



خبرنامه داخلی

انجمن صنفی کارفرمایان توزیع کننده گاز مایع ایران

۱۰۲
۳
۳
۴
۵
۶
۷
۸

LPG، در نمایشگاه CNG

بیانات معاون محترم وزیر نفت
سخنرانی مدیر عامل محترم شرکت ملی پخش
سهم ال پی جی در سبب سوخت حمل و نقل
سخنرانی مهندس خلیلی در همایش CNG
کارگروهی شروع کارآفرینی
مولفه های اساسی در برند سازی
گوناگون

فهرست



LPG، در نمایشگاه CNG

مدیران و مسئولین محترم وزارت نفت، شرکت ملی پالایش و پخش و همچنین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران.
۳- برگزاری غرفه اختصاصی انجمن صنفی کارفرمایان توزیع کننده گاز مایع ایران به مساحت ۱۲ متر مربع در سالن نمایشگاه صدا و سیما با ارائه موارد زیر:

- الف- فواید استفاده از گاز مایع**
- ب- حاصل ۶۲ سال خدمتگذاری صنعت گاز مایع در کشور.**
- ج- توانمندی های کنونی صنعت گاز مایع در شرایطی که به لحاظ توسعه شبکه لوله کشی گاز طبیعی، با کاهش مصرف LPG روبروست.**
- د- چشم انداز صنعت گاز مایع با وقوف به این که به قرار مسموع تولید گاز مایع تا سال ۱۴۰۴ به سقف ۱۴ میلیون تن خواهد رسید.**

ادامه در صفحه بعد

در تاریخ های دوشنبه ۱۶ و سه شنبه ۱۷ آذر ماه سال جاری، بر اساس توافقات انجام گرفته با مسئولین ذیربط، انجمن صنفی کارفرمایان توزیع کننده گاز مایع ایران در همایش و نمایشگاهی که توسط دست اندرکاران صنعت CNG مرکب از سه تشکل: (انجمن CNG، انجمن سازندگان تجهیزات گاز و انجمن سوخت های جایگزین)، به مناسبت یک دهه فعالیت های مربوطه در کشور، در مرکز همایش های صدا و سیما برپا گردید، به شرح زیر حضور یافت:

۱- سخنرانی جناب آقای مهندس محسن خلیلی رئیس هیأت مدیره این انجمن در بخش افتتاحیه همایش و همزمان تجلیل از ایشان توسط دست اندرکاران صنعت CNG، به اعتبار بنیان گذار و اشاعه دهنده فرهنگ مصرف گاز و متجاوز از ۶۰ سال خدمتگذاری در صنعت کشور.

۲- سخنرانی تخصصی توسط جناب آقای دکتر کریمی دبیر انجمن درباره گذشته، حال و آینده صنعت گاز مایع همزمان با استفاده از پاورپونت، جهت



ایران و جمعی از مدیران دستگاه اجرایی ذیربط، از غرفه این انجمن بازدید به عمل آورده و فرصتی فراهم گردید که معضلات و پیشنهادهای صنعت گاز مایع را در وضعیت کنونی، رو در رو به استحضار برساند.

۴- طی دو روز برگزاری نمایشگاه، جناب آقای مهندس کاظمی معاون محترم وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی پالایش و پخش، جناب آقای مهندس سجادی مدیر عامل محترم شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی

حضور انجمن در نمایشگاه به روایت تصویر



مدیر عامل شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران در غرفه انجمن



معاون وزیر نفت و مدیر عامل شرکت ملی پالایش و پخش در غرفه انجمن



برخورداری از امکانات بالقوه موجود صنعت گاز مایع، سریع ترین راه وصول به اجرای مصوبه (سهم گاز مایع در بخش حمل و نقل) است.



معاون وزیر و مدیر عامل شرکت ملی پالایش و پخش:
توسعه صنعت سی ان جی یک ضرورت راهبردی است.



جناب آقای مهندس کاظمی معاون محترم وزیر و مدیر عامل شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران از توسعه CNG در سبد سوخت کشور به عنوان یکی از راهکارهای کاهش مصرف و واردات بنزین نام برده و اظهار داشت: کمیته ای در زمینه بررسی راهکارهای افزایش مصرف CNG تشکیل شده است. وی اضافه کرد، خودروهای پایه CNG در کشور را می توان از دیگر راه کارها برای افزایش سهم CNG در سبد سوخت دانست. مدیر عامل شرکت ملی پالایش و پخش در این باره گفت: هزینه تحقیقات ساخت خودروهای پایه CNG، از سوی وزارت نفت و شرکت بهینه سازی مصرف

سوخت کشور تأمین گردیده و خوشبختانه وزارت نفت همکاری خوبی برای ساخت خودروها و توسعه آن در کشور، داشته است. هم اکنون روزانه متجاوز از ۱۹ میلیون متر مکعب CNG در جایگاه ها، سوختگیری می شود که با توجه به ظرفیت های موجود، قابلیت افزایش به دو برابر این میزان را دارد.

مدیر طرح احداث جایگاه های CNG در این باره می گوید: میزان سوختگیری در جایگاه های CNG دو میلیون و ۵۷۰ هزار متر مکعب بر ساعت است در حالی که با افزایش ساعت کارکرد کمپرسورها، امکان افزایش ظرفیت سوختگیری هم وجود دارد.

وجود ۲۲۷۳ جایگاه، سوخت مورد نیاز سه میلیون خودرو گاز سوز را (به جز ۶۰۰ تا ۷۰۰ خودرو تبدیلی در کارگاه های غیر مجاز)، با بهره گیری از بیش از ۱۳ هزار نازل تأمین می شود.

در رابطه با مزایای استفاده از گاز طبیعی فشرده یا CNG، می توان به آلودگی کمتر آن نسبت به سوخت های جایگزین، اشاره کرد. ایمنی بیشتر در هنگام نشت را نیز می توان از دیگر مزایای این سوخت به شمار آورد. زیرا گاز از هوا سبک تر است و به سرعت پراکنده می شود. افزایش بهره وری ۱۵ درصدی، قیمت مناسب آن نسبت به بنزین و بالا بودن عدد اکتان نیز از دیگر مزیت های سوخت CNG به شمار می آید.



مدیر عامل شرکت ملی پخش:
چرخه سوخت رسانی مطلوب، با همدلی و تدبیر



شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران از جمله شرکت های خدمات رسان صنعت نفت ایران است که وظیفه سوخت رسانی به مردم سراسر کشور، نیروگاه ها و صنایع را عهده دار است. در حال حاضر با توجه به فصل سرما، تمامی امکانات این شرکت برای رویارویی با سرما آماده است و ذخایر موقت این شرکت در وضعیت مطلوبی قرار دارد به گونه ای که در برخی از سوخت ها، حدود دو برابر سال گذشته، ذخیره سازی صورت گرفته است.

در این ارتباط جناب آقای مهندس سید ناصر سجادی مدیر عامل شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران درباره توزیع بنزین یورو ۴ اظهار داشت: با تولید این فرآورده در پالایشگاه های کشور، برخی کلانشهرهای کشور تحت پوشش عرضه بنزین یورو ۴ قرار گرفته اند.

مدیر عامل شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران به اجرای طرح تخصیص سوخت به ازای پیمایش، پرداخت و اعلام داشت که این طرح با مشارکت وزارت خانه های نفت، کشور و راه و شهرسازی از مهر ماه سال جاری اجرایی شده است وی هدف از اجرای این طرح را عدالت در توزیع سوخت به ناوگان حمل بار و مسافر به ازای عملکرد واقعی خودروها دانست. در این طرح بر اساس اطلاعات بارنامه خودرو که وزارت راه و شهرسازی آن را تأیید کرده است، سوخت، تخصیص و تحویل می شود. این طرح تازه و

نوپا بوده و تلاش شده است در یکی دو ماه نخست، برای عرضه سوخت محدودیت زیادی ایجاد نگردد و آن چه اهمیت دارد، فرهنگ سازی و آشنایی بیشتر با اجرای طرح و عدالت در توزیع گازوئیل است و هدف مهم دیگر آن نیز آگاهی از مصرف واقعی گازوئیل می باشد. بنا به اظهار مدیر عامل شرکت ملی پخش، طی ۷ ماهه نخست سال جاری، ۳۰ هزار تن LPG به کشور پاکستان صادر شده است. وی همچنین اضافه کرد یکی از اهداف مهم فروش مرزی فرآورده ها کاهش قاچاق سوخت است و رشد سه برابری فعالیت در این بخش، نشان از موفقیت آن دارد.

مستخرجه از نشریه مشعل - وزارت نفت

جایگزینی گاز مایع به جای بنزین در بخش حمل و نقل، به لحاظ پایین بودن قیمت و آلاینده گی کمتر، سودآوری قابل توجهی در بر دارد.



افزایش مصرف سوخت مایع در کشور



شرکت ملی پخش با بیان این که تأمین گاز مایع (LPG) نیز از جمله مسئولیت های این شرکت است، تصریح کرد در ۱۸۶ روز گذشته، روزانه به طور میانگین ۱۰ میلیون لیتر LPG توزیع و مصرف گردیده که نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۱/۱ درصد کاهش داشته است. وی همچنین اضافه نمود در ۶ ماهه نخست امسال، ۱/۲ میلیون لیتر LPG صادر شده است.

مستخرجه از نشریه مشعل - وزارت نفت

جناب آقای مهندس منصور ریاحی معاون مدیر عامل شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران گفت: در ۱۸۶ روز نخست امسال، میزان مصرف LPG، بنزین موتور، نفت سفید، نفت گاز، نفت کوره و سوخت هواپیما، به بیش از ۳۸ میلیارد لیتر رسید. به گفته وی مصرف این فرآورده نفتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، ۳/۲ درصد افزایش داشته است. معاون مدیر عامل

سهم ال پی جی در سبد سوخت حمل و نقل کشور، احیاء می شود.



مصرف LPG در کشور، کاهش یافته است و لذا باید این فرآورده صادر شود و یا به مصرف سوخت خودرو برسد که هم اکنون نیز به مصرف بعضی از صنایع و مصرف خانگی می رسد. مدیر برنامه ریزی تلفیقی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران با اشاره به این که مصرف کنونی LPG نسبت به سال ۱۳۹۲ در کشور بیش از ۸ درصد کاهش یافته است، افزود: مصرف LPG از ۱۰ هزار و ۲۳۱ میلیون لیتر در روز در سال ۱۳۹۲ به ۹ هزار و ۳۸۱ میلیون لیتر در روز، در سال جاری رسیده است.

هزینه ساخت جایگاه سوختگیری LPG، بسیار پایین تر از CNG و بنزین است و شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران قصد دارد، به کمک بخش خصوصی اقدام به ساخت جایگاه های LPG کند.

مستخرجه از نشریه مشعل - وزارت نفت

جناب آقای مهندس شهاب الدین متاجی، مدیر برنامه ریزی تلفیقی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران، با اشاره به این که، این شرکت به دنبال ایجاد تنوع بیشتری در سبد سوختی کشور به ویژه در بخش حمل و نقل است، یادآور شد: هم اکنون در وسایل نقلیه سنگین، از دیزل و در خودروهای سبک، از بنزین و CNG استفاده می شود. وی با بیان این که در حال حاضر در تولید LPG، ظرفیت مازاد بر مصرف داخلی داریم که صادر می شود، گفت طبیعی است که اگر به جای بنزین، LPG استفاده شود به دلیل پایین بودن قیمت و آلاینده گی کمتر، سودآوری بالاتری نسبت به بنزین ایجاد می کند. وی به تولیدات LPG در تمام پالایشگاه های کشور اشاره و تصریح کرد با گسترش شبکه گاز رسانی به شهرها،





سخنرانی مهندس خلیلی در همایش CNG



گامی اساسی جهت تحقق آرزوی اصولی خود و اشتغال و توسعه مناسب برسیم و به همین دلیل است که اینجانب در مقیاس بزرگ، راه توفیق کشور را بعد از توسل به الطاف الهی و حاکمیت خوب، در صنعت نفت و گاز می بینیم. ما فعالان صنعت CNG و سایر محصولات فسیلی که از طریق شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی در خدمت صنعت کشور می باشیم، مفتخریم که اعلام نماییم می توانیم در توفیق ملی میهن مان در مسیر خدمتی خود سهیم باشیم.

اهمیت انرژی و صنعت انرژی و صنعت نفت و گاز در کشور ما بسیار بالا و والا است. با این ابزار می توان مشکلات میهن عزیز را حل نموده و سرمایه زیرزمینی را تبدیل به سرمایه گذاری های ملی نمود. ما کشوری نفتی هستیم و از این ممر می توانیم خدمات بزرگی به کشور انجام دهیم. لازم است بدانیم که صنعت برق و آلومینیوم و سیمان و غیره نیز قائم به صنعت نفت و گاز کشورمان می باشند.

منافع صنعت نفت و گاز بسیار عظیم و گسترده بوده که صنعت CNG یکی از زیر مجموعه های آن است و سود حاصله از آن در مقایسه با مصرف بنزین، سالی ۳ میلیارد دلار می باشد و آثار و اهمیت این صنعت برای کشور به لحاظ مالی و زیست محیطی بسیار ارزشمند و حیاتی تلقی می گردد. فعالیت این صنعت برای کشور به لحاظ اشتغال و صرفه جویی ارزی، می تواند بسیار مفید باشد و اشاعه آن، بزرگ ترین خدمت به محیط زیست بوده که اقدامات ده ساله ی اخیر مبین این واقعیت می باشد. ما به سهم خود در صنعتی خدمت می نماییم که نجات اقتصادی و محیط زیستی میهن مان را در بر دارد و می تواند نقش اساسی در کاهش گازهای گلخانه ای و پدیده گرم شدن زمین و تعهدات اخیر بین المللی ما در کنفرانس پاریس (کاهش ۴ تا ۱۲ درصدی در تولید گازهای گلخانه ای) داشته باشد.

توفیق سروران و یاران عزیز را در راستای تدوین برنامه های راهبردی و عملیاتی جهت تحقق این وظایف ملی و جهانی و توسعه صنعتی هر چه پاک تر و مفید تر و در خدمت ابنای بشر، از خداوند مسألت دارد.

گروهی برای امیدواری جوانان به فردای خود، به من مراجعه می نمایند تا در وادی کارآفرینی و در مسیر منفی آثار تحریم و تورم و رکود، راهنمایی شوند زیرا جوانان ما برای تأمین فردای خود احساس یأس می کنند که آثار تبعی آن کوچ تأسف بار آن ها از کشور و خروج بزرگ ترین سرمایه های انسانی از میهن عزیزمان می باشد، پدیده ای که هم دردی است عاطفی و هم ضایعه ای است اقتصادی و مضافاً لطمه ای بزرگ به کمیت نسل باهوش و ذخایر ژنتیکی آتی کشور مان خواهد بود. گروه دیگری برای رونق بخشیدن به بنگاه های اقتصادی و خروج از رکود، نظر مرا می پرسند.

همان گونه که اکثراً استحضار دارند، در جوانی برای اولین بار در کشور، استفاده از گاز مایع را در خدمت پدر شروع نمودم، سوختی ارزشمند که اکثراً جانشین محصولات میان تقطیر و نفت سفید گردید و به لحاظ توسعه ای و زیست محیطی، برای کشور مفید بوده و نیز فرهنگ استفاده از گاز را در مملکت ایجاد و بسط داد تا آن جایی که اکنون شاید گاز طبیعی فراتر از ۶۷٪ انرژی کشور را تأمین می نماید که اگر چنین نمی بود، به سبب رشد مصارف داخلی، نفتی هم برای صادرات باقی نمی ماند.

اکنون به لحاظ حرفه ای، مسن ترین عضو گروهی هستیم که در مسیر توزیع و حمل فرآورده گاز مایع و یکی از بزرگ ترین سازندگان وسایل گازسوز خانگی کشور، خدمت می نماید.

در وادی تشکل گرایی و خدمت به جامعه مدنی نیز همه عمرم در بالاترین حد توان مشغول و درگیر بوده است.

اولین تجربه و تعامل دوستی ام با نظام محترم شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی، در شصت سال قبل به مدیریت مرحوم مهندس فرمانفرما بود و اکنون نیز به لحاظ سازمانی تابع همان تشکیلات با مدیریت دانشمند بزرگوار آن، جناب آقای مهندس سجادی می باشم. عزیزی که هرگاه مورد شور قرار گیرم طبیعی است که با الهام از آموخته های خود، نظراتی را خدمت ایشان عرضه می نمایم. چرا که شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی را به مثابه دانشگاهی می دانم که از آن بسیار آموخته ام و بسیار طبیعی است که اینجانب راه توفیق میهنم را در آموخته های دوران حیاتم از نظام معظم صنعت نفت و تداوم خدمتگزاری نسبت به شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران بدانم.

نفت استحصال شده میهن مان از زمان داری تا کنون ۱۲۴۰ میلیارد دلار و ارزش نفت و گاز قابل استحصال موجود کشورمان معادل ۳۶۶ میلیارد بشکه نفت خام و هم ارز پولی ۱۸۰۰۰ میلیارد دلار یعنی معادل ۱۴/۵ برابر ارزشی استحصال یکصد ساله کشورمان می باشد.

چالش فعلی میهن مان ضرورت اشتغال ۸ میلیون نفری و رشد GDP، ۸ درصدی سالیانه می باشد که به ۱۲۰۰ میلیارد دلار سرمایه گذاری نیاز دارد. با فروش و صادرات ۱/۱۵ نفت و گاز میهن مان با قیمت های ارزان فعلی می توانیم



کار گروهی، شروع کارآفرینی



یکی از معیارهایی که کشورهای توسعه یافته را از کشورهای در حال توسعه مجزا می کند، فرهنگ "گروهی کار کردن" است. معمولاً در کشورهای توسعه نیافته، افراد علاقه چندانی به فعالیت های گروهی ندارند و همین امر سبب می شود علاوه بر صرف انرژی بیشتر، کارها با کیفیت پایین تری، انجام پذیرد.

اصولاً برای رسیدن به یک جامعه کارآفرین، رشد فعالیت های گروهی ضروری است و بدون چنین ویژگی، کارآفرینی در جامعه، فراگیر نخواهد شد. حال یک گروه کاری موفق را چگونه می توان سازماندهی کرد که به اهداف مورد نظر دست یابد. قطعاً باید از قدم های کوچک آغاز کرد تا با کسب تجربیات لازم، به تشکیل گروه های بزرگ تری که بتوانند زمینه ساز تحول در جامعه باشند، نائل آمد.

برای تشکیل این منظور، توجه به عوامل زیر، می تواند مثر ثمر واقع شود:
۱- یافتن موضوع مورد علاقه که نتایج آن در شغل و زندگی ما سبب ایجاد انگیزه قوی گردیده به گونه ای که مشکلات به سهولت نتواند ما را از ادامه راه بازدارد.

۲- جست و جو و جذب افراد علاقه مندی که تمایل دارند در این خصوص با ما همکاری کنند. زیرا اولین پایه تشکیل یک گروه کاری موفق، وجود افراد با انگیزه و علاقه مند به موضوع مورد بحث است.

۳- برای موضوع انتخاب شده می بایست هدف و شرح وظایف تعریف شود و وظیفه هر فرد از گروه را برای رسیدن به آن هدف مشخص نمود.

۴- تلاش شود در بین اعضای گروه، فردی اهل نوشتن و نویسندگی تعیین شود که نتایج حاصله در گروه را به خوبی ثبت و سند سازی کند تا به کمک آن، اندیشه گروه آرام آرام، به دیگران منتقل و زمینه برای تبادل افکار فراهم گردد. البته لازم است فردی این مهم را بپذیرد که در برقراری ارتباط با دیگران، توانایی لازم را داشته و دانسته های خویش را در این زمینه همواره افزایش دهد.

۵- حفظ احترام میان اعضای گروه، از اصول اساسی حاکم بر گروه است و با این ترتیب است که زمینه برای ارتقاء بهداشت روانی در بین اعضا مهیا گردیده و سبب همبستگی هر چه بیشتر و پایداری گروه خواهد شد.

۶- آموزش مستمر باید در گروه تداوم یابد و هر کس بکوشد علم و دانش خود را در خصوص موضوعات مرتبط، ارتقاء بخشد و نتایج آن را به دیگران منتقل نماید.

۷- از نکات مهم دیگر، انجام مطالعات در زمینه تکنیک های خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی است که اعضاء باید در این رابطه مطالعه و تمرین کنند.

۸- صبر و انتقاد پذیری از ویژگی های مهم فرهنگ فعالیت های گروهی است و افراد باید همیشه آماده پذیرش سخت ترین انتقادات بوده و در برابر ناملایمات صبر فراوان داشته باشند. صبر باعث می گردد انسان از انجام رفتارهای شتاب زده و غیر منطقی، خودداری کرده و شاهد نتایج مطلوب در آینده باشد.

۹- گهگاه لازم است از متخصصین مرتبط با موضوعات مورد بحث، دعوت کرده و از نظرات آنان بهره مند شد و یا با شرکت در سمینارها، نمایشگاه ها و... فرصت دیدار با صاحب نظران را به دست آورد.

۱۰- اعضا گروه باید سعی کنند در عرصه های پژوهشی نیز وارد شده و راه حل های کاربردی و ارزشمند به جامعه ارائه کنند.

۱۱- گروه باید علم و دانش خود را در زمینه رایانه، اینترنت و زبان رایج خارجی مستمراً ارتقاء بخشیده و از اطلاعات روز برخوردار باشد به گونه ای که اعضاء بتوانند از منابع خارجی بهره مند گردند و بالاخره لازم است اعضای گروه در زمینه روانشناسی گروهی نیز مطالعه کنند تا زمینه برای همبستگی هر چه بیشتر فراهم آید.

منبع واسط: انجمن صنایع لوازم خانگی ایران

۵ جمادی الاول

مبارک باد.

سالروز ولادت
ارباب کتب

سالروز ولادت



مؤلفه های اساسی در برند سازی



است. تبلیغات در ابتدای راه باید با هیاهوی زیاد همراه باشد البته هیاهوی درست و جذاب و نه شلوغ کاری و اغراق آمیز و سرانجام این که مهم ترین عنصر تبلیغات در تجارت امروز خلاقیت است.

۵- ارتباطات

دنیای معاصر، دنیای ارتباطات است و هر کس بتواند توسط این عنصر از روابط خود بهترین بهره جویی را داشته باشد قطعاً به موفقیت دست خواهد یافت و یک برند هم از این قاعده مستثنی نیست و هنگام ورود به دنیای تبلیغات و بازاریابی نیازمند یک روابط عمومی قوی و با نفوذ است. روابط عمومی که مخاطب شما احساس کند با شما سهیم بوده و ارتباط دو سویه برقرار کرده است. باید مشتریان را در برندسازی سهیم کرده و به آنان حق ارائه نظر و انتقاد داد، در واقع ارتباطات مؤثر با مشتری، تجسمی همیشگی از برند را در قلب و فکر او می آفریند.

۶- تداوم حضور

تداوم حضور یک برند در رسانه ها و مردم، کامل کننده تمام اقدامات شرکت، در برندسازی است. فرآیند برندسازی در تجارت امروز هرگز برای یک شرکت، پایان نخواهد یافت و این تداوم حضور باعث می شود که برند شما هیچ گاه فراموش و یا کمرنگ نشده و همواره با مردم باشد. تبلیغات بی وقفه و ادامه دار، بازاریابی متوالی، خدمات پس از فروش مناسب و برقراری روابط دائمی یا مقطعی با مشتریان، از اساسی ترین عناصر تداوم حضور در بازار و ماندگاری یک برند محسوب می شوند.

فرقی ندارد که برند شما قرار است یک شرکت کوچک خدماتی باشد یا یک کارخانه و یا هر چیز دیگر، نکته ای که در درجه اول اهمیت قرار دارد، طی کردن متوالی تمام مؤلفه های برندسازی است و در این حوزه، متخصصین علم بازاریابی عموماً شش مؤلفه به شرح زیر مطرح نموده اند:

۱- نام

نامگذاری برند، اولین و مهمترین مؤلفه در برندسازی است. نام برند باید به گونه ای انتخاب شود که خیلی سریع در ذهن مخاطب نقش ببندد و همان جا بماند. نام برند حتی الامکان باید یک کلمه ای بوده و دارای موسیقی آوایی و شکیل باشد و راحت تلفظ گردد. راحت نوشته شود و قابلیت تبدیل شدن به لوگو و آرم را داشته باشد و ضمناً در زبان لاتین تلفظش مشکل نباشد. معنای نام نباید از ارزش های اخلاقی، دینی و فرهنگی جامعه دور باشد و تا جایی که ممکن است باید از واژگان ملی و غیر خارجی استفاده گردد.

۲- نشان

نشان یا "لوگو" برای یک برند مانند کارت شناسایی بوده و بیانگر وجود، هویت و ماهیت کار یک برند است. لوگو یک ابزار تجسمی است که برند شما را به صورت بصری، به مخاطب معرفی می کند. این ابزار تجسمی هر قدر خلاقانه تر و به دور از پیچیدگی های فنی باشد، راحت تر مخاطب را به خود جلب می کند.

۳- شعار

شعار باید انعکاسی از برند و نوع کار شما باشد. کوتاه، مختصر و از همه مهمتر خلاق و مبتکرانه، به گونه ای که از قدرت باورپذیری بالایی برخوردار باشد. مهمترین چیزی که در مفهوم شعار باید در نظر گرفته شود، دو عنصر اصلی "ساختار و مفهوم" است و بالاخره این که در بحث شعار هم مانند نام و نشان، موضوع به یاد ماندن اصلی ترین ویژگی است.

۴- تبلیغات و بازاریابی

اطلاع داشتن مردم از وجود برند شما در بازار، بستگی به دو مؤلفه حیاتی دارد: تبلیغات و بازاریابی. می توان با تبلیغات و بازاریابی گسترده خیلی زود به جایگاه ویژه ای دست یافت. برندسازی یک امر از درون به بیرون



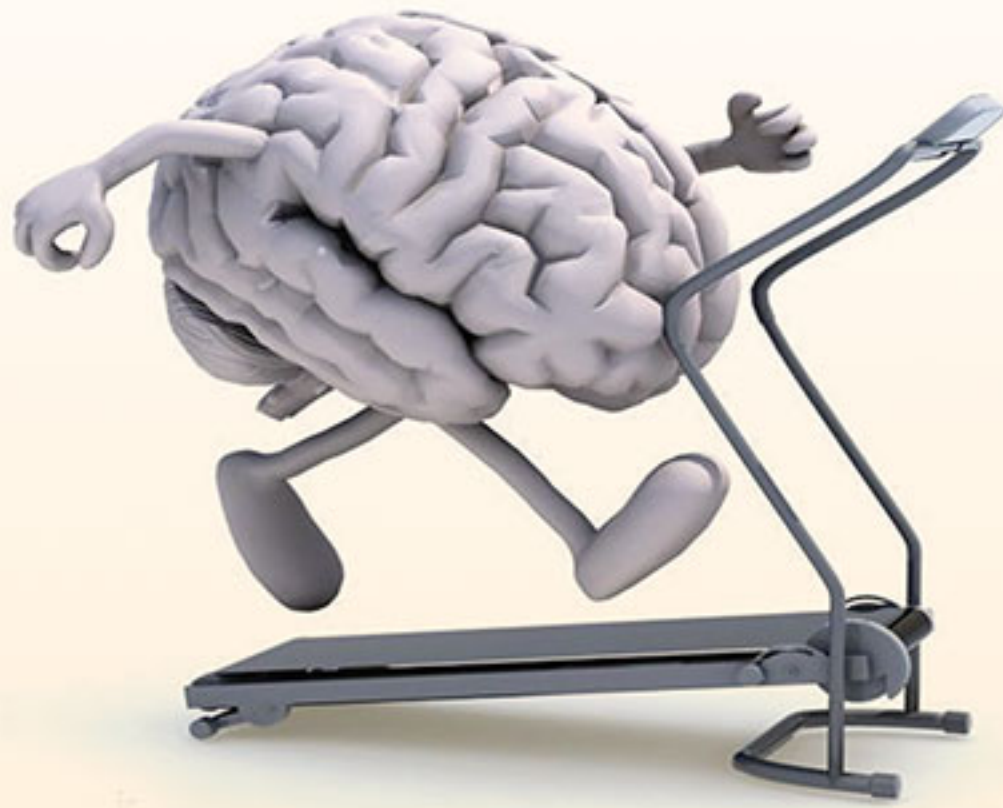
کلید قرآن



هر دری کلیدی دارد و کلید قرآن مجید « بسم الله الرحمن الرحيم » است که تمام عظمت قرآن در آن است. هدف از نزول قرآن بر پیامبر اکرم (ص)، انتقال مفاهیم، اوامر و نواهی الهی بر انسان، رأس همه مخلوقات پروردگار تعالی، می باشد و در صدر همه انسانها هم معصومین (ع) قرار دارند. ذکر « بسم الله » در اول هر کار، یعنی ما می خواهیم با عمل خود، مهربانی خدای رحمان و رحیم را نشان دهیم، بنابراین به آنچه صلاحمان بوده خواهیم رسید، گرچه خود متوجه نشویم. خدا عالم را با مهربانی خلق فرموده، پس رفتار ما هم باید با مهربانی باشد، حتی در برخورد با دشمن.



برای مشخص شدن سلامت مغز لطفا روی یک پای تان بایستید!



آیا می دانستید که میزان توانایی شما برای ۲۰ ثانیه ایستادن بر روی یک پا، می تواند نشان دهنده سلامت مغز شما باشد؟ پژوهشگران دانشگاه کیوتو در ژاپن از حدود ۱۴۰۰ نفر با سن متوسط ۶۷ سال، خواستند مدت ۶۰ ثانیه روی یک پای خود بایستند و چشم خود را باز نگه دارند. پس از آن محققان، مغز هر یک از این افراد را با استفاده از MRI بررسی کرده و دریافتند، کسانی که به سختی می توانستند ۲۰ ثانیه روی پای خود بایستند به بیماری عروق کوچک مبتلا بوده بدون این که علامت خاصی داشته باشند. عارضه ای که با سکته مغزی، زوال عقل و حتی پارکینسون ارتباط دارد. در بین افرادی که نتوانستند تعادل خود را حفظ کنند. ۱۵ درصد دارای یک ضایعه مغزی کوچک، ۳۰ درصد دارای دو ضایعه مغزی کوچک، ۱۶ درصد دارای یک رگ مغزی مسدود شده و ۳۵ درصد دارای دو رگ مغزی مسدود شده بودند. علاوه بر این کسانی که کمتر از همه نتوانستند تعادل خود را حفظ کنند دارای پایین ترین سطح عملکرد ذهنی بودند.

به گفته محققان حفظ تعادل به ۳ مدار حسی اصلی مربوط می شود: دید، حس عمقی (درک شما از موقعیت بدن) و سیستم دهلیزی (گوش داخلی و...). بنابراین هر گونه ناهماهنگی بین این مدارها همچون ناتوانی در حفظ تعادل، نشان دهنده آسیب مغزی است.

پس آزمایش تعادل را انجام دهید تا متوجه شوید عملکرد مغز شما در چه حدی است؛ اگر نتوانستید ۲۰ ثانیه یا بیشتر تعادل خود را حفظ کنید، احتمالاً ابتلا به بیماری های مغزی و زوال ذهنی در شما وجود دارد و در این صورت بهتر است با پزشک مشورت کنید.

خرد برتر از گوهر آمد پدید



اندیشیدن، نخستین پله ی نردبانی است که آدمی را به بام معرفت و فرهیختگی می برد، جایی که از آن می توان سره و ناسره و نیک و بد را به سهولت از هم باز شناخت.

آن که می اندیشد، نخست زکات برترین نعمتی را که پروردگارش به او ارزانی داشته، ادا می کند و دو دیگر، می تواند در کمال آرامش، پارو زنان بلم خویش را فارغ از دغدغه گرفتار شدن در کشاکش امواج، تا ساحل دلچسب و آفتابی خوشبختی، ناخدایی کند و سه دیگر، با درافکندن نور معرفت خود، روشنگر راه دیگران تا رسیدن به شهر نیک بختی شود.

در میان مردم، برخی می کوشند تا در پرتو خورشید خرد، نخست بدانند و آن گاه بگویند و از دانش خود نیز، به آن چه بر زبان می رانند، نکته ای دقیق و برآمده از شعور بیافزایند، اما بعضی دیگر، بی تأمل، لب به سخن می گشایند و تنها آن چه را که شنیده اند واگو می کنند که اینان همان کسان اند که همواره، پرداخت زکات عقل را بر ذمه خواهند داشت.

از یاد نبریم این سخن گرانبهای امیرالمؤمنان و امام خردمندان، حضرت علی ابن ابی طالب (ع) را که فرمود:

"بر شما باد فهمیدن، نه نقل کردن".

چند نکته مدیریتی

- دانش و تجربه هیچ کدام به تنهایی رهگشا نیستند اما با آمیختن آنها، می توان راهکارهای حیاتی و استثنایی خلق کرد.
- رعایت استانداردهای محیط کار، در کارآرایی کارمندان بسیار موثر است.
- هرگز از مشورت با نیروهای جوان، ابایی نداشته باشید.
- صبر و حوصله از مهمترین ارکان موفقیت تلقی می شوند.
- بدون توهین به عقاید دیگران، با آنها مخالفت کنید.
- با عبارت کنایه آمیز و نیش دار، به دیگران درس عبرت ندهید.

خبرنامه داخلی

ناشر: دبیرخانه انجمن صنفی کارفرمایان توزیع کننده گاز مایع ایران

نشانی: تهران - خیابان دکتر بهشتی - خیابان سرافراز - خیابان هفتم
پلاک ۱۷ - طبقه ۴

تلفن: ۰۲۱-۸۸۷۳۷۹۱۹-۸۸۷۳۴۸۶۲ فکس: ۰۲۱-۸۸۵۴۱۴۹۱

کدپستی: ۱۵۸۷۶۹۵۹۱۳

پست الکترونیک: info@anjomanlpg.ir