فراخوان نصب کارت‌خوان مالیاتی برای ۵۰ صنف از روز یکشنبه

فرار مالیاتی ۱۰۰۰ میلیاردی پزشکان غیردولتی

سپهرغرب، گروه اقتصادی: رئیس سازمان امور مالیاتی گفت: برای نصب کارت‌خوان، فراخوان ۱۵ گروه که ۵۰ صنف را در بر می‌گیرد از روز گذشته در روزنامه‌های رسمی اعلام شده‌است.

امیدعلی پارسا، رئیس سازمان امور مالیاتی کشور و سید فرید موسوی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس، ۲۳ شهریورماه با حضور در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری به بررسی موضوع فعال شدن کارت‌خوان پزشکان پرداختند.

سید فرید موسوی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در ابتدا با اشاره به تکلیف قانون‌گذار بر نصب پایانه فروشگاهی در مطب پزشکان به‌منظور دریافت مالیات، گفت: هر زمان مطالبه‌ای در جامعه مطرح‌شده و یک نیازی توسط بخش قابل توجهی از جامعه مطرح‌شده؛ قانون‌گذار پاسخ اثربخشی به موضوع داده‌است.

وی با اشاره به اینکه بخش قابل توجهی از صنف پزشکان ما درآمدهایی دارند که در هیچ کجا ارزیابی نمی‌شود، تصریح کرد: برخی از فعالان این حوزه پزشکان شریفی هستند که در مناطق محروم خدمت می‌کنند و بخشی دیگر از فعالان این حوزه به بدیهی‌ترین وظیفه شهروندی خود عمل نمی‌کنند، بنابراین امسال یکسری حساسیت‌ها بر منابع درآمدی کشور به وجود آمده به‌طوری‌که الزام گذاشته‌شده تا تمام گروه‌های مشمول موظف باشند از پایانه‌ها استفاده کنند و سازمان امور مالیاتی، مالیات آن‌ها را بتواند احصا کند.

■ ۲۰ درصد پزشکان به قانون تمکین کردند

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با بیان اینکه جامعه پزشکی جامعه شریف و فرهیخته‌ای هستند که شغل مقدسی را انتخاب کرده‌اند، بنابراین انتظار می‌رود در اجرای بدیهیئت حقوق شهروندی پیش‌قدم باشند، ادامه داد: آمارها نشان می‌دهد که فقط ۲۰ درصد از این جامعه به قانون تمکین کردند و این مسئله ناراحت‌کننده است.

موسوی با اشاره به اینکه عدم تمکین قانون، یک نوع قانون‌ستیزی و فرار از اجرای قانون است، اضافه کرد: قشر پزشکان شغل مقدسی دارند اما برخی از آنان صف‌آرایی بی‌موردی را در برابر اجرای قانون به وجود آورده‌اند.

■ ۱۱ هزار پزشک خود اظهاری کردند

وی با اشاره به اینکه امروز حجت بر تمام دستگاه‌های حاکمیتی تمام‌شده، ابراز کرد: آن‌ها باید به جد وارد قضیه شوند. باید با افرادی که تمکین نکرده و به وظیفه خود عمل نمی‌کنند برخورد کنیم، در تهران از ۲۰ هزار پرونده، پزشکان حدود ۱۱ هزار پرونده خوداظهاری کرده‌اند و میانگین درآمدی که احصا شده در سال پنج میلیون و ۷۰۰ هزار تومان بوده‌است، اما اعداد و ارقامی که در این خصوص وجود دارند متفاوت است، متأسفانه وزارت بهداشت همکاری لازم را با سازمان امور مالیاتی ندارد.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به نبود فرهنگ مالیاتی در کشور، خاطرنشان کرد: انتظار بیشتری از صنف پزشکان نسبت به صنوف دیگری که سطح سواد کمتری دارند وجود دارد، طی مطالعاتی که از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس انجام‌شده، تاکنون شفافیت در این حوزه وجود نداشته‌است، بنابراین تمام اعداد و ارقامی که در خصوص درآمد پزشکان وجود دارد به‌صورت تخمینی اعلام می‌شود، از سازمان امور مالیاتی خواهان جدیت در کار هستیم.

■ صنوفی که از سال ۹۹ باید تبادلات مالی را با کارت‌خوان سازمان مالیاتی انجام دهند

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور نیز در ادامه برنامه تأکید کرد: از ابتدای سال ۹۹، صنوفی مانند وکلای دادگستری و مشاوران حقوقی، مشاوران املاک و مشاوران خانواده، رستوران‌ها، مراکز اقامتی و غیره باید تبادلات مالی خود را با کارت‌خوان‌های سازمان امور مالیاتی انجام دهند.

امیدعلی پارسا ادامه داد: از سال آینده مالیات پزشکان، داروسازان، پیراپزشکان و داروسازان علی الرأس محاسبه نخواهد شد.

وی با اشاره به اینکه نظام مالیاتی کشور باید مانند همه دنیا ریز داده‌محور باشد، گفت: از اول سال نتوانستیم بستر کار را آماده کنیم، اما از یک ماه قبل این بستر فراهم شد و هفت تا هشت درصد کل درآمد به اسم مالیات در اختیار حاکمیت قرار می‌گیرد درحالی‌که در دنیا این رقم ۳۰ درصد است.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور با اشاره به اینکه تمام این مالیات‌ها در ماه به‌اندازه نصف حقوق و مزایای کارکنان بازنشستگان نظام است، عنوان کرد: مطابق مُر قانون کسانی که به قانون تمکین نکنند مشمول مجموعه مجازاتی خواهند شد، بنابراین این مجازات به‌قدری سنگین است که به نفع کسی نیست که بخواهد از مالیات فرار کند.

■ بزرگ‌ترین جرم در برخی کشورها فرار مالیاتی است

پارسا با اشاره به اینکه بزرگ‌ترین جرم در برخی کشورها فرار مالیاتی است، اضافه کرد: صد درصد درآمد کتمان شده، مشمول مالیات می‌شود همچنین ۳۰ درصد جریمه غیرقابل بخشش تعلق می‌گیرد، بنابراین تمام درآمد کتمان شده مشمول مالیات است و دو درصد فروش به‌عنوان جریمه شرکت نکردن در این تکلیف قانونی اضافه می‌شود، بنابراین مجموعه این عددها بالا است و به صلاح کسی نیست که نخواهد قانون را رعایت کند.

رئیس سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه فرار جرم محسوب می‌شود و کتمان آن‌هم نیز جرم است، تصریح کرد: اگر از کارت‌خوان هر کسی برای انجام این کار استفاده شود به اسم آن فرد مالیات اخذ می‌شود. در کشور باید برنامه ثابتی داشته باشیم و به ترویج فرهنگ مالیات بپردازیم، پس این کار باید به‌صورت تخصصی و جریان صورت گیرد.

وی با اشاره به اینکه ما نتوانستیم فرهنگ، دانش و تکالیف را به‌خوبی ارائه کنیم، ادامه داد: کسانی که تکالیف قانونی را انجام ندهند مشمول بخشودگی نمی‌شوند، مؤدیان خرد زیر ۵۰۰ میلیون تومان در سال را می‌توانیم به توافق برسیم بنابراین سال آینده با هر صنفی که به کتمان درآمد خود بپردازد به‌هیچ‌وجه توافق نخواهیم داشت.

پارسا با اشاره به نقش جامعه پزشکان در توسعه کشور، خاطرنشان کرد: باید متناسب با درآمد، مالیات اخذ شود اگر کسی به اجرای قانون نپردازد، جریمه‌های سنگینی در انتظارش خواهد بود و قطعاً عمل خواهیم کرد.

وی یادآوری کرد: متأسفانه در این ایام برخی از انجمن‌ها و نهادهای استانی تشویق کردند که این تمکین قانون صورت نگیرد. کسانی که تشویق به عدم تمکین قانون کرده‌اند مطابق قانون مرتکب جرم شده‌اند، زیرا عدم فعل و ترک فعلی که باعث تضییع حقوق عامه شود جرم محسوب می‌شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور با بیان اینکه در ایران مانند همه کشورهای پیشرفته دنیا بایستی متناسب با درآمد، سرمایه و مصرف مالیات اخذ شود، افزود: لازمه این کار آن است که حاکمیت در جریان همه معاملات کالاها و خدماتی که در کشور صورت می‌گیرد، باشد و این پایانه فروشگاهی همه کالاها و خدمات همه کشور را هدف قرار داده‌است و نه صنف خاص را.

وی با بیان اینکه بنده مجری قانون هستم و قانون را قانون‌گذار نوشته‌است، ابراز کرد: قانون‌گذار با محاسبه همه جهات، تصمیم‌گیری می‌کند برای هر کاری باید از یک مرحله آغاز کرد. ما به‌آرامی و گروه به گروه به جلو پیش می‌رویم، نمی‌توان به‌یک‌باره همه کشور را به زیر ذره‌بین برد، اگر این موضوع حکم مجلس هم نبود ما این کار را بایستی تا پایان شهریورماه انجام می‌دادیم.

■ فراخوان ۵۰ صنف برای نصب کارت‌خوان در روزنامه‌های رسمی

پارسا با اشاره به اینکه از ۲۵ شهریور فراخوان ۱۵ گروه که ۵۰ صنف را در بر می‌گیرد در روزنامه‌های رسمی اعلام می‌شود، اظهار کرد: رستوران‌ها و چلوکبابی‌ها، فست فودی‌ها، مراکز اقامتی، هتل‌ها، هتل آپارتمان‌ها، مهمان‌پذیرها، نمایشگاه‌ها، قنادی‌ها و شیرینی فروشی‌ها، میوه و تره‌بار فروشی‌های مستقر در میادین، مجموعه فرهنگی ورزشی و لوازم‌التحریر شامل این فراخوان می‌شوند، تمام اقتصاد کشور باید زیرپوشش جامع قرار بگیرد تا بتوانیم به سمت عدالت پیش برویم.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور با اشاره به اینکه باید همه ریزداده‌های مربوط به وضعیت اقتصادی به‌گونه‌ای در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار بگیرد که همه مؤدیان مالیاتی در همه کشور با علم به اینکه سازمان امور مالیاتی از واقعیت‌های اقتصادی زندگی همه مؤدیان خبر دارد به‌صورت صادقانه خوداظهاری کنند و اقدام به پرداخت مالیات کنند، گفت: در پنج سال گذشته در طرح جامع امور مالیاتی گام‌های برداشته شده، اما هنوز به ریزداده مبنا کردن نظام مالیاتی نرسیده‌ایم.

وی با اشاره به اینکه بسیاری از دستگاه‌های اجرایی داده‌هایشان را به سازمان امور مالیاتی داده‌اند، تأکید کرد: کارها به‌خوبی پیش می‌رود، به‌اندازه کافی ریزداده‌های لازم در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار دارد که می‌توان با آن به برآورد قابل اتکایی از وضعیت درآمد مشمولان مالیات و مالیات مؤدیان داشته باشیم.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور عنوان کرد: فقط یک ربع ساعت عزم و اراده می‌خواهد که پزشکان به سامانه امور مالیاتی متصل شوند و ثبت‌نام کنند و تاکنون حدود ۲۰ درصد یا همان ۱۵ هزار نفر به سامانه متصل شده‌اند، اما انتظار ما بیش از این ارقام است.

در ادامه عضو کمیسیون اقتصادی مجلس افزود: دوستان امور مالیاتی با اندک اطلاعاتی که از مرکز جامع آمار دریافت کردند بر اساس بررسی‌های فراوان، میانگین درآمد سالانه هر پزشک را از پنج میلیون به ۱۴ میلیون تومان اعلام کرده‌است.

موسوی خاطرنشانکرد: در میان این ۱۱ هزار نفر که خوداظهاری کرده‌اند حدود ۵۰۰ نفر درآمدهای بالایی داشته‌اند و بر اساس اعلام نظر آن‌ها میانگین درآمد سالانه آن‌ها حدود ۱۷ میلیون تومان است این در حالی است که بر اساس بررسی‌های دوستان امور مالیاتی، میانگین درآمد سالانه این ۵۰۰ نفر حدود ۷۶ میلیون تومان بوده، این در حالی است که یک کارگر یا کارمند که از حداقل حقوق دریافتی برخوردار است اول مالیاتش را کسر و بعد حقوقش را پرداخت می‌کنیم.

وی اذعان کرد: در شرایط فعلی، دستگاه‌های اجرایی باید به‌طور جدی به موضوع ورود و با قانون ستیزی این قشر از جامعه برخورد کنند وگرنه همین ۲۰ درصد که تمکین به قانون کرده‌اند دل سرد می‌شوند.

موسوی اضافه کرد: طبق مطالعات مرکز پژوهش‌ها رقم ظرفیت مالیاتی جامعه پزشکان چیزی حدود ۶ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان اعلام‌شده، اما چون در کنار این ارقام هیچ‌گونه شفافیتی انجام نشده‌است همه این ارقام تخمینی محسوب می‌شود.

رئیس سازمان امور مالیاتی کشور رقم مالیاتی قشر پزشکان غیردولتی را حدود یک هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان عنوان کرد و افزود: حدود ۲۰۰ میلیارد تومان از این رقم پرداخت می‌شود و مابقی را می‌توان فرار مالیاتی محسوب کرد.

لازمه ورود موفق صنعت مبل و منبت همدان در بازارهای داخلی و خارجی؛

ارائه یک برند توسط فعالان این صنعت جهت تولیدات خود و ایجاد شهرک تخصصی مبل و منبت است

دکتر علی اسکندری

سپهرغرب، گروه اقتصادی: از مهم‌ترین مشکلات پیش روی صنعت مبل و منبت در استان همدان نبود آموزش در سطوح گوناگون، عدم وجود شهرک تخصصی نمایشگاهی صنعت مبل و منبت، عدم برندسازی و جمع شدن فعالان این صنعت برای ارائه یک برند واحد است؛ زیرا هم‌اکنون صنایع کوچک به‌تنهایی نمی‌توانند در بازار گسترده مبل و منبت رقابت کنند، اما اگر اقدام به برندسازی کرده و تولیدات خود را با برندی خاص عرضه کنند، می‌توانند گوی سبقت را از رقبای خود بربایند.

در استان همدان کارگاه‌های بسیاری در صنعت مبل و منبت مشغول به کار هستند. نگاه به آثار هنرمندان این رشته که زیبایی‌های طبیعت را به‌صورت طرح‌ها و نقوش مختلف روی چوب کنده‌کاری کرده‌اند مؤیّد این واقعیت است که هنر منبت‌کاری در همدان پیشینه‌ای به وسعت تاریخش دارد.

صنعت منبت‌کاری در استان همدان به علت دارا بودن منابع خوب چوب و درختان فراوان ازجمله گردو در شهرستان‌های تویسرکان، ملایر و نهاوند قدمتی کهن و جایگاهی ویژه دارد و ۸۰ درصد از منبت‌کاران استان را روستاییان تشکیل می‌دهند.

هنرمندان منبت‌کار با حضور در نمایشگاه‌های تخصصی می‌توانند بازار فروش مناسبی برای تولیدات خود بیابند و یکی از نتایج ارزشمند این اقدام جلوگیری از مهاجرت روستاییان به شهرهاست.

با توجه به اینکه روستاهای حاجی‌آباد، ثامن، اشترمل، دهنو آورزمان، عین‌آباد، مبارک‌آباد، سید شهاب و کاج بسیاری از هنرمندان منبت‌کار استان را در خود جای داده‌اند بنابراین برای ساخت مبلمان و منبت ظرفیت‌های فراوانی وجود دارد و با توجه به قدرت تولید این رشته در استان و سوابق و مستندات، این رشته به نام همدان در فهرست آثار صنایع دستی کشور به ثبت ملی رسیده‌است.

طی سال‌های اخیر تولید صنایع چوبی به‌خصوص در حوزه مبلمان با روند رو به رشدی همراه بوده‌است و در این میان، بسیاری از کارگاه‌ها برای اینکه از قافله پیشرفت عقب نمانند مجموعه خود را به جدیدترین تجهیزات روز دنیا مجهز می‌کنند. برخی از کارگاه‌ها نیز که پیش‌ازاین تنها به تولید دستی اعتقاد داشتند برخی از ماشین‌آلات سی آن سی را به مجموعه خود اضافه کرده‌اند؛ البته با همه این تفاسیر هنوز برخی از کارگاه‌ها به شیوه‌های قدیمی اقدام به تولید انواع مبلمان می‌کنند.

برای پیشرفت در هر صنعتی ازجمله مبلمان باید نکاتی همچون برندسازی، جذب سرمایه، مدیریت صحیح، بهره‌گیری از فنّاوری‌های نوین در کنار نیروی کار ماهر، تنوع در مواد اولیه مورد استفاده، توجه به طراحی‌های نوین و تبلیغات را همواره مدنظر قرار داد.

» برندسازی شناسنامه دوم شما در بازار

۱- برندسازی و مزایای آن

برندسازی یکی از اصول مهم حرفه‌ای در دوره حیات یک سازمان به حساب می‌آید و کسی نمی‌تواند اهمیت برندینگ را انکار کند زیرا؛

- برند موجب افزایش میزان اعتماد مشتریان می‌شود
- برند موفقیت فرآیندهای بازاریابی و فروش سازمان را تسهیل می‌کند
- برندهای قوی به کسب‌وکار شما اعتبار ویژه می‌بخشند
- برند شما موجب مشتری‌مداری و افزایش میل خرید در آن‌ها می‌شود
- برندسازی مناسب موجب وفاداری مشتریان می‌شود و در زمان‌های حساس مشتریان را در کنارتان نگه می‌دارد
- برندها برای کارمندان سازمانی تأثیر مثبت دارد و باعث نوآوری و خلاقیت سازمان در رقابت بازار می‌شوند.

» برندینگ یا برندسازی چیست؟

برندیگ یا برندسازی یعنی تلاش برای رسیدن به معروفیت و محبوبیت. این موارد می‌تواند برای یک کسب‌وکار باشد یا برای شخص و یا هر چیز دیگری که در آن شهرت و اعتبار مدنظر است. در مراحل نخستین تلاش می‌شود همه مخاطبان، یک برند را بشناسند و در مراحل دیگر سعی می‌شود این برند محبوبیت بالایی در بین مخاطبان داشته باشد که این مراحل باید به‌صورت پیوسته تا بی‌نهایت ادامه یابد چراکه توقف در این کار یعنی آسیب جدی به برند!

» چگونه برندسازی کنیم؟

برندسازی یا Branding یکی از اقدامات مهم و اساسی در راه‌اندازی، مدیریت و توسعه کسب‌وکار است. اگر هدف بزرگی داریم و می‌خواهیم نام و محبوبیت کسب‌وکارمان بر سر زبان‌ها باشد باید اصول و قواعد برندینگ را بدانیم و آن‌ها را به‌درستی و با دقت بالا بکار بگیریم.

قبل از طرح موضوع آموزش برندینگ لازم است بدانیم که معمولاً برندسازی به‌خصوص در مراحل اولیه هزینه بالایی دارد. تبلیغات یکی از کارهای غالباً پرهزینه‌ای بوده که برای برندینگ کاملاً ضروری است؛ اما باید توجه داشت که اگر تبلیغات با اصول و قواعد صحیحی صورت پذیرد پس از مدتی و یا بلافاصله، نه‌تنها هزینه تبلیغات را بازگشت خواهد داد بلکه موجب افزایش سود نیز خواهد شد. در ادامه با طرح قواعد و اصول این کار، برندسازی را به شما آموزش خواهیم داد.

» اصول، قواعد و مراحل برندسازی

برندسازی مراحلی دارد که باید آن‌ها را انجام داد. در برخی موارد ترتیب نیز اهمیت بالایی دارد. مراحل به شرح زیر است:

- ساخت نام و نشان تجاری
- مهیا کردن زیرساخت‌ها
- مهیا کردن مزیت‌های خاص
- تبلیغات و جذب مشتری
- بررسی و تحلیل رفتار مشتریان
- توجه به نظرات و بازخوردها
- ایده‌پردازی، نوآوری و ارزش‌آفرینی
- توسعه مداوم و تعامل سازنده
- فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی
- فعالیت به شکل همه‌جانبه و گسترده

» نام و نشان تجاری بسازید

اگر می‌خواهید کسب‌وکار جدیدی راه‌اندازی کنید حتماً توجه داشته باشید که یک نام خوب و مرتبط با حوزه فعالیت برای کسب‌وکار خود انتخاب کنید. بسیاری از کسب‌وکارها هستند که از نام فعلی خود رضایت ندارند و در برخی مواقع مجبور می‌شوند آن را تغییر دهند. این فرصت برای شما وجود دارد که از ابتدا نامی خوب را انتخاب کنید. برای اینکه بتوانید نام مناسبی برای برند خود انتخاب کنید پیشنهاد می‌کنیم به موارد زیر توجه داشته باشید:

- نامی ساده، نسبتاً کوتاه، مرتبط و بامعنی را برای کسب‌وکار خود انتخاب کنید.
- در صورت استفاده از سایت بهتر است نام کسب‌وکار برابر با دامنه سایت باشد.
- نامی را انتخاب کنید که مخاطبان در خواندن و نوشتن آن مشکل و ابهامی نداشته باشند.
- بهتر است زمینه فعالیت در نام برند و آدرس سایت باشد اما اگر نباشد نیز مسئله‌ای ندارد.
- نشان (نماد یا لوگو) بسیار مهم است و می‌بایست در طراحی آن به موارد زیر توجه داشته باشید:

شکل و طرح لوگو برای همه قابل فهم باشد، یک یا دورنگ را برای برند خود انتخاب و آن را در لوگو بکار ببرید، توجه داشته باشید که نماد انحصاری بسازید و تقلید یا کپی نکنید و تمامی زیرساخت‌های ضروری را مهیا کنید.

برای اینکه بتوان فعالیت یا ابراز وجود کرد باید زیرساخت‌ها مهیا باشد. مواردی مانند محل فعالیت، تأمین محصولات و خدمات، تیم فروش و فنی، ابزارهای تعاملی و مانند آن‌ها باید به‌درستی آماده و مهیا شده باشند. این زیرساخت‌ها برای آغاز فعالیت جدی و تبلیغات بسیار ضروری است. پیشنهاد می‌شود در این مرحله دقت بالایی به‌کار ببرید و از افراد باتجربه استفاده کنید.

» به فکر یک یا چند مزیت برتر باشید

برای اینکه بتوانید مانور خوبی در تبلیغات و معرفی خود داشته باشید حتماً باید چند مزیت یا حداقل یک مزیت خاص را در مقایسه با رقبای خود مد نظر قرار دهید. در زیر به برخی از مزیت‌های خاص اشاره شده‌است:

- وجود فنّاوری و قابلیت‌های خاص در محصولات
- تضمین بازگشت وجه بدون قید و شرط
- تضمین تعویض محصولات و یا تجدید خدمات
- پشتیبانی ویژه و ۲۴ ساعته بدون تعطیلی
- ارائه پایین‌ترین قیمت با بالاترین کیفیت
- مشاوره تخصصی قبل از خرید و ده‌ها مورد دیگر.

» تبلیغات را جدی بگیرید

تبلیغات را آغاز کنید و تا همیشه ادامه دهید؛ تبلیغات باید به‌صورت هدفمند و هوشمندانه انجام شود. تبلیغات یک علم و تخصص تمام‌عیار است به همین جهت اگر خودتان تخصص کافی ندارید پیشنهاد می‌شود این کار را به متخصص واگذار کنید؛ همچنین باید طوری سازمان‌دهی کنید که تبلیغات را به‌صورت مستمر و پایدار ادامه دهید. تبلیغات کوتاه‌مدت، بی‌نظم و بدون هدف تأثیر مثبتی بر روی کسب‌وکار شما نخواهد داشت و موجب از دست رفتن یا محدودیت منابع مالی نیز خواهد شد.

» کاربران و مشتریان را تحلیل کنید

با تبلیغات و فعالیت‌های انجام‌شده یکسری افراد به کسب‌وکار شما مراجعه خواهند کرد. همواره باید مخاطبان، کاربران و مشتریان را مورد ارزیابی و تحلیل قرار داد، اینکه مخاطبان به دنبال چه چیزی هستند؟ چگونه می‌توانیم بهترین شرایط را برای کاربران و مشتریان کسب‌وکار خود فراهم کنیم و موارد دیگر.

» نظرات و بازخوردهای کاربران را جدی بگیرید

بازخوردها را از مشتریان خود بگیرید و در مواقعی نظرخواهی کنید. توجه به نظرات مخاطبان، کاربران و مشتریان کسب‌وکار موجبات بالا رفتن محبوبیت را فراهم کرد. توجه داشته باشید که مخاطبان افرادی هستند که مشتری فعلی ما نیستند و با یکسری کارها می‌توان آن‌ها را به مشتری تبدیل کرد. بازخورد مناسب به‌خصوص در سفارش یا خدمات نخست نیز زمینه تبدیل‌شدن به مشتری دائم را برای مخاطبان فراهم خواهد کرد.

» ایده‌پردازی کنید و خدمات بهتر و متفاوت ارائه کنید

یکی از اقدامات مهم در برندینگ این است که همواره ایده‌های نابی را برای مدیریت و توسعه برند خود بکار بگیرید. ایده‌ها باید در جهت ارائه خدمات بهتر و بیشتر باشد تا بتواند تأثیر مناسبی بر کسب‌وکار داشته باشد.

» کیفیت را فدای کمیت نکنید

در اغلب مواقع کیفیت بهتر از کمیت است. اگر نمی‌توانید در صورت گسترش کسب‌وکار، مدیریت مناسبی داشته باشید پیشنهاد می‌شود به‌جای توسعه بی‌نظم و مدیریت‌شده در حوزه‌ای محدودتر با نظم و مدیریت بهتر فعالیت کنید.

» به فکر توسعه باشید

یکی از ملزومات برندسازی، توسعه کسب‌وکار است. این توسعه می‌تواند به صورت‌های مختلفی صورت پذیرد. فقط توجه داشته باشید زمانی به فکر توسعه باشید که کسب‌وکار در شرایطی فعلی به‌صورت کامل تحت کنترلتان است.

» یکنواخت نباشید!

در عصر حاضر تجربه به‌خصوص در کسب‌وکارهای برخط (آنلاین) ثابت کرده که یکنواختی مانند داستان قورباغه و آب داغ است. به این معنی که به‌تدریج نابودی کسب‌وکار فرامی‌رسد و عوامل کسب‌وکار متوجه آن نمی‌شوند.

» فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی داشته باشید

از هر فرصتی که می‌توانید فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی داشته باشید استفاده کنید. از فعالیت‌های عام‌المنفعه در کنار اهداف کاری به مباحث ارزش‌های فرهنگی توجه کنید. اثبات اینکه تنها سود مطرح نیست و موضوعات اجتماعی و فرهنگی نیز برای کسب‌وکارتان اهمیت دارد موجب افزایش محبوبیت می‌شود.

» با همکاران خود تعامل و همکاری داشته باشید

این کار در بین شرکت‌های خارجی بسیار متداول است. دو نمونه داخلی این کار عبارت است از

همکاری دیجی کالا و ایرانسل (ارائه سیم‌کارت به همراه محصولات مورد فروش در دیجی کالا) و همکاری سامسونگ و همراه اول (ارائه سیم‌کارت با اینترنت به همراه گوشی‌های پرچم‌دار سامسونگ).

» همه‌جا حضور داشته باشید

تبلیغات و فعالیت باید با تنوع و مدل‌های مختلف انجام گیرد. برای مثال اگر فروشگاه اینترنتی دارید تنها تبلیغات در سایت‌ها کافی نیست و باید مواردی مانند تبلیغات محیطی، تبلیغات رادیویی و تلویزیونی و غیره نیز داشته باشید.

۲- جذب سرمایه

جذب سرمایه‌گذاری می‌تواند به موفقیت شرکت‌ها و حفظ جایگاه موجود کمک کند. صنایع کوچک به‌تنهایی نمی‌توانند در بازار رقابت کنند اما اگر در قالب یک برند تولید شوند و بازاریاب حرفه‌ای داشته