرجع مزبور،

استعلام می‌نماید. سپس متقاضی باید مبلغی که بابت حق‌الثبت و حق‌الدرج آگهی، معین می‌شود؛ به بانک و حساب تعیین‌شده، واریز کند و پس از آن فیش پرداخت حق‌الثبت و حق آگهی را به «واحد حسابداری» اداره، تحویل و واحد مذکور، این امر را در ذیل برگه تقاضانامه، درج می‌کند و بعد مدارک به «واحد ثبت تأسیس و تغییرات» اداره ثبت شرکت‌ها تحویل و شرکت، ثبت می‌شود و امضایی دال بر «برابر بودن ثبت با سند» از شرکا یا وکیل رسمی شرکت، اخذ می‌گردد. سپس دو نسخه آگهی به امضای رئیس اداره رسیده و یک نسخه از تمامی مدارک در پرونده شرکت، ضبط و نسخه دوم جهت نگهداری در شرکت به متقاضی داده می‌شود و این سند «سند ثبت شرکت» است. در نهایت، متقاضی، باید یک نسخه از آگهی را به «واحد روابط عمومی» مستقر در اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی و نسخه دیگر را به دفتر یک روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران واقع در تهران، تسلیم کند. با توجه به ماده ۶ نظامنامه قانون تجارت وزارت عدلیه و ماده ۱۹۷ قانون تجارت در ظرف مدت یک ماه از تاریخ ثبت شرکت، باید خلاصه شرکت‌نامه و منضمات آن، توسط اداره ثبت در روزنامه‌ی رسمی جمهوری اسلامی ایران و یکی از جراید کثیرالانتشار مرکز اصلی شرکت به خرج خود شرکت، منتشر شود.

تذکر ۱: اظهارنامه ثبت شرکت از اوراق بهادار بوده که باید از اداره ثبت شرکت‌ها تهیه شود. برای دریافت اظهارنامه مزبور باید تقاضانامه‌ای دایر بر قصد تأسیس شرکت، تنظیم شود.

تذکر ۲: مرجع ثبت شرکت‌ها در تهران «اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی» که از دوایر اداره ثبت اسناد و املاک است؛ می‌باشد و در خارج از تهران «اداره ثبت اسناد و املاک» مرکز اصلی شرکت و نقاطی که اداره یا دایره ثبت اسناد وجود ندارد؛ دفترخانه اسناد رسمی و اگر مرجع مذکور، وجود نداشته باشد؛ دفتر دادگاه محل است. در صورت این مورد باید تا سه ماه پس از تأسیس اداره یا شعبه اسناد در محل مذکور، شرکت را در دفتر ثبت اسناد، به ثبت رساند. (تبصره و ماده ۲ نظامنامه قانون تجارت وزارت عدلیه)

تذکر ۳: شرکت‌نامه مذکور باید به صورت رسمی باشد. شرکت‌نامه نیز حاوی اطلاعات مذکور در فرم تقاضانامه است. به موجب ماده ۵ قانون طرح اصلاحی آیین‌نامه ثبت شرکت‌ها مصوب شهریور ماه ۱۳۴۰، اداره ثبت شرکت‌ها در تهران و دوایر ثبت شرکت‌ها در شهرستان‌ها، در ثبت شرکت‌نامه، قائم‌مقام دفترخانه‌های اسناد رسمی هستند و از اینرو برای تنظیم شرکت‌نامه رسمی، نیاز به مراجعه به دفترخانه اسناد رسمی نیست.

تذکر ۴: در صورت جلسه مذکور، نکات ذیل درج می‌گردد: زمان تشکیل جلسه، تصریح به این که اساسنامه، اظهارنامه و شرکت‌نامه به تصویب و

امضای کلیه شرکای شرکت رسیده است؛ تعیین و تصریح اعضای هیأت مدیره و مدت مدیریت آنها، تعیین دارندگان حق امضای اسناد تعهدآور شرکت، تصریح به اینکه اعضای مدیر با امضای صورت جلسه مذکور، قبول سیمت می‌نمایند؛ تصریح به مبلغ سرمایه شرکت و پرداخت آن از طرف کلیه شرکا و تحویل آن توسط مدیرعامل و اقرار مدیرعامل به وصول سرمایه شرکت، تعیین شخصی برای انجام کارهای لازم برای ثبت شرکت.

از طرف دیگر ممکن است متقاضیان خدمات شما خواستار اطلاعاتی در

حوزه مسئولیت‌های مدنی و جزائی تشکیل شرکت‌ها باشند

طبق ماده ۲۷۰ (ل.ا.ق.ت) هرگاه در مورد تشکیل شرکت سهامی یا عملیات آن یا تصمیماتی که توسط هر یک از ارکان شرکت اتخاذ می‌گردد مقررات قانونی رعایت نشود بر حسب مورد بنا به درخواست هر ذینفع بطلان شرکت یا عملیات یا تصمیمات مذکور به حکم دادگاه اعلام خواهد شد. لیکن موسسین و مدیران و بازرسان و صاحبان شرکت نمی‌توانند در مقابل اشخاص ثالث به این بطلان استناد نمایند.

در مورد مسئولیت جزائی باید گفت که هر کس عالمانه و بر خلاف واقع پذیرهنویسی سهام را تصدیق کند و یا بر خلاف مقررات این قانون اعلامیه پذیرهنویسی منتشر نماید و یا مدارک خلاف واقع حاکی از تشکیل شرکت به مرجع ثبت شرکتها تسلیم کند و یا در عین ارزش آورده غیر نقد تقلب کند به

حس تادیبی از سه ماه تا ۲ سال یا به جزای نقدی از ۲۰/۰۰۰ ریال تا ۲۰۰/۰۰۰ ریال یا به هر دو مجازات محکوم می‌شود (ماده ۲۴۳ ل.ا.ق.ت). هر کس اعلامیه پذیرهنویسی سهام یا اطلاعیه انتشار اوراق قرضه شرکت سهامی را بدون امضاهای مجاز و نام و نشانی موسسین یا مدیران شرکت منتشر کند به جزای نقدی از ده هزار ریال تا سی هزار ریال محکوم خواهد شد (ماده ۲۴۸ ل.ا.ق.ت)

نکاتی را که متقاضی این کسب و کار می‌تواند در بازاریابی، در نظر داشته باشد عبارت است از:

وظیفه بازاریابی شناسایی نیازهای اجتماعی، بررسی خواسته‌ها و پاسخ‌دهی صحیح به تقاضاها از طریق مبادلات پولی و مالی می‌باشد. اصلی‌ترین رسالت فرایند بازاریابی در هر سازمان، توسعه نگرش مستحکم از محصولات آن سازمان بین مخاطبین هدف بالقوه و تلاش در بالفعل‌سازی آنان است. بازاریابی به بخش‌بندی، هدف‌گذاری و جایگاه‌سازی هر محصول می‌انديشد و حفظ بازارهای فعلی و توسعه بازارهای جدید را در سر می‌پروراند. بازاریابی شریان وجودی سازمان‌هاست.

منطبق بر این تفکر می‌توان با بومی‌سازی و عملیاتی‌سازی آخرین متدهای بین‌المللی در حوزه بازاریابی، شرح خدمات خود را به ترتیب زیر ارائه نمود:

◀ برنامه بازاریابی

🔗 شامل نحوه چگونگی، حجم و مدت زمان اجرای عملیات بازاریابی

◀ بازار هدف

◀ بازاریابی مستقیم و غیرمستقیم

🔗 شامل طرح بازاریابی از کانال‌های غیر حضوری

◀ استراتژی بازاریابی

🔗 شامل نحوه عملکرد سازمان در موقعیت‌های گوناگون بازار

◀ برنامه تبلیغاتی بلند مدت

🔗 شامل چگونگی و مدت زمان، به همراه حجم تبلیغات، بودجه‌بندی

◀ بررسی اثر بخشی رسانه