

۱۰ برابر کردن درآمد در دوران رکود!

با خواندن عنوان، شاید بلافاصله با خود بگویید که عنوان این مقاله صرفاً تبلیغاتی و جذاب انتخاب شده تا شما را جذب کند. شاید بگویید چنین چیزی امکانپذیر نیست. در این شرایط که فروش هر روز کمتر می شود و هزینه ها بیشتر، ۱۰ برابر کردن درآمد فقط رویاپردازی است. من هم با شما موافقم! شاید ۱۰ برابر کردن فروش در این شرایط و برای کار شما غیرممکن باشد، البته شاید هم امکان پذیر باشد. در این مقاله می خواهم درباره دیدگاهی صحبت کنم که توسط مایکل گربر نویسنده کتاب «افسانه کارآفرینی» حدود ۲ سال پیش مطرح شد. او دیدگاه ۱۰ هزار برابر را مطرح کرد.

او می گوید: «زمانی می توانید به یک کارآفرین واقعی تبدیل شوید و ادعا کنید که کسب و کار دارید که هرکاری را با دیدگاه ۱۰ هزار برابر انجام دهید.» فرض کنید کار شما تعمیر اتومبیل است و درآمد کنونی شما ۲ میلیون تومان در ماه است. از این لحظه تصمیم می گیرید از دیدگاه ۱۰ هزار برابر استفاده کنید. اگر حجم کار شما ۱۰ هزار برابر بیشتر میشد چه اتفاقی می افتاد؟ آیا می توانستید در روز به جای تعمیر ۵ اتومبیل، ۵۰۰۰۰ اتومبیل تعمیر کنید؟! چنین کاری برای یک تعمیرکار امکان پذیر نیست. پس باید به فکر تغییراتی در کسب و کار خود باشید.

یک ایده آن است که تعمیرکارانی را بیابید که با قیمتی کمتر از شما، حاضرند کار را انجام دهند و شما از هر تعمیر سود ببرید. شاید به این نتیجه برسید که به ۱۰ هزار تعمیرکار حرفه ای نیاز دارید، ولی چنین افرادی پیدا نمی شوند و خیلی از آنها حرفه ای نیستند.

بنابراین شاید راه حل آن باشد که خودتان به آنها آموزش دهید. ولی آموزش ۱۰ هزار نفر کار ساده ای نیست و شاید به سال ها وقت نیاز باشد. ناگهان به فکرتان می رسد که یکبار آموزش کاملی ارائه کنید و از آن آموزش فیلمبرداری شود و به تعمیرکاران دیگر عرضه شود. با خود فکر می کنید چگونه می توان مطمئن شد آن تعمیرکاران مطالب را به خوبی فرا گرفته اند. به فکر برگزاری آزمونی می افتید که مهارت آنها را بسنجید.



نکته دیگر آن است که تعمیرکاران باید برخورد خوبی داشته باشند و کاملا حرفه ای عمل کنند، آنها باید با مشتری دوست شوند و دلسوز باشند. امروزه مشتریان سراغ تعمیرکاران عبوس و بداخلاق نمی روند. بنابراین به این فکر می افتید که برای استخدام آن تعمیرکاران معیارهایی تعریف کنید و حتی سوالاتی طراحی کنید تا انتخاب افراد با دقت بیشتری انجام شود. چون خودتان فرصت ندارید با ۱۰۰۰۰ نفر مصاحبه کنید، جزوه ای تهیه می کنید که روش دقیق استخدام در آن توضیح داده شده است. شاید افرادی استخدام شوند ولی کار مشتری را خوب انجام ندهند و باعث شوند یک مشتری خوب برای همیشه شما را ترک کند.

راه حل چیست؟ شاید بتوان سیستم نظرسنجی ساده ای طراحی کرد که مشتری پس از تعمیر شدن اتومبیلش آن را پر کند. ولی با خود فکر می کنید: من خودم هیچ گاه فرم های نظرسنجی را پر نمی کنم. پس مشتریان من هم شاید اینگونه باشند. پس باید راهی بیابید تا مشتریان را ترغیب کند، فرم را پر کنند. شاید شستشوی رایگان اتومبیل گزینه خوبی باشد، ولی با توجه به وقت لازم برای اینکار و هزینه آن اجرای این ایده عملی نباشد. شاید یک بسته دستمال کاغذی رایگان مخصوص اتومبیل، عملی تر باشد. و این داستان همینطور ادامه پیدا می کند...

دیدید چگونه با یک تغییر دیدگاه ساده ۱۰ هزار برابر، ایده های جدیدی به ذهنتان می رسد؟ حال شاید هیچ گاه نتوانید کسب و کارتان را ۱۰ هزار برابر کنید. ولی می توانید همین کسب و کار کنونی خود را طوری طراحی کنید که قابلیت رشد ۱۰ هزار برابر را داشته باشد. فرض کنید می خواهید ساختمان ۱۰ هزار طبقه ای بسازید و اکنون پول کافی در اختیار ندارید و بعدها مایلید کار را ادامه دهید. بنابراین هم اکنون باید پیریزی ساختمان را برای ۱۰ هزار طبقه انجام دهید و نه برای یک طبقه.

مشکل بسیاری از کارآفرینان و مدیران هم دقیقا همین است. آنها کسب و کار خود را طوری طراحی نمی کنند که به راحتی قابل رشد باشد. بخش مهمی از وقت یک مدیر باید به سیستم سازی اختصاص داده شود و نه انجام خدمات و کارهای موردی و کم ارزش. البته شاید فکر کنیم ساخت جزوه استخدام تلف کردن وقت است. ما فقط می خواهیم یک نفر را استخدام کنیم و اگر تمامی کارها به طور شفاهی انجام شود وقت بسیار کمتری تلف خواهد شد. با اینکار پیریزی ضعیفی انجام می دهیم که بعدها اضافه کردن طبقات را سختتر خواهد کرد.

حال پس از آشنا شدن با ایده ۱۰ هزار برابر، به موضوع مقاله خودمان برگردیم. چگونه می توان درآمد را حداقل ۱۰ برابر کرد؟ نکته مهم آن است که این رشد معمولا با تغییرات کوچک در فرایندهای کنونی حاصل نمی شود.



بلکه باید تغییراتی پایه ای تر و ساختاری تر در کارمان ایجاد کنیم. فرض کنید در یک مجله تبلیغ می کنیم. حال می خواهیم فروش را ۱۰ برابر کنیم. راه حل آن نیست که تبلیغ خود را کمی بهتر کنیم یا حتی در یک مجله دیگر هم تبلیغ کنیم. راه حل معمولاً ایجاد تغییرات ساختاری تر و پایه ای تر است. در ادامه مقاله به ۷ نکته مشخص می پردازیم که اجرای آنها می تواند درآمد ما را ۱۰ برابر یا حتی بیشتر کند:

۱. برای کارهای مهم و غیرفوری وقت اختصاص دهید

شاید اغراق نباشد بگویم هر روز با مدیرانی برخورد می کنم که به هیچ وجه وقت ندارند! آنها میدانند باید مشکلات اساسی کارشان را حل کنند. ولی وقت ندارند! آنها میدانند یکی کارکنان شان به مجموعه لطمه وارد میکند و حتی انگیزه دیگر کارکنان را هم از بین میبرد. ولی وقت ندارند! اگر وقت داشتند یک فرد مناسب را استخدام میکردند. آنها در مجلات تبلیغ میکنند، ولی وقت ندارند! اگر وقت داشتند، یک طرح خوب و متن مناسب تهیه میکردند.

چطور ممکن است مدیر برای چنین کارهای مهمی وقت نداشته باشد؟ چون وقتش با کارهای بسیار پیش پا افتاده تر پر شده است. استفان کاوی نویسنده کتاب «هفت عادت مردان موثر» فعالیت ها را از نظر اهمیت و فوریت به چهار دسته تقسیم میکند. نکته مهم آن است که اغلب مدیران برای کارهای مهم و غیرفوری وقت اختصاص نمیدهند. ۱۰ برابر شدن درآمد فقط زمانی امکانپذیر است که برای کارهای مهمی که هیچ فوریتی ندارند و شاید هیچگاه کسی از ما نخواهد آنها را انجام دهیم، وقت کافی بگذاریم.

در مثال تعمیرکار اتومبیل، تمامی کارهایی که به ساخت سیستم مربوط است، مانند ساخت فیلم آموزشی تعمیر برای تعمیرکاران جدید، ساخت جزوه استخدام و ... جزو کارهای مهم و غیرفوری هستند که معمولاً تمایل داریم تا حد ممکن آنها را به تعویق بیندازیم. یکی از کارهای مهم و فوری شاید طراحی وبسایتی حرفهای برای توسعه کارمان باشد، حتی بسیاری از شرکت ها برای برگزاری جلسه با اعضای تیم و بررسی راهکارهای رشد کارشان، وقت اختصاص نمی دهند. کار دیگر میتواند بهبود توانایی های تیم فروش باشد.

رفتن برق شاید برای خیلی از شرکت ها فاجعه محسوب شود، ولی گاهی میتواند نعمت بزرگی باشد! وقتی برق می رود دیگر نمیتوانیم خودمان را با کامپیوتر و اینترنت سرگرم کنیم. درواقع نمیتوانیم خودمان را با کارهای



غیرمهم و فوری مشغول کنیم. دیگر بهانه ای نداریم. پس کاغذی برمیداریم و شروع به نوشتن کارهای مهم و برنامه ریزی میکنیم. ما حتی فکر کردن در محل کار را فراموش کرده‌ایم و وقتی برقها قطع میشوند یادمان می‌آید که گزینه مهمی بهنام فکر کردن و گرفتن تصمیمات مهم وجود دارد. از این خودفریبی دوری کنیم که اگر در تلاش و فعالیت هستیم، پس حتما درحال پیشروی هستیم. از وقت روزانه خود برای کارهای باارزش استفاده کنیم. معمولا فعالیتهای کمی وجود دارند که شاید خیلی لذتبخش هم نباشند، ولی به طور مستقیم با میزان درآمد ما و رشد کارمان ارتباط دارند.

۲. در افراد تیم خود تجدیدنظر کنید

مجموعه ای از کارمندان معمولی با توانایی های معمولی، کسب و کاری معمولی را شکل میدهند. برای داشتن کسب و کاری خارق العاده باید کارمندانی خارق العاده داشت. یک کارمند بسیار توانمند و باانگیزه شاید به اندازه مدیر و یا حتی بیش از او در توسعه کسب و کار تاثیر بگذارد. برای ۱۰ برابر کردن فروش لازم است در تیم خود بازنگری کنیم .

تیم باید از افرادی تشکیل شده باشد که بیش از حد معمول انگیزه دارند، خوشبین و مثبت هستند، عاشق یادگیری و پیشرفت هستند و مسئولیت تمام کارهای خود و حتی دیگران را به عهده میگیرند. یکی از مشکلات بزرگ شرکت هایی که رشد نمیکنند کارکنانی بی انگیزه هستند که این حس را بلافاصله به مشتری نیز منتقل می کنند. اگر کارمندان نامناسبی دارید منتظر نمانید تا اتفاق خاصی پیش بیاید و آنها کارتان را ترک کنند. خودتان اقدام کنید. با این بهانه خود را فریب ندهید که هیچ فردی به عنوان جایگزین پیدا نخواهد شد و کارمان با مشکل مواجه خواهد شد. به استخدام به دید سرمایه گذاری نگاه کنید و نه تلف کردن وقت. جمله معروف بیل گیتس را بیاد آورید که میگوید: « شاید برای خیلی از کارها وقت نداشته باشم، ولی برای استخدام افراد خارق العاده همیشه وقت دارم.»

جیم کالینز در کتابش «از خوب به عالی» توضیح میدهد که یکی از رازهای شرکت های جهشی آن است که در شرایطی که تحت فشار نیستند اقدام به استخدام افراد مناسب میکنند. نکته جالب دیگر آن است که اغلب شرکت های جهشی فرد را برای سمتی خاص استخدام نمیکنند. آنها فردی را استخدام میکنند که یک فعالیت اصلی دارد



و باید در چند ماه دریابد چگونه و در کدام قسمت ها میتواند باعث رشد شرکت شود. شاید فردی که به عنوان منشی استخدام شده پس از مدتی دریابد میتواند بخش پشتیبانی را متحول کند. پس به او فرصت داده می شود توانایی های خود را محک بزند.

وقتی مطمئن شدیم تمامی تیم از افراد بسیار خارق العاده و قدرتمندی تشکیل شده، باید راهکاری بیابیم که تیم همواره در حال یادگیری باشد. مثلا کتاب هایی تهیه کنیم و کارمندان در ساعت کار بخشی از آنرا مطالعه کنند و در جلسه ای خاص مطالب را برای همدیگر توضیح دهند. اگر از کارمندان خود رضایت کامل نداریم احتمالا یا در استخدام مهارت کافی نداریم، یا در آموزش مداوم کارکنان کوتاهی میکنیم

۳. استراتژی خود را تغییر دهید

بسیاری از آنان معنی واژه استراتژی را هم نمیدانند. اگر به لغتنامه مراجعه کنیم تعریف استراتژی چنین است: چیدن نیروهای خودی، به نحوی که نسبت به دشمن در شرایط برتری قرار بگیرند. استراتژی واژه‌ای است که از جنگ آمده است. اگر خیلی ساده بگوییم داشتن استراتژی یعنی: داشتن روشی برای استفاده از منابع و امکانات موجود برای پیروزی بر رقیبان. در جنگ کسی نمیتواند ادعا کند بسیار قدرتمند است ولی چون سربازانش خسته بودند شکست خورد. در هر صورت نتیجه مهم است و نه دلایل و بهانه ها.

اگر استراتژی مناسبی نداشته باشیم شاید انرژی و منابع زیادی تلف کنیم و نتیجه مناسبی از تلاش هایمان دریافت نکنیم. فرض کنید محصولی داریم و آنرا در شهرمان که شهری بسیار کوچک است عرضه میکنیم. رقیبان بسیار زیادی داریم و شبانه روز تلاش میکنیم تا اثبات کنیم کار ما از رقیبان بسیار بهتر است. این عملیات فرسایشی ما را کاملا خسته و ناتوان کرده است. شاید با خود فکر میکنیم باید بیشتر تلاش کنیم، یا به جای ۸ ساعت کار باید ۱۰ ساعت کار کنم و بالاخره موفق خواهیم شد. شاید وقت و انرژی زیادی اختصاص دهید تا در بازاریابی که اشباع شده است محصول یا خدمتی را بفروشید.

ولی اگر استراتژی خود را عوض کنید شاید بتوانید با منابع و امکانات کم به موفقیت‌های بسیار بزرگتری برسید. مثلا شهر دیگری را در اطراف خود بیابید که متقاضیان بسیار بیشتری دارد و رقیبان بسیار کمتری در آنجا حضور



دارند. بنابراین استراتژی مناسب برای شما ورود سریع به بازاری جدید است که در آن مدعیان زیادی وجود ندارند. با تلاش بیشتر شاید نتوانید فروش خود را ۱۰ برابر کنید، ولی با انتخاب استراتژی مناسب اینکار شاید امکانپذیر باشد.

بنابراین دیدگاه استراتژیک داشته باشید. راز شرکت های موفق در پیدا کردن راهکارهای موردی نیست. بسیاری از دوستان میپرسند در کدام سایتها تبلیغ کنیم تا بازخورد بهتری دریافت کنیم؟ یا چگونه در روز ۱۰۰ هزار ایمیل بفرستیم؟ اگر استراتژی مشخصی نداشته باشیم، دانستن پاسخ این سوالات هیچ کمک پایداری به توسعه کارمان نخواهد کرد.

۴. به دنبال مشتریان سخت و بزرگ باشید

آقای بهنام ارل نایتینگل جمله بسیار جالبی دارد که جای تامل دارد. او میگوید: شاید در اطراف شما مشتری وجود داشته باشد که اگر بتوانید او را بیابید و قانع کنید که از شما خرید کند، هر خریدش بیشتر از کل فروش ماهانه شما باشد. اگر یادتان باشد در ابتدای مقاله گفتم اگر میخواهیم فروش را ۱۰ برابر کنیم، بهبودهای کوچک شاید نتواند ما را به چنین هدفی برساند. فرض کنید کتابی نوشته اید و به یک شرکت پخش واگذار کرده اید و کتاب در فروشگاه های انقلاب و جاهای دیگر پخش شده است. یک کتاب نسبتا جذاب با تیراژ ۳۰۰۰ نسخه شاید در حدود ۶ ماه تا یک سال در کتابفروشی ها فروخته شود.

حال میخواهیم فروش را ۱۰ برابر کنیم. شاید ایده پخش بهتر کتاب در فروشگاه های بیشتر، ما را به این هدف نرساند. بنابراین یک راه حل یافتن مشتری خاصی است که قادر است چند هزار نسخه از کتاب را سفارش دهد. احتمالا باید سراغ شرکت ها و سازمان های بزرگ برویم. مذاکره با چنین مجموعه هایی کار آسانی نیست.

ولی اگر بتوانیم پخش سنتی کتاب در فروشگاه ها را ادامه دهیم و ۹ مشتری بیابیم که هرکدام برای سازمانشان ۳۰۰۰ نسخه سفارش دهند، فروش را ده برابر کرده ایم. بنابراین یکی از راههای ۱۰ برابر کردن فروش آن است که بر مخاطبان جدیدی تمرکز کنیم که شاید تا به حال به فکر فروش به چنین افرادی نبوده ایم.



از سال ۲۰۰۸ به بعد کتاب های زیادی با موضوع بازاریابی به ثروتمندان منتشر شده است. دلیل آن است که با بدتر شدن شرایط اقتصادی، فروش سخت تر شده است، ولی هنوز ثروتمندان زیادی وجود دارند که به راحتی قادرند خریدهای بزرگی انجام دهند. پس به دنبال مشتریان سخت و بزرگ باشید.

۵. از رسانه های بیشتری به صورت همزمان استفاده کنید

فردی در آمریکا همایش های بازاریابی بزرگی برگزار میکند که مبلغ ثبت نام آن ۱۰ هزار دلار است! او سالن ۱۰ هزار نفره با پر میکند. یکی از راه های کارش آن است که از حدود ۴۰ رسانه مختلف بازاریابی برای تبلیغ همایش استفاده میکند. ما هم میتوانیم از رسانه های همزمان بیشتری استفاده کنیم. افراد عادت ها و سلیقه های متفاوتی دارند.

عده های از جوانان اهل کامپیوتر و اینترنت ترجیح میدهند تا حد ممکن خریدهای خود را از طریق اینترنت انجام دهند. بنابراین این افراد را در اینترنت میتوانیم بیابیم و محصولات و خدمات خود را عرضه کنیم. عده دیگری وجود دارند که هر روز، روزنامه مطالعه می کنند و در عمرشان از اینترنت استفاده نکرده اند. بنابراین دسترسی به این افراد از طریق روزنامه امکان پذیر است.

تا اینجا درباره دو رسانه یعنی اینترنت و روزنامه صحبت کردیم. حال کاغذی بردارید و ۳۸ رسانه دیگری که به ذهنتان میرسد را یادداشت کنید و از ۴۰ رسانه برای انتقال پیام خود استفاده کنید. مجلات، رادیو، دیوار محل کارمان، کارت ویزیت، پاسخگوی خودکار تلفنی، نمایشگاه ها، همایش ها، بسته بندی محصولات، بیلبوردها، بنرهای تبلیغاتی، ایمیل، نرم افزارهای موبایل و ... همگی می توانند به عنوان رسانه بازاریابی به کار روند.

۶. از مشارکت انتفاعی استفاده کنید

با مشارکت انتفاعی میتوانیم افرادی را بیابیم که هرکدام میتوانند فروش های زیادی ایجاد کنند. بنا بر تعریف بخش انگلیسی ویکیپدیا: مشارکت انتفاعی یعنی همکاری دو یا چند نفر در یک فعالیت تجاری برای سهم شدن



در سود مشترک. هزاران نفر مانند شما وجود دارند که با صرف زمان و هزینه زیاد توانسته اند مشتریانی را به دست آورند. شما میتوانید از این فرصت استفاده کرده و با صاحبان کسب و کارهای دیگر، وارد معامله شوید.

صاحبان کسب و کار زیادی وجود دارند که با خوشحالی حاضر خواهند بود محصول شما را به مشتریان خودشان بفروشند و سود قابل توجهی به دست آورند. بنابراین، مشارکت انتفاعی باعث می شود از زمان، هزینه و امکانات دیگران استفاده کرده و محصولتان را بفروشید و دیگران نیز از این معامله سود ببرند. به عبارت دیگر، «مشارکت انتفاعی» رابطه تجاری غیررسمی است که طی آن، دو طرف به ازای کسب سود حاضر می شوند امکانات تجاری خود را به اشتراک بگذارند. مشارکت انتفاعی این امکان را برایتان فراهم میکند که کسب و کار خود را با حداقل سرمایه توسعه دهید. این نوع همکاری همچنین باعث میشود بدون تولید محصولات زیاد، یا حتی کارمندان زیاد کار خود را توسعه دهید.

«مشارکت انتفاعی» به معنای خرید بخشی از کسب و کار شما یا طرف مقابل یا دخالت در کارهای یکدیگر نیست. شریک انتفاعی به سادگی به شما در کسب درآمد بیشتر کمک میکند و شما سودی برای او در نظر می گیرید. شریکهای شما میتوانند رقیبان، ارائه کنندگان محصولات و خدمات مکمل یا کسب و کارهایی کاملاً نامرتب با شغل شما باشند، در صورتی که نوع مشتریان هر دو کسب و کار یکسان باشند.

مثلاً اگر یک دوره آموزشی عکاسی ساخته اید، میتوانید از فروشندگان دوربین عکاسی بخواهید، آن را برای شما بفروشند. یکی از عوامل مهم موفقیت یک شرکت ایرانی ارائه دهنده کارت اینترنت، آن بود که شروع به همکاری با سوپرمارکت ها و فروشگاه ها کرد و برای اولین بار، کارتهای اینترنت این شرکت توسط سوپرمارکت ها ارائه شد. این مشارکت، باعث پیروزی بر تمامی رقیبان شد. هنگام مذاکره برای مشارکت، همیشه به خاطر داشته باشید، مشارکت در صورتی پایدار خواهد ماند که هر دو طرف معامله برنده باشند. پس هنگام در نظر گرفتن سود برای شریک، سخاوت به خرج دهید و سعی کنید طرف مقابل نیز کاملاً راضی و خوشنود باشد.

اگر طرف مقابل اصرار دارد که به اندازه شما سود ببرد، با دقت کافی تمامی هزینه های خود را محاسبه کرده و از مبلغ نهایی محصول کم کنید تا مقدار سود، معقولانه و درست باشد. در محاسبه هزینه ها بسته بندی، ارسال، تخفیف های دوره های، هزینه انبار و دیگر موارد را هم در نظر بگیرید.



۷. تخصصی تر کار کنید

تخصصی کار کردن باعث رشد سریعتر کسب و کارتان خواهد شد. اگر دامنه فعالیت های خود را افزایش دهیم و وارد زمینه های نامرتبط با کار اصلی خودمان شویم، معمولاً هزینه های جانبی افزایش می یابد. فرض کنید فروشگاههای دارید که سخت افزار کامپیوتر می فروشید.

اگر بخواهید تخصصی کار کنید شاید تصمیم بگیرید بر فروش لپتاپ متمرکز شوید و فروش تمامی لوازم نامربوط دیگر را کنار بگذارید. بنابراین لازمه تخصصی کار کردن، حذف برخی از محصولات و خدمات کم سود یا دردرساز است تا بتوانیم بر محصولات و خدمات سودآورتر و بهتر متمرکز شویم. هرچه دامنه فعالیت های خود را محدودتر کنید، تیم شما میتواند خدمات بهتر و تخصصی تری ارائه دهد. در این تله نیافتید که همه چیز برای همگان باشید. شرایط رکود شاید بهترین فرصت است کار خود را محدودتر، تخصصی تر و عمیق تر سازیم. با جسارت تمام برخی از محصولات و خدمات را حذف کنیم و بر سودآورترین گزینه ها تمرکز کنیم.

به هر حال حقیقت آن است که شاید بتوانیم فروش را ۱۰ برابر کنیم و شاید هم موفق به اینکار نشویم. ولی داشتن دیدگاه ۱۰ برابر ما را از تلاشهای کم ارزش و بیهوده رها میسازد و ما را در مسیر رشد سریعتر قرار میدهد.

در هر صورت رکورد اقتصادی حقیقتی انکارناپذیر است و تمام جهان را فرا گرفته است. ما در این شرایط دو گزینه داریم: خود را در گروه بازنده ها ببینیم، ناامید شویم، فعالیت های ارزشمند را متوقف کنیم و مرتب از شرایط نامناسب گلایه و شکایت کنیم و سرانجام منتظر نابودی کسب و کارمان باشیم. گزینه دوم آن است که بهانه گرفتن را برای خودمان ممنوع کنیم. به جای شکوه و شکایت همواره این سوال را از خود بپرسیم: در شرایط کنونی چه کاری میتوان انجام داد و چگونه میتوان رشد کرد. سپس دست به کار شویم و هر کار ممکن برای بهتر شدن شرایط کسب و کارمان انجام دهیم. کار من ارائه مشاوره به شرکت ها است و به شرکت های زیادی میروم که با خوشبینی و کارهای حساب شده در همین شرایط کنونی در حال رشد و پیشرفت هستند و انگار خبر ندارند که جهان در شرایط رکود اقتصادی به سر میبرد! امیدوارم شما گزینه دوم را انتخاب کنید.



درباره فراتک :

سابقه فعالیت شرکت داده پردازی فراتک پاژ و اعضای مؤسس آن به سال ۱۳۸۳ باز می گردد. در این سالها با گروهی از متخصصان در زمینه طراحی سایت و سیستم های نرم افزاری تحت وب ، ویندوز و موبایل فعالیت های تخصصی خود را با استفاده از آخرین، به روز ترین و بهینه ترین تکنولوژی های روز دنیا به پیش برده ایم تا بتوانیم مشتریان خود را متمایز از سایر رقبایشان در این عرصه نشان دهیم. در حال حاضر حدود ۲۰ نفر متخصص، به استخدام رسمی شرکت درآمده و افتخار همکاری با این عزیزان را داریم و در این سالها نزدیک به ۹۵۰ سایت تحت وب را طراحی، پیاده سازی و به اجرا رسانده ایم و با توجه به بازخورد کارهای انجام شده از مشتریان عزیزمان و تجربه ای که متخصصان ما کسب کرده اند، می توانیم این اطمینان را بدهیم که آنچه توسط فراتک انجام می شود برای ما افتخار و برای شما عزیزان رضایت را به همراه خواهد داشت.

برخی از مشتریان فراتک :

نمونه های سازمانی: • دانشگاه پیام نور مشهد • سازمان تعاون روستایی خراسان رضوی • آستان قدس رضوی (موقوفات ملک) • شهرداری بجستان • موسسه پیوند علم و صنعت امیرکبیر • فدراسیون مشاوران کشورهای اسلامی • شرکت تعاونی کشاورزی کشاورزان مشهد • موسسه آموزش عالی آزاد مهندسان • صندوق مهر رضا خراسان رضوی

نمونه های شرکتی: • آبمیوه ساندیس • محصولات غذایی اروم آدا • کارخانه مشهد دوام • کارخانه فرش نگین مشهد • کارخانه محصولات غذایی مسما • محصولات غذایی شهر بابانا • کارخانه مشهد سرما • صنایع روشنایی سوتارا • هتل مدینه الرضا • هتل الماس نوین • هتل کوثر • محصولات غذایی سید • ادویه جات ضامن • شرکت عمارت هشتم • شرکت فراسوی شرق • مهندسی مشاور کاوش پی مشهد • مجموعه تفریحی گردشگری چالیدره • گروه تولیدی مبلمان چوب سنگ • صنایع چوب و مبلمان گوهر • تشک طبی باراد • شرکت اطلس ماشین پلیمر • بازرگانی برق و کابل مغان • فناوری های راهبردی آریاز • نگین زعفران • کارخانه قند چناران • محصولات دوریکا • محصولات غذایی دهکده خرم و صدها مشتری دیگر...

برای مشاهده رزومه کامل و بررسی نمونه کارهای انجام شده لطفا به www.faratechdp.com مراجعه نمایید.



915 - 645 45 47
051 - 3609 70 10
WWW.FARATECHDP.COM

داده پردازی
فراتک
WWW.FARATECHDP.COM
طراحی سایت
و سیستم های نرم افزاری تحت وب



برخی از نمونه کارها



موسسه پیوند علم و صنعت امیرکبیر
www.lsta.ir



آستان قدس رضوی (موقوفات ملک)
www.moghooofatemalek.ir



دانشگاه پیام نور مشهد
www.pnum.ac.ir



شهرداری بجنستان
www.bajestan.ir



صنایع روشنایی سوتارا
www.sootara.ir



گروه صنعتی مشهد دوام
www.mashhaddavam.com



کارخانه محصولات غذایی مسما
www.mosama.ir



محصولات غذایی شهر بابانا
www.shahrbabana.com



کارخانه مشهد سرما
www.mashhadsarma.ir



شرکت فرش نگین مشهد
www.negincarpet.com



شرکت پارس باراد
www.barad.com



شرکت فراسوی شرق
www.farasooyeshargh.com



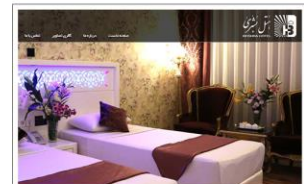
هتل کوثر
www.kowsarhotel.co



هتل مدینه الرضا
www.madinahalreza.com



هتل الماس نوین
www.almasnovin.com



هتل بشری
www.boshrahotel.ir

با تجربه طراحی و پیاده سازی بیش از ۹۵۰ وب سایت

(سایر نمونه کارهای ما را در آدرس www.faratechdp.com ببینید)



برخی از نمونه کارها



فروشگاه اینترنتی مدیا سنتر
www.mc24.ir



فروشگاه ماشین های اداری حسن پور
www.hsoonshop.com



فروشگاه ایسوس سنتر نمایندگی محصولات ایسوس
www.asuscenter.ir



فروشگاه اینترنتی هیلا مارکت
hilamarket.com



گروه صنایع غذایی مکت
www.maxxfoodco.com



شرکت عمارت هشتم شرق
www.emarathashtom.ir



محصولات غذایی اروم آدا
www.urumada.com



شرکت رادان صنعت شرق
www.radan-ir.com



گروه تولیدی شفیخ سازه
www.3s-pars.com



وب سایت حجت الاسلام والمسلمین ماندگاری
www.berangekhoda.ir



اطلس ماشین پلیمر
www.atlasmachinepolymer.com



شرکت مهندسی مشاور کاوش پی مشهد
www.kavosh-pay.com



شرکت بازرگانی برق و صنعت مغان
www.moghantrade.com



فناوری های راهبردی آریاز
www.ariaz.ir



شرکت حمل و نقل هوایی زنجیره طلایی ایران
www.agc-air.com



شرکت Vip Prestige
www.vipprestige.ir

با تجربه طراحی و پیاده سازی بیش از ۹۵۰ وب سایت

(سایر نمونه کارهای ما را در آدرس www.faratechdp.com ببینید)

915 - 645 45 47
051 - 3609 70 10
WWW.FARATECHDP.COM

داده پردات
فراتک
WWW.FARATECHDP.COM
طراحی سایت
و سیستم های نرم افزاری تحت وب



طراحی حرفه ای و تخصصی وب سایت و فروشگاه های اینترنتی

طراحی سایت مهمترین و محوری ترین فعالیت شرکت داده پردازی فراتک محسوب می شود. تاکنون افتخار پیاده سازی بیش از ۹۵۰ نمونه طراحی سایت داشته ایم. ما طراحی سایت شما را با استفاده از آخرین تکنولوژی های روز دنیا و منطبق بر نوع فعالیت و زمینه کاری شما انجام می دهیم تا وب سایت شما که جلوه و نماد موقعیت حرفه ای شرکت شما است جایگاه مناسب خود را در فضای مجازی کسب نماید.



بازاریابی اینترنتی و ارائه راهکارهای تبلیغات اینترنتی

اگر به دنبال فروش بیشتر و یا برندینگ هستید بازاریابی اینترنتی یکی از جدیدترین و ارزاترین روش ها در مقایسه با بازاریابی سنتی است. با افزایش چشمگیر شمار مخاطبان اینترنت که هر لحظه رو به افزایش است و با توجه به قابل دسترس بودن اینترنت در سراسر نقاط جهان، امروزه کلیه صاحبان کسب و کار نیز ترجیح می دهند تا بازاریابی خود را از طریق اینترنت و با هزینه ای بسیار مناسب پیگیری نمایند.



خدمات ما در زمینه راهکارهای تبلیغات اینترنتی:

- ✓ تدوین استراتژی بازاریابی اینترنتی
- ✓ تبلیغات هدفمند اینترنتی
- ✓ بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو (seo)
- ✓ بازاریابی در شبکه های اجتماعی (وب، موبایل)
- ✓ ایمیل مارکتینگ
- ✓ تبلیغات در گوگل (google adwords)

نرم افزارهای اندروید و اپلیکیشن های موبایل

با توجه به گسترش روز افزون تلفن های هوشمند همراه و روش های متفاوت تبلیغات، بسیاری از صاحبان کسب کار و کارفرمایان ضرورت ورود به بازارهای نوین و شیوه های تبلیغاتی جدید را احساس کرده اند. امروزه میزان دسترسی به اینترنت از طریق موبایل نسبت به دستگاه های دیگر مانند لپ تاپ و کامپیوتر پیشی گرفته و سرعت رشد آن بسیار سریع است. شرکت داده پردازی فراتک با داشتن متخصصان مجرب در زمینه طراحی و ساخت نرم افزار و اپلیکیشن های موبایل، تمامی نیاز های شما را در زمینه برنامه نویسی و تولید نرم افزارهای موبایل بر طرف خواهد کرد.



بهینه سازی سایت برای موتورهای جستجو (سئو)

سئو به معنی انجام تمام فرآیندهایی است که باعث می شود سایت شما نتایج بهتری را در گوگل و سایر موتورهای جستجو کسب کند.



سامانه ارسال و دریافت پیامک (sms panel)

سامانه پیام کوتاه (پنل پیامک)، نرم افزاری تحت وب است که امکان ارسال پیام کوتاه به صورت انبوه و یا تکی را فراهم می سازد.



میزبانی وب سایت (هاست) و ثبت دامنه

میزبانی از وب سایت های طراحی شده توسط فراتک، به صورت اختصاصی برای مشتریان فراتک در داخل و خارج از کشور ایران.



طراحی و پیاده سازی نرم افزارهای تخصصی و اتوماسیون های اداری

پیاده سازی این سیستم ها در راستای صرفه جویی در زمان و استفاده بهینه از وقت و منابع از دیگر خدمات شرکت فراتک می باشد.



طراحی و ساخت اپلیکیشن اندروید :

(به سادگی صاحب نرم افزار اندروید اختصاصی کسب و کار خود شوید)

موبایل ها و تبلت ها هم مانند هر کامپیوتری دارای نرم افزارها و برنامه های کاربردی متنوعی هستند که به آنها (اپلیکیشن) یا به طور مختصر App گفته می شود. اپلیکیشن موبایل بسته به سیستم عامل موبایل یا تبلت ممکن است برپایه اندروید، iOS و سیستم عامل های دیگر باشد. امروزه اندروید به عنوان یکی از محبوب ترین سیستم عامل های تلفن همراه شناخته می شود و اپلیکیشن اندروید از پرکاربردترین اپلیکیشن هاست که در شرکت داده پردازی فراتک بصورت اختصاصی برای شما طراحی و اجرا می شود.

طراحی اپلیکیشن سمینار و کنفرانس

طراحی نرم افزار اندروید کنفرانس و سمینار با امکانات بسیار خوبی مانند نام نویسی، پرداخت، زمانبندی، سخنرانان، محورها، برگزارکنندگان و ...



ساخت اپلیکیشن موبایل فروشگاه اینترنتی

اپلیکیشن فروشگاه جهت معرفی و فروش محصولات بسیار مناسب است. خرید محصول آسان انجام می شود و کلیه اتفاقات فروش در داخل اپلیکیشن انجام می گیرد.



طراحی اپلیکیشن رستوران و سفارش غذا

این اپلیکیشن با دو نوع کاربری داخلی (جهت دریافت سفارش مشتریان داخل رستوران) و همچنین خارجی (جهت دریافت سفارشات بصورت اینترنتی و یا از طریق پیامک) استفاده می شود.



ساخت اپلیکیشن معرفی شرکت یا محصول

ساخت اپلیکیشن برای معرفی شرکت یا محصول که امروزه تبدیل به جایگزینی بسیار مناسب برای کاتالوگ و CD های مالتی مدیا است.



اپلیکیشن بر اساس مکان فعلی موبایل

در این نوع اپلیکیشن اصل نرم افزار براساس موقعیت فعلی کاربر بوده و کاربران می توانند بنا به موقعیت مکانی خود، سرویس دریافت کنند. مانند اپلیکیشن های تاکسی یاب و ...



طراحی نرم افزار اندروید خبری

این نوع اپلیکیشن برای وب سایت های خبری و وب سایت هایی که محتوای قابل ارائه ای دارند مورد استفاده قرار می گیرند.



طراحی اپلیکیشن با ایده شما و انحصاری

طراحی و ساخت اپلیکیشن اندروید براساس نیاز و ایده شما به شکل اختصاصی برای اشخاصی که به دنبال ساخت نرم افزار به صورت اختصاصی هستند.



طراحی اپلیکیشن هتل ها

طراحی نرم افزار اندروید هتل ها شامل معرفی هتل به همراه تصاویر کلیه بخش های هتل، همچنین مسیریابی مسافران هتل از طریق نقشه داخل نرم افزار موبایل و همچنین نمایش نقاط گردشگری.

