Ketabton.com

(c) ketabton.com: The Digital Library

کوچنۍ سوداګري

www.melitahrk.com
0777 400 116

ژباړن: ضیاءالرحمن ضیاء

۱۳۹۳ لمریز کال

(c) ketabton.com: The Digital Library

ډالۍ

خپل ګران پلار او خوږې مور ته، چې له ماسره يې زما په زده کړه او روزنه کې ډېره خواري کړې ده.

ضياء

www.melitahrik.com
0777 400 116

د کتاب ځانګړنې:

(c) ketabton.com: The Digital Library

د کتاب نوم: کاروبار
لیـــکوال : بېلابېل
ژباړن : ضیاءالرحمن ضیاء
بربښلیک: zia_۲zia@yahoo.com
اړیکه: ۰۰۹۳۷۷۷۴۰۰۱۱۶
خپرندوی: د ملي تحریک فرهنګي ټولنه
د خپرندوی پرله پسې نومره: (۹)
کمپوز: ژباړن
پښتۍ ډیزاین: فیاض حمید
چاپشمېر: ۱۰۰۰
چاپ وار: لومړی
چاپکال: ۱۳۹۳ل

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

لړلیک

ګڼه　سرلیک

۱. ایا اوس هم تبلیغاتي بنرونه اغېزمن دي؟
۲. بـازار
۳. په اوسني خرڅلاو کې د اړیکو اغېزمن تاکتیکونه
۴. څنګه کولای شو یو شخصي کاروبار ولرو؟
۵. د کسب او کار د پیل لپاره څو ساده او اسان میتودونه
۶. د خرڅلاو د ډېروالي عملي لارې چارې
۷. د یوه په زړه پورې وېزېټ کارټ جوړولو مهم ټکي
۸. زه یو رهبر یم، خو یو مدیر نه یم!
۹. کوچنۍ سوداګري
۱۰. د خرڅلاو د پایته رسولو فن
۱۱. یوه ورځ بریالی پلورونکی
۱۲. د اغېزمن خرڅلاو درې لارې
۱۳. د چټک خرڅلاو څلور میتوده
۱۴. د بازارموندنې کمپاین
۱۵. په سوداګرۍ کې اخلاقي اصول
۱۶. د بازار موندنې مدیریت
۱۷. پر لړ لګښت خپله سوداګري پرمخ بیول
۱۸. د بریالي ایي ټي مدیر لس غوره ځانګړنې

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱۹. د بریالي سوداګر مهارتونه
۲۰. د یوه ښه مدیر ځانګړنې
۲۱. د بازار موندنې اووه مهم ټکي
۲۲. د خرڅلاو په اړه ۱۰۱ ټکي
۲۳. د خرڅلاو او بازارموندنې مدیریت
۲۴. د خرڅلاو هنر
۲۵. هغه پوښتنې چې د یوه شرکت رییس یا مشر یې باید له ځانه وکړي

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د تحریک یادښت

فرهنګي څانګه د افغانستان ملي تحریک له اساسي څانګو څخه یوه ده. د دې څانګې دنده داده چې هېوادوالو ته فرهنګي خدمات وړاندې او ګڼ شمېر فرهنګي کارونه ترسره کړي. د تاریخي، ملي، کلتوري ورځو او تاریخي او ملي شخصیتونو نمانځل د دې څانګې نورې دندې دي.

د هېواد د لیکوالو د علمي، دیني، روزنیزو او معلوماتي اثارو چاپ هم د دې څانګې له اساسي دندو څخه ګڼل کېږي. له هغې ورځې راهیسې چې تحریک خپل علمي فعالیتونه پیل کړي دي، نو د دې څانګې هم ورسره سم خپل فعالیتونه چټک کړي دي. تاریخي ورځې یې نمانځلي، تاریخي واقعو ته یې لوحې جوړې کړي. علمي سیمینارونه او ورکشاپونه یې جوړ کړي دي.

د تحریک د دې څانګې د تحریک د عمومي هدفونو په رڼا کې وپتېیله چې په یوځایي ډول (شل عنوانه) کتابونه چاپ کړي. په دې اثارو کې اکثره دیني او علمي اثار شامل دي چې درنو هېوادوالو ته یې وړاندې کوي.

دا اثر (کوچنی سوداګري) چې ستاسو په لاس کې دی، ښاغلي (ضیاء الرحمن ضیاء) ژباړلی او د همدغو شلو عنوانو اثارو له جملې څخه دی. هیله ده درانه لوستونکي ترې ښه ګټه پورته کړي. تحریک خپلو هېوادوالو ته ډاډ ورکوي چې په راتلونکي کې به هم خپلو دې ډول هڅو ته دوام ورکړي.

د هېواد د فرهنګ د بډاینې په هیله

په درناوي

د افغانستان ملي تحریک

فرهنګي څانګه

(c) ketabton.com: The Digital Library

پښتو د پرمختګ پر لور

په نړۍ کې ډیرې داسې ژبې شتون لري چې ورځ تربلې یې ویونکي کمیږي، د مرګ پر پوله ولاړې دي او ډیرې ژبې لاپخوا مړې شوې دي دد ې ژبو له ډلې یوه ژبه پښتو ده تر مرګه نه ده رسیدلې خو په نړي رنځ اخته شوې ده که خدای مکړه درملنه یې ونه شي نو له مرګ سره به مخامخ شي .

له بده مرغه د پښتو ژبې دښمنان هم ډیر هوښیار دي ځکه کله چې له انسان څخه ژبه واخیستل شي هغه ګونګ شي که له هغه انسان سره هر څومره ظلم وشي هغه خپل درد له نورو سره نشي شریکولی ځکه د درد د روښانه کولو وسیله نه لري، چې ښه بېلګه یې پښتانه دي، تېرو څو لسیزو جګړو هم مړه کړل او هم یې پړه کړل .

په هېواد کې ټولو هېوادوالو ته په مورنۍ ژبې د زده کړې د اسانتیاوو نشتون او ورسره د هېواد د سیاسي قشر له خوا له پښتو ژبې سره دوه ګونی چلند د پښتو ژبې د وروسته پاتې والي سببونه دي . یوه بله ډېره خطرناکه وسیله چې د پښتو ژبې د د ښمنانو له خوا د پښتو ژبې پر وړاندې کارول کېږي هغه دا چې د دوی په وینا پښتو ژبه یوازې د شعر، شاعرۍ او د سندرو ژبه ده په پښتو ژبه یوازې سندرې خوند کوي .

په دې وروستیو کې یو شمېر پښتانه ځوانان دې ستونزو ته متوجې شوي او د پښتو ژبې د دښمنانو دا توطیه ورته څرګنده شوې، نو ځکه لاس په کار دي د خپلې ژبې د ژغورنې او پرمختګ لپاره کار کوي د دې ځوانانو په منځ کې یوداسې ځوان چې له نامه سره یې هر لیکوال

www.melitahrik.com 0777400116

(c) ketabton.com: The Digital Library

اشنا دی، ځکه تل یې له خپلو لیکوالانو سره د لیکنو په سمونه، برابرونه، ډیزاین او چاپونه کې مرسته کړې . دا ځوان چې تر کومه یې زه پېژنم دی ډېرو لویو اثرو د لیکلو وړتیا لري، د(بېلا بېلو مقالو ژباړه) ا ثر یې لومړی اثر دی سبب یې همدا دی چې ده تل هڅه کړی تر څو له نورو ملګرو سره کار وکړي، خپلو لیکنو ته ډېره پاملرنه نه ده کړې، خو زما هیله ترې دا ده چې له دې وروسته همداسې لا نور ګټور کتابونه، مقالې وژباړي او یا یې ولیکي. ملګرو ! خپل ضیاالرحمن ضیاء یادوم له لوی څښتن تعالی څخه ملګري ضیالرحمن ضیاء ته د نورو اثرو د لیکلو توفیق غواړم څښتن تعالی دې ډېر اوږد عمر ورکړي .

د خوشال، اباد او لوی افغانستان په هیله

درنښت

محمد داود نیازی

ترناکه،وجیپوري کالوني ،حیدراباد

هندوستان ۲۰۱۴/۱۱/۰۲

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

ولې ژباړه

کله چې مې خصوصي پوهنتون کې داخله واخیسته، نو درسونه مو ټول په انګلیسي ژبه وو، نو ومې ویل چې شخصي مطالعه به په خپله ژبه وکړم. کله چې مې په انټرنېټ کې د خپلې موضوع اړوند کوم څه پلټل، نو یوه یا دوه مقالې به په پښتو ژبه وې، نورې ټولې به په فارسي یا عربي وې.

بیا به مې ډېر وخت له همدې فارسي څخه ګټه اخیستله.

نیت مې وکړ چې کومې مقالې مطالعه کوم، باید ویې هم ژباړم، ځکه لکه څنګه چې زه له دې ستونزې سره مخ یم، نور ډېر ځوانان به هم ورسره مخ وي. بیا به مې کله کله یوه یوه مقاله ژباړله او په پښتو وېبپاڼو کې به مې خپروله، ما ویل چې نور ترې هم ګټه پورته کړي. ډېری وخت به مې د خرڅلاو په اړه مطالعه کوله. ما ویل چې راځه د نورې نړۍ د خرڅلاو په اړه هم ځان پوه کړه، چې دا خلک څنګه شیان پلوري. زموږ په هېواد کې خو راته هر څه مالوم وو، چې یو دوکاندار له مشتري سره څنګه رویه کوي. په دې اړه به درسره یوه خاطره شریکه کړم:

یوه ورځ زما د خورېې واده و، نو د کرایي لوحو پسې بازار ته ولاړم، دوکاندار ته مې لیست ورکړ، چې دا شیان مې په کار دي، ټول شیان یې راته وویل چې لرم یې او دا یې کرایه ده.

د نورو شیانو د کرایې په اړه مې ورته څه ونه ویل، خو یوازې د لویو دېګونو په کرایه کې مې ورته وویل، چې دا ډېر قیمته دي، کرایه یې لږ ارزانه کړه، دوکاندار بله خبره ونه کړه، سم له واره یې راته وویل که اخلې وایې خله، کنه بل چېرته ولاړ شه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

له دې خبرې سره مې دوکاندار له لاسه ونيو او پر څوکۍ مې له ځانه سره کېناوه،ورته مې وويل، چې ماماجانه سوداګري، خرڅلاو او دوکانداري هر څه خپل اصول لري. ته بايد پر دې پوه شې چې له مشتري سره څنګه سلوك وشي. ځکه همدا مشتريان دي چې ستاسې د ګټې لامل ګرځي، که مشتريان نه وي، له تاسې به توکي څوك واخلي، که ته له يو مشتري سره ښه رويه وکړې، داسې فکر وکړه چې تا بې لګښته يو اعلان خپور کړ، ځکه ستا ښه رويه له مشتري سره هغه نور مشتريان راجلبوي او که له مشتري سره بد چلند وکړې هماغه مشتري بيا ستا د بد چلند کيسه نورو ته کوي، چې په دې سره به ستا کاروبار په ټپه ودرېږي.

دوکاندار ډېر خوشاله شو ويل يې ياره موږ ساده خلك يو په دې خبرو نه پوهېږو. اوس دې زما سر خلاص کړ او پوه شوم چې له مشتري سره څنګه چلند بايد وشي.

بيا يو څه موده وروسته مې غوښتل دريشي جوړه کړم، د خياطۍ يو دکان ته ولاړم، کله چې دوکان ته داخل شوم، سم له واره راته ښه رغلاست وويل شو او بيا يې راته وويل، چې مهرباني وکړئ، څه مو پکار دي؟

د دريشي مې ورته وويل، شاګرد ته يې غږ کړ چې د دريشي لپاره ورته رخت وښايه، شاګرد د هر رخت او رنګ په اړه ښه ډېر مالومات راکړل، يو رنګ مې خوښ کړ، خياط راڅخه د نوم پوښتنه وکړه ما ورت خپل نوم واخيست، بيا به يې راته په خپل نوم غږ کاوه، چې دريشي بايد څه ډول وګنډل شي او کله دې په کار ده. د دريشي د ګنډلو په نرخ کې مې ورته وويل، چې نرخ يې پورته دی، لږ يې ارزانه کړه، راته يې وويل، چې زه تا په سلو افغانيو نه خفه کوم، سل افغانۍ کمې راکړه.

د ټلېفون شمېره يې رانه وغوښتله، ويل يې چې تياره شوه بيا درته ټلېفون کوم، له وعدې څخه يوه ورځ مخکې يې راته ټلېفون وکړ چې ښاغليه! ستا دريشي تياره ده، کولای شې ورپسې راشې.

(c) ketabton.com: The Digital Library

زه د دوکاندار له اخلاقو او ښه کار څخه ډېر متاثره شوم، بیا به چې کله چا دریشي جوړوله او ماته به یې وویل، نو ما به د هماغه دوکاندار ادرس ورکاوه، چې ډېرو ملګرو مې بیا په هماغه دوکاندار دریشي جوړوله. ځکه چې دا یو مسلکي پلورونکی او په تجارت پوه دوکاندار و.

نو له دې امله ما ډېرې مقالې د خرڅلاو په اړه وژباړلې، چې ددې مقالو ټولګه همدا اوس ستاسې په لاسونو کې ده. هیله ده چې له دې کتاب څخه به پلورنکي او ددې برخې محصلین ګټه پورته کړي.

دا کتاب لیکل شوی نه دی، ژباړه ده، نو په دې خاطر که کومې تېروتنې ولري، د هغې بښنه غواړم.

په اخر کې د خپل خوږ ملګري عطاالله خان حیران څخه ډېره مننه چې زه یې دې ته وهڅولم، تر څو خپلې ټولې ژباړل شوې مقالې راټولې کړم او د یوه کتاب په بڼه یې چاپ کړم. ګران فیاض حمید هم له یاده نه باسم، چې ددې کتاب د پښتۍ په ډیزاین کې یې ډېر زیار ګاللی دی.

درنښت

ضیاءالرحمن ضیاء

ژوندون راډیو ټلوېزیون- کابل

۱۳۹۳/۶/۲۷

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

ایا اوس هم تبلیغاتي لوحې اغېزمنې دي؟

دې پوښتنې ته کولای شو په دوه ډوله ځواب ووایو: لومړی ځواب ډېر لنډ دی: (هو! اوس هم اغېزمن دي.)

مګر دویم ځواب پوره دی:

که چېرې خپل اعلانات په اصولي ډول برابر او په مناسب ځای کې یې ولګوئ، نو اغېزمن دي. دا په دې مانا ده چې نه شو کولای په لومړي تبلیغاتي شرکت باور وکړو او دا فکر وکړو چې په ډېرو کمو پیسو لګولو سره به د ملیونونو کسانو پام ځانته راواړو. سربېره پر دې باید یوه سروې ترسره کړو چې زموږ تبلیغاتي لوحې په کوم وخت او په کوم ځای کې ډېر اغېزمن تمامېدای شي.

بل مهم ټکی دادی چې د تبلیغاتو لپاره یوازې د یو ډالر په لګولو سره بیا په دې تمه کېنو چې دغه یو ډالر بېرته لاسته راوړو یا زموږ په عایداتو کې دغه یو ډالر زیات شي. دا د نړۍ د الکترونیکي سوداګریو ناسم تصور او فکر دی. د الکترونیکي تبلیغاتو لګښت یو څه زیات او له هغې څخه د نتیجې اخیستلو چټکتیا یو څه کمه ده.

خو نه دا چې یوازې د مسئلې منفي لوري ته فکر وکړو، بلکې الکترونیکي تبلیغات ډېرې ګټې هم لري. دا ډول تبلیغات ستاسې د ځانګړې سوداګرۍ د هماهنګۍ وړتیا لري او د وېبپاڼې له لارې ستاسې د محصولاتو د خرڅلاو د ډېرښت سبب ګرځي.

بې له ډېر بحث څخه د تبلیغاتي لوحو د جوړولو په اړه څو ټکو ته اشاره کوو:

(c) ketabton.com: The Digital Library

لومړی :

((په خپله طرحه کې دقت وکړئ)) او لاندې درې مهمو پوښتنو ته ځواب ورکړئ:

١ -ایا ستاسې په تبلیغاتي لوحو کې (له حده زیات) حرکت څخه ګټه اخیستل شوې ده؟ (که انټرنېټي لوحه وي)؟ که همدا ډول وي، نو په خرڅلاو کې ناکامېږئ.

٢ -ایا په هغې کې د شرکت نښان شته؟

هېڅوک ستاسې نښې ته پام نه کوي، تر څو کوم ځانګړی مطلب لیدونکو ته وړاندې نه کړئ.

٣ -ایا پر دې مو تاکید کړی چې د لوحې پرمخ کلیك وکړي؟

اوس چې اصلي مطالب مطرح شو، نو غواړم یو څه نوره رڼا پرې هم واچوم.

د تبلیغاتي لوحو جوړول یو ساده او ټولیز اصل لري: تبلیغات باید ساده او یا ستاسو له وېبپاڼې سره په اړیکه کې وي. ډېری خلك دې ډول تبلیغاتو ته پاملرنه کوي، که چېرې یو نفر په انټرنېټ کې د معلوماتو لپاره پلټنه کوي، نو هغه په ښکلو حرکاتو او لوګو ګانو پسې نه ګرځي، بلکې غواړي د خپلې موضوع اړوند معلومات ترلاسه کړي، نو ستاسې دنده همدا ده چې پلټونکو ته په مناسب ځای او وخت کې سم معلومات وړاندې کړئ.

تاسو ته ډاډ درکوم چې دا کار ډېر ساده او اسان دی چې هېڅ ډول طرحې ته اړتیا نه لري او خپله کولای شئ یو ساده بېنر جوړ کړئ. له تاسو پرته بل هېڅ کس ستاسې محصولات او خدمات په ښه ډول نه پېژني، په ساده او روانو جملو خپل خدمات او محصولات معرفي کړئ

(c) ketabton.com: The Digital Library

او پـه خپلـه وېبپاڼـه کـې د پېرودونکـو د ګڼـې ګـوڼې او جـذب شـاهد واوسئ.

دویم:

۱ -د لوګو (سوداګریزه نښه) یا د تګ راتګ جوړونه

تبلیغاتي بېنرونه کولای شي ستاسې د علاقې وړ موخو ته پام سره لـه تاسې سره مرسته وکړي.

ایا تاسې د یوې سوداګریزې نښې جوړولو په لټه کې یاست، کـه یـوازې غواړئ خپله وېبپاڼه په ټاکلي وخت کې له ډېرو لیـدونکو څخه برخمنه کړئ؟

د خلکـو پـه ذهنونـو کې د خپلـې سـوداګرۍ نـوم ځـایول، سـتونزمن کـار دی، په ځانګړي ډول کوچنیو او متوسطو شـرکتو لپـاره، خـو کـه چېـرې مو ددې کار لپاره پوره بودیجه په پام کې نیولي وي، کېدی شي دا کار شونی وي.

له تبلیغاتو څخه په ګټې اخیسـتنې د ډېـرو کسـانو راجلبـول کېـدی شـي یـوه غـوره لار وي، خـو کـه وغـواړئ زیـات تبلیغـاتي لـوحې پـه بېلابېلـو وېبپاڼو کې نشر کړئ، نو دا کار ډېر لګښت غـواړي، پـه ځـانګړي ډول کلـه چـې تاسـې د لـوحې پرسـر د کتونکـو پـر هـر کلیـك بانـدې پیسـې ورکوئ، نو داسې فکر مه کوئ چې دا هر کلیك بـه زمـوږ د پېرودونکـي سبب شي.

ښه لاره یې داده چې دوه یا درې تبلیغاتي لوحو پـه اړونـدو وېبپـاڼو کـې ورکړئ، تر څو له مالي پلوه تر زیات فشار لاندې را نه شئ.

۲ -د لوحې د نصبول ځای

د تبلیغـاتي لوحـو د بریـالیتوب راز د هغـې د نصـبولو پـه ځـای کـې پـټ دی. اړینه ده چې لازم وخت ولګـوو او د لـوحې د نصـبولو لپـاره مناسـب ځای وګورو. داسې وېبپاڼې پیدا کړئ چې پـه اړونـد برخـه کـې لـه تاسـو

(c) ketabton.com: The Digital Library

سره کار وکړي، خو ستاسې خدمات او محصولات نه وړاندې کوي. کېدی شي ددې وېبپاڼو کتونکي ستاسې لوري ته جذب شي. د خپلې وېبپاڼې لومړی مخ داسې ډیزاین کړئ چې ستاسې د وېبپاڼې کتونکي له تاسې سره پاتې کړي.

دریېم:

((سم او پوره عمل وکړئ))

ددې جملې مانا داده چې تاسې باید په یوه لوحه اکتفا ونه کړئ، لږ تر لږه باید ۴-۶ په بېلابېلو اندازو او متنونو تبلیغاتي لوحې ولرئ. دا امکان لري چې په یو وخت کې هغه ټول امتحان کړئ او د هر یو لاسته راوړنه وسنجوئ. هره لوحه په خپل خاص وخت کې په محاطبینو اغېز کوي، تر څه مودې وروسته باید بدل شي .په دې ډول تاسې د معلوماتو په راټولولو پیل کوئ او پوهېږئ چې کوم ډول تبلیغات اغېزمن دي او د راتلونکو لوحو د جوړولو بریالیتوبونه هم لاسته راوړئ. همدارنګه تاسې کولای شئ ددې تبلیغاتو ځایونو ته بدلون ورکړئ او د هرې یوې لوحې اغېز په بېلابېلو وېبپاڼو کې وسنجوئ.

څلورم:

((هر شی په دقت سره تر څارنې لاندې ونیسئ))

کېدی شي ځینې تبلیغاتي لوحې په ځانګړو وېبپاڼو کې ښه کار وکړي. لاندې ټکي په نظر کې ونیسئ، د وېبپاڼو ځینې کتونکي داسې وي چې د تبلیغاتي لوحو پر بریالیتوب مستقیمه اغېزه کوي.

که چېرې لوحه اغېزمنه نه وه، نو کېدی شي دغه لاندې دوه دلیله ولري:

- د لوحې پر طراحۍ نیوکه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

•کېدی شي په هغه سیمه کې خلك زموږ اړوندې موضوع سره لېوالتیا ونه لري.

که چېرې تبلیغاتي لوحې په خپل کار کې بریالۍ وې، نو دا ددې ښکارندويي کوي چې په هغه سیمه کې خلك زموږ وړاندیزونو ته سترګې په لار دي. (هغه وړاندیزونه چې د لوحو پواسطه روښانه او په سمه توګه کتونکو او لیدونکو ته انتقال شوي دي).

که ستاسې تبلیغاتي لوحې بریالۍ وې، اړینه نه ده چې په هغې کې بدلون راولئ. کولای شئ د ډېرې اغېزې لپاره د کال په فصلونو کې بېلابېلې ځانګې په هغې کې زیاتې یا کمې کړئ او په بېلابېلو سیمو کې یې امتحان کړئ.

له تبلیغاتي لوحو څخه مناسبه ګټه اخیستل، د محصولاتو او خدماتو د بازار موندنې لپاره کېدی شي یو اغېزمن میتود وي. لکه څنګه چې مو مخکې یادونه وکړه د هر میتود د ټاکنې لپاره باید تحقیق او څېړنه وکړئ، له دې څېړنې او بررسۍ څخه کېدی شي تاسې تجربه ترلاسه کړئ.

اخري لارښوونه:

هېڅکله داسې فکر مه کوئ چې دا میتود د ټولو خوښ دی، نو موږ هم باید له همدې میتوده کار واخلو، بلکې د خپلې سوداګرۍ لپاره د نورو مناسبو میتودونو په لټه کې شئ.

www.meltahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

بــازار

دا خو ټولو ته جوته ده، چې د بېلابېلو جنسونو قیمتونه په بازارکې د عرضې اوتقاضاپر اساس ټاکل کېږي. په دې مانا چې په بازارکې پېرودونکي او پلورونکي یو له بل سره په مقابله کولوکې د یو شي قیمت ټاکي. راکړه ورکړه د انسان له اصلي اړتیاو څخه شمېرل کېږي، چې بازار کولای شي راکړې ورکړې ته زمینه برابره کړي.
د بازار د پوره وضاحت لپاره اړینه ده، چې د بازار په مفهوم ځان پوه کړو.
بازار یعني څه؟
په عام ډول بازار هغه ځای ته ویل کېږي، چېرې چې د توکو پېر او پلور صورت مومي. لکه د غلې بازار، د تازه ترکارۍ بازار، د برقي سامان الاتو بازار، د لباس بازار او داسې نور. خو په اقتصادکې د بازار اصطلاح ډېره وسیع اوپراخه مانا لري. په اقتصادکې له بازارڅخه موخه کوم ځانګړی ځای نه دی، بلکې ټول هغه ځایونه چې هلته پېرودل اوپلورل په ازادانه ډول ترسره کېږي اوپه خپلومنځونوکې سره اړیکې ټینګوي دې ته بازار ویل کېږي. اړینه نه ده چې حتماً دې سره په خپلو منځونو کې سره وګوري، بلکې کولای شي، د برېښنالیك، موبایل، فکس او نورو لارو یو له بل سره راکړه ورکړه وکړي.
ددې اړیکې پر اساس د یوتوکي قیمت دتعین په صورت کی بایدپه هغه ټوله سیمه کې یوشان صورت ونیسي، چې پر همدې ډول سره دغه ټوله سیمه ددې توکي بازارجوړېږي او بلاخره په یوه ښار هم بدلېدی شي، چې ددې حدود له یوې ولسوالۍ، ولایت او د یو هېواد څخه نیولې تر ټولې نړۍ پورې رسېږي، خو په دې شرط چې په دې ټوله سیمه کې په یوه وخت کې د یو توکي قیمت یو وي.
مشهور اقتصاد پوهان (ډیو) او (کلور) Due and Clover د بازارتعریف په لاندې ډول کړی دی.

(c) ketabton.com: The Digital Library

له بازار څخ موخه هغه سیمه ده، چېرته چې پېرودونکي ا وپلورونکي په داسې کاروبار سره تړلي وي، چې په دغه سیمه کې د یو توکي نرخ وټاکل شي او همدا توکی په کې تبادله شي.

د فرانسې د اقتصاد ماهر پروفیسر(کورنوټ) Cournot د بازار وضاحت په لاندې ډول کړی دی.

بازار هغه سیمه ده، چېرې چې پېرودونکي او پلورونکي په خپل مینځ کې په ازادانه ډول اړیکي ټینګوي، چې پر دې اساس په ټوله سیمه کې د یوه توکي قیمت په تېزۍ سره یوشان کېږي.

البته دلته ددې خبرې یادونه اړینه ده، چې د یوه توکي په حمل و نقل چې کوم لګښت راځي، همدا لګښت د بازار په یو شان قیمتونو اغېز نه شي کولای، لکه: که د افغانستان په شمالي ولایتونو کې یو چارك انګورو بیه (۲۰) افغانۍ وي او همدا انګور د جلال اباد ښار ته راوړل شي، دلته د یو چارك انګورو قیمت (۳۰) افغانۍ شي، نو په دې صورت کې د شمالي ولایتونو او د جلال اباد ښار قیمتونه سره یوشان دي، ځکه دغه (۱۰) افغانۍ پرې د ترانسپورت لګښت راغلی دی، نو ویلای شو، چې د هېواد شمالي ولایتونه او د جلال اباد ښار، د همدې انګورو لپاره مارکېټونه دي، ځکه چې په دې دواړو بازارونو کې په حقیقت کې یو نرخ دی.

د یوه بازار لپاره لاندې عناصر اړین دي، چې په کې موجود وي:

۱ــ د خرڅولواواخیستلوجنس بایدموجود وي.

۲ــ پېرودونکی اوپلورونکي بایدموجودوي.

۳ــ پېرودونکي او پلورونکي ترمنځ باید ازادانه اړیکي وي.

۴ــ داسې یوه سیمه چې هلته د یوتوکي قیمت یو وي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

په اوسني خرڅلاو کې د اړیکو اغېزمن تاکتیکونه

زموږ سروکار له اړیکو سره دی او موږ ټول کوښښ کوو، چې په یو نه یو لاره په نورو کې نفوذ وکړو. څېړنو ښودلې، چې ۷۰ تر ۸۰ سلنه وخت باید په اړیکو ټینګولو تېر شي .ښې او ډېرې خبرې ددې سبب نه ګرځي، چې اغېزمنې اړیکې دې ټینګ شي، بلکې خپلو حرکاتو ته پاملرنه او له خپلو حرکاتو څخه ګټه اخیستنه، د نورو خبرو ته غوږ نیونه د اغېزمنو اړیکو سبب ګرځي.

لومړی تاکتیک– د مشتري خبرې تشریح کړئ:

د خپلو لغتونو له زېرمې څخه په ګټې اخیستنې سره د مشتري له خبرو خپل استنباط بیان کړئ او له دې لارې هغې ته ډاډ ورکړئ چې ستاسو په غوښتنو سم پوه شوی یم.

دویم تاکتیک– روښانه او واضحه پوښتنې وکړئ:

د ځینو خلکو لپاره ډېره ستونزمنه وي، چې د یو چا پر ډېرو خبرو تمرکز وکړي، نو باید د خرڅلاو خبرې لنډې او پر حقایقو ولاړې وي، یوازې د خپلو توکو ګټې او ځانګړنې ورته بیان کړئ، ځکه چې د خبرو اوږدېدل د مشتري د انحراف لامل ګرځي. کولای شئ دا ستونزه د مناسبو پوښتنو له لارې حل کړئ.

دریيم تاکتیک– طلايي چوپتیا:

له پوښتنو او د مشتري له خبرو اورېدو وروسته، چې د هغې د لېوالتیا، غوښتنو او اړتیاوو سبب ګرځي، په ډېره مینه څو شېبې چوپتیا غوره کړئ، تر څو مشتري د هغې په اړه فکر وکړي.

څلورم تاکتیک– لومړنۍ اغېزه

(c) ketabton.com: The Digital Library

له سوداګریزو مرکزونو څخه د شویو څېړنو پر اساس، په لومړیو درې دقیقو کې مشتري ته هر څه روښانه کېږي. مشتري په خپل ذهن کې ستاسو تصویر په همدې درې دقیقو کې جوړوي .ښې تجربې د مشتري په ذهن کې ښه تصویر او بدې تجربې د مشتري په ذهن کې بد تصویر جوړوي. دا ډول ذهنیت په ډېرې سختۍ سره بدلېږي.

همدارنګه څېړنو ښودلې ده، چې له دې وروسته که یو څوک کومې پایلې ته رسېږي او پام یې را اوړي چې یو څوک او یا یو شی یې خوښېږي که نه، که چېرې یې ذهنیت منفي وي هغه ستاسو نویو معلوماتو ته پاملرنه نه کوي، بلکې هغه په داسې ډول بدلوي چې لومړنی تصویر یې ومنې.

یو انګرېزي متل دی چې وایي (First impression most impression) یاني ((لومړی اغېز، غوره اغېز))، نو له مشتري سره په لومړۍ لیدنه کې باید خپل کړه وړه ثانیه په ثانیه کنټرول کړئ، که چېرې تېروتنه درڅخه وشي، نو نه جبرانېدونکې ده.

دې ته اند ېښنه مه کوئ، چې په لومړۍ لیدنه کې مشتري ته څه شی ووایئ، بلکې کوښښ وکړئ چې په سمه توګه د هغې خبرې واورئ او خپل ظاهري منفي عامل مو له ځانه لرې کړئ.

پینځم تاکتیک- د خندا توان:

بریالی خرڅوونکی هغه دی، چې تل یې پر شونډو موسکا وي، خو ربښتینې موسکا. ((هغه څوک چې جذابه او ښایسته څېره نه لري، مغازه یا دوکان باید خلاص نه کړي .((هېڅ شی، پرته له تونديٰ او بد اخلاقۍ څخه مشتري نه شي زړه توری کولی.

شپږم تاکتیک- د لاس ورکولو توان:

کوښښ وکړئ چې په سوداګریزو اړیکو کې:

الف) د لاس ورکولو پر وخت مو لاس باید وچ وي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ب) د لاس د کېکاږلو پر وخت نرمښت له ياده وباسئ.

ج) د مقابل لوري لاس د شپږو ثانيو لپاره په خپل لاس کې ونيسئ.

د) د اغېزمنتوب لپاره د ((يوه لوی سړي له پنجې)) څخه ګټه پورته کړئ، ياني د مقابل لوري لاس ته تر معمول ډېر فشار ورکړئ او د ډېر وخت لپاره يې په خپل لاس کې ونيسئ.

هـ) د دوستۍ او همکارۍ د ښکاره کولو لپاره له ((همايشی پنجې څخه ګټه پورته کړئ، ياني د هغه لاس ته په زور ورکولو سره اعتدال په نظر کې ونيسئ، تر ډېره يې لاس په خپل لاس کې ونيسئ، خپله څېره مو خندا داره او ارامه کړئ، د سترګو اړيکي ورسره ټينګې کړئ او يو څه ورته متوجه شئ.

و) د عاجزۍ د ښکاره کولو لپاره، پر وخت لاس ورکړئ، په لومړي ځل ليدلو سره لاس لږ څه پورته او غاړه لږ څه کږه کړئ.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

څنګه کولای شو یو شخصي کاروبار ولرو؟

که داسې فکر کوئ، چې زه له هغو خلکو څخه نه یم، چې د یو شخصي کاروبار مالك دې شم، نو تېروتنه کوئ.

هر څوك کولای شي، د یوه سوداګریز فعالیت څخه د تجربې په توګه ګټه واخلي. په دې مقاله کې به د شخصي کاروبار د پیلولو لپاره ځینې ټکي ولولئ. په همدې ترتیب کولای شئ، د سوداګرو له یوه ټولي سره یوځای شئ او ځانته د یو شخصي کاروبار په لټه کې شئ.

د یوې سوداګرۍ د پیلولو لومړی ګام اوچتول کېدی شي، لږ څه ستونزمن وي، خو ددې کار لپاره لازمه ده چې خپل ځان وارزوئ. مالي سرچینې، مهارتونه او د خپلې علاقې وړ کارونو لیست ترتیب کړئ. په دې کې شك نه شته چې تاسې به له یوه کار سره علاقه او مینه ونه لرئ، خو په دې برخه کې په کار پیل وکړئ، چې له کار سره اشنا شئ او خوند ترې واخلئ.

کله چې مو بېلابېل نظرونه راټول کړل او تر څېړنې لاندې مو ونیول، نو دا ټکي په یاد ولرئ: کومې سرچینې چې په لاس کې لرئ، دا ستاسې د کاروبار په بریالیتوب کې مهم رول لوبوي. که چېرې د یوه کاروبار د پیلولو لپاره پوره او لازمه بودجه نه لرئ، نو دا ښکاره خبره ده، چې تاسې به بریالیتوب ته ډېره لاره پیدا نه کړئ.

دویمه مرحله د یوې سوداګرۍ لپاره فرصت پیدا کول، خپل چاپېریال ته متوجې واوسئ. ددې لپاره چې د کار د بریالیتوب لپاره او د ډېرو پیسو ګټلو لپاره تاسې مشتریانو ته اړتیا لرئ او د خپل کار د پرمختګ لپاره باید مشتریان مو ورځ تر بلې زیات کړئ. نو له دې امله د کاروبار تر پیلېدو دمخه باید بازار وڅېړئ او د خپلې خوښې وړ کار ځانته پیدا کړئ. همدارنګه کولای شئ خپلې سوداګرۍ ته په کتو سره په یوه محدوده ساحه کې څېړنه وکړئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

دا مساله به تاسې ته په دې اړه ښه ایډیا درکړي، چې څه ډول کاروبار پیل کړم. نو په اخر کې دا ډاډ ترلاسه کولای شئ، چې یو ښه تصمیم ونیسئ او له خپل کاروبار څخه مناسبه ګټه ترلاسه کړئ. د خپلې خوښې او علاقې وړ محدودو بازارونو ته ځانګړې پاملرنه وکړئ. که چېرې مو د خپل کاروبار لپاره مناسب بازار پیدا نه کړ، نو اندېښنه مه کوئ او بیا هم په لټه کې شئ. بې له شکه په اوس وخت کې انټرنېټ د سوداګریزو فعالیتونو لپاره ښه او ارزښتناکه وسیله ده. له دې لارې کولای شئ، د خپلې خوښې وړ کاروبار په اړه څېړنه وکړئ، کېدی شي له داسې نظرونو سره مخامخ شئ، چې ستاسې د کاروبار لپاره ښه او غوره موقعیت وي. یوازینی کار چې باید ترسره یې کړئ هغه د کاروبار د فرصتونو په اړه څېړنه او معلومات راټولول دي.

وروسته له هغې چې د کاروبار لپاره مو ځای وټاکه، بیا هم انټرنېټ ډېر ګټور دی. له دې لارې کولای شئ، د هغه څه په اړه چې اړتیا ورته لرئ او یا غواړئ سفارش ورکړئ، پوه شئ. ددې احتمال هم شته، چې ځینې مهم ټکي مو له یاده ووځي، خو بېلابېلې مرحلې په ښه ډول مخکې تللای شي. که انټرنېټ ته لاسرسی نه لرئ، کولای شئ د څېړنې له نورو میتودونو څخه هم کار واخلئ، خو د معلوماتو راټولول او د کار چټکتیا به مو لږ څه راکمه شي.

که غواړئ چې د یوه شخصي کاروبار خاوندان شئ، نو ددې کار د ترسره کولو توان لرئ. که وغواړئ کولای شئ د یوې سوداګرۍ خاوند شئ. یوازینی کار چې ترسره یې کړئ، باید ښه کاروبار او د کاروبار د پیل لپاره مناسب وخت وټاکئ.

لکه څنګه چې ورته نغوته وشوه، خپل توان او شاوخوا چاپېریال مو ډېر اهمیت لري. خپل کار د چټک پرمختګ ته په پام سره کولای شئ ښه ډېر معلومات او کاري فرصتونه له انټرنېټ څخه ترلاسه کړئ. بې له شکه چې د انټرنېټ نړۍ د بېلابېلو امتیازونو لویه سرچینه ده، چې له دې لارې د څېړنې او د کاروبار پراختیا ډېره ساده او اسانه شوې ده.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د کسب او کار د پیل لپاره څو ساده او اسان میتودونه

هر څوك غواړي چې يو ښه كاروبار ولري، خې ددې لپاره به ډېره پانګه نه لرئ، نو مجبور ياست څومره پانګه چې لرئ، پر هماغې كار پيل كړئ. په دې برخه كې د بريالیتوب لپاره ښه لاره د نورې پانګې راجذبول دي. په دې مقاله كې د ښه پيل او كم لګښت كار لپاره اتو ميتودونو ته اشاره شوې ده:

ارزانه ژوند وكړئ

د هغه چا خاطرې چې له صفر څخه يې خپل كار پيل كړی وي، دا په ګوته كوي، چې د ژوندانه په لګښتونو كې د سپما امكان شته او هم د شركت په لګښتونو كې. په هوښیارۍ سره خريداري كول، د كار او ژوندانه د لګښتونو ثبتول، د پيسو مصرفولو لپاره د لومړنيو توكو پېژندل او د لګښتونو لپاره د يو پلان جوړونه د ارزانه ژوند مهم لاملونه دي. ددې اجازه ځانته مه وركوئ، چې لوكس او ډېر قيمته توكي او تجهيزات واخلئ. خو پر دې ډاډه واوسئ چې كله مو كاروبار د ګټې خواته لاړ شي، نو دا قيمته او لوكس توكي اخيستلای شئ.

له داسې ميتودونو څخه كار واخلئ، چې مالي تامين مو په كې خوندي وي

ددې امكان شته چې يو پانګوال په لوړه سود له چا څخه پيسې په پور واخلي، خو له دې ډول مالي سرچينو څخه چې څومره كمه ګټه واخلي، دا بهتره ده. له هغې پانګې ګټه واخلئ، چې تاسې سپما كړې ده او يا مو كورنۍ او دوستان له تاسې سره مرسته كوي. په داسې حالت كې تاسې نه مجبورېږئ، چې ګټه يا سود وركړئ او يا هم پر ټاكلي وخت پور بېرته وركړئ.

كوچنی يې پيل كړئ

(c) ketabton.com: The Digital Library

هر څومره چې ستاسې لومړنی تولید ډېر وي، په هماغه غندازه باید ډېر لګښت وکړئ. هېڅکله داسې تصور مه کوئ، چې د کار په پیل کې داسې تولیدات بازار ته وړاندې کړئ، چې بازار متعجب کړئ. د کار په پیل کې دومره یا داسې تولیدات وکړئ، چې تاسې یې د مدیریت له مخې کنټرولولای شئ. موخه مې د توکو د تولید اندازه ده، هغومره تولیدات وکړئ، چې تاسې یې نغدې پیسې لرئ. په ورو ورو مخکې لاړ شئ چې کار مو تلپاتې او دوامدار شي.

مالي سرچینې مو داسې ولګوئ، چې عایدات لاسته راوړي

له محدودو مالي منابعو څخه سمه ګټه اخیستنه د کاروبار د پیلولو لپاره کلي ده، د بېلګې په توګه پر کارکوونکو لګښت ارزښتناك او ګټور دی او د حیاتي تجهیزاتو اخیستل ددې مواردو یو جز دی.

د بازارموندنې له ارزانه او اغېزمنو میتودونو څخه ګټه واخلئ

کاروبار مو داسې ترتیب کړئ، چې نور ستاسې لپاره تبلیغات وکړي. خپل کاروبار مو په سیمه ییزو خپرونو کې د اعلان په ورکولو پیل کړئ. د اعلاناتو لومړیتوب هغه ځای ته ورکړئ، چېرته چې ستاسې مخاطبان شتون لري. د اعلاناتو لپاره داسې رسنۍ پیدا کړئ، چې ستاسې مخاطبان تر ټولو زیات له هماغو رسنیو سره اشنایي ولري او یا ترې ګټه اخلي. ډېری پوهان په دې نظر دي، چې شرکتونه باید له ګټې څخه ډېره برخه پر اعلاناتو ولګوي، خو دا په دې مانا نه ده چې په تبلیغاتو کې بې ځایه او ډېر لګښتونه وکړئ.

په هوښیارۍ استخدام وکړئ

د خپل شرکت د فعالیت ساختار ته په کتو سره، که امکان ولري، داسې کسان استخدام کړئ، چې نیمه ورځ له تاسې سره کار وکړئ. په داسې حالت کې متخصصین او مسلکي کسان په دې نه مجبورېږي، چې ستاسې په کار کې ټول وخت مصرف کړي، ډېره وخت هغه له تاسې سره د مرستې په توګه کار کوي او بل دا چې که ټوله ورځ له تاسې سره

(c) ketabton.com: The Digital Library

کار وکړئ، نو ډېر معاش به له تاسې وغواړي، په داسې حال کې چې ستاسې کاروبار نوی او کوچنی دی. نو ښه داده چې مسلکي او متخصص کسان د نیمې ورځې لپاره استخدام کړئ. همدارنګه په یاد ولرئ، چې د کار په پیل کې څومره چې مو په وس پوره وي، کوښښ وکړئ، له شرکت څخه دباندې خلکو په خپل کار کې ګټه مه اخلئ. په اوس وخت کې د پرمختللو هېوادونو ډېری شرکتونه داسې کارکوونکي لري، چې په خپلو کورونو کې ناست وي او له هماغه ځایه کار کوي. دا کار د پرمختګ په حال کې دی، چې د لګښتونو د کمښت لامل ګرځي.

غوره نتیجه ورکوونکي قراردادونه واخلئ

هغه څه چې د کاروبار یا شرکتونو ډېری مالکین پرې نه پوهېږي، دا دي، چې د هر څه په اړه بحث او خبرې کوي. د تکنالوژیکي توکو له لګښت څخه نیولې بیا تر بانکي حسابونو پورې. یوازې ددې لپاره چې رالېږل شوی اکاونټ او لیکل شوی نرخ، په دې مانا نه دی چې په دې کې کمښت رانشي، خبرې کوي. بدحالت چې د مذاکرې یا خبرو په پای کې رامنځته کېږي، د پلورونکي منفي ځواب دی، خو په ډېری وختونو کې مذاکره ځواب ورکوي. هېڅکله داسې فکر مه کوئ، چې چنه وهل هېڅ ارزښت نه لري. که تاسې د څو توکو د پېرلو کمښت راټول کړئ، نو هغه وخت پوهېږئ، چې ډېره ګټه مو کړې ده.

ارزانه توکي وپېرئ

له سافټویرونو نیولې بیا تر فکس او ټلېفوني دستګاه پورې، د نوي کاروبار لپاره په بازار کې د اړتیا وړ توکي پیداکېږي، یوازې د هغې د ترلاسه کولو په لټه کې شئ. ددې لپاره چې دا توکي باید تاوان ونه لري، د اخیستلو پر وخت هغه امتحان کړئ او له پلورونکي ضمانت وغواړئ. ډېری وخت کارېدلي برېښنایي توکي له نویو څخه (۵۰) سلنه ارزان وي. داسې فکر مه کوئ، چې له دې څخه یوازې کوچني شرکتونه ګټه اخلي، بلکې ټول شرکتونه د خپلې اړتیا په اندازه له دې ډول توکو څخه استفاده کوي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د افغانستان اقتصادي پرمختګ ته پاملرنه:
تېرو درېو لسیزو جګړو او همدارنګه وچکالۍ او نورو طبیعي ناورینونو د افغانستان اقتصاد ډېر سخت زیانمن کړی دی. دغه هېواد د بل هر ځای په پرتله تر ټولو ټیټ د سړي سر ناخالصو کورنیو محصولاتو په درلودلو سره د نړۍ تر ټولو زیات بېوزله هېوادونو په ډله کې ځای نیسي. خو په دې وروستۍ لسیزه کې یو څه اندازه اقتصاد ښه شوی دی.
په هغه اندازه نه چې اړتیا ورته لرو، حکومت باید د اقتصاد په پرمختګ کې اساسي کارونه ترسره کړي وای، چې دا کار نه دی شوی، ځکه په ټوله کې دولت دې لاندې ځینو ټکو ته پاملرنه نه ده کړې او یا که یې پام ورته وي هم، خو چې څومره لازمه وه، هغومره کار یې په دې برخه کې نه دی کړی. د اقتصادي پرمختګ داسې یوه تیوري چې په ټولیز ډول د ټولو ملتونو د اقتصادي پرمختګ په لاره کې د پلې کیدو وړ وي تر اوسه نه ده تشخیص شوې ولې اقتصاد پوهانو ځینې عوامل په ګوته کړي چې له مخې یې بېوزله هېوادونه د پرمختګ لارې ته سوق کیدای شي. د اقتصادي پرمختګ پر ځینو عواملو دلته لنډ بحث کوو.
سوله او ثبات: سوله، ثبات او امنیت نه دا چې یوازې د اقتصادي پرمختګ لپاره اړین توکي دي، بلکې د ژوند نورو برخو لپاره هم مهم دي. که په یوه هېواد کې سوله او ثبات وي، ډېر ژر په هره برخه کې پرمختګ کولای شي. خو د اقتصادي پرمختګ لپاره ډېره مهمه ځکه ده، که کورني او بهرني پانګوال وغواړي په یوه هېواد کې پانګونه وکړي او د هغوی پانګه او یا هغوی خپله تضمین نه شي، نو زړه نه ښه کوي، چې پانګونه وکړي. ډېری پانګوال یوازې د خپلې پانګې ساتلو په اړه فکر کوي. هغوی دا وړاندوینه کوي، که زیاته پانګونه وکړم او په هېواد کې ګډوډي رامنځته شي زما ټوله پانګه به له منځه ولاړه شي او تر ګټې به زیات زیان ووینم. که په یوه هېواد کې امنیت وي، نو پانګوال دې ته زړه ښه کوي، چې دلته پانګونه وکړي. ډېره پانګونه دې ته لاره برابروي، چې اقتصاد د پرمختګ خواته ولاړ شي او یا د همدې

(c) ketabton.com: The Digital Library

هېواد اقتصاد پر وده ولاړ شي. اوس زموږ ډېرى افغاني پانګوالو په نورو هېوادونو په ځانګړې توګه په متحده اماراتو او پاکستان کې ډېره پانګونه کړې ده، چې په دې وروستيو کې د پاکستان په پرتله په اماراتو کې د افغاني پانګوالو پانګونه زياته شوې ده، يو لامل يې دا هم کېدى شي چې په اماراتو کې د دوى پانګه خوندي ده او هلته سوله او ثبات شته.

د مسلکي کدرونو يا بشري ځواک کمښت: د پانګې تر څنګ کاري ځواک هم د توليد د مهمو عواملو څخه دى. خو هر ډول کاري ځواک د اقتصادي پرمختګ سره مرسته نشي کولاى. د دې لپاره چې اقتصادي پرمختګ مو چټک کړى وي بايد مسلکي او په کارپوه بشري ځواک ولرو. کولى شو د څو لارو څخه خپل کاري ځواک غښتلى کړو. وګړو ته د باکيفيته صحي چوپړونو او د خوراکي پروګرامونو برابرول د يوې تولنې کاري ځواک پياوړى کوي چې په پايله کې يې د وګړو مولديت او عايد هم زياتيږي. له بله اړخه په بشري سرچينو د پانګونې مهم ډول وګړو ته د رسمي زده کړو برابرول، په دنده کې د کاري ځواک روزنه، د سواد زده کړه او کارګرو ته ځانګړې او تخصصي زده کړې ورکول دي. مخ پر ودې هېوادونو د خپلو وګړو په زده کړه او تعليم ډېر مصرف کوي ځکه په کار پوه او زده کړي وګړي د کارونو د ښه او اغېزمن پر مخ بېولو له امله د اقتصادي پرمختګ لامل کېږي. دا چې پولي يا مالي پانګه د ډېرې ګټې د لاس ته راوړلو په موخه په کار اچول کېږي کټ مټ بشري پانګونه هم د يو هېواد د اقتصادي پرمختګ لپاره ګټوره ثابتېداى شي او د چارو د موثريت او اغېزمنتوب لامل کېږي.

د انرژۍ نشتوالى: انرژي د اقتصادي پرمختګ لپاره مهم او بنسټيز فکتور ګڼل کېږي. د هر پراختيايي فعاليت لپاره انرژي يو بنسټيز فکتور دى. د يو هېواد د اقتصادي پرمختګ کچه د هغه هېواد د انرژۍ له توليد ، لګښت او صادراتو څخه اندازه کېږي.

www.meli tahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د انرژۍ تولید هم طبیعي سرچینو، عصري ټکنالوژۍ او بشري ځواك ته اړتیا لري. هغه هېوادونه چې له سیاسي ثبات څخه برخمن وي؛ کولای شي د کانونو د راویستلو لپاره عصري ټکنالوژۍ وکاروي او د ټکنالوژۍ د کارونې له پاره مسلکي خلك وروزي.
د انرژۍ سکتور ته ځانګړې پاملرنه پکار ده، ځکه چې هیڅ یو کار نن سبا بې له برېښنا سرته نه رسېږي. افغانستان بهانده سیندونه لري چې نورو ګاونډيو هېوادو ته بهېږي که چیرې دغه سیندونه مهار شي، لوی او واړه بندونه پرې جوړ شي، هم به کرنه پر مخ لاړه شي او هم به یې له برېښنا څخه په صنعت او نورو اقتصادي چارو کې کار واخیستل شي ځکه چې د برېښنا تولید د ننني پرمختیا او پراختیا غوره او بنسټیز عامل دی.
د برېښنا له انرژۍ څخه نه یوازې دا چې په صنعت او اقتصادي پرمختګ کې ګټه اخیستل کېږي، بلکې د ټولنې د ژوندانه په هوساینه کې هم ترې کار اخیستل کېږي.
که موږ ددې پرځای چې له ازبکستان څخه برېښنا را وارد کړو، پر خپلو اوبو چې نورو ګاونډيو هېوادونو ته بهېږي، کوچني او لوی د برېښنا بندونو جوړ کړي وو، نو له یوې خوا به د زارعتي ځمکو ترې هم ګټه اخیستې وه او له بلې خوا به په صنعت کې ترې هم ګټه اخیستل شوی وای. د هېواد اقتصادي پرمختګ په صنعت او زراعت کېدی شي، چې د برېښنا په نه شتون کې ځینې پانګوال دې ته زړه نه ښه کوي، چې په هېواد کې پانګونه وکړي او یا لویې او وړې فابریکې جوړې کړي، ځکه د فابریکو او تولیداتو لپاره برېښنا ته اړتیا ده. که د فابریکو خاوندان له جنراتوري برېښنا څخه ګټه واخلي، نو تولیدات ورته په ډېره لوړه بیه تمامېږي، چې همدا تولیدات بیا له ګاونډیو هېوادونو څخه په ارزانه بیه راوارد ېږي.
زراعت ته وده ورکول: په ټولیزه توګه که د یو هېواد اقتصاد ته غور وکړو نو څرګندېږي چې د هېواد اقتصادي سیستم په صنعت او زراعت تکیه لري چې د زراعتي سکتور نه خام مواد د صنعت لپاره عموما

(c) ketabton.com: The Digital Library

چمتو کېږي او بیا د تولید لپاره ترې ګټه اخیستل کېږي، د دې لپاره چې د صنعت سکتور په سمه توګه پرمختګ وکړي نو زراعتي اصلاحات ډېر ضروري دي په دې مانا چې د زراعت د سکتور تولیدات باید تر زیاته حده ډېر کړای شي تر څو د صنعتي سکتور ټولو غوښتنو ته په صحیح توګه ځواب ووایي. د کرنیزو تولیداتو د لاډېرښت په خاطر چې کله د کرنې په سیستم کې اصلاحات راشي یانې ښه تخمونه ، ښې کیمیاوي سرې ، تراکتورونه او نورو اړونده ماشینونو نه اعظمي ګټه واخیستل شي، نو دغه عامل ته د کرنیز زرغون یا شین انقلابنوم ورکولی شو.

د کرنې په وده کې دولت باید بزګرانو ته د اصلاح شویو تخمونو، تراکتورونو، زراعتي ماشین الاتو او نورو برخو کې ډېر ه پاملرنه کړې وای. که بزګر ته د پورونو زمینه برابره شوې وای، د زارعتي دوا په برخه کې ورسره مرسته شوې وای، د ویالو او نهرونو په برخه کې او داسې نورې اسانتیاوې ورته برابرې شوې وای، نو زموږ زراعت به ډېر چټك پرمختګ کړی وای.

که څه هم د تېر په پرتله په دې برخه کې څه ناڅه کار روان دی، خو لاهم ډېره فاصله پاتې ده چې هېواد د خوراکي او زراعتي توکو له پلوه خودکفا شي، مونږه د الله فضل سره په ټول هیواد کې ښې ځمکې لرو چې د زرغون انقلاب د تګلارې په عملي کولو سره کولای شو نه یوازې د زراعتي محصولاتو له نګاه نه د نورو هېوادو د محتاجۍ نه خلاص شو، بلکې کولای شو چې هغه اضافي محصولات صادر هم کړو .

اقتصادي پلان جوړول:

ټولنیزه شتمني او پانګه: د مخ پر ودې هېوادونو چارواکي باید د ټولنیزو او عامه شتمنیو لکه سرکونو، برېښناکوټونو، اوبو لګولو او نور زېربناوې پروژو عملي کولو ته لومړیتوب ورکړي ځکه نوموړې ټول شیان ټولنیزه پانګه ده او پرته د داسې بنسټیزو شتمنیو د یوې ټولنې اقتصادي پرمختګ نا شونی دی. د نوموړو پروژو پلي کول ځکه حکومتونو ته ور تر غاړه دي چې پلې کول یې د خصوصي سکتور له

(c) ketabton.com: The Digital Library

وسه وتلی کار دی ځکه دا ډول پروژې د حجم له پلوره ډېرې سترې دي او همدارنګه خصوصي سکتور يې په پلي کولو کې د ځان لپاره کومه ګټه هم نه ويني. که چېرته دولتونه د بنسټيزو پروژو د عملي کولو په وسيله اقتصادي زېر بنا و نه رغوي نو وروسته پاتې هېوادونه هېڅکله پرمختيايي بهير ته داخلېدای نشي.

که په مخ پر ودې هېوادونو کې سوداګريز توکې له يوې سيمې څخه بلې سيمې ته لېږدول کېږي، نو پخو سرکونو د نه شتون له امله يا خو په لاره کې ضايع کېږي او يا هم په خپل وخت ټاکلي ځای ته نه رسېږي او په کيفيت کې يې ټيټوالی راځي. د پاخه سرکونو د نه شتون له امله د توکو ترانسپورتي لګښتونه لوړ او په پايله کې يې د اجناسو قيمتونه هم لوړېږي.

۱ – طبيعي منابع :

طبيعي منابع ملی عايد تر ډېر اغېز لاندې راولي دا پدې مانا چې هغه هېوادونه چې د مختلفو طبيعي منابعو لکه نفت، ګاز، طلا، سپين زر، يورانيم او نورو درلودونکي دي ملي عايد يې هم لوړ دی لکه د منځني ختيځ هېوادونه، روسيه، جنوبي افريقا او نور، خو برعکس هغه هېوادونه چې په کافي اندازه طبيعي منابع نلري د ملي عايد اندازه يې هم ټيټه وي لکه ډېری افريقايي او آسيايي هېوادونه.(خو دلته يوازې د طبيعي منابعو شتون هم ندی مهم، بلکې ددې منابعو څخه ګټه اخېستل ډېر مهم دي د ساري په توګه زموږ ګران هېواد افغانستان چې په کافی اندازه طبيعي منابع لري چې د ځينو څېړنو له مخې يې ټوليز ارزښت تر ۳ ټريليونه ډالر هم زيات ښودل شوی دی خو تر اوسه يې ترېنه په سمه توګه ګټه نده پورته کړې، نو لدې امله يې ملي عايد هم ډېر ټيټ دی. که زموږ کانونه او ځنګلونه او نور په قانوني بڼه استخراج شي او د يو منظم پلان له مخې پرې کار وشي، زموږ ملي عايدات به ډېر لوړ شي. د دومره طبيعي زېرمو په شتون کې بيا هم زموږ مظلوم ولس په فقر او غريبۍ کې ژوند تېروي. په دې وروستيو کې زموږ پر ملي طبيعي زېرمو چور او تالان ګډ دی او ډېر په

(c) ketabton.com: The Digital Library

بې رحمانه او نامسلکي ډول استخراجېږي، که زموږ ځنګلونو ته وګورو، هغه هم همداسې وهل کېږي او په ناقانونه توګه یا نورو هېوادونو او یا هم همدلته مصرفېږي، چې دولت ته یې هېڅ ګټه نه رسېږي، د ځینو زورواکو او قاچاقبرو له خوا وړل کېږي. که دولت دې برخې ته پوره پاملرنه وکړي او په منظمه او مسلکي توګه خپل کانونه استخراج او له ځنګلونو څخه سمه ګټه واخلي، نو زموږ اقتصاد به ورسره ډېر پیاوړی شي.

که زموږ حکومت په سمه توګه دې پورته ذکر شویو ټکو ته پاملرنه وکړي او په اړه یې جدي کار پیل کړي، لرې نه ده چې زموږ اقتصاد به ډېر ژر پرمختګ وکړي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو د ډېروالي عملي لارې چارې

خرڅول یا خرڅلاو یو ښه کار دی، ځکه چې خرڅوونکی د اخیستونکي اړتیاوې پوره کوي. سوداګري بریالیتوب او مسلکیتوب ته اړتیا لري، ځکه چې مسلکي کس لومړی خپل مسلك ته فکر کوي او بیا په کار پیل کوي او کومې تېروتنې چې په خرڅلاو کې لري هغه له منځه وړي.

لومړی :خرڅوونکی باید له تېزو او زشتو خبرو څخه کار وانخلي. ډېری خلك داسې فکر کوي، چې هر خرڅوونکی له هغو تکتیکونو چې په هغې کې رښتینولي نه وي او نورو ته د دوکې ورکولو له ټولو لارو چارو څخه کار اخلي.

دویم :دا چې خرڅوونکي د پېرودونکو د غوښتنو او اړتیاوو څخه خبر نه وي او دا هوډ هم نه لري چې د هغوی رضایت ترلاسه کړي، بلکې د هغوی موخه یوازې د خپلې ګټې ترلاسه کول وي.

یو بل ناسم پوهاوی چې د خرڅوونکي په اړه موجود دی، هغه دا چې ځینې خلك فکر کوي چې خرڅوونکی د ډېرو خبرو سره لېوالتیا لري او ډېرې خبرې کوي، په هر صورت خرڅوونکی باید د مشتري خبرو ته غوږ ونیسي او له هغې څخه یو څو لنډې پوښتنې وکړي. په دې ترتیب هغه دې پایلې ته رسېږي چې څنګه وکولای شي یو مناسب محصول په ډېره لږه بیه مشتري ته ورکړي.

ولې غواړو خرڅلاو مو زیات شي؟

که چېرې د خرڅلاو د موخو لپاره یو یا دوه دلیله ولرو، نو له ستونزو او مایوسۍ سره مخامخېږو، که د خرڅلاو د بریالیتوب لپاره له ۱۰ تر ۱۵ دلیله ولرو، نو په دې صورت کې یوه انګیزه جوړېږي او اراده مو

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

قوي کېږي. که د خرڅلاو د بریالیتوب او د خپلې ګټې د لوړاوي لپاره ۵۰ یا حتی ۱۰۰ دلیله ولرو، نو بیا هېڅ داسې لامل نه شي کولای چې زموږ په مخ کې خنډ شي .

د خرڅلاو په ډیزاین او طراحۍ کې اوه اړین تاتکیکونه:

۱ –د خپل ځان او د رقیب یا سیال پېژندنه

په هر کاروبار او کسب کې د دندې او وظیفې په شاوخوا کې د کمزورتیا او قوت ټکي موجود وي او دا ټکي په ټولو کاروبارونو کې یو شان نه وي. د بېلګې په توګه یو شرکت د محصولاتو به ډیزاین او تولید کې ډېر لوړ نوم لري، په داسې حال کې چې یو بل شرکت به د بازارموندنې له پلوه ښه نوم او شهرت لري. که چېرې د یو شرکت د قوت ټکی داسې وي چې رقیب ترې په اسانۍ سره تقلید نه شي کولای، نو ویلای شو چې نوموړی شرکت د ښو او غوره سیالۍ کوونکو له جملې څخه دی. لازې چارې او کړنې باید داسې وټاکل شي، چې د یو شرکت د کمزورۍ ټکو ته لږ تر لږه رسېدګي پیدا او هغه د قوت پر ټکو بدل کړي، کېدی شي دا کار د ډېرې پلټنې پرمټ امکان ولري. نو د خرڅلاو د ډېروالي لومړی ګام دادی چې: زموږ محصول څه شی دی؟ څه ځانګړنې لري؟ د یوه شخص لپاره څه ځانګړنې لري؟ څومره بیه لري؟ څومره مالي توان لري؟ څومره د خطر قدرت لري، د انساني قوت توان شته که نه؟ او داسې نور.

دغه معلومات لږ تر لږه د پنځو رقیبانو په اړه پیدا کړئ، یو له بل سره یې پرتله کړئ او د محصول د ځانګړنو په اړه لازم تصمیم ونیسئ.

۲ –د خرڅلاو موخه ټاکل:

بې له شك او هدف ټاکلو څخه هېڅ پېښه نه رامنځته کېږي. د هدف ټاکل او د هدف لرل د خرڅلاو فعالیتونو ته مانا ورکوي او د هدف لرل د انرژیو د متمرکز کېدو او انګېزې سبب ګرځي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو د بریالیتوب لپاره د هدف ټاکل داسې دي، لکه د یو کور جوړولو نه مخکې چې د هغې نخشې ته اړتیا وي. کله چې تاسې د خرڅلاو لپاره یو هدف ټاکئ او یا د هغې په اړه پرېکړه کوئ، د هغې د ښېرنې لپاره ډېره پلټنه وکړئ. ځکه دا کار ستاسو توان څو برابره زیاتوي.

ددې لپاره چې یوه اغېزمنه هدف ټاکنه ولرو، نو د لاندې اصولو په پام کې نیول ډېر اړین دي:

۱ (د خرڅلاو موخې مو په مشخصه او واضحه توګه د مکتوب په بڼه ولیکئ. دا ستاسې د انګېزې او لېوالتیا سبب ګرځي.

۲ (د هدفونو وخت باید مشخص کړئ.

۳ (هدفونه باید د اندازې او تعقیب وړ وي.

باید مشخص کړئ، چې په راتلونکو شپږو میاشتو کې باید په خرڅلاو کې ۲۰ سلنه زیاتوالی راشي، هره میاشت باید څومره خرڅلاو ولرو، هره اوونۍ باید څومره خرڅلاو ولرو او هره ورځ باید څومره خرڅلاو ولرو؟ او د موخو د تعقیب د جدول له لارې پایلې ته ځان ورسوو او موخې د خپل کنټرول لاندې راولو.

۴ (هدفونه باید د لاسرسي وړ او واقعي وي:

که چېرې د خرڅلاو په برخه کې کار کوئ او غواړئ چې ځان ته یو هدف وټاکئ، نو په خپل هدف کې ربښتیني اوسئ. ((هدف باید ډېر اسان نه وي او نه داسې چې د لاسرسي وړ نه وي، بلکې هدف باید یو څه ستونزمن وي((.

۵ (هدفونه باید ټولیز، مهم او اساسي وي.

د خرڅلاو په برخه کې مو خپل فکر یو څو لویو هدفونو ته متمرکز کړئ، خو دا هم له یاده مه باسئ چې تاسې د محدود توان، انرژۍ، بودیجې او وخت لرونکي یاست.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۳ -امتحانول

مشتریان په اصل کې د محصول ګټې پسې ګرځي، نه داچې محصول د مشتریانو په ګټې پسې. د محصول ګټې باید په روښانه ډول بیان کړو. ولې مشتري غواړي دا شی واخلي؟ دې ته باید پاملرنه وشي. مشتري د ځانګړتیاوو اخیستونکی نه دی، بلکې اخیستونکی ګټه ده. دا ټولې ګټې هغې ته روښانه کړئ.

۴ -په مشتریانو کې د باور پیدا کول

د خرڅلاو اساسي توکی باور یا اعتماد دی. که چېرې د خرڅوونکي او اخیستونکي ترمنځ باور نه وي، نو هېڅ سودا به ترسره نه شي. مشتریان په څو دلیله خریداري نه کوي چې په لاندې ډول دي:

۱ -اړتیا ورته نه لري

۲ -پیسې نه لري

۳ -د اخیستلو اختیار نه لري

۴ -لېوالتیا لري، خو ډاډه نه دي

۵ -د محصول د نامناسبتوب او مزد څخه سم درك نه لري.

۶ -باور نه لري، چې په پایله کې د اخیستلو له پرېکړې وېره لري.

د باور د رامنځته کولو لپاره له لاندې ارزښتونو څخه ګټه اخیستلای شئ:

الف- پېژندل شوی سوداګریز نوم:

سوداګریزه نښه له سیالانو څخه د توکو او خدماتو د توپیر سبب ګرځي. پېژندل شوې سوداګریزه نښه ددې لامل ګرځي چې مشتریان په اسانۍ سره د اخیستلو تصمیم ونیسي او لږ وخت ولګوي. باید وویل شي چې سوداګریزه نښه نن سبا د یو شرکت او کاروبار ښکاره سرمایه ده.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ب- ښه شهرت:

د نوم پېژندل باید په ښه توګه ترسره شي. سوداګریزې نښې او یا نومونه باید د کیفیت، ښه والي، انصاف، تېزوالي، راحتۍ، نظم، دقت او نورو ښکارندویي وکړي.

ج- اعتبار لیك:

اعتبار لیك او سوانح باید تر نظر لاندې ونیسو او د معلوماتو په ورکولو کې ترې ګټه واخلو. د امتیاز حق او جواز ددې لامل کېږي چې ستاسو باور لا زیات کړي او په ځانګړي ډول ستاسو د نوي کاروبار د ګټې ضمانت کوي.

د- له نورو مشتریانو څخه رضایت لیك:

له مشتري څخه تائیدلیك اخیستل د خرڅلاو لپاره یو قوي توکی دی . له هغو کسانو سره چې ستاسو محصولاتو څخه ګټه اخلي، ملاقات وکړئ او له هغوی وغواړئ که چې ستاسو محصولاتو ښه پایله درلودلې وي، د هغې په اړه یو لیك ولیکي او هغې دې تائید کړي. دا لیکونه بیا له ځانه سره وساتئ او خپلو نویو مشتریانو ته یې ورونښایئ.

هـ- د دعواو ثبوت:

داسې دعوې وکړئ چې کولای شئ هغه په ثبوت ورسوئ. د مشتریانو د باور د ترلاسه کولو لپاره ((له خپل توانه کمه وعده ورکړئ او له وعدې زیات عمل وکړئ)).

و -ظاهري ښه او بېلابېل شیان:

ستاسو ظاهري بڼه، لباس اغوستل، ډکوریشن، د محصولاتو کیفیت او خدمات ۹۵ سلنه پر مشتري اغېز لرلای شي. کله چې مناسب لباس واغوندئ او خپل بوټان یا څپلۍ مو ښې پاکې وي، نو د اخیستونکي توجه په ناڅاهانه ډول تاسو او ستاسو شرکت ته راګرځي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ط- تخصص:

په یوه ځانګړې برخه کې تخصص درلودل او په هغې ټینګار کول، د مشتریانو د باور د لاسته راوړلو لامل ګرځي. دا په یاد ولرئ چې په یوه محصول کې توپیر راوستل له ډېرو محصولاتو له توپیر څخه غوره ده، ځکه چې دغه توپیر باور زیاتوي. کولای شئ په بازار او یا په مشتري کې یو ځانګړی متخصص شئ، کولای شئ د یوه شخص او یاله بل شرکت څخه اړتیا لرې کړئ، خو کولای شئ له هغه چا څخه چې په عمومي برخه کې زده کړې لري، پر یو ځانګړي پوهه لرونکي شخص بدل شئ.

۵ -د بازار تړی کول:

دا تاکتیك چې ډېری د لګښتي محصولاتو سره سر او کار لري، داسې یو انګیزه راپاروي چې خلك بازار ته راشي او په تېزۍ سره ستاسو محصول واخلي. باید له یاده ونه باسئ چې ددې تاکتیك په دوامداره ساتلو سره ستاسو محصول د څرنګوالي، نرخ، بسته بندۍ، اخیستلو او خرڅولو کې له سیالانو سره ډېر توپیر ونه لري، خو دا تاکتیك په تبلیغاتي فعالیتونو کې د مصرف کوونکو او مشتریانو سره پاتې کېږي، چې ځانګړی اغېز لري.

۶ -د اخیستونکي د ګټې برید:

دا تاکتیك هم ډېری په لګښتي محصولاتو کې پکارېږي، چې مصرف کوونکی ددې محصول او د نورو محصولاتو د کیفیت او نښو ترمنځ ډېر توپیر ونه کړای شي، چې د مصرف کوونکي نرخ معمولاً یو شان او ثابت وي. ځینې شرکتونه له نورو تاکتیکونو څخه هم کار اخلي، چې د عمده فروشانو او پرچون فروشان لاس په نرخ ټاکنه کې خلاص پرېږدي، چې دا کار په بازار کې د نرخ ناهماهنګي رامنځته کوي.

www.meliahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۷ -اړيکي جوړول ((ګټونکی- ګټونکی))

د هرې سوداګريزې اړيکي اصل او د هغې تلپاتې والی د دواړو اړخونو په ګټه دی. د مشرانو په وينا لويه نېکمرغي هغه وخت وي چې دې ته دې پيام شي چې ((ګناه دې نه ده کړې او خولې دې هم له سره نه ده لوېدلې)). هغه خرڅوونکي چې پيسې ترلاسه کوي او نه يې ساتي، نو هغه ځان په ډېر مناسب ځای کې نه حس کوي، خو هغه خرڅوونکي چې د سپارښتنې ترلاسه کول، يوازې د مشتري د پېژندنې لپاره د کار پيل بولي، نسبت خپلو سيالانو ته ډېرې سپارښتنې ترلاسه کوي او سپارښتنې يې تلپاتې هم وي. هغه په شبکه يانې د سوداګرۍ په برخه کې ځان د پرمختګ پر لور بولي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د یوه په زړه پورې وېزېټ کارټ جوړولو مهم ټکي

که هر څوك يا كوم شركت وغواړي چې د كاروبار په بازار كې ځان معرفي كړي، نو لومړني چاپي مواد چې ټاكي يې هغه به وېزېټ كارت وي. وېزېټ كارت يو كم لګښته چاپي اعلان دی چې هر شركت يا شخص كولای شي په ډېر كم مصرف سره هغه ډيزاين او چاپ كړي، خو دا كم مصرفه وېزېټ كارت كېدی شي د ځينو لويو او ډېر لګښتو چاپي اعلانونو په شان كار وكړي.

د وېزېټ كارت د ډيزاين په برخه كې بايد له ډېر دقت څخه كار واخلو، داسې يو ډيزاين غوره كړو چې د ټولو لپاره په زړه پورې وي. د بېلګې په ډول كه د يو مېز پر سر همدغه وېزېټ كارت كېښودل شي بايد د ټولو ليدونكو پام ځانته راواړوي.

په وېزېټ كارت كې لوګو، نوم، دنده، فكس، وېبپاڼه، پته، ټلېفون شمېرې، برېښناليك... او كه د وېزېټ كارت په بل مخ د خپلو محصولاتو او خدماتو يادونه په لنډ ډول راوړل شي، نو په دې سره به پېرودونكي ستاسې شركت په ښه توګه وپېژني. د يو وېزېټ كارت په لرلو سره ستاسې پېرودونكي كولای شي په ډېرې اسانۍ سره ستاسې محصولاتو او خدماتو ته لاسرسی پيدا كړي.

دلته به د يو په زړه پورې وېزېټ كارت جوړولو لپاره يو څو مهمو ټكو ته اشاره وكړو:

•په وېزېټ كارت كې له داسې تصوير څخه كار واخلئ، چې ستاسې د كمپنۍ، كار او محصول ښكارندويي وكړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

•په داسې يوه بڼه وېزېټ کارت ډيزاين کړئ، چې پېرودونکي د هغې په ليدلو سره ستاسې د کمپنۍ د پېژندنې په لټه کې شي.

•د وېزېټ کارت په ډيزاين کې له بېلابېلو رنګونو څخه ګټه واخلئ.
•د وېزېټ کار په جوړولو کې له داسې مناسبو تصويرونو څخه کار واخلئ، چې د خلکو احساسات راوپاروي.

•له هغو کارتونو څخه چې په هغې کې پلاستيکي مواد کارول کېږي، استفاده مه کوئ، له رنګه او په زړه پورې کارتونو څخه ګټه واخلئ، ځکه چې دا ډول کارتونه د ليدونکو په ذهن کې د ډېر وخت لپاره پاتې کېږي او په اسانۍ سره يې له ياده نه باسي.

•خپل وېزېټ کارتونه په بېلابېلو سايزونو برابر کړئ، کولای شئ هغه ډول کارت هم جوړکړئ چې يوازې يو محصول چې تاسې يې خرڅلاو غواړئ په کې راوړئ.

•کارت په عمودي ډول ډيزاين کړئ، چې دا ډول کارت ډېر د پاملرنې وړ ګرځي.

•وېزېټ کارت په مختلفو بڼو جوړ کړئ، په دې سره کېدی شي هغه څوک چې د وېزېټ کارتونو کليکسيون جوړول غواړي، ستاسې کارتونه به پکې ډېر ځای پر ځای شي.

•دا هم له ياده ونه باسئ، په کومه اندازه چې د يوې کمپنۍ نوم په وېزېټ کارت کې مهم دی، په همدومره کچه ستاسې نوم هم اړين دی.

•د وېزېټ کارت د چاپ د لګښت په اړه انديښنه مه کوئ، که ډېر لګښت پرې راشي، نو کولای شئ چې وروسته بيا ډېر عايدات ولرئ.

•پر بېلابېلو بڼو دوه وېزېټ کارتونو په لرلو سره کېدی شي ستاسې د محصولات خرڅلاو ډېر زيات لوړ شي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

•کوښښ وکړئ چې په وېزېټ کارت کې زيات متن ونه ليکئ، ځکه چې وېزېټ کارت له برورشور سره توپير لري، څومره چې لنډې جملې وي د ليدونکو لپاره اسانه وي.

•له داسې ليك يا فونټ څخه کار مه اخلئ چې په اسانۍ سره نه لوستل کېږي او پېرودونکي له ستونزو سره مخامخ کوي، ځکه چې په دې کار سره کېدی شي ځينې پېرودونکي له لاسه ورکړئ.

•که پوهېږئ چې د يو کال په اوږدو کې مو له يوزر وېزېټ کارتونو څخه استفاده نه وي کړي، نو کېدی شي په کاروبار کې له ماتې سره مخامخ شئ، نو پر دې اساس خپل ميتود ته بدلون ورکړئ او داسې کار وکړئ چې وېزېټ کارت درته ډېره ګټه ورسوي.

•که غواړئ د خپل وېزېټ کارت ډيزاين معلوم کړئ، چې ښه ډيزاين دی که نه، ددې کار لپاره ډېر شمېر وېزېټ کارتونه راواخلئ او د مېز پر سر يې کېږدئ، خپل وېزېټ کارت هم په دې کارتونو کې کېږدئ او ښه په ځير سره ټولو کارتونو ته وګورئ، که چېرې ستاسې وېزېټ کارت ستاسې توجه ځانته واړوله، نو پوه شئ چې وېزېټ کارت مو په ښه بڼه ډيزاين شوی دی او که داسې ونه شول، نو د وېزېټ کارت په ډيزاين او جوړولو کې حتماً کومه تېروتنه شوې ده.

•که چېرې مو خپل کارت يو پېرودونکي ته ورکړ او په ليدلو سره يې څه ونه ويل يانې ويې نه ويل چې څومره ښکلی کارت دی او يا يې هېڅ د کارت په اړه ونه ويل، نو دا ددې ښکارندويي کوي چې ستاسې کارت له WOW فکتور لرونکی نه دی.

(c) ketabton.com: The Digital Library

زه یو رهبر یم، خو یو مدیر نه یم!

((روی)) یو ماهر هنرمند دی، چې د فرنیچرو کوچنی کاروبار لري.

هغه څه چې د (روی) په اړه ویل کېږي، هغه دا دي، چې څو کاله وړاندې کله یې چې یو شرکت تاسیس کړ، نو د کاروبار په اړه یې هېڅ معلومات نه درلودل، نو سمدستي یې په دې اړه د بېلابېلو کتابونو پر ویلو پیل وکړ. هغه څه چې هغې په دې کلونو کې زده کړل دادي، چې وایي: ((زه یو رهبر یم، خو یو مدیر نه، زه په نوښتونو او ځانته د یوې تګلارې په جوړولو کې ښه کار کوم، خو له دې څخه کرکه لرم، چې تل مې په خونه کې تګ او راتګ وي. کله چې مې کاروبار پراخ شو، نو تل مې له نورو څخه د مدیریت غوښتنه کړې ده، چې اداري کارونه ترسره کړي او ما به تل د مشتریانو لپاره نوې طرحې جوړولې.))

د رهبرۍ په مقابل کې مدیریت یوه موضوع ده، چې هره ورځ به مې له خلکو ډېر اورېدل. ویل کېږي چې مدیریت د کار په ترسره کولو متمرکز دی یانې دوامداره اجرا او کنټرول. په داسې حال کې چې د رهبرۍ ټوله پاملرنه بدلون او نوښت ته وي.

څو کاله وړاندې د مدیریت کلیمه یو څه پراخه وه او رهبري هم د انګېزې په راپیداکولو، پروګرام جوړونې، اړیکو، او نورو له مخې په دې کې شاملېده. خو د ۱۹۸۰ لسیزې په اخرو او د ۱۹۹۰ لسیزې په لومړیو کې دا حقیقت څرګند شو چې احتمال شته د امریکا متحده ایالتونه له جاپان څخه په نوښتونو کې وروسته پاتې شي، ځکه چې د امریکایي مدیرانو په کاروبار کې نوښت رواج نه و. او یا دا چې مدیرانو به ویل دا د رهبرانو کار دی. نو ددې لپاره رهبر باید مدیر هم وي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ډېرې لیکوالانو د رهبرۍ په اړه پر دې تاکید کړی دی، چې رهبر باید ښه مدیر وي. اوس هم بریالیتوب په اجرا ، کنټرول، پر محدودیتونو غلبه، سیستمونو، عملیو او د کړنو دوام پورې اړه لري. له دې پرته رهبري له خوب او خیال څخه پرته بل څه نه دي. له دې سره سره په اوس وخت کې رهبري یوه ارامه او رومانتیک فضا جوړوي، په داسې حال کې چې مدیریت، یو عملي، ناخوښه او رنګ بايللی تصویر رامنځته کوي. اوس داسې تصور کېږي، چې رهبران زیرك او پوه خلك دي او موږ ته کمال ته د رسېدو لپاره الهام راکوي، په داسې حال کې چې مدیران ناخوښه، د بودجې له کمښت سره مخامخ، د وخت پابند او د سیاستونو د عملي کولو خلك دي. خو اوس موږ ((روی) ته په کتو سره چې وایي، زه یو رهبر یم، مدیر نه یم پاملرنه کوو. وګورئ هغه په لومړیو کې ځانته یو هنرمند ویل، چا چې له لرګیو څخه ښکلي شیان جوړول او دا چې ځانته یو رهبر وایي، نو دا یې له ځان څخه خپل درك دی.

رهبري او مدیریت دواړه حیاتي موضوعګانې دي که یوې ته د رومانتیك په سترګه وکتل شي او بله بې ارزښته وګڼل شي، نو له فطرت سره به مرسته ونه کړای شي. د یو کاروبار د بقا او بریالیتوب لپاره باید په یوه وخت کې ځینې برخو کې بدلون راشي او ځینې برخې هماغه د پخوا په شان پاتې شي. هغوی باید هم نوښت رامنځته کړي او اجرائیوي کارونه ترسره کړي. ډله ییز مهارتونه او فکري میتودونه چې د بدلون او نوښت لپاره لازم دي، نو د کار د تداوم او ورته والي په فعالیتونو کې متفاوته بڼه لري. مګر دا یوازې په دې مانا ده چې مسولین باید هم د بدلون د لامل په توګه کار کړي او هم د ثبات او تداوم لارښونکی وي؛ یانې شرایطو او اړتیاوو ته په پام سره په یوخت کې هم مدیر او هم رهبر وي. دلته اصلي چیلنج ددې مسالې درك دی، چې کوم یو له دې دواړه څخه څه وخت لازم دی. نو پر دې اساس که موږ رهبرۍ ته غوره توب ورکړو او مدیریت بې ارزښته وبولو، نو دا چیلنج نور هم سختېږي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

نن سبا د رهبرۍ او مديريت ترمنځ د منفي او مثبتو ټکو د ناسم تعبير د مخنيوي لپاره ډېرى د (رئيس) له توري استفاده کوي. ډېرى خلك نه غواړي چې رئيسان شي، ځکه ددې توري اشاره مسوول نفر ته ده، څوك چې د نورو د کار مسوليت پر غاړه لري او هر څوك بايد د کار په ساحه کې هغې ته ځواب ويونکى وي.

که رئيس ياست، د هغه چا په څېر ځانته وګورئ، چې د نورو د کار مسوليت پر غاړه لري. څوك چې پر لاژم وخت کې مديريت او مشرتوب کوي هغه بايد له نورو سره د تبعيض پرته خپل کار پرمخ بوځي. که څوك وايي چې زه مدير نه يم، خو هغه کار چې هغه يې د يوه رهبر په توګه کوي، څه ناڅه د مديريت له مهارتونو سره تړاو لري.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

کوچنۍ سوداګري

ډېری خلك داسې فکر کوي، که کومه سوداګري پیلوم نو باید ډېره پانګه ولرم او یا داسې سوداګري پیل کړم، چې ډېره ګټه ترلاسه کړم. دا سمه ده چې د ډېرو پیسو سوداګري ډېره ګټه لري، خو دا فکر نه کوو، چې یو لوی کاروبار پیلول ډېرې پانګې، ظرفیت، مسلکیتوب او استعداد ته هم اړتیا لري. په کوچنۍ سوداګرۍ شرمېږو او داسې انګېرو، چې ددې به ګټه څه وي او یا څومره ګټه به وکړي، خو د پراختیا فکر راسره نه وي، چې کېدی شي دا کوچنی کاروبار یوه ورځ په لویه سوداګرۍ بدل شي او بیا به ورته رسیدګي هم نه شو کولای.

د پنځو سترو قوانینو لیکونکی، (پرسي اچ وایټنګ) وایي، پلورونکي باید هېڅکله د هغه څه په اړه چې پلوري یې یادول او زده کول هېر نه کړي. که هر څومره د یو توکي یا محصول په اړه ډېر پوهېږئ او د هغه په اړه معلومات لرئ، ښایي ډېره مینه او اشتیاق مو ورسره پیدا شي.

که څوك په مینه او شوق یو کار وکړي، نو خامخا به یې له کار سره مینه او علاقه پیدا کېږي. یانې هر کار چې څوك پیلوي، لومړی دې له هغه کار سره مینه او علاقه پیدا کړي، که له یو کار سره دې مینه او علاقه نه وي، نو د هغې د پرمختګ لپاره هم فکر نه شې کولای او که مینه دې ورسره وه، نو ډېر زیات زیار به اوباسې او کوښښ به کوې، چې زما کار پرمختګ وکړي.

د سوداګرۍ د پیلولو تر مخه باید دا پلټنه وشي، چې څه ډول سوداګري پیل کړم او بازار هم ورسره مطالعه شي، چې په بازار کې څه ډول توکي ډېر پلورل کېږي او یا خلك ورته ډېره اړتیا لري، په همدې چاپېریال کې څه ډول خلك اوسېږي یانې اقتصادي وضعیت یې څنګه دی، څومره پیسې لرم، څومره پور کړم او څه ډول یې پور کړم، د توکو د رانیولو سرچینې هم څرګندې شي، یانې له چا څخه توکي واخلم، کومې ځای

www.meltahrik.com 0777400116

(c) ketabton.com: The Digital Library

نږدې دی، ایا ځینې توکي به په پور راکړي او داسې نور... کله چې دې کاروبار پیل کړ، نو بیا داسې مه وایه چې په دې پیسو به زه څومره ګټه وکړم، دا خو لږې پیسې دي، د کاروبار پیلول په لومړي سره کې ډېر ستونزمن وي، خو چې پیل شي، بیا داسې خلك هم پیدا کېږي، چې پیسې په ګټه درکړي او خپل کاروبار پرې پراخه او لوی کړې، یا داسې ټول پلورونکي هم وي، چې توکي ترې وپلورې او په قسط وار ډول هغې ته خپلې پیسې ورکړې، مطلب دا چې کاروبار پیل شي، بیا کولای شې له داسې میتودونو کار واخلې، چې پیسې دې ډېرې شي او کاروبار دې پراختیا ومومي.

د بېلګې په توګه، که چېرې موږ د هګیو کاروبار پیل کړو، په لومړي سره کې د کلیو څخه کورنۍ هګۍ راټولې کړو او په بازار کې یې وپلورو، ځکه په بازار کې کورنۍ هګۍ ډېرې کمې پیدا کېږي او اړتیا ورته ډېره لیدل کېږي. مثلاً که موږ په ورځ کې (۲۰۰) هګۍ له کلیو څخه راوړو او په بازار کې یوه هګۍ د یوې افغانۍ په ګټه وپلورو، نو په ورځ کې موږ ته (۲۰۰) افغانۍ ګټه پاتې کېږي که دې کار ته همداسې تر یوې مودې دوام ورکړو او بیا یې د پراختیا فکر وکړو، لکه په کلي کې یو ځوان ته ووایو چې زه به پیسې درکړم ته دلته په کلي کې هګۍ پرې رانیسه او زه به درڅخه یوه هګۍ په (نیمه) افغانۍ ګټه اخلم. که همداسې د ورځې دوه سوه هګۍ ستا خپلې وي او دوه سوه هغه ځوان درته راټولې کړې وي، نو په بازار کې به (۴۰۰) هګۍ وپلورې، چې (۳۰۰) افغانۍ درته ورځ کې پاتې کېږي. په همدې ترتیب خپل کار ته پراختیا ورکړه. په بازار کې ورته یو دوکان په کرایه ونیسه، چې نور دوکانداران ستا ادرس وپېژني او له تا څخه کورنۍ هګۍ وپېري، بیا څو چرګې هم واخله، چې په خپل کور کې یې وساتې او هګۍ درته وکړي، چرګې هم په ترتیب سره زیاتې کړه او د کور مېرمنو سره د چرګو د هګیو په ګټه کې شریك شه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

که په دې کار موږ ونه شرمېږو او خپل کار ته کار ووایو نو کېدی شي په لږ وخت کې د چرګو د یو فارم خاوند شې او بیا به که ټول نه وي نو د بازار یوې برخې ته به هڅې رسوې او په همدې ترتیب به بازار تر خپل کنټرول لاندې راولې، که د کاروبار د پراختیا فکر ولرو، امکان دې ولري، چې ټول بازار خپل کړو او بیا به دا کاروبار همداسې د هېواد په کچه او بالاخره نړیوال تجارت شي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو د پایته رسولو فن

الف- د یوې راټولونې څخه وروسته خاتمه:

په دې میتود کې خرڅوونکی د خپلو محصولاتو ګټې ته یوه لنډه کتنه کوي، چې د سپارښتنې یا اړډر ورکول یوازې یو منطقي ګام په توګه په نظر کې ونیسي. ((له ښې ټولونې وروسته راته معلومېږي چې دا ټول محصولاتو ستاسو اړتیاوې پوره کولای شي که نه؟ نو دغه ټولونه تاسو ته د راټلونکي لپاره ستاسو محصولاتو خرڅلاو ته ډېرښت ورکوي او کېدی شي دا کار په ډېر کم لګښت ترسره شي.

ه- مستقیمه خاتمه

د اخیستو لپاره مستقیمه او ساده غوښتنه هېڅ بڼه نه لري. ډېری پلورونکي ددې کار د ترسره کولو لپاره کم راځي، چې په پایله کې د مشتري د سوړوالي او د ډېرې سپارښتنې له لاسه ورکوي.

ح- د ځانګړي وړاندیز خاتمه

په دې میتود کې مشتري ته د ډېر امتیاز او یا کمښت په نظر کې نیولو څخه ګټه اخیستل کېږي. ((که همدا اوس خپله پرېکړه وکړئ، نو موږ به **۵** سلنه کمښت تاسو درکړو.)) یا ((موږ به ډېر ژر خپل نوي نرخونه اعلان کړو، که غواړئ زموږ له پخوانیو نرخونو څخه ګټه واخلئ، نو همدا اوس موږ ته سپارښتنه وکړئ))

له مشتري سره د برخورد له منځه وړل

مهمه پوښتنه: ولې مشتریان موږ ته په چټکۍ نه راځي؟

_ کېدی شي زموږ په محصولاتو کې له یوه څخه راضي نه وي، نو ځکه زموږ نور محصولات نه اخلي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ـ کېدی شي زموږ د کارمندانو او خرڅوونکو د نه پاملرنې له امله وي.

په خرڅلاو کې د ابتکار تاکتیکونه:

د خرڅلاو د مسایلو د حل لپاره له لاندې تاکتیکونو څخه ګټه اخیستلای شو:

فکري توپان:

- د فکري توپان په لومړنۍ غونډه کې ۱۲ تنه سره راټولېږي او د هغه موضوع د حل په اړه چې مخکې روښانه شوې وي، سره خبرې کوي او یو حل لاره ورته راوباسي.

- په لومړنۍ (فکري توپان) جلسه کې باید لاندې قوانین په نظر کې ونیول شي:

- کس په ازاده توګه خپل نظر وړاندې کوي.

- هېڅوک د ارزونې، قضاوت او انتقاد حق نه لري.

- هر څومره چې مو نظریات له تصوره لرې وي غوره ده.

- څومره چې مو سره نظرونه د نویو نظریاتو لپاره ترکیب کړئ ښه ده.

- په (فکري توپان) غونډه کې باید د خلکو برخورد داسې وي چې ذهن تو ټکان ورکوونکی وي. په راتلونکې غونډه کې ټول نظرونه، د ارزونې، ترکیب او تحلیل لپاره وړاندې کېږي او په ځانګړې توګه د لګښت او ګټې له پلوه تر بحث لاندې نیول کېږي، نو په اخر کې به یوې مناسبې او د اجرا وړ نظر ته ورسېږئ.

دویم تاکتیک- شل نظرونه:

دا میتود ډېر نوښت ته د رسېدو لپاره یو غوره میتود دی. کولای شئ له دې لارې خپلې موخې ته لاره پیدا کړئ او په خرڅلاو کې د بریالیتوب پر لوري لاړ شئ، چې دې میتود ته مې (۲۰ نظرونه) نوم

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

ورکړې دی. کله چې په مسلسله توګه له دې میتود څخه ګټه اخلئ او د ځینو لاسته راغلو نظریاتو څخه پورته کړئ، نو په راتلونکو څو میاشتو کې به خپل خرڅلاو دوه برابره او یا له هغې ډېر کړئ.

نو اوس به دې میتود ته یوه لنډه کتنه کړو: یوه سپینه پاڼه راواخلئ او د هغې پرمخ د پوښتنې په ډول یوه لویه موخه او یا یوه لویه مسئله ولیکئ. دقیقې او مشخصې خبرې وکړئ، څومره چې مو پوښتنې دقیقې وي، کولای شئ هغې ته ډېر او بېلابېل ځوابونه پیدا کړئ. د ذهن له سیال جوړولو میتود څخه هغه وخت ګټه واخلئ، چې د محسوسو او ملموسو ځوابونو په لټه کې یاست. کله چې مو پوښتنه ولیکله، نو باید وکولای شئ د هغې لپاره شل ځوابونه پیدا کړئ. ځوابونه مو باید ساده او مشخص وي، لږ تر لږه شلو ځوابونو ته اشاره وکړئ، ځکه چې د (۲۰) عدد جادویي بڼه لري. کله چې مو شل ځوابونه پیدا کړل، هغه د فهرست په ډول ولیکئ او یو ځل یې ولولئ، بیا له هغې څخه هغه ځواب ، چې کولای شئ هغه عملي یې کړئ پیدا کړئ او د هغې د عملي کولو لپاره ټوله ورځ ځان تیار کړئ.

د مشتریانو رضایت:

۱- د خرڅلاو او ګټې پر ډېرښت د مشتري د رضایت اغېز:

- کله چې د کار او کسب په چاپېریال کې د سیالۍ او رقابت سره مخامخ کېږئ، نو د مشتري رضایت لاسته راوړئ، چې موخې ته د رسېدو لپاره درسره مرسته کوي. د مشتري رضایت د یو شرکت لپاره اړین او اغېزمن امر دی. دا امر دانه چې یوازې کارکوونکي کار ته وادار کوي، بلکې د یو شرکت لپاره د ګټې سرچینه هم تامېدی شي. پیتر دراکر په دې باور دی چې: ((د نوښت او تخلیق موخه د مشتري راضي کول دي، ګټه موخه نه ده، بلکې مزد یا عوض دی. د یوه شرکت په ګټه کې دخیلو کسانو په

(c) ketabton.com: The Digital Library

منځ کې مشتري لومړی دی، ځکه چې په ګټه کې شریك کسان هغه وخت ګټه ترلاسه کولای شي چې مشتري خوشاله او راضي وي.

۲- راضي مشتري: د یوه شرکت لپاره د اعلاناتو او تبلیغ وسیله

- هغه مشتریان چې ستاسې له شرکت څخه راضي وي، هغوی خپلې مثبتې تجربې له نورو سره شریکوي، چې په همدې ترتیب د شرکت د تبلیغ وسیله ګرځي، په پایله کې مو د نویو مشتریانو د جذب لړۍ پیاوړې کېږي. دا ډول خوله په خوله تبلیغات، د تبلیغاتو ارزانه او اغېزمنه بڼه کې راځي. دا موضوع د عمومي خدماتو د وړاندې کوونکو لپاره ډېره مهمه ده، ځکه چې د هغوی اعتبار، شهرت او مثبت تګې د نورو په وسیله وړاندې کېږي چې دا د دوی لپاره د اعتماد د لاسته راوړلو عمومي سرچینه ده.

د رضایت د لاسته راوړلو فنون

۱- د اړتیاوو له مخې د محصولاتو او خدماتو انطباق

۱-انطباق محصولات و خدمات با نیازها

- خلك د پېرودلو مینه وال دي، نه د پلورلو. نو ځکه باید د خلکو د اړتیاوو په لټه کې شئ او هغه اړتیاوې له ځانه وپوښتئ.

- مثال: د مشتري اړتیاوې د موټر په شان له یوځای څخه بل ځای ته نه لېږدول کېږي، بلکې فهرست کول، تېزوالی او یو وارخطایي ده.

۲- د خدماتو وړاندې کول

- د ښاغلي کانو پر وینا مشتریانو د خدماتو وړاندې کول په درې ډول تقسیم شوي دي:

- ضروري خدمتونه

- غوښتل شوي خدمتونه (د مشتریانو له خوا غوښتل شوي)

- هیجاني خدمتونه (جذاب)

- او....

(c) ketabton.com: The Digital Library

یوه ورځ بریالی پلورونکی

په دې مقاله (یوه ورځ بریالی پلورونکی) کې د یو پلورونکي د کار تر پیل بیا تر اخري شېبې پورې تر بحث لاندې نیول شوی دی او کوښښ شوی دی چې د پلورنې مسلکي تاکتیکونه او د بریالي پلورونکي ځانګړنې د عمل په چوکاټ کې واچوي.

د بېلګې په توګه، کولای شو له دې جملې څخه ، پروګرام جوړونې، ظاهري بڼې، د کار د ځای ښکلا، له مشتري سره د خبرو اترو اداب، مشتري څنګه تر اغېز لاندې راولو، د رقیبانو د بدو ردو په مقابل کې مناسب عکس العمل، د خرڅلاو د خاتمې اهمیت، د خرڅلاو مرحلې، پورته کسانو ته د راپور ورکولو اهمیت... ته اشاره وکړو.

د سیالۍ پر وخت د انسان د ځانګړنو په اړه پوهېدل، د وړاندوینې او پروګرام جوړونې توان دی. په دې ډول کولای شئ د پروګرام جوړونې او مخکې تر مخکې د ټاکلو شویو موخو د ښېړلو لپاره ګام پورته کړئ او هر کله چې درته مناسبه وي، په خپلو پروګرامونو کې بدلون راولئ.

ورځنی پروګرام:

– بریالي او مسلکي پلورونکي تل سهار د وختـه لـه خوبه پاڅېږي. که چېرې هره ورځ په خپل خوب کې یو ساعت کمی راولئ، نو د خپل کاروبار عمر مو پینځه کاله زیات کړ. تل سهار له وختـه پاڅېږي او د هغې ورځې پروګرام باید ولرئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

- په کوچنیوالي کې به مور او پلار راته ویل، ښه هلك هغه ځوك دی چې سهار وختي له خوبه پاڅي او خپل مور او پلار ته سلام واچوي. داهم ویل کېدل چې درس، ښه والی دی او سلام سلامتي راولي او اړیکي جوړوي. نو د عمر تر اخره په سلام اچولو کې له نورو مخکې کېږئ، چې دا د لویوالي او ادب نښه ده. نو په همدې خاطر کله چې له مشتري سره مخامخ کېږو موږ باید اړیکي جوړې کړو؛ نو باید په لوړ غږ سلام واچوو.

- دا مو باید په یاد وي چې زه یو پلورونکی او بازارموندونکی یم. زموږ په کسب او مسلك کې دوه ډوله انسانان تر نورو ډېر اغېزناك دي: یو هغه ډله ده چې د نورو رقیبانو مشتریان دي. راځي له ځان سره شرط کېږدو او په سر کې دوه پوښتنې له ځانه وکړو:

الف- زما مشتري ځوك دی او څه غواړي؟

ب- زما رقیب ځوك دی او څه کوي؟

زموږ موخه د مشتري جلب دی او زموږ رقیب دې موخې ته زموږ د رسېدو مخنیوی کوي. ورځنی پروګرام باید دې دوه پوښتنو ته د رسېدو او هدف د پیل لپاره جوړ کړو. هېڅکله داسې فکر مه کوئ، چې په دې دوه ځوابونو به د عمر ترپایه بې ستونزو خپل کاروبار پرمخ بوځو. نړۍ د بدلون په حال کې ده. نو په دې خاطر د مشتري سلیقې، ذایقې، مالي توان او ... په نظر کې نیول کېږي. سیالان هم په خلاص لاس ډېرو بدلونونو په لټه کې دي، نو دا پوښتنې د عمر تر اخره له موږ سره دي، باید هره ورځ هغه له ځانه وپوښتو.

- له الله(ج) سره راز او نیاز، د هغې عبادت او خپلې موخې ته د رسېدو لپاره له الله(ج) مرسته له یاده مه باسئ.

- بله مرحله، ورزش او جسمي تیاری دی، سالم عقل په سالم بدن کې دی. دا جمله هر وخت په نظر کې نیسئ. هره ورځ لږ تر لږه لس دقیقې سپورت کوئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

– مسلکي پلورونکی بایدپاکوالی په نظر کې ونیسي.

په دې خو ټول پوهېږو چې سهار وختي، بې حاله، خوبولی، بې سلیقې انسان په نورو ځومره بد لګېږي، نو که غواړئ له داسې انسانانو څخه نه واسئ، نو پوهېږئ چې د بریالي خرڅلاو لپاره په پیل کې د مشتري پر وړاندې باید ښایسته او باسلیقه انسان پکار دی.

– د سهارنۍ له خوړلو پرته سهار له کوره مه وځئ؛ سهارنۍ ستاسو د غذا مهمه برخه ده. لکه چې یوه خبره ډېره مشهوره ده: ((سهارنۍ د پاچاهانو ، غرمنۍ د شهزادګانو او ماښامنۍ د ګدایانو په شان وخورئ. د کار او کسب ځای د سهارنۍ د خوړلو ځای نه دی او بله دا چې مشتري ته دا ډېره ګرانه تمامېږي، چې سهار وختي راشي او بیا ستاسې د سهارنۍ د خوړلو انتظار کوي، ځکه هوټل خو نه دی، د کار ځای دی. دا دواړه کاره یوه تېروتنه ونه ګڼئ.

– ستاسو د ظاهري ښې لپاره ښه او منظم لباس، خوشبوی او ښه رنګ شوي بوټان ډېر اهمیت لري. له کوره تر وتلو وړاندې خپله څېره په ائینه کې وګورئ، چې په ظاهري ښه کې مو څه نقص نه وي، ځکه چې زموږ ظاهري ښه زموږ د باطن څرګندونه کوي، دا د مشتري خپل برداشت دی.

د لارې په مینځ کې خبرونو ته غوږ مه نیسئ، په ځانګړې ډول بدو او زړه بوږنونکو خبرونو ته، چې دا ډول خبرونه پر ذهن بد اغېز پرېباسي، مستې سندرې واورئ، غوره خو دا چې د موټر چلولو پر وخت د خرڅلاو او بازارموندنې او... په اړه یو څه واورئ.

– په موټر چلولو کې بې احتیاطي او بیړه مه کوئ، ځکه چې په لویو ښارونو لکه کابل کې ترافیکي ګڼه ګوڼه ډېره زیاته وي. غوره به دا وي چې یو څو دقیقې مخکې له کوره راووځئ چې د ترافیکي ګڼې ګوڼې سره مخ نه شئ، که په ګڼه ګوڼه کې راګیر شوئ، بې حوصلې کېږئ مه، ځکه حرص او بې خوصلېتوب تاسو ته څه ګټه نه رسوي. مخکې تر

(c) ketabton.com: The Digital Library

مخکې باید کار ته د رسېدو لپاره لنډې لارې په نښه کړئ. په یو حالت هم مه په غوسه کېږئ، بېړه مه کوئ، کېدی شي کومه ورځ ستاسې د عصبانیت او غوسې له امله مو کار یوه ورځ شاته پاتې شي.

- کار ځای ته مو د سلام په وړاندې کولو داخل شئ، په داسې بڼه کارځای ته ننوځئ، چې ستاسې په ننوتلو نور خوشاله شي.

- د سهار په وخت کې ټولو همکاران له داسې اخبارونو ویلو چې پېښې نشروي، منع کړئ، یوازې د هغو اخبارونو لوستو ته یې راوبولئ چې اقتصادي خبرونه او اقتصادي مقالې خپروي. بازارموندونکی او بریالی پلورونکی باید د اقتصادي تحولاتو څخه خبر وي او له مشتري سره د مخامخېدو په وخت کې باید د هغو تحولاتو یادونه وکړي. دا کار په مقابل لوري ډېر اغېز کوي او تاسې ورته د یو باخبره شخص په توګه معرفي کېږئ.

- خپل مېز مو پاك او د مېز پر سر ټول توکي په منظم ډول کېږدئ، دا کار ستاسې او د مشتریانو پر روحیه مثبت اغېز لري.

- سبا لپاره مو ټول پروګرامونه مخکې تر مخکې یانې د شپې تیار کړئ. زه د ټولو ټلېفوني اړیکو لپاره د شپې فهرست جوړوم، چې دا کار بیا د ټلېفوني اړیکو پر وخت له ما څخه کم وخت نیسي. د هر څه لپاره پلان جوړ کړئ، که څه هم ټلېفوني اړیکي وي.

- خپلو فعالیتونو ته مو لومړیتوب ورکړئ او د پارتو د قانون له مخې «لومړی شل سلنه مهم کارونه پیل کړئ، چې دا بیا له تاسو سره د اتیا سلنې د ستونزو په حل کې مرسته کوي ، له دې کار څخه به ډېره ګټه ترلاسه کړئ. بریالي مدیران له منشیانو څخه مخکې د کار ځای ته ځي، ځکه چې دا وخت له هغوی سره د اړیکو لپاره غوره چانس دی.

- بریالی پلورونکی د هر مشتري لپاره یو اساس دی. ټول هغه معلومات چې په دې برخه کې یې له مشتري څخه ترلاسه کوئ، ثبت کړئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

دا فهرست یا د مشتریانو کته ګوري د یو شرکت لپاره ډېره مهمه سرچینه ده، چې له مشتري سره د لیدنې څخه مخکې هغې ته مراجعه وکړئ، مهم ټکي له ځانه سره یادابنت کړئ او له ټولو تیاریو سره د مشتري خواته لاړ شئ. دا فهرست یا د مشتریانو لیکه په لیکه کول، ستاسو او د مشتري د اړیکو په ټینګولو کې مرسته کوي.

– ټول قراردادونه او پروګرامونه مو یادښت کړئ، یوازې پر خپله حافظه مو باور مه کوئ، مخکې له دې چې د مشتري څنګ ته لاړ شئ، په ټول فهرست یوځل نظر تېر کړئ، چې دا کار د مذاکرې لپاره ستاسو د تیارۍ روحیه قوي کوي.

– که چېرې یو مشتري تاسې ته په ټلیفون د یو ملاقات وخت وټاکي لکه (سبا سهار ۶ بجې) نو مشتري ته داسې مه وایئ، چې ښاغلیه دا خو د خوب وخت دی یا دا وخت د ملاقات لپاره مناسب نه دی، کېدی شي مشتري له دې پرته نور وخت ونه لري او یا دا چې تاسې امتحانوي. فکر وکړئ په همدې دواړو حالتونو کې مشتري ستاسې رئیس دی، د هغه وړاندیز ومنئ او ژر پر خپل وخت ټاکلي ځای ته حاضر شئ. مشتري بیا داسې فکر کوئ چې ستاسې په ټولو وعدو هغه کولای شي په ډاډه زړه فکر وکړئ.

– د مشتري وخت په نظر کې ونیسئ، پر خپل وخت ټاکلي ځای ته ورشئ، د وخت مدیریت ولرئ. یو توپیر چې د بریالي او نابریالي انسان ترمنځ دی، هغه د وخت په پام کې نه نیول. نن سبا تر هرڅه وخت ډېر ارزښت لري، د وخت پر مدیریت سره تاسو د غوره ژوند څښتنان کېږئ او د هغو خلکو او شیانو څخه چې تاسې ترې خوند اخلئ ډېر فرصت ترلاسه کوئ.

– په رښتیا هم د وخت مدیریت، شخصي، د ژوندانه، ستاسو خپل او ستاسو د کار او کسب مدیریت دی. د وخت په مدیریت سره تاسو د مشتري پر وړاندې یو منظم شخص په ګوته کېږئ او ستاسو خبرې ډېر اغېز لري.

(c) ketabton.com: The Digital Library

نور د دې جملې (ترافيکي ستونزې وې) وخت تېر شوی دی، که تاسو لس دقيقې مخکې هم ورسېږئ، نو زما په نظر بيا هم پينځه دقيقې ناوخته رسېدلي ياست، موخه مې داده چې تاسې بايد خپل ټاکلي ځای ته پينځه لس دقيقې مخکې ورسېږئ، تل يو ګټور او د لوستو وړ مطلب له ځانه سره ولرئ. کېدی شي ستاسو رئيس (مشتري) پر وخت موږ ونه مني. کېدی شي ښه رئيس وي، ډارېږئ مه، هغه به د اخيستو پر مهال پر تاسو مهربان شي.

- د مشتري پر وړاندې مسلکي عمل وکړئ، ښه نيولي کېږئ مه، متين او مسلط شئ، د سلام په اچولو ورننوځئ او خپل ځان معرفي کړئ. تر هغې چې تاسې ته د کېناستو اجازه نه وي درکړل شوي مه کېنئ، خپل ګرځنده ټليفون مو بند کړئ، ځکه چې تاسې د رئيس پر وړاندې ولاړ ياست، خپل کړه وړه مو کنټرول کړئ، تر څو د هغه په زړه کې ځای پيدا کړئ.
- بريالي پلورونکي پوهېږي چې مشتريان څه غوښتنې لري. مشتريان غواړي تاسو هغوی درك کړئ چې هغوی د دې اړيکې يو مهم طرف دی. پرېکړه د هغوی په لاس کې ده، نو ځکه خو هغه رئيس دی. تاسې بايد په خپلو کړو وړو دا وښاياست چې هغوی ډېر مهم دي، له هغې سره د خپل رئيس په شان رفتار وکړئ، سيګرېټ مه څکئ، مشتريان غواړي چې پلورونکي د هغوی غوښتنو ته متوجه شي او هغه له ټولو جزئياتو سره وپېژني او هغه يو شخص ته ځانګړي کړي. پر دې پوهېدل چې مشتريان څه غواړي، دا د خرڅلاو برياليتوب دی.
- په ډېر احترام سره خپل ويزيټ کارت مشتري ته ورکړئ. که ويزيټ کارت نه لرئ، خپل مدير ته مو ووايئ چې درته جوړ يې کړي، ښه ډيزاين شوی ويزيټ کارت چې د شرکت او ستاسې (د خرڅلاو استازي) ځانګړنې په کې ليکلي شوي وي، مشتري ته دا فکر ورکوي چې له يو غوره شرکت او مسلکي پلورونکي سره معامله

(c) ketabton.com: The Digital Library

کوي. د مشتري ويزيټ کارت هم په احترام واخلئ، که چېرې د هغوی نوم سم متوجه شوي نه یاست، نو له دغه عبارت څخه کار واخلئ: ښښنه غواړم ښاغلی؟ وروسته بیا هغه خپل نوم اخلي. (که چېرې نوم يې سم تلفظ نه کړئ، د هغې نه خوښېږي).

بیا وروسته د هغې ویزيټ کارت په خپل مخامخ جیب کې کېږدئ، چې په دې سره مشتري داسې ګومان کوي چې زما کارت يې د زړه پر سر کېښود. که چېرې داسې یو پلورونکی چې مخامخ جیب نه لري، په ځانګړې توګه ښځینه پلورونکې، هغوی باید ویزيټ کارت د خپل دستکول په لومړي جیب کې کېږدي. که فکر وکړئ د ښځینه وو د دستکول لومړی جیب د هغوی د قیمتي شیانو د ساتلو لپاره وي.

- د مشتري پر وړاندې له ځکلو څخه ډډه وکړئ، غوره چې ورته ووایئ، مننه زړه مې نه کېږي ورته، که چېرې ستاسو لاس معمولي ولړزېږي، کېدی شي څښاك د مېز او یا د کار پر وسایل توی شي، چې دا کار د مشتري نه خوښېږي.
- د خبرو اترو پر وخت مسلکي عمل وکړئ، د خبرو اترو فن په دقت سره مطالعه کړئ، له بې مانا خبرو څخه ډډه وکړئ، ځان مو له مشتري سره هماهنګ کړئ. د مشتري اړتیاوې وپېژنئ او د هغوی ستونزې پیدا کړئ. د خپلو محصولاتو ګټې وشمېرئ او همدغه ګټې د مشتري له اړتیاوو او غوښتنو سره ونښلوئ، نو اړینه ده چې خپل مشتریانو مو په دقیقه توګه وپېژنئ. خپلو مشتریانو ته مو دا وښایاست چې ستاسې محصولات د هغوی لپاره ګټور تمامېدی شي. په یاد مو وي چې مشتریان ستاسې د محصولاتو ګټې اخلي، نه د محصولاتو ځانګړنې، نو تاسې باید د توضیح پر وخت د محصولاتو ګټې او ځانګړنې سره یوځای کړئ.
- د مشتري پر وړاندې د خپلو سیالانو بد مه وایئ، ځکه چې مشتري بیا ستاسو پر خبرو باور نه کوي. کېدی شي هغه پر دې پوه شي چې ستاسې سیال یا رقیب پرمختګ کړی دی، ځکه يې تاسې غیبت

(c) ketabton.com: The Digital Library

کوئ. داسې هم کېدی شي چې تاسې مشتري ته ووایاست چې د رقیبانو په اړه او د هغوی د محصولاتو په اړه معلومات ترلاسه کړي او یا خپل سیالان مشتري ته وروپېژنئ، شاید دا کار له تاسو سره د مشتري د معاملې لامل وګرځي، دا یوازې یوه لارښونه ده، د خپلو سیالانو پر وړاندې خپله ستراتیژي باید تعقیب کړئ.

- که چېرې مشتري ستاسې د سیالانو له قوله ستاسې په اړه منفي خبرې وکړي، نو مسکی شئ او ووایئ چې دا هم د خوشالۍ ځای دی چې زموږ د پرمختګ او بریالیتوب په اړه زموږ سیالان په وېره کې دي. که موږ ډېر مهم نه وو، نو هغوی زموږ په اړه خبرې نه کولې، که موضوع ربښتیا نه وه، نو ووایئ چې له بده مرغه زموږ سیالانو د سیالۍ غوره میتود نه دی انتخاب کړی او په دې دلیل (....) موضوع سمه نه ده. که ستاسې په اړه د رقیبانو خبرې رښتیا وي، نو وارخطا کېږئ مه، موضوع ارزښت ته واړوئ او خپل منفي او مثبت ټکي د مشتري پر وړاندې کېږدئ. ورته ووایاست چې ټول شرکتونه ځینې ستونزې لري، خو هغه څه چې تاسو ته مهم دي، هغه ارزښت دی، چې د ګټې او لګښت پرتله ده.
- ښه پلورونکي هېڅکله هم د خپل شرکت بد نه وایي. مشتري ته د خپل کار د چاپېریال په اړه بد مه وایئ، داسې ورته ځان وروپېژنئ، چې د نړۍ په یوه غوره شرکت کې کار کوئ. که داسې نه وي نو نیمګړتیاوې په ګوته کړئ او له خپلو مدیرانو سره یې شریکې کړي، تر څو حل لارې ورته پیدا شي او نیمګړتیاوې له منځه لاړې شي، ځکه ستاسې ډېر عمر د کار په ځای کې تېرېږي، د خپل شرکت بد ویلو په صورت کې ستاسې د محصولاتو د فرمایش له کمښت سره مخ کېږي. بریالي پلورونکي هېڅکله هم مشتري ته دروغ نه وایي. لاندې جملو ته پام وکړئ:
- ماته لارښونه شوې ده چې له تاسې سره اړیکه ونیسم.

له دې ډول جملو ویلو څخه ډډه وکړئ. مشتري ته داسې ځان وښایاست چې هغه تاسې ته ډېر مهم دی، یوازې د هغې لپاره دې

(c) ketabton.com: The Digital Library

ځای ته راغلي یاست. دا هم په یاد ولرئ چې ښه خرڅلاو داسې یو حالت رامنځته کوي چې د دواړه طرفه ګټې اړیکه له ځانه سره لري.

- د خرڅلاو له خاتمې څخه په مناسب وخت کې کار اخیستل کېږي او د مشتري له لوري د اخیستو د نښو نښانو په څارنه کې اوسئ.
- بریالي پلورونکي د مشتري اړتیاوې پېژني او کولای شي هغه د مشتري له لوري په غوښتنه بدلې کړي؛ غوښتنه چې کله د اخیستو له قدرت سره یوځای شي نو هماغه اړتیا او فرمایش دی. که ونه کولای شو چې مشتري د غوښتنې په حالت بدل کړو، نو کېدی شي هغه زموږ سیالان جذب کړي. د مشتري اړتیاوې په غوښتنو بدلولو ته د خرڅلاو خاتمه وایي یا مشتري دې ته اړ ایستل چې د خپلو اړتیاوو غوښتنه وکړي. یانې د معاملې د پایته رسولو هنر. په یاد ولرئ، موږ یوازې ننداره ښودونکي نه یو، بلکې پلورونکي یو. هغو نښو نښانو ته متوجه شئ چې د مشتري له لوري پرېکړه کوونکي وي. حالات، د نظر څرګندونه، اواز او یا د سر خورول، دا ټول هغه څه دي چې د مشتري د رضایت څرګندونه کوي. د خرڅلاو له پایته رسولو پرته خرڅلاو نه دی.
- که چېرې مشتري په سختۍ سره پرېکړه کړې وي، له هغوی څخه په ښه ډول یادونه وکړئ او د هغوی له پاملرنې او د وخت د مصرفولو څخه مننه وکړئ، ډاډ ورته ورکړئ که کومه پوښتنه او یا کوم ټکی پاتې وي، نو ستاسو په خدمت کې یو. که مشتري زړه نا زړه و، د هغې د مشکل په اړه پوښتنه وکړئ او قانع کوونکی ځواب ورته پیدا کړئ. ځکه د ځینو خلکو له خولې خبرې وتل کېدی شي هغه ته بله مانا ورسوي، تاسې باید پوه شئ چې د مشتري موخه څه ده، سم له لاسه ورته ځواب پیدا کړئ او له هغه څخه د فرمایش وعده واخلئ او د خرڅلاو د پایته رسولو لپاره اقدام وکړئ. د مذاکرې یا خبرو اترو یو مهم ټکی د نرخ په اړه بحث کول دي. د نورو مواردو په شان د قیمت په اړه برخورد وکړئ، که نرخ مو لوړ و، نو د خپل

(c) ketabton.com: The Digital Library

محصول ګټو ته اشاره وکړئ. د خپل محصول نرخ مو مه راټیټوئ، ځکه دا کار د مشتري پر ذهن ښه اغېز نه شي کولای. کولای شئ د نرخ د راټیټولو پرځای د محصول ګټې زیاتې کړئ، لکه د پیسو د ورکړې موده ډېره کړئ او داسې نور. که مشتري ډېر تاکید وکړي چې نرخ مو راټیټ کړئ، نو تاسې ورته ووایئ چې د نرخ اخري ټاکنه په شرکت کې کېږي او دا نرخ موږ په مشوره سره ټاکلی دی چې مناسب هم دی.

- که خبرو اترو دوام پیدا کړ او بلې غونډې ته پاتې شوې، نو له مشتري څخه د بلې غونډې د وخت غوښتنه وکړئ او پر خپل وخت اقدام وکړئ. په هر صورت مشتري په انتظار کې پرېښودل، سم کار نه دی، که غونډه مو وروسته شوه، نو مشتري مخکې تر مخکې له دې جریان څخه خبر کړئ او ښښنه ترې وغواړئ.
- لکه څنګه چې مو مخکې وویل، د خرڅلاو پایته رسول له مشتري څخه د اوږدمهاله تعهد اخیستل دي، نو په دې خاطر مشتریان د یوې اوږدې مودې لپاره د یوه سرلیک په ډول په نظر کې ونیسئ او له هغه سره مثبتې اړیکې مه شلوئ، هغه یو رئیس دی چې تل تاسې ته فرمایش درکوي، د هغه ښه خدمت کول زموږ د ډېرې ګټې په مانا دي.

چیت ووډ په خپل کتاب (مسلکي خرڅلاو) کې تلپاتې خرڅلاو په اوو مرحلو وېشلی دی چې عبارت دي له:

د نږدېوالي مرحله (پر مشتري مثبت اغېز کول)، د صلاحیت او شایستګۍ مرحله (چې د مشتري د ارزیابۍ هدف، د مشکلاتو او غوښتنو پیدا کول دي)، د اړتیاوو په اړه توافق ته رسېدل (له مشتري څخه پر لاسته راغلو معلوماتو کتنه او د مشتري او پلورونکي ترمنځ هماهنګي)، د کمپنۍ د خرڅلاو مرحله (د مشتري په ذهن کې د صداقت او ربښتینولۍ ځای جوړول)، د اړتیاوو د پوره کولو مرحله (د مشتري له ګټو سره سم د محصول ځانګړنو سره د هغې اړیکه جوړول)، د تعهد اخیستلو مرحله (د

(c) ketabton.com: The Digital Library

خرڅلاو د پایته رسولو مرحله ده) او د خرڅلاو د تثبیت مرحله (د اوږدې مودې لپاره له مشتري سره اړیکي).
بریالي پلورونکي خپل بریالیتوبونه او نیمګړتیاوې تحلیل او تجزیه کوي.
د بریالیتوبونو او نیمګړتیاوو تحلیل او تجزیه تاسې د قوت او ضعف ټکي درپېژني.
د بریالیتوب او ناکامیو لپاره د (چانس) له کلیمې څخه ګټه مه پورته کوئ، ځکه چې دا کار ۹۹ سلنه موږ خپله د ناکامۍ خواته بیايي. ناکامي ښه شی نه دی، خو یوه تجربه ده. داسې هم نه ده چې هغه ناکامه تجربه بیا بیا تکرار کړو. بریالي انسانان مخکې تر مخکې د خپلې ناکامۍ دلیل په ځان کې پیدا کوي او نابریالي انسانان په نورو کې لټوي او ځان ورته بې طالع ښکاري. الله(ج) هېڅوك هم بې طالع نه دي پیدا کړي، ټولو ته یې فرصت په لاس ورکړی دی، یوازې هغه باید ووینې، واورې او له هغې ګټه پورته کړي. تجربه هغه څه دي چې تاسې یې په وړیا او ساده ډول نه شئ ترلاسه کولای.
- کله چې مو یوه ارزښتمنه معامله ترسره کړه، نو سمدلاسه مو تر ځان پورته کسانو ته ګزارش ورکړئ.
- غرمنۍ مو په خوند او ارامۍ سره وخورئ، که له مشتري سره یوځای غرمنۍ خورئ، نو خپلو کړو وړو ته مو متوجه اوسئ، د غذا خوړلو اداب په نظر کې ونیسئ او په لوښي کې لړه غذا پرېږدئ. ځینې وخت د اوږدمهاله اړیکو د جوړولو لپاره له تاسې څخه د ډوډۍ خوړلو پر وخت امتحان اخیستل کېږي.
- د خپلو کارونو د ترسره کولو وروسته د ورځې په اخر کې مو خپل د کار مېز ترتیب کړئ، د سبا ورځې پروګرامونه مو مشخص کړئ، لاژمې وړاندوینې وکړئ او په ورین تندي له خپلو همکارانو څخه خدای پاماني واخلئ، که څه ستونزه مو درلودله نو له ځانه سره ووایئ چې دا به پر همدې ځای پرېږدم او یوه غوره او مناسبه حل لار به ورته پیدا کړم. هېڅکله کاري یا دفتري ستونزه کور ته مه

www.meltabrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

وړئ، ځکه چې زموږ کورنۍ له موږ څخه خوشالي غواړي. هغوی هم له ژوند څخه د خوند اخیستلو حق لري، نو فکر وکړئ چې څه ډول خپله کورنۍ خوشاله ساتلای شئ، هماغه کار وکړئ. کېدی شي دا کار د د یوې خولې خندا او یا د ګل پر وړلو سره ترسره شي، ماښامنۍ له خپلې کورنۍ سره وخورئ. ځینې ورځې خپلې کورنۍ ته ځانګړې کړئ، هغه هم تاسو ته اړتیا لري.

- د مطالعې او د خپلو مهارتونو د زیاتولو لپاره مطالعې ته وخت ځانګړی کړئ، که څه هم کم وي، تلوېزیون کم وګورئ. یوې څېړنې ښودلې ده که هر څومره د یوه انسان د پوهې کچې لوړېږي، تلوېزیون ته لږ وخت او مطالعې ته ډېر وخت ورکوي.
- پر خپل وخت ویده شئ، ځکه چې د یوه بریالي پلورونکي روح او جسم استراحت ته اړتیا لري.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د اغېزمن خرڅلاو درې لارې

یو ښه خبر چې ستاسو لپاره یې لرم هغه دا چې، د یو اغېزمن پیغام د جوړولو لپاره اړینه نه ده چې تاسې دې یو لیکوال یا مسلکي ویاند یاست. له لاندې درې لارو څخه په ګټې اخیستنې سره کولای شئ یوه نه منونکې پایله ترلاسه کړئ:

لومړۍ لاره: د مخاطب شخص نمونې په ذهن کې تېرې کړئ

پوښتنې، بېلابېل بحثونه او ټولنیز واقعیتونه رامخې ته کړئ. په دې سره د مخاطب ذهن تحریک کېږي او د مغز سلولونه په کار اچولو ته اړ باسي. د مخاطب په ذهن کې چې کومې نمونې وي هغه له منځه ځي او د هغه حواس متمرکز کېږي. پوښتنه کول ډېره ګټه لري، ځکه چې پوښتنه کو ذهن ځواب ورکولو ته تیاروي. د لومړۍ لارې رواني اغېز دادی، چې د مخاطب ذهن تحریکوي او هغه دې ته تیاروي چې ستاسې خبرې واوري.

دویمه لاره: د مشتریانو پر ستونزو تمرکز وکړئ.

ایا ستاسې د خبرو اصلي موضوع د ((حل لارې وړاندې کول)) دي؟ په دې ډول به خپل خرڅلاو ته صدمه ورسوئ. خپل شاوخوا تبلیغاتو ته وګورئ، هغه په اسانۍ سره له خپلو محصولاتو څخه د ګټې اخیستنې پر لور اشاره کوي. په لیدنو او خبرو اترو کې هم باید دې موضوع ته پاملرنه وشي. تر هغه چې خلک خپلې ستونزې درک نه کړي، ستاسې حل لارو او ځانګړنو ته اهمیت نه ورکوي. مخکې تر دې چې خپله حل لاره مطرح کوئ، پر دې باید ډاډه واوسئ چې ستاسې مخاطب خپله ستونزه په پوره ډول درک کړې ده. په بیا بیا تکرار سره مشتري خپلې موضوع ته متوجه کړئ. کله چې اورېدونکي د سر حرکات پیل کړل

(c) ketabton.com: The Digital Library

یانې د تائید سر یې وخوځاوه، نو همدغه وخت ستاسې د خرڅلاو او حل لارو د وړاندې کولو وخت دی.

دریېمه لار: د مشتري لپاره یو ذهني تصویر جوړ کړئ

د بېلګې په توګه که یو ډیزاینر وغواړي خپلو محصولاتو لپاره تبلیغ وکړي او ووایي ((زه یو ډیزاینر یم او زما ډیزاینونه د بېلابېلو تولیدونکو له خوا بازار ته وړاندې شوي)) نو دا جمله به ډېره تکراري او بې اغېزه وي. د خپلو تولیداتو د وړاندې کولو لپاره غوره لار د مخاطب ذهني تصویر جوړول دي. لکه که د همدغه ډیزاینر تولیدات د هېواد د یوه تکړه سینمایي لوبغاړي په واسطه اعلان شي او همدغه ډیزاینر بیا ووایي چې زما ډیزاین یا تولید د (پلانکي) لوبغاړي په لاس کې و، نو دا جمله به پر اورېدونکو او لیدونکو ډېره اغېزه وکړي.

خلک خپله ټول پام تصویرونو ته ګرځوي. په همدې خاطر نن سبا له تبلیغاتي تصویرونو څخه ډېر کار اخیستل کېږي.

دویمه او دریېمه لار سره مدغم کړئ، چې مخاطب د خپلو سترګو روښانه تصویر په خپل ذهن کې ولري. په دې کار سره نور هېڅ شي ته اړتیا نه شته.

ایا د هرو درېواړو لارو څخه ګټه اخیستل اړین دي؟

ددې پوښتنې ځواب منفي دی. تاسې کولای شئ د خپلې موخې د لاسته راوړلو لپاره له یوې یا دوه لارو څخه کار واخلئ. کېدی شي په دې درې میتودونو کې داسې یو هم وي چې ستاسې په کار رانه شي. ددې درېواړو میتودونو ځانګړنې دادي، چې په همدې سادګۍ کې ډېر اغېزناک دي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د چټك خرڅلاو څلور میتوده

که غواړئ خرڅلاو مو ډېرښت پیدا کړي، نو باید د بازارموندنې او خرڅلاو د نویو لارو چارو په لټه کې شئ. له دې میتودونو څخه ځینې میتودونه په اوږدمهاله ډول د خرڅلاو د ډېرښت سبب ګرځي. اوس به هغو څلورو میتودونو ته اشاره وکړو چې د خرڅلاو د چټك ډېرښت سبب ګرځي:

که یو کار او کسب مو پیل کړی وي او مشتریان هم ولرئ، نو ستاسې خرڅلاو د ډېرېدو وړ دی. مهم ټکی هغه دی چې د خرڅلاو د ډېرښت لپاره له مناسبو میتودونو څخه ګټه واخلئ، چې لاندې څلورو میتودونو ته اشاره کوو:

۱- خپلو مشتریانو ته مو یوه ډالۍ ورکړئ، چې ستاسې لپاره ډېره قیمتي نه وي.

کولای شئ د خپلو محصولاتو څخه یوه جایزه په نظر کې ونیسئ او هغه څوك چې له تاسې څخه خرید کوي، د لنډې مودې لپاره ورکړئ. کېدی شي دغه ډالۍ یو الیکټرونیکي کتاب وي، چې له خرید څخه وروسته د مشتري په برېښنالیك پته ولېږل شي. یا که چېرې ستاسې له محصولاتو څخه ګټه اخیستل ډېر ساده نه وي، نو یوه لارښوده سي ډي جوړه کړئ او د هر خرید څخه وروسته یې مشتري ته ورکړئ، چې دا کار ډېر لګښت ته اړتیا نه لري، خو مشتري ستاسې له کار او کسب اسانتیاوې نورو ته بیانوي، چې ستاسې د خرڅلاو د ډېرښت سبب ګرځي.

یو بل مهم ټکی دا چې د ډالۍ د ورکولو پر وخت مشتري ته وویل شي ، تر دې نېټې پورې کولای شئ دغه ډالۍ ترلاسه کړئ. په دې سره ستاسې خرڅلاو ډېرېږي.

www.melitahrik.com 0777400116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۲- پر هغه مشتریانو یې خرڅ کړئ، چې فعال نه وي.

په هر کار او کسب کې داسې مشتریان هم وي، چې نور خرید نه کوي. په امریکا کې د یوې نظرپوښتنې له مخې ددې کار مهم دلیل له مشتري سره د اړیکو پرېکون دی. نو معلومه ده چې د خرڅلاو لپاره له مشتریانو سره اړیکي ساتل ډېر مهم دي. د هغو مشتریانو څخه چې فعال نه دي، یو لړلیك برابر کړئ او هغوی ټولو یو پست کارت ولېږئ او هغوی ته دا وښایاست چې تاسې زموږ لپاره ډېر مهم یاست. همدارنګه کولای شئ د هغوی لپاره یو ځانګړی خرڅلاو په نظر کې ونیسئ، تر څو هغوی بېرته ستاسې د دایمي یا فعالو مشتریانو سره یوځای شي. بله لار یې داده چې هغوی سره اړیکي ونیسئ او له خپلو نویو محصولاتو څخه یې خبر کړئ. دا باید به یاد ولرو، پر هغوی مشتریانو چې یوځل یې له موږ څخه خرید کړی دی، تر نویو مشتریانو ښه دي او په اسانۍ کولای شو، خپل محصول پرې وپلورو. که چېرې هغوی له موږ څخه تر ډېره وخته څه شی نه وي اخیستي، نو بیا هم باید له هغوی سره موږ اړیکي ونیسو.

۳- هېڅکله کمښت مه ورکوئ!

کمښت یا تخفیف په هر کار او کسب کې دا یو پټ لګښت دی، چې په ډېرو مواردو کې ورته اهمیت نه ورکول کېږي. ددې پرځای چې یو چاته کمښت ورکړو، باید د همغه کمښت په اندازه خپل مشتري ته یوه ډالۍ ورکړو. د بېلګې په توګه که یو جنس تاسې په لس زره افغانۍ خرڅوئ او مشتري وغواړي چې په دې کې ماته کمښت وکړه، نو هغه ته د ۱۰۰۰ افغانیو یوه ډالۍ یا جایزه ورکړئ. په دې کار سره تاسې د یوه توکي پرځای دوه توکي پلورلي دي او بله دا چې ۱۰۰۰ افغانۍ تاسې ته دومره لګښت نه دی. کمښت یا تخفیف ډېر ژر د مشتري له یاده وځي، که څوك له مشتري څخه پوښتنه وکړي چې دا توکی دې په څو واخیست، هغه ورته وایي چې په نهه زره، داسې ورته نه وایي چې د دې توکي قیمت لس زره افغانۍ وو، خو ماته یې ۱۰۰۰ افغانۍ

(c) ketabton.com: The Digital Library

تخفیف راکړ. که مشتري ته یوه ډالۍ یا جایزه ورکړئ، نو هغه حتماً نورو ته وايي چې د (...) شرکت یا دوکان څخه مې یو توکی واخیست او ماته د ۱۰۰۰ افغانیو جایزه یا ډالۍ هم راکړه، نو نور هم دې کار ته تشویقېږي چې له تاسې څخه خرید وکړي.

۴- کله چې مشتري له تاسې څخه یو محصول اخلي، نو هغې ته د بل محصول وړاندیز هم وکړئ.

مشتري په سر کې د دفاع په حالت کې وي، ډېرې پوښتنې کوي، د محصول د استعمال څخه وېره لري، چې دا به څه ډول وي، ددې کار به څه ډول وي او نور. خو کله چې هغه خریدارۍ ته تیار شي او تاسې یوه شئ چې خرید کوي، نو بیا ورته د بل محصول وړاندې هم وکړئ. لکه که یو مشتري غواړي د عکاسۍ کامره واخلي، تاسې کولای شئ پر هغې د کامرې پوښ، بترۍ او... خرڅ کړئ، د نورو توکو د اخیستلو لپاره مقاومت نه کوي او نه هم ډېره اندېښنه لري. کله چې مشتري له تاسې څخه شی اخلي، سمدلاسه د همغه جنس اړوند توکي هغوی ته وړاندیز کړئ او داسې فکر مه کوئ، چې په لومړي خرید کې ډېر مقاومت کړی دی، فکر نه کوم که دا توکی واخلي.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو مدیریت څه شی دی او څه ډول ترسره کېږي؟

خرڅلاو: له مشتري سره د هغه د اړتیاوو په پوره کولو کې مرسته کول دي.

د ټولو شرکتونو موخه همدا ده چې د بازار د اړتیا او غوښتنو له لارې د اوږدې مودې لپاره خپل خرڅلاو ډېر کړي. دې موخې ته د رسېدو لپاره د خرڅلاو مدیریت ډېر رول لري.

نننۍ پلورونکي د تېرو په پرتله د سوداګرۍ په نړۍ کې ډېر قدرتمند شمېرل کېږي او د دوی کوښښ د یو شرکت پر بېلابېلو فعالیتونو ډېر اغېز لري. هغوی مشتریانو ته د خپل شرکت محصولات ورپېژني او له هغوی څخه سپارښتنې ترلاسه کوي. په بازار کې د خپل شرکت د محصولاتو موقعیت ساتي، د سیالانو څرنګوالی څېړي او په اخر کې د خپل شرکت د بریالیتوب زمینه برابروي. ټول شرکتونو د خپلو محصولاتو د خرڅلاو لپاره مناسبې لارې چارې ګوري. هغوی یا نېغ په نېغه له پلورونکو څخه ګټه اخلي او یا له قراردادي پلورونکو څخه ګټه اخلي. په دواړو حالتونو کې د خرڅلاو مدیریت باید خرڅلاو او د خرڅلاو ځواک ته په جدي ډول پاملرنه وکړي.

د خرڅلاو مدیریت څه ته وایي؟

د خرڅلاو مدیریت له هغو بحثونو څخه دی چې په دې وروستیو کې ډېری په پروګرام جوړونه، سازماندهي، لارښوونه او د خرڅلاو پر ځواک تاکید کوي.

د خرڅلاو د مدیریت او اهمیت په اړه لومړی باید موږ خرڅلاو وپېژنو چې خرڅلا څه شی دی؟

(c) ketabton.com: The Digital Library

له مشتري سره د هغه شي په اخيستو کې چې ورته اړتيا لري، مرستې کولو ته خرڅلاو وايي. خرڅلا له لاندې درې مرحلو څخه عبارت دی:

۱- د مشتري د اړتياوو درك كول

۲- ددې اړتياوو د پوره کولو لپاره حل لارې وړاندې كول

۳- د مشتري رضايت ترلاسه کول.

ټول توکي او خدمتونه د شرکتونو له خوا توليدېږي، چې بيا بازار ته لېږل کېږي او د خرڅلاو د عمليې په واسطه خرڅېږي او د اخيستونکو لاس ته رسېږي. پلورونکی د اخيستونکي او توليدونکي ترمنځ د يوه ارتباطي پُل په څېر رول لوبوي، خو د پلورونکو فعاليتونه او کړنې د خرڅلاو د مديرانو له خوا رهبري، سازماندهي او کنټرولېږي.

د خرڅلاو د مدير دندې څه دي؟

د خرڅلاو د مدير اساسي دنده د نورو مديرانو په شان ده، لکه پروګرام جوړونه، رهبري کول، لارښوونه او کنټرول.

د خرڅلاو مدير بايد د خرڅلاو موخې مشخصې او د بازارموندنې او د شرکت له نورو برخو سره يې همغږې کړي. په بل عبارت د يوه شرکت د بازارموندنې موخې د خرڅلاو په موخو بدلېږي. کولای شئ د خرڅلاو موخې د خرڅلاو د ډېروالي ته په کتو سره په يوه مستقيم خط برابرې کړو. همدارنګه کولای شئ د خرڅلاو موخې د خرڅلاو له ځانګو سره سم هم جوړولای شئ. کولای شئ دا موخې د خرڅلاو د سيمې، د مصرفوونکو ډولونو او د وخت په تېرېدو سره تقسيم بندي کړئ. سربېره پر دې کولای شئ همدغه موخې وارزوئ او کنټرول يې کړئ، تر څو د خرڅلاو له لارې ډېره ګټه ترلاسه کړئ.

همدارنګه د خرڅلاو مدير خپل وخت لاندې موخو ته د رسېدو لپاره ځانګړې کوي:

۱) داړتيا وړ کسانو استخدام او ګومارنه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۲) د خپلو د خرڅلاو ځواك لپاره د زده کړو امکانات برابرول.

۳) له دې نه بايد ځان ډاډه کړئ، چې ايا داسې برنامې او سياستونه شته چې په ورځ مزدورانو کې د اخيستلو انګېزه پيدا کړي.

۴) د خرڅلاو د مديران لاندې دندې هره يوه تر بحث لاندې نيسو:

- پروګرام جوړونه

د خرڅلاو مديران بايد په خپلو کړنو کې لومړي، د خرڅلاو پروګرام جوړونې ته پاملرنه وکړي. پروګرام جوړونه له د پرېکړو له هغې مجموعې څخه عبارت ده، چې په پايله کې ترې د ټولو عملي مراحلو يو تصوير په لاس راشي. د يادونې ده چې د خرڅلاو پروګرام جوړونه په سمه او دقيقه توګه د يوه شرکت د ټولو پروګرامونو سره په همغږۍ برابره شي.

د پروګرام جوړونې اهميت دادی چې مخکې تر مخکې فکر وشي او احتمالي حل لارې وټاکل شي، د پروګرام جوړونې له هغو اهرامونو څخه چې د خرڅلاو مديران ترې ګټه اخلي؛ د خرڅلاو بوديجه، د وېش لګښت، د خرڅلاو د سيمو، د پلورونکو لپاره د سهم او داسې نورو په دقيقه توګه ټاکل دي. د خرڅلاو مديران کولای شي د خرڅلاو د دقيقې بوديجې ټاکلو لپاره د خرڅلاو له وړاندوينې څخه ګټه واخلي.

د خرڅلاو وړاندوينه د نغدي خرڅلاو او يا د فزيکي واحدونو يو تخمين دی، چې په يوه معين وخت کې په راتلونکي کې د بازارموندنې د پروګرام لاندې جوړېږي. په اساسي ډول وړاندوينه او د خرڅلاو بودجه د يو شرکت د ټولو عملي پروګرامونو اساس او بنسټ جوړوي.

- سازماندهي

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو د مدیر دویمه دنده سازماندهي ده، چې په سوداګریزو کارونو کې تر ټولو سخت او حساس کار دی، چې ډېره تجربه او پوهه غواړي. سازماندهي هغه وخت په سمه توګه ترسره کېږي، چې د یوه پروګرام په لاره اچولو طرحه په سمه توګه ترسره شوي وي او د یوه شرکت موخې په اعم ډول او د خرڅلاو د څانګې موخې په اخص ډول مشخصې شوې وي.

د خرڅلاو مدیر باید خپله څانګه په ښه ډول سازماندهي کړي، تر څو په اغېزمنه توګه د خرڅلاو څانګه پرمخ یوسي. کله چې د خرڅلاو د څانګې چوکاټ په سمه توګه طرحه شي، د ګزارش ورکولو پولې او کاري اړیکې، مسوولیتونه او صلاحیتونه، میتودونه او کنټرول به هم مشخص شي. دا عوامل ددې سبب ګرځي، تر څو د خرڅلاو ټیم له یو بل سره همکاري وکړي او د شرکت موخې په اغېزمنه توګه ترلاسه کړي.

- د انساني قوې تامین

عملي خرڅلاو دی چې انساني قوې ته اړتیا لري او کمپیوټري خدمات نه شي کولای چې هغه له انساني قوې څخه بې نیازه کړي. لکه څنګه چې مالومه ده، د خرڅلاو عملیه، داسې ترسره شي، چې مطلب یا موخه مو ترلاسه کړي، په لومړۍ درجه کې توان، پوهه، معلومات او د هغو افرادو ټولیز کوښښ چې د خرڅلاو په برخه کې ګومارل شوي دي، اهمیت لري.

د خرڅلاو د عملیې بریالي کېدل، د پلورونکو په ښه ځواب ویلو او پرځای انتخاب پورې اړه لري. نو پر دې اساس د خرڅلاو مدیر باید د ټاکلو امر، زده کړې، د ورکړې سیستم، د پلورونکو ګټې او حقوقو ته ډېره پاملرنه وکړي. د خرڅلاو مدیر د انساني قوې د تامین لپاره یوې برنامې ته اړتیا لري، تر څو د هغې لارې وکولای شي د خپلې اړتیا وړ د متخصصینو قوه وټاکي.

د انساني سرچینو د برنامې جوړولو لپاره تر ټوله مهمه مسئله، روزنه او زده کړه ده. د خرڅلاو مدیر باید داسې روزنیز

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

ورکشاپونه او کورسونه جوړ کړي، تر څو د خرڅلاو ځانګه د پلورونکو له پېژندنې، د شرکت له ساختار، محصولاتو، موخو او برنامو، مشتریانو او د خرڅلاو د بڼې په اړه د هغوی معلومات زیات شي.

- لارښوونه

د خرڅلاو د مدیر بله دنده، د خرڅلاو پر قوې د اداره او مدیریت ده. هغه باید د خرڅلاو په ځانګه کې ټاکل شوي کسانو ته داسې لارښوونه وکړي، چې د شرکت موخې ترلاسه کړي.
اصولاً د خرڅلاو مدیران د پلورونکو لپاره د سیمو پر تخصیص او د خرڅلاو پر سهمیې سره کولای شي، د خرڅلاو عملیه ترسره کړي.
د خرڅلاو سیمې عبارت دي، له هغو جغرافیایي ځانګړو شویو سیمو څخه چې پلورونکو ته د خرڅلاو د فعالیت په اړه ښودل شوي وي.

- کنټرول

ددې په اړه ډاډ ترلاسه کول، چې ایا د خرڅلاو قوه د طرحه شوي پروګرام په چوکاټ کې فعالیتونه ترسره کوي، له دې عنصر څخه د خرڅلاو د عملیې په مدیریت کې ګټه اخیستل کېږي. کنټرول په لاس راغلو نتایجو او هغه پایلې چې موږ یې انتظار کوو، یوه مقایسه ده.
د خرڅلاو د مدیریت عملیه
په تولیز ډول د خرڅلاو د مدیریت عملیه په لاندې پینځو مرحلو کې شامله ده:
۱- تعریف او د خرڅلاو د معلوماتو راټولولو لپاره یو مرکز جوړول.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

په دې مرحله کې د شرکت د بېلابېلو محصولاتو په اړه د ورکړل شویو سفارشونو مطالعه، د معلوماتو د راټولولو یو مرکز جوړ او تعریفېږي. په دې مرکز کې ټول اړوند معلومات راټولېږي.

۲- د لاسته راغلو معلوماتو تحلیل او د بېلابېلو بهیرونو لاسته راوړل.

په دې مرحله کې د بېلابېلو سفارشونو د تحلیلونو له لارې مختلف بهیرونه په لاس راځي. په دې مرحله کې د معلوماتو د تحلیلولو لپاره له بېلابېلو تاکتیکونو څخه کار اخیستل کېږي.

۳- د مخکنیو بهیرونو پر اساس د راتلونکي خرڅلاو وړاندوینه

په دې ځای کې د تېرو بهیرونو پر اساس، د راتلونکي خرڅلاو تخمین کېږي. په دې تحلیل کې د شرکت د بازار موندنې موخې هم شاملې وي.

۴- د خرڅلاو د سیمو او ونډې تعیین

په دې مرحله کې د شرکت د هدف بازار په بېلابېلو سیمو وېشل کېږي، چې د دې سیمو پر اساس د خرڅلاو ونډه تعیینېږي.

۵- د پلورونکو شمېر او د خرڅلاو عاملینو تعیینول

په اخرنۍ مرحله کې د پلورونکو شمېر او د خرڅلاو عاملین د خرڅلاو د ونډې پر اساس تعینېږي.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د بازارموندنې کمپاین

موخه :په سوداګرۍ کې ستاسې د بریالیتوب کِلي د بازارموندنې پروګرام دی، چې په دې کې د بازار څېړنه، د بازار څرنګوالی، د هدف پېرودونکي، ستاسې سیالان، په بازار کې ستاسې ځای، د خرڅلاو لپاره ستاسې تولیدات یا خدمات، نرخ ټاکنه، تبلیغات او پرمختګ شامل دي. د امریکا د مرکزي انجمن موسس درك هانسون وایي: تاسې په سوداګرۍ کې د پېرودونکي اړتیاوې په نظر کې نیسئ او باید د پېرودونکي په نسبت حساس واوسئ او پر دې پوه شئ چې ستاسې پېرودونکي څوك دي او څه ډول هغوی ته لاسرسی پیدا کړئ؛ تر ټولو مهمه دا چې هغوی به ستاسې د تولیداتو او خدماتو د اخیستو لپاره څه وکړي.

www.melitahrik.com 0777 400 116

د بازار موندنې د اغېزمن پروګرام پیل د بازار له سیمې څخه د کره معلوماتو د لاسته راوړلو څخه پیلېږي. بیا وروسته باید هغه معلومات زېرمه کړئ او له خپلو پېرودونکو سره خبرې وکړئ، په خپله ټولنه کې د بازار ټول تبلیغات مطالعه کړئ او له صنعتي ټولنو سره مشوره وکړئ. دا توکي له تاسو سره د بازارموندنې قوي والي او کمزورتیا په پیداکولو کې مرسته کوي.

اوس تاسو د خپل پروګرام لیکلو لپاره لاژم معلومات لرئ:

الف) د سوداګرۍ تعریف:

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱ -ستاسې تولیدات یا خدمات

۲ -جغرافیایي وضعه د ګاونډیو او سیمې په شمول

۳ -دا چې کوم شیان تاسې له خپلو سیالانو څخه جلا او ځانګړي کوي

۴ -ستاسې د نرخ ټاکنې میتود

۵ -د سیالانو د ترفیع میتود

۶ -ستاسې د ترفیع میتود

۷ -ستاسې د وېش او د سوداګرۍ د موقعیت میتود

ب (د پېرودونکو تعریف:

۱ -د پېرودونکو د لومړنیو معلوماتو لړل لکه، عمر، جنس، عایدات او د ژوند چاپېریال

۲ -ستاسې پېرودونکي څه ډول ستاسې د محصولاتو او خدماتو په اړه معلومات ترلاسه کوي؟ تبلیغاتو، پوست، مستقیم، خوله په خوله او که د تبلیغاتو د پاڼو پواسطه.

۳ -د دایمي پېرودونکو د نښو او عاداتو پېژندل لکه، هغوی چېرې خرید کوي، څه شی لولي، څه شی ویني او څه شی اوري.

۴ -ستاسې د محصولاتو او خدماتو د انتخاب لپاره ستاسې د پېرودونکو اندازه، توپیر، ارامتیا، خدمات، باور یا لاسرسی پیدا کړئ.

ج) د پروګرام او بودیجې تعریف:

۱ -هغه میتودونه چې مخکې مو له پېرودونکو سره د اړیکو لپاره ترې ګټه اخیستې وي.

۲ -اغېزمن میتودونه

(c) ketabton.com: The Digital Library

۳ –هغه ټول میتودونه چې کېدی شي په راتلونکي کې د پېرودونکو د جذب سبب وګرځي.

۴ –د ګټې هغه سلنه چې کولای شئ د بازار موندنې د پروګرام لپاره يې ځانګړې کړئ.

۵ –د بازارموندنې هغه توکي چې وکولای شي ستاسې بوديجه مصرف کړي، لکه ورځپاڼه، مجله، راډيو، ټلوېزيون، تبليغات، پست، ټليفوني بازارموندنه او د عمومي اړيکو فعاليتونه.

۶ –د زده کړې ميتودونه او د بازارموندنې نظريات يا مفکوره.

۷ –د بازارموندنې د پروګرام څخه د پايلو د اندازه کولو ميتودونه.

۸ –د بازارموندنې هغه ځانګړي ميتودونه چې کولای شئ په بېړنۍ توګه هغه اجرا کړئ.

په نتيجه کې بايد ستاسې د بازارموندنې د پروګرام توکي د لوړوالي څو موخې په لاس راوړي: ستاسو پيغام بايد ستاسې مخاطب ته ورسوي، ستاسې د توليداتو او خدماتو په اړه يوه مناسبه خبرتيا منځته راوړي، د پېرودونکو ترمنځ د پلور لپاره انګېزه جوړه کړي او ...

په واقعيت کې د يو اغېزمن تبليغاتي کمپايل طرحه هدفونه اسانوي او له تاسو سره مرسته کوي چې د بازارموندنې پروګرام مو په سمه توګه وساتئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

په سوداګرۍ کې اخلاقي اصول

په کسب او کار کې تر ټولو مهم، د اهمیت پېژندل او د اخلاقي ټکو مراعاتول دي. یو شرکت اخلاق په داسې ژوره توګه مراعات کړي، چې د زړه او روح تر کچې یې په خپل شرکت کې د یو فرهنګ په شکل عملي کړي.

سیمپسون وایي: ((که چېرې په کار او کسب کې صداقت نه وي، نو هېڅ یو شی اهمیت نه پیدا کوي.))

په یوه څېړنه کې چې د (IBE) موسسې له خوا ترسره شوې، هغه شرکتونه چې د سوداګریزو اخلاقو د اصولو پابند وي، د نورو شرکتونو په پرتله د مثبت پرمختګ څخه زیات برخمن کېږي. ددې موسسې مشر وایي: ((په کار او کسب کې د اخلاقو رعایتول نه یوازې دا چې ښه او سم اصل دی، بلکې مادي ګټه هم له ځانه سره لري.)) دغه ټولې څېړنې ښیي هغه شرکتونه چې غواړي د ډېر پرمختګ او اوږدې مودې لپاره فکر وکړي، سوداګریز اخلاق باید په پام کې ونیسي. دلته به په لنډه توګه د سوداګرۍ اوو اخلاقي اصولو ته اشاره وکړو:

۱ -د اعتماد وړ واوسو

پر دې باید پوه شو چې پېرودونکي له هغه شرکت سره په اړیکه کې وي چې وکولای شي پر هغې اعتماد او باور ولري. د باور د راجلبولو لپاره اسانه لاره د یو شرکت لوحه ده چې په اسانۍ سره د تشخیص او پوهېدو وړ وي. اعتماد په قوي والي، ځانګړتیاوو او صداقت کې دی.

۲ -تغییر منونکي واوسو

د یوه شرکت لوړ رتبه کسان باید د شرکت د دوامدار پرمختګ لپاره نویو وړاندیزونو ته سترګې په لار واوسي. همدارنګه د پېرودونکو او

(c) ketabton.com: The Digital Library

کارکوونکو د باور او عکس العملونو د راټولولو په لټه کې شي، چې په همدې کې پرمختګ دی.

۳ -په خپلو وعدو وفا وکړو

له ټولو جریاناتو څخه تېرېدنه او په ټولې قوې سره باید کوښښ وکړو چې د پخوانیو او اوسنیو پېرودونکو اعتماد راجلب کړو، په ځانګړې توګه هغه کارونه چې په تېروتنې سره سرته رسېدلي وي، په عمل او وعده سره کولای شو چې نابریالي قراردادونه په بریالۍ توګه سرته ورسوو.

۴ -روښانه او د پوهېدو وړ مدرکونه باید ولرو

د یوه شرکت ټول مدرکونه او چاپ شوي مطالب لکه، خبرتیاوې، بروشرونه او داسې نور تبلیغاتي مواد ارزیابي کړو، چې په ساده، روانه او ولسي ژبه یې خپلو پېرودونکو ته وړاندې کړو او د تېروتنو او اشتباهاتو مخه ونیسو.

۵ -له ټولنې سره په اړیکه کې واوسو

تل باید د ټولنیزو مسائلو څخه باخبره واوسو، ځکه چې زموږ کار او کسب د ټولنیزو مسائلو تر تاثیر لاندې دی.

۶ -په حساب او کتاب کې دقیق واوسو

د خپل کار او کسب حسابونه په سمه او دقیقه توګه ثبت کړو، نه دا چې د شرکت د پرمختګ یوه بڼه غوره کړي، بلکې ددې لپاره چې د حسابونو په سمه توګه ثبتول شکونه او اشتباهات له منځه وړي.

۷ -نورو ته په احترام قایل شو

په سوداګریز ډګر کې نورو ته د احترام لپاره باید تفاوتونه، کاري موقعیتونه، عمر، او داسې نور توکي له نظره لرې کړو، له ټولو خلکو سره یوشان چلند وکړو.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د اخلاقي مسایلو رعایتول یوازې د سوداګرۍ د پیل لار ده. یو کسب او کار چې هر څومره کوچنی وي د اخلاقي اصولو په رعایتولو سره د پېرودونکو ترمنځ د ښو اخلاقو شهرت پیداکوي، دا کار ستاسې د بریالیتوب او ګټې سبب ګرځي .

د پورته اوو اصولو په مراعتولو سره به منزل ته د رسېدو او بریالیتوب چانس کم نه وي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د بازار موندنې مدیریت

د بازار موندنې لپاره بېلابېل تعریفونه وړاندې شوي دي. د فیلیپ کاتلر چې ددې ځانګې یو تکړه د نظر خاوند دی، په نظر بازار موندنه د انساني کړنو څخه عبارت ده، چې د بدلون د عملیې له لارې اړتیاوو او غوښتنو ته د قناعت وړ ځواب ورکول دي، چې دا تعریف د بېلابېلو ابعادو لرونکی دی:

لومړی بعد یې ((اړتیاوې او غوښتنې)) دي. د بازار موندنې د نظام اساسي رکن د انسان اړتیاوې او غوښتنې دي. بشر د خپل ژوند د دوام لپاره غذا، اوبو، لباس او د اوسېدو ځای ته اړتیا لري. هغه ډاډ، سولې، زده کړې او له دې جملې څخه د نورو خدمتونو هیله لري. پیدا شوي تولیدات د بشر اړتیا او غوښتنه ده. غوښتنه په بازارموندنه کې د اړتیا بڼه غوره کوي او تقاضا د غوښتنې د رفع کولو قدرت دی.

دویم بعد د پورته تعریف بدلون دی .بازارموندنه له هغه وخته پیلېږي، چې یو شخص پرېکړه وکړي چې اړتیاوې او غوښتنې چې د بدلون له لارې یې نوموي وړاندې کړي. په بدلون کې لومړی باید :

لومړی: دواړه لوري وجود ولري، دویم: هر لوری بل لوري ته باید یو با ارزښته شی ولري او درېیم هر لوری باید د بل لوري د وړاندیز منلو او ردولو اجازه ولري. د ازاد طبیعي بدلون عمل دواړو لوریو لپاره د محسوس ارزښت د ټیټېدو لامل ګرځي.

درېیم بعد د بازار، د بازارموندنې مانا ده. د بدلون موضوع په طبیعي ډول بازار رهبري کوي. د بازار تعریف عبارت دی له ((د سیمه ییزو بدلونونو له قوې څخه))، خو ددې سیمې فزیکي کول لازم نه دي.

د بازار موندنې مدیریت عبارت دی له ((تجزیې، څېړنې، پلان جوړونې، اجرا او د تعین شویو پروګرامونو کنټرول. د یو سازمان د

(c) ketabton.com: The Digital Library

هدفونو د لاسته راوړلو لپاره د علاقې وړ بازارونو ته د مطلوب بدلون برابرول دي.

که څه هم د سازمان ټول مدیران د بازارونو له یو ډول سره سروکار لري، د بازارموندنې مدیریت بازار ته د رسیدګۍ مسولیت دی او مشتریان د یو سازمان اخري محصول دی. د بازار موندنې د څېړنې مدیران، د خرڅلاو د خدمتونو مدیران، د محصول مدیران، د بازارموندنې مرستیال، خرڅوونکي او د تبلیغاتو مدیران په یو سازمان کې د بازار موندنې رسمي دنده پر غاړه لري. هر یو له دې دندو څخه رسالت، هدف او ځانګړی مسولیت لري. ددې دندو د ټولو مدیرانو کار عبارت دی له: تجزیې او څېړنې، طرح جوړونه او د هغه پروګرامونو اجرا کول، چې د ځانګړو بازارونو لپاره یې برابروي.

په ټولیزه توګه د بازارموندنې مدیریت د پنځو اساسي اصولو لرونکی دی:

لومړی اصل :تولیداتو ته پاملرنه

په دې اصل ولاړ دی، چې مصرف کوونکي د هغه محصولاتو غوښتونکي دي چې لاسرسی او د اخیستلو توان یې ولري، چې د دوو حالتونو لرونکی دی؛ لومړی هغه وخت دی چې د یو محصول لپاره تقاضا تر عرضې زیاته وي، چې په دې حالت کې مدیریت باید د خپلو تولیداتو د زیاتوالي لپاره لارې چارې ولټوي. دویم حالت دادی چې که د تولیداتو لګښت په لوړه کچه کې قرار ولري، نو مدیریت باید د تولیداتو په زیاتوالي کې د لګښت د کمولو لارې چارې ولټوي.
دویم اصل: محصولاتو ته پاملرنه

په دې اصل ولاړ دی، که چیرې مصرف کوونکي هغه محصولات چې ښه کیفیت او ښه ظاهري بڼه ولري واخلي، نو په دې اساس سازمان باید خپله ټوله انرژي د محصولاتو په ښه کیفیت او په تولیداتو کې نوښت ته ځانګړې کړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

دریيم اصل: خرڅلاو ته پاملرنه

په دې اصل ولاړ دی، کېدی شي مشتريان ډېرې محصولات وانه خلي، تر هغې چې د خرڅلاو او تبليغاتو لپاره يو پلان او د پام وړ فعاليتونه صورت ونه نيسي. په دې رويه کې ډېر خطر وجود لري او د تل لپاره د مشتري له لاسه ورکولو احتمال هم شته. په دې ځای کې خرڅلاو اساسي رول لري او مشتري د دايرې په دويم مقام کې مهم دی.

څلورم اصل: بازار موندنې ته پاملرنه

په دې اساس دی، د هر سازمان اصلي دنده د اړتياو، غوښتنو او د هدف د بازار ارزښتونو تعينول دي او سازمان بايد له خپلو رقيبانو څخه په موثره او ګټوره توګه خپل توليدات بازار ته وړاندې کړي.

پنځم اصل: ټولنيزې بازارموندنې ته پاملرنه

دا اصل ددې غوښتونکی دی، چې بازار موندونکي بايد د لاندې لاملونو توازن وساتي :د هدف د مشتريانو غوښتنې، د هدف د مشتريانو د اوږدې مودې ګټې، د ټولنې د اوږدې مودې ګټې، د اوږدې مودې لپاره د يوه سازمان سرمايې ته ګټه رسول. د ټولنيزې بازارموندنې فلسفه کوم چې تاکيد کوي ، بازار موندونکي نه يوازې دا چې د مشتريانو غوښتنې په پام کې ونيسي او د خپلو ګټو په فکر کې شي، بلکې د نورو خلکو غوښتنې چې د شرکت د کړنو سره تړاو لري هم په نظر کې ونيسي او هغې ته متوجې وي چې د يو لوی ټولنيز سيستم په داخل کې فعاليت لري او نسبت غير مشتريانو ته هم مسوول دي.

په اخر کې د يادونې وړ ده چې په بازارموندنه کې دا ټکی بايد له ياده ونه باسو:

((محصول بايد خرڅ شي، نه دا چې واخيستل شي))

(c) ketabton.com: The Digital Library

پر لږ لګښت خپله سوداګري پرمخ بیول

که چیرې تاسې د خپلې سوداګرۍ لپاره یوه وېبپاڼه جوړه کړې وي، نو پېرودونکي تر هغې ستاسې وېبپاڼه نه ګوري، تر څو تاسې د خپلې وېبپاڼې په اړه هغوی ته د قناعت وړ دلایل وړاندې نه کړئ، یا په بله مانا تاسو مجبور یاست چې خپلې وېبپاڼې ته مارکېټ پیدا کړئ.

همدارنګه که غواړئ خپلې سوداګرۍ ته د لږو پیسو په لګولو سره مارکېټ پیدا کړئ، نو

دغه لاندې ۲۴ ټکي په نظر کې ونیسئ، چې تاسې سره په بازار موندنه کې پوره مرسته کولای شي:

۱ –که مو بزنس کارت مو نه وي جوړ کړی، ژر تر ژره خپل بزنس کارت په ښه بڼه جوړ او خپلو مشتریانو ته مو د خپل مسلکیتوب په اړه وواياست، چې هغوی ته دا روښانه شي تاسې خپلې سوداګرۍ ته په جدي توګه پاملرنه کوئ.

۲ –خپل بزنس کارت چې څومره مو په توان کې وي، هغومره یې زیاتو کسانو ته ورکړئ او خپلو ملګرو ته مو ټلیفون وکړئ چې تاسو یو تجارت پیل کړی دی، هغوی سره ملاقات وکړئ او خپل بزنس کارتونه ورته ورکړئ.

۳ –ټولو پلورونکو سره د خپلې سوداګرۍ په اړه خبرې وکړئ او ترې وپوښتئ چې ستاسو محصولات استعمالوي که نه؟ خپل بزنس کارتونه مو هم ورکړئ. که چیرې هغوی کوم خبري ګروپ یا اتحادیه لري، نو ترې وغواړئ چې تاسو په خپله اتحادیه کې شریك کړي.

۴ –له مسلکي کسانو سره ملاقاتونه وکړئ، د ملاقات او خبرو پر وخت باید له دې جملې پیل وکړئ چې (زما نوم......) دی او خپل بزنس کارتونه په جیب کې ولرئ، خپل تجارت ورته وروپېژنئ چې زه پر دغه

(c) ketabton.com: The Digital Library

سوداګرۍ بوخت يم. کله چې يو څوك خبرې کوي، هغوی ته يوازې غوږ ونيسئ چې دی څه وايي، په دې پسې مه ګرځئ چې څوك دی او له کومه ځايه راغلی دی.

۵ -په فعاله توګه په دوه درې اتحاديو کې ځان شريك کړئ، دا به تاسو ته ددې موقع په لاس درکړي چې خپل راتلونکي ته متوجه شئ. تل کوښښ وکړئ خپله کاربدونکې نظريه نورو ته وړاندې کړئ.

۶ -ځينې وخت د هغه شيانو په اړه فکر او تشريح يې کړئ چې تاسو ته معمولي ښکاري. خپل کاري رپوټ سيمه ييزو رسنيو چې مشتريان ورسره علاقه لري لکه راډيو اخبار ټلويزيون او مجلو ته ولېږئ، ددې لپاره چې زيات مواد مو خپاره شي، خپل يوازينی تصوير چاپي رسنيو ته ولېږئ.

۷ -په خپل مسلك کې مقالې وليکئ، اخبارونو، مجلو او وېبپاڼو ته يې واستوئ. ځکه چې دا به ستاسو د مسلکي تجربې ښکارندويي وکړي، د خپلې مقالې په اخر کې خپل نوم، د تجارت نوم، د محصولاتو او خدماتو د ترلاسه کولو پتې او تاسو سره د اړيکي شمېره ځای پر ځای کړئ.

۸ -که چېرې غواړئ چې خپله مقاله د اعلان په توګه بيا خپره کړئ، نو د خپروونکي څخه اجازه واخلئ چې ستاسو مقاله بيا خپره کړئ. په اخبار، مجلو او نورو چاپي رسنيو کې که ستاسو مقاله راغلې وي، د خپلې مقالې څخه فوټوکاپي واخلئ او بيا يې هغه مشتريانو ته ورکړئ چې رسنيو ته لاسرسی نه لري.

۹ -له هغو بې ګټو يا خيريه ارګانونو، ښوونځيو او پوهنتونونو سره اړيکي ونيسئ چې مشرتيان لري، کېدی شي ستاسو خدماتو ته اړتيا پيدا کړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱۰ –له هغه چا سره اړيکي ونيسئ چې له تاسو سره يوشان سوداګري لري، خو هېڅکله داسې مه کوئ چې د هغوی مشتريان پټ کړئ، ځکه چې دا ستاسو تجارت ته تاوان رسوي.

۱۱ –داسې يو وياند ته وړانديز کول چې ستاسو د تجربو ساحه معرفي کړي لکه ارګانونو، کتابتونونو او پر ليکه د خلکو راغونډېدو ځای او له هغو سره عملي خبرې وکړي .دا کار نه يوازې د يو اعلان بڼه لري، بلکې ستاسو سوداګري به يوه مثبته نتيجه هم ترلاسه کړي.

۱۲ –که چېرې ستاسو محصولات او خدمات ځانګړي وي، نو هغې ته اشاره وکړئ او هغه سامان الات چې تاسو يې په خپل تجارت کې کاروئ، نورو ته يې د کارولو طريقه ورزده کړئ.

۱۳ –هغه دولتي او حکومتي پروګرامونه پيدا کړئ چې تاسو سره د تجارت په پيلولو کې مرسته کولای شي. هغه چاته وړانديز وکړئ چې تاسو ته ښې مشورې درکولای شي او يا ستاسو د تجارت لپاره وړانديزونه لري.

۱۴ –هغه چاته د خرڅلاو ليکونه ولېږئ، چې تاسو فکر کوئ دوی به زموږ محصولات واخلي. دا هم له ياده مه باسئ چې په هر ليك کې بايد ستاسو بزنس کارت موجود وي .

۱۵ –که چېرې د خپل تجارت لپاره موټر استعمالوئ، نو ستاسو د تجارت نوم او نور معلومات په مسلکي ډول پر موټر ولګوئ. که نه غواړئ ستاسو د تجارت نوم پر موټر ولګول شي، يوه ښکلې لوګو يا نښه پرې ولګوئ.

۱۶ –د ټلېفون له لارې د مشتريانو د ستونزو حل لپاره داسې يوه شمېره وټاکئ چې لګښت ونه لري، تر څو ستاسو مشتريان په اسانۍ سره خپلې ستونزې تاسو ته وړاندې کړي او حل لارې يې ورته په ګوته کړئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱۷ –د خپلو تولیداتو یا د خپل کار نمونه ځومره چې کولای شئ ډېرو کسانو ته ورسوئ.

۱۸ –مخکې تر دې چې مشتریان تاسو ته د محصولاتو فرمایش درکړي، د هغوی مشورې او نظریات واورئ.

۱۹ –دا باید زده کړو چې څنګه له موږ سره مشتریان په دایمي توګه پاتې کېدلای شي.

۲۰ –له نورو خلکو ګټه واخلئ چې ستاسې محصولات او خدمات وپلوري، له هغه کمپنیو سره چې په خپل کتلاك کې ستاسې خدمات او محصولات ځای پر ځای کوي، تړون وکړئ او هغوی ته ستاسو په هر خرڅلاو یو څه کمېشن ته غاړه کېږدئ.

۲۱ –له ځانه سره باید چاپي خرڅلاو لیکونه او نور اړوند معلومات ولرئ، که یو مشتري له تاسو غوښتنه وکړئ چې ماته د خپلو محصولاتو او خدماتو په اړه معلومات راولېږئ، نو سم له لاسه باید هغوی ته معلومات ولېږئ او دا یادونه ورته وکړئ، دا هغه معلوماتي مواد دي چې تاسو یې له موږ څخه غوښتنه کړې وه.

۲۲ –یوه داسې جایزه وټاکئ چې ستاسې محصولات او خدمات تشریح کړي.

۲۳ –داسې یوه ډایرکټري واخلئ چې تاسو فکر کوئ بې لګښته به ستاسو اعلانات خپاره کړي.

۲۴ –که فکر کوئ ستاسو د هدف مارکېټ انټرنېټ ته زیات لاسرسی لري، نو یوه وېبپاڼه او یو برېښنالیك جوړ کړئ او په خپل بزنس کارت کې یې ادرس ولیکئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د بریالي ایي ټي مدیر لس غوره ځانګړنې

هغه د IT مدیران چې غواړي بریالی مدیریت ولري، نو باید د یوې پټې ځانګړنې څښتن واوسي. غوره مدیران او یا هغه مدیران چې بریالي پروګرامونه لري ددې مهارتونو څخه برخمن دي او ددې قابلیتونو څخه ګټه اخیستنه کولای شي یو ځانګړی سازمان او یا هغه شرکتونه یا ادارې چې دوی په کې کار کوي هغه د پرمختګ پر لور روان کړي. که څه هم د پټو ځانګړنو پر شمېر او څرنګوالي د نظر اختلاف شته، خو له هغې جملې څخه ځینې ډېر مهم او د IT مدیرانو لپاره اړین دي.

۱ –د اړتیاوو د ارزونې توان لرل.

ټول IT مدیران اړتیا لري چې پوه شي څنګه د خپلې ادارې ضرورتونه چې د ټکنالوژۍ په دندې پورې مربوط دي ارزیابي. دا مهمه نه ده چې د مدیریت په کومه کټګورۍ کې دي، باید پر دې پوه شي چې رښتینې اړتیاوې او اجرا شوي کارونه کوم دي، تر څو وتوانېږي پر سمو کارونو پیل وکړي. ډېری مدیران یوازې د IT د پروګرامونو په جوړولو او پراخولو بوخت وي او د سازمان د موخو د لاسته راوړلو او خاصو کارونو لپاره هیڅ کوښښ نه کوي. ځواب ورکونه او مسولیت منل کولای شي د IT د مدیرانو وړتیا ته پرمختګ ورکړي.

د ټکنالوژۍ د اړتیا وړ ارزیابي د IT له مدیرانو سره د هغوی په پروګرام جوړونه کې ډېر مهم رول لوبولای شي.

۲ –د یو لیډلوري د ټاکلو وړتیا:

د ITیو بریالی مدیر ددې لپاره چې یوه مطلوبه رهبري ولري باید د سازمان هدفونه وپېژني او خپلو کارکوونکو لپاره یو لیدلوری وټاکي، چې ددې ښکارندوی وکړي چې غواړي سازمان او کارکوونکي په کوم

(c) ketabton.com: The Digital Library

ځای کې قرار لري. دا مدیران باید مسولیت منونکي وي او خپل ټیم د ټاکلي هدف پر لور هدایت کړي. هغه مدیران چې ددې وړتیا لري چې یو لیډلوری جوړ او په ماهرانه ډول یې خپلو کارکوونکو ته توضیح او تشریح کړای شي، کولای شي ډېر ښه کارونه سرته ورسوي، ځکه چې کارکوونکي یې د هغوی پیروي کوي. ددې لیډلوري رسول کولای شي کارکوونکي د سازمان ځانګړو موخو ته وفادار کړي.

۳ –د یو پروګرام د جوړولو وړتیا:

کله چې کارکوونکي پوه شي چې په کوم ځای کې غواړي واوسي، نو بریالي مدیران پوهېږي چې څه ډول او کوم داسې پروګرام جوړ کړي چې هغوی هغه ځای ته ورسوي او دا د هغې موقعیتونو لپاره چې دوی په کې قرار لري د سمو لومړیتوبونو د ټاکنې په مانا ده. د هغو مدیرانو لپاره چې غواړي لوړو موخو ته ورسېږي، پروګرام جوړونه یو اړین ټکی دی، خو ډېری مدیران په پروګرام جوړونه کې ماتې خوري او بیا د هغې په بدل کې کوښښ کوي چې ډېر کار ترسره کړي، پرته له دې چې وګوري سازمان یې د کومو کارونو د سرته رسولو توان لري. د پروګرام جوړونې د وړتیا په لرلو سره چې یو سازمان خپل هدف ته ورسېږي، مدیران د ځواب ورکونې او مسولیت منني پوړیو ته رسوي.

۴ –د یوې ډلې د جوړولو وړتیا:

بریالي مدیران د ډلې جوړونې په اهمیت ښه پوهېږي، چې یوه ښه او کاري ډله جوړول د یو سازمان لپاره څومره ګټوره تمامېدی شي. یو بریالی مدیر باید پوه شي چې اوس چې کومه ډله موجوده ده څه ډول سمه او څنګه ورته بریالیتوب وربه برخه کړي، خو دا کار د یوې نوې ډلې د ښې جوړونې لپاره سرته ورسوي. هر بریالی مدیر ددې وړتیا لري چې داسې یو ټیم جوړ کړي چې اوسني کارونه هم په ښه توګه سرته ورسوي او راتلونکي اړتیاوې چې وړاندوینه یې کېږي د هغې په ښه توګه د سرته رسولو توان هم ولري، چې داسې یو ټیم د نویو کوښښونو

www.melitahrik.com 0777400116

(c) ketabton.com: The Digital Library

او مبارزو لپاره اماده وي، ځکه چې بریالي او مسلکي مدیران اغېزمن شخصیتونه دي.

۵ –پر زېرمو د تمرکز وړتیا:

د IT کارکوونکي متمرکز کول، پیسې او د ټکنالوژۍ زېرمې د یو سازمان د بریالیتوب لپاره کلیدي لومړیتوبونو څخه دي. د ټکنالوژۍ زېرمې باید په هغو نوښتونو متمرکزې وي، چې د سازمان اړتیاوې او هدفونه په کې نغښتي وي او باید د تادیې وړ لګښتونه په کار واچوي. مسلکي او متفکر انسانان کولای شي د هرې کچې اړتیاوې تشخیص کړي.

۶ –د پروژې د مدیریت وړتیا:

د IT مدیر د دندې اساس دادی، چې سازمان کولای شي د پروژې لومړیتوبونه په داسې یوه ښه سرته ورسوي، چې د وړاندوینې وړ وي. د اجرا وړ پروژو مدیریت هماهنګ کول د هغو مدیرانو لپاره اړین دي چې د بریالیتوب انتظار باسي. د پروژې د مدیریت د قوي مهارتونو څخه ګټه اخیستل د یو مدیر د بریالیتوب چانس پورته بیایي.

۷ –د بدلون مدیریت د عملیې د اجرا وړتیا:

ټکنالوژي په هغه طبیعي دلیل چې لري یې، چټك بدلون ته اړتیا لري، د IT هر مدیر ته لازمه ده چې پوه شي په څه ډول د اغېزمنو بدلونونو اجراکول درك کړي. که څه هم دا بدلون د یو شخصي کمپیوټر یا د یوې شبکې د یوې برخې یا د یو نوي پوستکالي په داخلولو کې وي. په اغېزمن مدیریت کې ماتې د هر مدیر تغیرات ناکاموي.

۸ –د رهبرۍ او هڅونې وړتیا:

د IT سازمانونه تر هغې خپلو موخو ته لاسرسی نه شي پیدا کولای، چې په سازمان کې هڅوونه ونه کړي. یعنې کارکوونکي خپلو کارونو ته وهڅوي IT .مدیران کولای شي چې خپل د حرکت تېزوالي ته پاملرنه

(c) ketabton.com: The Digital Library

وکړي او په قوي رهبرۍ او تخنیك سره کارکوونکي وهڅوي. تل هغه بریالیتوبونه چې د نورو په پرتله نه شي کولای دا کار سرته ورسوي لاسته راوړي. په نورو باندې کار سرته رسول د کلیدي مهارتونو څخه یو مهارت دی چې د هر بریالي مدیر اړتیا ده.

۹ –د اغېزمنو اړیکو د ټینګولو وړتیا:

بریالي مدیران کولای شي د بېلابېلو کچو او هر ډول اشخاصو سره اړیکي ټینګ کړي .بریالی مسلکیتوب د اړیکو د ټینګولو په مهارت باندې ډېر زیات اغېز لري. د IT مدیرانو هغه ډله چې په مسلکي بریالیتوب کې لوی لاس لري، کولای شي چې د هرې کچې کسانو لکه کارمندانو، کورني او بهرني مشتریانو او خرڅوونکو سره په ښه توګه اړیکي ټینګ کړي .

۱۰ –د کړنو د پلټنې او څېړنې وړتیا:

د موخو تنظیم، ځانګړې کول او د کار د پرمختګ سنجش د یو IT مدیر لپاره ډېر اړین دي .بریالي مدیران ځانګړې اندازه اخیستنه لري چې هغوی او نورو ته وایي چې سازمان تر کومه حده ښه کار کوي او همدارنګه داسې طرحې برابروي چې د مدیرانو هغه کارونو سره چې سازمان د پرمختګ پر لوري بیایي، مرسته کوي.

www.meliatahrik.com 0771 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د بریالي سوداګر مهارتونه

نوې سوداګري ډېره پېچلې او مغلقه ده، په ډېره بیړه د نوې ټکنالوژۍ او علمي پرمختګ خواته روانه ده. په دې نوي عصر کې که څوك وغواړي تجارت پیل کړي، دغه لاندې مهارتونه باید ولري، بې له دغو مهارتونو کېدی شي تجارت یې ښه وده ونه کړي او یا له زیان سره مخامخ شي.

١ -خپل تجارت لپاره د پلان جوړونې وړتیا ولري: که یو سوداګر غواړي چې سوداګري یې پرمختګ وکړي، نو د پلان جوړونې او د ښه تنظیمولو وړتیا ولري.

٢ -فعال وي: بریالی سوداګر باید خپله هم فعال وي او کارکوونکي یې هم فعال او چالاك وي، چې د سوداګرۍ پر پرمختګ کې ډېره مرسته کولای شي.

٣ -زړور وي: زړورتوب د سوداګرۍ لپاره یوه ښه سرمایه ده. که چېرې یو سوداګر په پرېکړو کې زړه نا زړه شي، دا به د سوداګرۍ لپاره په راتلونکي په تاوان تمامه شي.

۴ -مرسته کوونکی او کوپراتیف ولري: له خپلو کارکوونکو سره مرسته وکړي او د هغوی لپاره یو کوپراتیف جوړ کړي، چې د دغو کارونو په مرسته خپل تجارت ښه پرمخ بوځي.

۵ -خواخوږی وي: خواخوږي د تجارت لپاره داسې ده لکه د یو ماشین لپاره چې تیل وي. خواخوږي لګښت نه لري، خو اعتبار او نوم لري، تجار باید د خپل ښه خوی په واسطه د خپلو کارکوونکو زړونه راخپل کړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۶ –تصمیم نیوونکی وي: یو تجار باید عاجل تصمیم نیوونکی وي او پر دې هم پوه شي چې زما ژر تصمیم نیونه زما د تجارت لپاره ګټوره ده.

۷ –ډیسپلین او نظم ولري: کله چې د یو شرکت رئیس یا مشر ډیسپلین ونه لري، نور کارکوونکي هم ډیسپلین نه مراعتوي، چې دا کار د سوداګرۍ د پرمختګ مخه نیسي.

۸ –ارزښت ټاکوونکی وي :تجار باید خپل ځان وارزوي چې څنګه خپل کارونه پر مخ بیایي، دا کار به د سوداګرۍ د راتلونکي پرمختګ لپاره ګټور تمام شي

۹ –اټکل کوونکی او محتاط واوسي: سوداګر باید د اټکل یا وړاندوینې مهارت ولري، چې په راتلونکي کې خپلو مشتریانو لپاره څه ډول شیان تولید کړي او د هغوی غوښتنې به څه وي. یا په بله مانا چې په راتلونکي کې به زما تولیدات څه ډول وي.

۱۰ –صادق او امانتکار وي: تجار باید له نورو سره په معاملاتو کې صادق وي، ځکه چې صداقت له سوداګرۍ سره مرسته کوي.

۱۱ –ډېر او سخت کارونه وکړي: کله چې په یوه شرکت یا تجارت کې مشر ډېر او سخت کار ونه کړي، نو کارکوونکي هم هماغسې عادت اخلي او سخت کارونه نه کوي، چې په دې ډول تجارت پرمختګ نه شي کولای.

۱۲ –نوښتګر وي: که نړیوال تجارت ته پام وکړو، په ډېرې چټکۍ سره پرمخ روان دی، کېدی شي یو علت یې دا هم وي چې په خپلو تولیداتو او محصولاتو کې نوښت منځته راوړي، تجار باید په خپلو محصولاتو او خدماتو کې د نوښت مهارت ولري او د بازار موندنې نوي میتودونه په کار واچوي.

۱۳ –علمي وي: یو ښه تجار باید د خپل تجارت په اړه پوره پوهه ولري، لکه د مالي چارو، بازارموندنې، ټکس او نورو په اړه.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱۴ –لاربښوونکی وي: لاربښوونه په تجارت کې ډېره مهمه او په دې کار سره له کارکوونکو ډېره کمه تېروتنه کېږي او ورسره هغوی تشیقېږي هم. تجار باید د مشرتوب مهارت ولري، بې له دې خپل تجارت او کارکوونکي نه شي کنټرولولای.

۱۵ –خبرلوځ وي: که چېرې يو تجار ښه خبرلوځ او وياند وي، کولای شي خپل تجارت په ښه توګه پرمخ بوځي، ځکه چې بې له مفاهمې څخه نه شي کولای پر مشتريان يې خبرې اغېز وکړي.

۱۶ –شخصيت لرونکی وي: که يو تجار ښه شخصيت ولري کولای شي خپل مشتريان له هغه څخه متاثر کړي، که يې شخصيت ښه نه و، نه شي کولای په سمه توګه تجارت پرمخ بوځي.

۱۷ –ژر پرېکړه کوونکی وي: تجار باید ژر پرېکړه کوونکی وي، ځکه چې په تجارت کې داسې پېښې رامنځته کېږي چې هغه ډېر کم وخت ته اړتيا لري او په کمه موده کې ورته حل لارې پيدا شي، د تخنيکي او قضايي چارو مهارت ولري.

۱۸ –مسوولیت احساسوونکی وي: بریالی تجار باید خپل مسوولیتونه وپېژني، که مسوولیت ته قایل نه شي نو تجارت يې پرمختګ نه شي کولای.

۱۹ –مبصر او انتقاد کوونکی وي: يو ښه تجار باید خپلو تېرو تېروتنو ته پام وکړي چې په راتلونکي کې ترې تکرار نه شي.

۲۰ –د مالي مدیریت مهارت لرونکی وي: د بریالي تجارت لپاره دا يو ډېر اړين توکی دی، له دې پرته نه شي کولای خپل تجارت په ښه توګه پرمخ بوځي، تجارت باید ښه مالي مقام ولري.

۲۱ –په ځان ډاډه وي: بریالی تجار باید په خپل ځان باوري او ډاډه واوسي، له دې پرته نه شي کولای چې ژر پرېکړې او تصميمونه ونيسي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۲۲ -وخت پېژندونکی او هوښيار وي: يو ښه تجار بايد ماهر او هوښيار وي، چې له دې کبله کولای شي په راتلونکي کې ګټه وکړي.

۲۳ -تخنيکي مهارت ولري: يو ښه تجار بايد تخنيکي مهارت ولري، هغه بايد په خپله ځانګه کې ځانګړې پوهه ولري.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د یوه ښه مدیر ځانګړنې

ښه مدیران ددې باعث شوي دي چې خپل کارکوونکي ورسره مینه ولري او یا هغه درك کړي. همدارنګه جوان لوید (Joan Lloyd) لیکي چې: یو ښه مدیر د ملا د بند حیثیت لري، چې کارکوونکي له ادارې سره نښلوي، که چېرې نوموړی بند صدمه ووینې، نو کېدی شي زیاتره کارکوونکي اداره پرېږدي. که چېرې تاسو د ښه چانس کارکوونکي یاست په دې مانا که چېرې تاسو یو ښه مدیر لرئ، نو دا موضوع بې ارزښته مه ګڼئ او ترپایه یې تعقیب کړئ.

۱ –په شفافه توګه د موخو بیانول

یو ښه مدیر په لومړیو کې له یوه نوي کارکوونکي سره په لومړیتوبونو غږېږي او هغه ته د ښه کار په اړه توضیحات ورکوي، چې ښه کار څه ډول کار ته ویل کېږي او څه ډول باید ترسره شي. په لومړیو کې جلسات او بحثونه ترسره کوي، چې په خپلو ژمنو او وعدو سره موافقه وکړي. یو اغېزمن مدیر خپلو کارکوونکو ته دا نه وایي چې کارونه څه ډول سرته ورسوئ، هغه مخکې تر مخکې د نتیجو په لاسته راوړنو غږېږي، یانې خپلو کارکوونکو ته دا روښانوي چې زموږ موخې څه دي او څه ډول باید لاسته راوړل شي د کارکوونکو په کار کې لاسوهنه نه کوي او کارکوونکي د کار د سرته رسولو لپاره ازاد پرېږدي.

یو ښه مدیر کولای شي په مختلفو لارو چارو خپلې موخې مطرح کړي، لکه په غونډو کې او یا په غیر رسمي خبرو اترو کې د یوې ځانګړې موخې مطرح کول.

۲ –لارښوونه

یو ښه مدیر باید داسې فکر وکړي چې هم لارښوونکی دی او هم ښوونکی. داسې فکر ونه کړي، یوازې لوبغاړي روزي، بلکې لوبډلې ته هم لارښوونه او هدایت کوي. یو اغېزمن مدیر باید داسې فکر ونه کړي چې لوبغاړي پوهېږي چې څه وکړي او څنګه یې وکړي هغه باید د

(c) ketabton.com: The Digital Library

يوه ښه لاربنوونکي په توګه د لوبغالي له کونجه په خپلو لوبغاړو غږونه وکړي او داسې وخت هم باید راشي چې کله کوم لوبغاړی یو تکتیك په ښه توګه اجرا نه کړي، نو زړه یې غواړي چې خپله لوبغالي ته داخل شي او خپله لوبه ترسره کړي. یو ښه مدیر دې نتیجې ته رسېږي چې بریالیتوب د لارښوونې په قدرت کې نغښتی دی. د یوه لارښوونکي موجودیت د مرستندویه سرچینو څخه دی، خو په دې اندازه نه چې د لوبغاړو کړنې تر اغېزې لاندې راولي.

۳ -نیوکې او وړاندیزونه په ګوته کول

ډېری مدیران تر هغه وخته رسمي غونډې ته سترګې په لار وي، چې تر هغه وروسته په خپلو کارکوونکو منفي نیوکې وکړي. کله چې دا موضوع پېښېږي نو کارکوونکي له ځانه پوښتنه کوي چې ولې مدیر دا موضوع ده ته مخکې نه ده په ګوته کړې، ما به کوښښ کړی و چې تغیر یې کړم او یا به مې له نورو لارو دغه کار ترسره کړی و .د کار د سرته رسولو په وخت کې د نیوکو او وړاندیزونو په ګوته کول د کارکوونکو ترمنځ لکه د لارښوونکي او لوبغاړي اړیکې جوړوي. په دې حالت کې د خبرو اترو احساس، مشرې او مرسته رامنځته کېږي.

۴ -د کوښښونو ستاینه

کارکوونکي تل دا هیله لري چې د خپلې ادارې له خوا وستایل شي او د دوی هغه کوښښونه چې د ادارې د موخو د ترلاسه کولو لپاره یې کړي دي بې ځایه لاړ نه شي. څېړنې ښیي چې انسانان کوښښ کوي چې د ستاینې وړ وګرځي او هېڅکله له ده او یا دده له کاره څوك ناخوښ نه شي. یو اغېزمن مدیر له دې موضوع څخه خبر دی، کوم کارونه یې چې خوښېږي هغه کارکوونکي ترسره کوي او کارکوونکو ته یادونه کوي چې دا د حیرانتیا ځای نه دی چې له ما وروسته به دا عمل په کارکوونکو کې له ورایه معلومېږي. که چېرته یو کس یوه ورځ اسماني رنګه کمیس واغوندي او په ټولیز ډول هغه وستایل شي، نو هغه کس به په بیا بیا هغه کمیس واغوندي، نو په دې اساس ویلای شو چې انساني چال چلند پېچلی نه دی.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۵ -ځانګړتیاوو ته نه قایل کېدنه

کارکوونکو لپاره اړین دي چې دا احساس وکړي چې موږ ټول د یوه ټیم غړي یو او ټول یو شان امتیازات لرو. یو اغېزمن مدیر باید داسې یو چاپېریال رامنځته کړي چې په هغې کې احترام، اعتماد او انسجام موجود وي. کارکوونکي باید پنځونو او نوښتونو ته وهڅول شي، ځکه چې په داسې یو چاپېریال کې د کارکوونکو استعدادونه غوړېږي.

۶ -د کارکوونکو پېژندنه

یو ښه مدیر باید په سلام اچولو کې له کارکوونکو لومړی شي، د خبرو په وخت کې کارکوونکو ته باید پوره وخت ورکړي او خپله ټوله پاملرنه هغوی ته واړوي. یو ښه مدیر د خپلو کارکوونکو ژوند ته ځانګړې پاملرنه کوي او کوښښ کوي چې د کارکوونکو په ضمیر پوه شي. هغه مدیر چې د کارکوونکو ژوند یې درک کړی وي تر زیاته حده باید له هغوی سره زړه سوی ولري. هغه کارکوونکي چې دا احساسوي چې د دوی مدیر داسې لېوالتیا لري، چې پوه شي کارکوونکي یې څوك او څه ډول خلك دي، نو خپل کار ته به نور هم متعهد شي.

۷ -هر شخص ته د بې ساري استعداد په سترګه کتل

یو ښه مدیر باید کارکوونکي تر نظر لاندې ونیسي چې پوه شي دوی کوم کار په ښه توګه سرته رسوي او ددې امر په اړه چې هغوی د خپلې ورسپارل شوې دندې له کومې برخې څخه خوند اخلي یا یې په ښه توګه ترسره کوي له هغوی سره خبرې کوي. یو ښه مدیر د خپلو کارکوونکو د مهارتونو د لوړولو په هڅه کې وي. یو ښه مدیر د خپلو کارکوونکو د بریالیتوب لپاره پانګه اچونه کوي. یو ښه مدیر له خپلو کارکوونکو سره د ځانګړو موخو د لاسته راوړلو لپاره خبرې کوي. یو ښه مدیر باید څومره یې چې په توان کې وي خپلو کارکوونکو سره مرسته کوي او دا هر څه د خپلو موخو د ترلاسه کولو لپاره کوي.

۸-ډاډه او بې ډاره کار کول

یو ښه مدیر خپل کارکوونکي دې ته تشویقوي چې کومې نیمګړتیاوې چې د کار د ترسره کولو په وخت کې رامنځته کېږي تشویش ونه کړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د یوه مدیر ذهنیت داسې عیار وي چې په حوصله منډې ولاړ وي، نه داچې د اشتباهاتو مرتکبینو ته وېره او ډار انتقالوي.
د نویو کارونو ازموینه او شخصي محدودیتونه یوې خواته کول یو فرصت دی. وېره او ډار د پرمختګ مخنیوی کوي. یو ښه مدیر د اشتباهاتو یادونه د یو کاراوزار په بڼه استفاده کوي.

۹ -رښتیني او د اعتماد وړ

یو ښه مدیر باید رښتیني، صادق خو دقیق وي. یو ښه مدیر باید د اړیکو ټینګولو اړتیا درك کړي، که ووینې چې کړنې مخ په خرابېدو دي، نو زیات انتظار نه باسي چې د هغې په اړه خبرې وکړي. د کارکوونکو پوهه هغه ته ګواښ نه پېښوي، بلکې هغه باید کارکوونکي نور هم تشویق کړي.

۱۰ -ښه مدیر کېدل یو اکتسابي امر دی نه ذاتي

دا یو حقیقت دی چې ځینې مدیران د رهبرۍ او نورو د تاثیر لاندې راوستلو طبیعي استعداد څخه برخمن دي. ویل کېږي هغه څه چې ددې باعث ګرځي چې یو شخص دې اغېزمن مشر وي هغه زده کړې شوي کارونه دي. ډېرې کسان د ذاتي وړتیاوو څخه برخمن دي چې کولای شي یو ښه مشر شي. یو ښه مدیر بې له دې چې مهارتونه یې نور هم پیاوړي شي د یو ښه مدیر په توګه پاتې کېدلای شي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د بازار موندنې اووه مهم ټکي

که تاسې د یو کوچني تجارت مالك یاست، نو تاسې به د بازار موندنې په برخه کې ډېر لګښت ته اړ نه شئ. ډېرې کوچنۍ سازمانونه په خپل کار کې د بازارموندنې د اصولو او مهمو لارو چارو څخه بې خبره وي او هغه فرصتونه چې ددې کار په ترسره کولو لاسته راځي، هېر کړي دي.

له مشتریانو سره د اړیکو، د کمیت او کیفیت لوړوالی، لومړني کوښښونه دي چې راوړل یې اړین دي. دلته ددې کارونو یوې برخې ته اشاره کوو:

۱ –ویزیټ کارت، چې په ډېر لږ لګښت د جوړېدو وړ دی: د ویزیټ کارت په جوړولو سره تاسو د بیل بورډ او تابلو ګانو لرونکي شوي یاست، چې کولای شئ خپل تولیدات او خدمتونه خلکو ته ور وپېژنئ. په ویزیټ کارت کې ستاسو نوم، دنده، پته، ټلیفون شمېره او د خپلو خدمتونو او تولیداتو لنډ ګټور معلومات ، له اړینو توکو څخه شمېرل کېږي، چې باید په کارت کې ذکر شي.

۲ –د حساب پرانیستل: ایا خپلو مشتریانو ته چاپي یا بربښنایي حساب لېږئ؟ د حساب لېږلو په وخت کې نه داچې یوازې حساب ولېږئ، بلکې له هغې سره سم د خپل تجارت نوم، تولیداتو او نورو خدمتونو یادونه هم وکړئ. له مشتریانو څخه ددې لامله مننه کول، چې له تاسو څخه یې شیان اخیستي دي او له دې لارې کولای شئ د خپلو نورو تولیداتو او خدماتو یادونه هم وکړئ. د مشتریانو د راجلبولو لپاره دا هم اړینه ده، چې د حساب په لاندیني برخه کې دا پیغام ولیکل شي: ((زموږ د خرڅلاو په اړه له موږ سره په دې ټیلفون شمېره ×××××××××× اړیکي ونیسئ)).

(c) ketabton.com: The Digital Library

۳ –د لیك یا برېښنالیك لېږل: په بازار موندنه کې د مشتریانو پراخ او پوره لیست درلودل ډېر مهم دي. هغه مشتریان چې تاسو ته خپل ادرس او یا برېښنالیك درکوي، هغوی ستاسو د تولیداتو او خدماتو په اړه د معلوماتو په هځه کې دي .کولای شئ په بېلابېلو لارو له خپلو مشتریانو وغواړئ، چې دا د اړیکي ټکی ستاسو لپاره جوړ کړي. کله چې مو دا معلومات راټول کړل، په منظمه توګه له خپلو مشتریانو سره په بېلابېلو پلمو اړیکي ټینګ کړئ او هغوی د خپلو خدماتو او تولیداتو اخیستو ته وهڅوئ. که تاسې خپل مشتریان راضي کړئ، نو هغوی تاسو نورو ته ورپېژني.

۴ –د منني او قدردانۍ یادښتونه: ځیني خرڅوونکي له خپلو مشتریانو سره په اړیکو ټینګولو کې ډېر فعال وي او له هر فرصت څخه ددې لپاره ګټه اخلي. له اخیستو وروسته خپلو مشتریانو ته د منني او قدردانۍ د کارت او یا یاداشت په ورکولو سره د خپلو تولیداتو یا خدماتو د کتلاك ورکول مه هېروئ.

۵ –د خرڅلاو لپاره انګیزه جوړول: د نویو تولیداتو او خدماتو په اړه مشتریانو ته پوره معلومات باید ورکړل شي، د انګیزه جوړولو لپاره له بېلابېلو لارو کار اخیستل کېږي، خو یوه لار یې د بیې ټاکل او د کمښت وړاندیز کول دي. که ستاسو بیه ټاکل په داسې طریقه وي، چې مشتریانو ته د ډېرو اخیستو په صورت کې ډېر کمښت ورکول کېږي او ددې نرخ ټاکلو په اړه مو ډېر اعلانات کړې وي، نو یوه شئ چې انګېزه جوړونه د بیې ټاکنې له لارې سرته رسېدلې ده.

۶ –نمونې: په بازار موندنه کې یوه موثره لار دا ده، چې خپلو مشتریانو ته بې پیسو نمونې ورډالۍ شي. دغه طریقه د خوراکي توکو په پلورنځیو او د شریني پلورنځیو کې ډېره مروجه ده. دا وړیا نمونې کولای شي، مشتري ته دا ذهنیت ورکړي چې خرڅوونکی د خپلو تولیداتو او خدماتو په کیفیت او ښه والي پوره ډاډه دی. وړیا نمونې نه یوازې د اخیستونکي او خرڅوونکي ترمنځ اعتماد پیداکوي، بلکې د

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

مشـــتري او خرڅـــوونکي تـــرمنځ د ښـــو اړیکـــو یـــوه لاره هـــم ده.

۷ –د متخصصینو، د کسب د خاوندانو او یا د پخوانیو مشتریانو له نظره د نویو مشتریانو څېړنه: خپل پخواني مشتریان دې ته تشویق کړئ، چې زموږ د تولیداتو په اړه نویو مشتریانو ته خوله په خوله خبر ورکړي او زموږ د تولیداتو او خدماتو ګټې او نوښتونه ورته ووایي.

د بازار موندنې په دې طریقه ډېر لګښت نه راځي. د خپل کار او کسب د لوړتیا لپاره د بازارموندنې پیغامونه لېږل د مشتریانو په ډېروالي کې مرسته کولای شي. له یاده ونه باسو چې د بازار موندنې په دې سیستم کې باید زموږ د تولیداتو او خدماتو د کیفیت کچه له نورو سره یوشان وي، یا یې له هغوی په ښه کیفیت خپلو مشتریانو ته وړاندې کړو.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو په اړه ۱۰۱ ټکي

۱- د مشتریانو رښتیني اړتیاوې په چټکۍ سره وپېژنئ.
۲- له بالقوه مشتریانو سره تل په دې لیدلوري نږدې شئ، چې پر هغوی یې خرڅوئ.
۳- ستاسو په اړه د نورو توصیې ته غوږ ونیسئ.
۴- که غواړئ چې نور مو په خبرو باور وکړي، نو لومړی پر خپل نفس باور پیدا کړئ.
۵- خپلې خبرې ښې زده کړئ او د هغې شکلونه لرې کړئ.
۶- مطالعه او د شرکت د زده کړې موده د یوې ځانګړې موخې لپاره سرته ورسوئ.
۷- کومه مطالعه او مهارتونه چې لرئ، هغه څو ځله تکرار کړئ.
۸- تاسو ته وړاندې شوي سپارښونه، په کار واړچوئ او وګورئ چې ستاسې په درد خوري که نه.
۹- هغه مطالب چې زده کوئ یې، د هغې په اړه له نورو سره خبرې وکړئ. دا کارد مطالبو په یادولو کې درسره مرسته کوي.
۱۰- وګورئ چې په کومو وختونو کې له کاغذ څخه ګټه واخلئ، اضافي موارد لرې کړئ.
۱۱- پر هغو کارونو چې شاته پاتې دي، سهار وختي پیل وکړئ او د خپلو کارونو په لومړیتوب کې ځای ورکړئ.
۱۲- د ورځې لپاره ورځنی، د میاشتې لپاره میاشتنی او د کال لپاره کلنی پلان جوړ کړئ.
۱۳- د نا اړینو لیدنو څخه ځان وژغورئ، ډېری وخت له ګرځنده ټلیفون او بریښنالیك څخه ګټه واخلئ.
۱۴- خپله وېبپاڼه مو ګټوره او په ښه ډول ډیزاین کړئ.
۱۵- هغو نظرونو او وړاندیزونو ته چې ستاسې د وېبپاڼې په اړه لیکل شوي دي، ژر لاسرسی پیدا کړئ.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۱۶- له برېښنالیك څخه د کار لپاره ګټه واخلئ، نه د شخصي شیانو لپاره.
۱۷- مشتري ته د ورور په سترګه وګورئ، نه د دښمن په سترګه.
۱۸- کله چې مو له مشتري سره ژمنه وکړه، نو پر هغې وفا وکړئ.
۱۹- کوښښ وکړئ، چې د مشتري اصلي اړتیاوې پیدا او هغه پوره کړئ.
۲۰- کېدی شي هغه څه چې مشتري ورته لومړیتوب ورکوي او هغه څه چې تاسې ورته منتظر واست، توپیر ولري.
۲۱- نویو او اوسنیو مشتریانو ته پاملرنه وکړئ.
۲۲- خپلې موخې ته د رسېدو لپاره، خپل کوښښونه او وخت څخه ګټه واخلئ.
۲۳- د اصلي تصمیم نیونکو د پېژندنې لپاره وخت ولګوئ.
۲۴- د خرڅلاو لپاره د ښه فرصت پیداکولو لپاره له مشتري سره نږدې همکاري ولرئ.
۲۵- له غوره سرچینو یانې مشتریانو څخه د هغې په اړه خبرنه وکړئ.
۲۶- مشتري ته د خپل کاروبار د پانګې په سترګه وګورئ.
۲۷- هغه ګټې چې ستاسې شرکت یې وړاندې کوي، پر هغې تمرکز وکړئ.
۲۸- د خپل کار میتود مو د مشتري له میتود سره یوشان کړئ.
۲۹- له هغو خنډونو چې د مذاکرې پر وخت مخې ته راځي، مه ډارېږئ له هغې څخه په تمرکز کې ګټه واخلئ.
۳۰- په یاد ولرئ، چې د مقابل لوري تاوتریخوالی شخصي ستاسو په اړه نه دی.
۳۱- ددې په اړه خپل نظر څرګندول، چې غونډه څه ډول مخته لاړه، ځان وساتئ.
۳۲- مشتریان وهڅوئ، چې خپلې موخې روښانه کړي.
۳۳- د غونډې په پای کې د مشتري نظر واخلئ.
۳۴- هغه خدمات چې تاسې یې وړاندې کوئ، وارزوئ.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۳۵- د مشتري عکلس العمل تر نظر لاندې ونیسئ، که د خوښې وړ مو نه و، سمدستي لاس په کار شئ.
۳۶- که کله مشتري شکایت وکړئ، داسې وانګېرئ، چې حق له هغه سره دی.
۳۷- د مشتري راضي ساتلو لپاره همدا اوس خپل خدمات په لوړ کیفیت وړاندې کړئ.
۳۸- ځان داسې عادت کړئ، چې تر هر خرڅلاو وروسته خپل مشتري ته ټلیفون وکړئ او وګورئ چې د هغې رضایت مو ترلاسه کړی دی که نه؟
۳۹- د څېړنو له غوره موسسو څخه وغواړئ، چې د مشتریانو رضایت وڅېړي.
۴۰- د څېړنو د پایلو په اړه له مشتریانو څخه د یوې بېلګې په توګه پوښتنې وکړئ.
۴۱- ښه والی بس نه دی، یوازې پرمختګ دی چې تاسې پرمخ بیایي.
۴۲- څو شېبې صبر وکړئ او د مشتري په توګه وګورئ چې ستاسې شرکت څه ډول ټلیفونونو ته ځواب ورکوي.
۴۳- هغه لارې چارې چې د خرڅلاو لپاره یې ټاکئ، باید ټولو ته د منلو وړ وي.
۴۴- د خرڅلاو د لارو چارو د بډاینې لپاره وګورئ، چې د مشتریانو نظر ستاسې د سوداګریزې نښې په اړه څه دی او په بازار کې څه ډول ځای لرئ.
۴۵- وګورئ، چې د مشتري کوم وړاندیز ډېره خوښي راوړي.
۴۶- داسې یوه کیسه جوړه کړئ، چې وکولای شئ، د مشتریانو پاملرنه ځانته راواړوئ.
۴۷- پر داسې یوه میتود کار وکړئ، چې د لیك پواسطه پاملرنه را جلب کړئ.
۴۸- ټولې ځانګړنې مو په یوه برنامه کې مه راوړئ، یو شمېر پرېږدئ چې په مخامخ لیدنه کې ترې کار واخلئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۴۹- له مشتري سره په خبرو کې له لومړيو دقيقو څخه ګټه واخلئ.
۵۰- له ځانه وپوښتئ چې ((ولې زما محصول يوه شخص پورې اړه لري؟)) او بيا وروسته د هغې له ځواب څخه ګټه واخلئ.
۵۱- مشتري ته د قرارداد د لاسليکولو انګېزه ورکړئ.
۵۲- د مشتري د جلبولو لپاره له ټوکو او خوږو کلمو څخه ګټه واخلئ.
۵۳- د مشتري د واداره کولو لپاره د خپلو محصولاتو مفته ګټې هغې ته روښانه کړئ.
۵۴- له بل چا وغواړئ، چې ستاسې ليک ولولي او تېروتنې يې در په ګوته کړي.
۵۵- د مشتريانو په اړه له بېلابېلو ليکنو څخه ګټه واخلئ او د هغې له جملې څخه غوره ليک انتخاب کړئ.
۵۶- کوم ليکونه چې لېږئ، په هغې کې بايد ستاسې د شرکت پېژندنه او سوداګريزه نښه موجوده وي.
۵۷- که هر څومره سخته هم وي، کوښښ وکړئ چې له مشتري سره مخامخ ليدنه وکړئ.
۵۸- خپلو مشتريانو سره دوستي وکړئ او دا دوستي په خبرو او عمل کې ورته ثابته وکړئ.
۵۹- له مشتري سره تر ليدلو وړاندې، د ملاقات وخت وټاکئ.
۶۰- مشتريانو ته هغه معلومات ورکړئ، چې هغه ورته اړتيا لري.
۶۱- کله چې له مشتري سره د ملاقات لپاره پروګرام جوړوئ، خپلې موخې مو په نظر کې ونيسئ.
۶۲- مخکې تر دې چې د خدماتو وړاندې کولو ژمنې کوئ، ځان ډاډه کړئ، چې شرکت دا کار ترسره کولای شي.
۶۳- څومره چې کولای شئ، لنډې خبرې وکړئ. يوازې اصلي موضوع ته لاړ شئ او ښې پايلې ترلاسه کړئ.
۶۴- هر ځل چې د يوې نوې موضوع په اړه خبرې کوئ، نوي تصويرونه او ويډيوګانې وړاندې کړئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۶۵- څومره چې ممکنه وي، خبرې مو له یاده وکړئ، د متن له مخې یې مه وایئ.
۶۶- داسې تحلیل وکړئ، که مقابل لوری تاسې واست کوم کار مو کاوه.
۶۷- له داسې خبرو چې مشتري به درسره مخالف شي، ډډه وکړي، کوښښ وکړئ چې له مشتري سره همفکره شئ.
۶۸- هېڅکله په خپل سیال نیوکه مه کوئ، کوښښ وکړئ چې له هغوی څخه ښه کار ترسره کړئ.
۶۹- لومړی په اوسني بازار کې لوړې بیې مطالعه کړئ.
۷۰- کوښښ وکړئ، تل مذاکرات د ملګرتیا په فضا کې وساتئ.
۷۱- د خرڅلاو په اړه هغه ستونزې چې تاسې نه شئ کولای هغه حل کړئ، لوړ پوړو مشرانو سره یې شریکې کړئ.
۷۲- کومه پایله چې ترلاسه کوئ، د هغې په اړه له مشتري څخه د زړه له کومې مننه وکړئ.
۷۳- د خپل کاروبار د بریالیتوب معیارونه مخکې تر مخکې وپېژنئ او د هغې په لټه کې شئ.
۷۴- په هماغومره پاملرنه چې خپله ماتې پرې تحلیل او ارزیابي کوې، خپل بریالیتوب هم بررسي کړه.
۷۵- د مشتري جدي نیوکې په نظر کې ونیسئ.
۷۶- له ماتې څخه عبرت واخلئ.
۷۷-که له خپلو کارکوونکو څخه ښه او غوره کار غواړئ، نو د هغوی بریالیتوبونه وستایئ او هغوی تشویق کړئ.
۷۸- هغه ټکي چې له متخصصینو څخه یې زده کوئ، یادښت کړئ او څو ځله یې تکرار کړئ.
۷۹- هغو متخصصینو ته بلنه ورکړئ، چې تاسې ورته ډېر احترام لرئ.
۸۰- له دې پرته چې د خرڅلاو ډله مو څومره له مالي مسایلو سره اشنا ده، ټولو ته د کاروبار مالي اصول ور زده کړئ.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۸۱- کوښښ وکړئ چې د خپلو غړو معلومات مو په پوره ډول روښانه وي.
۸۲- د هغو کسانو لیست جوړ کړئ، چې زده کړو ته اړتیا لري او د هغوی لپاره یو مناسب تدریسي پروګرام جوړ کړئ.
۸۳- د ښې پایلې لپاره کوښښ وکړئ، چې ښه تمرین ترسره کړئ.
۸۴- پرېږدئ چې د خرځلاو ویاړ د پلورونکو په برخه شي.
۸۵- د بریالیو ټلیفوني اړیکو میتود تل تجزیه او تحلیل کړئ.
۸۶- د هغو ټلیفونونو شمېر ته چې د خرڅلاو په اړه راغلي دي، پاملرنه وکړئ، نه لګول شوي وخت ته.
۸۷- له غوره ټلیفوني اړیکو څخه د کمزورو ټلیفوني اړیکو په پرتله ګټه پورته کړئ.
۸۸- کوښښ مه کوئ، چې کله ستونزې راپیدا کېږي خپله په کې مداخله وکړئ.
۸۹- داسې فکر وکړئ، چې پلورنکي کولای شي، ستاسې له لږې مرستې سره ستونزې حل کړي.
۹۰- د راکړې ورکړې ښه باید پاکه او شفافه وي.
۹۱- خپلې موخې داسې وټاکئ، چې د لاسته راوړلو وړ وي.
۹۲- د خرڅلاو د ډلې غړي، په رښتینو موخو کې له ځانه سره ګډ کړئ.
۹۳- موخې ته د رسېدو لپاره ، خپلې برنامې لږ څه تغییز کړئ، ټاکل شویو موخو ته باید بیا کتنه وشي.
۹۴- خپلو تشویقي معیارونو ته مو بیا کتنه وکړئ.
۹۵- د خرڅلاو له حجم څخه ، انګېزې جوړولو ته ډېره پاملرنه وکړئ.
۹۶- د خرڅلاو کارکوونکو ته په داسې سترګه وګورئ، چې هغوی کولای شي ښه او غوره کار ترسره کړي.
۹۷- هغه پلورونکي چې ښې پایلې یې ترلاسه کړي وي او د عمومي پلورونکو ترمنځ توپیر وشي.

www.meltahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

۹۸- کلنې کنفرانسونه په دقت وڅېړئ او له هغې څخه لاسته راغلې تجربې عملي کړئ.
۹۹- پرېږدئ چې اړیکې دړه اړخیزې وي.
۱۰۰- پرېږدئ چې د یوې ډلې کار تحقق پیداکړي او یوازې یوه پایله نه وي.
۱۰۱- له کنفرانسونو څخه د مشتریانو د ډېروالي لپاره هم ګټه واخلئ.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو او بازارموندنې مدیریت

مشتري:

مشتري د ګټې او د شرکت د رشد یوازینۍ سرچینه ده. البته تشخیص، جذب او د یو ښه مشتري ساتل، چې ډېره ګټه له ځانه سره لري، د هغوی د پوهې د کچې لوړوالی او په پایله کې د هغوی د توقع کچه لوړول او همدارنګه د رقابت شتون د پلورونکو لپاره سخت دی، خو له اطلاعاتو څخه په سمه او اصولي توګه ګټه اخیستل، د مشتریانو په تشخیص کې ورسره مرسته کولای شي.

د یوه شرکت او مشتریانو ترمنځ اړیکي باید، دوامداره، دوه اړخیزې او ډېرې بار ارزښته او ګټورې وي. دا اړیکي کېدی شي، لنډمهالې یا اوږد مهالې، په یوځل او یا څو ځله وي. که څه هم د شرکت د محصولاتو په اړه د مشتریانو نظر مثبت هم وي، بیا هم له شرکت څخه د هغوی د خرید په اړه چلند د وړاندوینې وړ نه دی او په شرایطو او موقعیت پورې ډېر تړاو لري.

د مشتري اړتیا څه ده؟

یو توکي ته د مشتري اړتیا کله مادي وي او کله کله روحي او رواني جنبه لري.

راضي مشتري:

راضي مشتري هغه څوک دی، چې احساس وکړي، چې له پېرودلو څخه وروسته مې داسې یو توکی رانیولی دی چې زړه مې غوښتل.

د مشتري د پېژندلو لارې چارې

د مشتري د پېژندلو لپاره کوښښ وکړئ چې پوه شئ:

۱- په اوس وخت کې هغه له څه ډول توکو ګټه اخلي.

۲- د شتو توکو کومې ځانګړنې یې خوښې دي.

۳- د اخیستونکي بودجه څومره ده؟.

۴- د محصول تیارول او برابرول د هغې لپاره څومره حیاتي دي.

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

ستره پانګه
د یوه پلورونکي ستره سرمایه د خرڅلاو په وخت کې پر خپل ځان باور دی.
توپیر:
یو پلورونکی چې ۳۰ کاله کېږي په یوه میتود خرڅلاو ترسره کوي، له هغه سره توپیر دادی چې په هر کال کې د خرڅلاو لپاره ۳۰ میتودونه تجربه کوي.
اغېزمن پلورونکی څوک دی؟ هغه څوک دی چې تل د خرڅلاو لپاره د نویو میتودونو په لټه کې وي.
په خرڅلاو کې هدفمندي:
خرڅلاو تر هرڅه لومړی موخې یا هدف پورې اړه لري. هغه پلورونکی چې د ورځو، میاشتو او حتی د راتلونکي کال لپاره پلانونه لري، په بازار کې د خرڅلاو ډېر ونډه ترلاسه کوي.
ولې مشتري ځي؟ ۶۶٪ مشتریان په دې دلیل له موږ څخه واټن نیسي، چې فکر کوي، موږ ورته په پوره اندازه پاملرنه نه ده کړې.
د خرڅلاو مهم درس:
د یوه بریالي پلورونکي څخه مې وپوښتل: د خرڅلاو تر ټولو غوره درس کوم دی؟ ویې ویل: له مشتریانو سره دایمي اړیکي.
بریالی پلورونکی:
بریالی پلورونکی، مشتري ته وخت ورکوي، چې خبرې وکړي او خپله یې ورته غوږ نیولی وي. نابریالي پلورونکي بیا مشتري غلی ساتلی وي او خپله خبرې کوي.
دوه با ارزښته شیان:
کوښښ وکړئ چې تر خرڅلاو وروسته، مشتري دوه شیان له ځانه سره یوسي: یو هغه توکي چې پلورلي مو دي او بل هغه نېک او ښه نوم چې له ځانه مو پرېښی دی.
حل لاره:

(c) ketabton.com: The Digital Library

نابريالی پلورونکی مشتري ته يوازې د حل يوه لاره مخې ته ږدي، خو بريالی پلورونکی د حل بېلابېلې لارې مشتري ته وړاندې کوي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو هنر

اوسنۍ ټولنې، په ځانګړې توګه مخ پر ودې اقتصادونه، متخصصو او کارپوه سوداګرو ته ډېره شدیده اړتیا لري. په ډېرو هېوادونو کې بریالي سوداګر د ملي اتلانو په توګه پېژندل شوي دي. ټول بریالي سوداګر، که پوهېږي او که نه پوهېږي، له هغو اصولو څخه ګټه اخلي، چې په ((د نړیوالو شرکتونو د مدیرانو لپاره ۲۱ طلایي قوانین)) کتاب کې ښه تشریح شوي دي. په دې کتاب کې لیکوالو هغه لیکنې ځای پرځای کړې دي چې د خرڅلاو په ایډیا، تولیداتو او خدماتو پورې اړه لري. سوداګر یا د شرکتونو مشران که په هره کچه وي، باید د خرڅلاو په لوړه تاکتیکونو ځان پوه کړي او پر هغې برلاسي وي. دا مقاله تاسې د خرڅلاو له پټ هنر سره اشنا کوي.
مور مې د خرڅلاو د تجربې کیسه په څو څو وار ماته ویلې ده؛ کله چې دوه نیم کلن وم، په کالفورنیا کې زموږ کور سره نږدې مې د لیمو شربت کاروبار پیل کړ. اوس چې ډېر کلونه تېر شوي، نه شم کولای چې دقیق مالي راپور وړاندې کړم، خو مور مې په دې ډاډه ده چې زه کاملاً ((چې ما دا کار له کومې نقشې پرته په یو ناڅاپه ډول ترسره کړ. غواړم ووایم چې د یوه شرکت مشر که په هر عمر او یا په هر ډول کاروبار کې وي، باید د خرڅولو په څرنګوالي پوه شي. په جرئت سره ویلای شم چې د شرکت هېڅ بریالی مشر مې نه دی لیدلی چې له خرڅلاو څخه یې نظر ناتوانه وي. اوسنی مخ پر ودې بهیر دادی، چې د شرکتونو رئیسان، په واقعیت کې د خرڅلاو مدیران هم دی. په عمومي ډول هر څوك چې یوازې کولای شي، لیموناد او پیزا وپلوري او یا د هوټل کوټې په کرایه ورکړي، نه بریالي کېږي. د بریالیتوب سرچینه؛ شریکانو ته د خرڅلاو ایډیا، همکاران، پانګوال او ټول خلك دي. خرڅلاو یو قدرت دی چې خلك دې ته واداره کویو تر څو ستاسې له لیدلوري قضیو ته وګوري. نه پوهېږم او که نه مې شول کولای چې خلك دې ته وادار کړم

(c) ketabton.com: The Digital Library

چې زما په څېر فکر وکړي، چې نن په کوم موقعیت کې یم. زما همېشنی شعار دادی: ((راشئ لومړی زما میتود امتحان کړئ، که عملي نه و، نو بیا ستا میتود انتخابوم.)) هغو خلکو لپاره چې غواړي ستاسې نظریات وپلوري او ستاسې د خوښې وړ لاره امتحان کړي، باید داسې ګټې موجودې وي چې دا کار په خوښۍ سره ترسره شي. خرڅلاو یو هنر دی، چې خلک دې ته واداره کوي، تر څو بل ځای پرېږدي او دا ځای انتخاب کړي. دا خلک کېدی شي بانکوال، ونډه لرونکي او یا د یوه هوټل مشتریان وي. څنګه کولای شئ، چې یو مشتري ته دا قناعت ورکړئ چې خپل سوداګریز اعلانونه ستاسې شرکت ته ورکړي، په داسې حال کې چې نور ډېر مشهور شرکتونه هم شته چې نومونه یې له منځه وړي؟ څنګه کولای شئ، د یوه بانک رئیس دې ته واداره کړئ، چې ملیونونه ډالر تاته د یوه هوټل د جوړولو لپاره درکړي؟ څنګه کولای شې، یو پوه او هوښیار ځوان راضي کړې، چې یو لوی نړیوال شرکت پرېږدي او په لږو امتیازاتو ستا د شرکت کارکوونکی شي او ستاسې اجرایوي کارونه پر مخ بوځي؟ او بلاخره، څنګه یو تن دې ته واداره کولای شئ، چې هغه غواړي ماښام ته پیزا واخلي او ته ورته ووایې چې ماښام ته سبزي واخله او ددې لارې ۱۰۰۰ افغانۍ مصرف کړي؟ خلک د خرڅلاو بېلابېل مهارتونه لري. ځینې خلک له دې مهارتونو سره نړۍ ته راځي او نور باید هغه زده کړي. د ځینو تحلیلګرانو په نظر، د خرڅلاو مهارت پنځه جزونه لري: ۱- د پرمختګ امکانات: دا تشخیص کړئ چې مشتري رښتیا هم څه غواړي. ۲- د یوه میتود پیدا کول: بازارموندنه د مشتري له نظره پیل کړئ. ۳- پیغام پرېښودل: پر هغه څه چې پلورئ یې، باور ولرئ. ۴- راکړې ورکړې ته نږدې کېدل: په یاد ولرئ چې ستاسې موخه خرڅلاو دی، بل هر کار پرته له مذاکرې ددې موخې لپاره ترسره کېږي. ۵- تعقیبول: په دې ډاډه شئ، چې مشتري درڅخه راضي دی او بیا هم تاته راځي او له تا څخه خریداري کوي. زه په دې خبرو ډېر نه پوهېږم، خو دې ته ترجیح ورکوم، چې دا ټولې خبرې په دوه کلمو کې خلاصه کړم:

(c) ketabton.com: The Digital Library

((پر محصولاتو باور)) او ((جدیت)). کله چې تاسې په یو شي باور ونه لرئ، د هغې خرخلاو ستاسې لپاره ډېر ستونزمن کېږي. د بېلګې په توګه، زه په تایلنډ کې د پایپو هوایي شرکت نماینده یم، زه ددې پر کیفیت باور لرم، ځکه هغه په اسانۍ سره خرڅولی شم. کلونه کېږي چې په دې ډول الوتکو کې مې الوتنه کړې ده چې تر ټولو غوره ده. بې له ربښتیني جدیت څخه هېڅ کار پرمخ نه ځي. څو کاله پخوا مې په خپله خوښه د امریکا د سوداګرۍ خونې ریاست څخه تایلند ته ځان تبدیل کړ. په لومړیو ورځو کې چې په دې خونه کې وګومارل شوم، پر ما یې باور نه درلود او اجازه یې نه راکوله چې په کارونو کې زیاته لاسوهنه وکړم؛ ځکه چې د هغوی په نظر ډېر ((سابقه دار)) نه وم. زما سیال د امریکا اوسېدونکی یو بانکدار و، چې په تایلنډ کې یې کار کاوه، چې له هر پلوه، څه فردي او څه مسلکي، ډېر باکفایته و. په هر حال زما د بریالیتوب احتمال ډېر کم و، خو ډېر ساده شعار مې درلود. شعار مې دا و چې کلونه کېږي په تایلنډ کې یم او تصمیم لرم چې نور ژوند مې هم په تایلنډ کې تېر کړم. زما سیال پېرې مهاجر و، چې په ډېر احتمال سره څو کاله وروسته له کاره ګوښه کېده. باید ټول مې دې ته واداره کړي وای چې زه له تایلند سره ډېره لېوالتیا لرم (په دې دلیل چې هلته اقامه لرم او هغه تصمیم چې د پاتې کېدو لپاره مې نیولی دی) او سوداګرۍ په خونه کې ډېر زیات صلاحیت هم لرم او کولای شم د کار له عهدې ووځم. نوموړی بانکوال ډېر ښه سړی و، خو فکر کوم د رایې اچونې پر ورځ زما جدیت زما کار جوړ کړی او په اسانۍ بریالی شوم. باور او جدیت دوه جادویي عوامل دي که په ښه ډول له یو بل سره یوځای شي، نو تاسې ته به د خوښۍ طلسم په لاس درکړي. تاسې د خرڅلاو لپاره خوش بینۍ ته اړتیا لرئ.زما د بریالیتوب دلیل دادی، چې د توکو او نظرونو په خرڅلاو کې تل خوشبین یم. نو په دې دلیل مې هېڅکله د تایلنډ په پېژندلو؛ څه د تفریح په ځایونو او څه د کاروبار د ځای په اړه ماتې نه ده خوړلې. زما د ویناوو څخه یوه بریالۍ وینا د ((کوم شیان د تایلنډ د صنعت په اړه سم دي؟)) ترسره شوه. کله

(c) ketabton.com: The Digital Library

چې دا وينا (۱۹۹۲ د مې مياشت) له يوه پلوه اهميت درلود او هغه دا چې څو ورځې وړاندې د دولت پرضد په سړکونو کې يو شورش په لاره اچول شوی و او د تايلنډ نظاميانو په سړکونو کې ملکي وګړي په ډزو ويشتلي وو. د هغې وينا ځينې برخې داسې وې: ((تايلنډ ټول خلك د هرڅه د ډېروالي په نوم پېژني، ياني هر څه په کې ډېر دي؛ د کودتا ډېروالی، ترافيك، د هوا خرابوالی، سېلابونه او د ژوند د چاپېريال ډېرې نورې ستونزې. خو په تايلنډ کې نور شيان هم ډېر دي او هغه د ((تضمين)) ډېروالی دی. بلې په دې هېواد کې ډېرې ستونزې شته لکه ايډز، د هوا خرابوالی، ... مګر دا داسې ستونزې دي، چې د نړۍ ډېری هېوادونه ورسره مخ دي. د لندن، لاس انجلس، توکيو، تورنتو، روتردام، روم، مادريد او مسيکو ښارونه ټول لږ او زيات له ورته ستونزو سره مخ دي. زه فکر کوم هغه وخت رارسېدلی دی چې موږ د هېواد د استازو په توګه منفي شيانو ته د ګوتې نيونې څخه ډډه وکړو. موږ دا دنده لرو، چې د ټولو هېوادونو خلك او همدارنګه ځانونه دې قضيې ته متوجه کړو چې په دې هېواد کې ډېر نور شيان هم شته . راځئ چې ددې هېواد مثبتو شيانو ته لکه د سيلانيانو په څېر نظر وکړو.

شرقي اسيا اوس هم د نړيوالو له نظره يوه په زړه پورې سيمه ده. نړيوال روغتيايي سازمان، له ايډز څخه د مخنيوي ملي پروګرام چې د تايلنډ له خوا وړاندې شو ، د نورو هېوادونو د پروګرامونو په پرتله تر ټولو غوره او پراخه برنامه ده. ډېری خلك د تايلنډ منفي ټکي ويني، خو زه يو خوشبين سړی يم. زه ستونزې او ځينې مسئلې په ځانګړې توګه د سياحت د صنعت په برخه کې، په فرصت ورته ګورم. ((زما افراطي سرسختي او خوش بيني ددې لامل شوه چې ټول ماته لېونی ووايي. خو د وخت په تېرېدو سره زما خبرو زما صداقت او رښتينولي ثابته کړه. د تايلنډ د سياحت صنعت د پرمختګ په حال کې دی او په رښتينې توګه هم د پرمختګ په حال کې دی. څنګه امکان لري چې داسې يو هېواد چې تايلنډي فرهنګ، سواحل، بازارونه او خوراکونه لري او ماتې دې

www.meliatahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

وخوري. زما په نظر کله چې تاسې وینا کوئ په رښتیا هم د خپلو نظرونو د خرڅلاو، د خپل شرکت قوت او یا هغه محصولات یاست چې تولیدوئ یې. ډېرى خلك نه شي کولاى چې ښه وینا وکړي، خو د شرکتونو ټولو مسولینو ته وایم چې خپل مهارت ته مو په خبرو کې وده ورکړئ. هغه شهرت چې مفت په لاس درځي هغې باندې فکر وکړئ! زما د کار لومړۍ شپې ورځې وې چې په یوه غونډه کې مې د خبرو لپاره نوملیکنه وکړه، چې دا یوه غوره پانګه اچونه وه، چې اوس یې هم لرم. خو باید یو ټکي ته اشاره وکړم: کله چې مو په ځان باور پیدا کړ چې د مایکروفون مخې ته ودرېدی شئ، نو داسې کوم کار ونه کړئ، چې خلك مجبور شي، تاسې په زور له مایکروفون څخه لرې کړي. دا واقعیت باید ومنو چې له موږ څخه ډېر لږ خلك کولاى شي، چې په وینا کې د وینستهون چرچیل په څېر وي. سربېره پر دې کوښښ وکړئ، چې خبرې مو لنډې، ګټورې او د موضوع اړوند وي. ډاډه اوسئ چې اورېدونکي به په دې کار سره تاسې ډېر تشویق کړي. خو دا هېڅکله له یاده مه باسئ، چې کوښښ او جدیت په خرڅلاو کې مهم رول لري.
کولاى شو جدیت د رښتیني تصمیم له مخې تعریف کړو. ټول پوهېږو چې اخري ټلیفون کول، د یو فکس لېږل هغه هم د کار په وروستیو شېبو کې چې ښه ستړي شوي یاست، دا نو اسانه کار نه دى. په ځانګړې توګه ((چې خپلې پایلې ته هم نه یو رسېدلي. د امریکا پخواني جمهور رئیس ((کالوین کولیج)) په دې اړه یو مناسبه خبره کړې ده: ((په نړۍ کې هېڅ داسې شى نه شته چې د ارادې ځاى ونیسي؛ هغه که استعداد وي، ځکه چې نړۍ کې ډېر با استعداده خلك شته، چې تراوسه ناکام پاتې دي. نبوغ هم نه شي کولاى؛ ځکه چې بریالي نابغه ګان ډېر زیات دي. زده کړې هم نه شي کولاى؛ ځکه چې په نړۍ کې ډېر زیات تحصیل یافته خلك شته. خو دوه لاملونه اراده او استحکام دي چې د پوره اقتدار څخه برخمن دي.)) ډېر لږ داسې پلورونکي به پیدا کړئ، چې هغه کوښښ کوونکي او ثابت قدمه نه وي. تاریخ زموږ لپاره ډېر ښه مثالونه لري: هنري فورد، د اوټو موبیل مخترع او د

(c) ketabton.com: The Digital Library

تولیز صنعت بنسټ ایښودونکی، په خپل لومړني کاروبار کې یې ماتې وخوړه، په دویم کې یې هم ماتې وخوړه، خو په دریېیم کې د هغه کوښښ نړۍ ته بدلون ورکړ. کینګ جیلت وایي، کېدی شي په دې بریالي نه شئ چې یو داسې هېواد پیدا کړئ، چې د هغوی په بازارونو کې د جیلت تېغ (د ږیرې خریلو پاکي یا ماشین) نه وي. پر ۱۹۰۳ م کال یې د ږیرې اصلاح کولو ماشین اختراع کړ، موګر ویې کولای شول یوازې ۵۱ ماشینونه او ۱۶۸ د ږیرې پاکیانې په یوه کال کې وپلورې. هوارد هافس مجبور شو چې د نفتو د څاه کارونه ودروي، ځکه چې نه یې شول کولای د ځمکې له سختو طبقو څخه تېر شي. له دې ماتې وروسته یې د کان کیندلو د وسایلو جوړولو شرکت بنسټ کېښود او داسې وسایل یې جوړ کړل چې هغه یې ډېر زیات مالداره کړ. د ۱۹۸۰م کال وروستۍ لسیزه وه چې کوښښ مې وکړ، دوه کاره ترسره کړم، خو کار دومره سخت و چې فکر مې وکړ، چې په خرڅلاو کې مې مهارت کمزوری شوی دی، خو په جدیت سره مې وکولای شول دواړه کارونه ترسره کړم. لومړی هغه یوې لوېې امریکایي ډلې پورې اړه لرله، چې غوښتل یې د ګلف لوبې د دستکشونو لپاره په اسیا کې یوه کارخانه جوړه کړي. د ګلف لوبه د نړۍ په ټولو ځایونو کې په ځانګړې توګه په اسیا کې ډېر مینه وال لري او زه په دې خاطر چې په هغه وخت کې ګلف باز نه وم، خو پوهېدم چې د ګلف لوبه به په تایلنډ کې ډېر پرمختګ وکړي. امریکایانو په جنوبي کُره کې ښه کارونه او کاریګر درلودل، خو په هغې هېواد کې د اړیکو لپاره دې ته لېواله شول چې کارخانه جوړه کړي. تایلنډ د هغوی لپاره یو نا اشنا هېواد و، ځکه خو یې له ډېر احتیاط څخه کار اخیسته. په تایلنډ کې د دې ډول کارخانې جوړولو د بریالیتوب په اړه زه دومره ډاډه وم، چې هغوی باور هم نه شو کولای.هغوی ته مې وویل د خپلې اړتیا وړ ځکه اخلو، د کارخانې ودانۍ په کې جوړوو، د ګډې پانګې اچونې لپاره یې دروازې خلاصې پرېږدو او د تایلنډ له دولت څخه یې ټول رسمي جواز ترلاسه کوو. په اخر کې هغوی راضي شول چې زما په خبر فکر وکړي. دا کارخانه د

(c) ketabton.com: The Digital Library

ټولو لپاره یوه ښه پانګه اچونه وه. موږ له (۲۰۰۰۰۰) ډالرو کمه پانګه اچونه وکړه او یوازې په یو ځل یانې پر ۱۹۹۹ کال مو (اته ملیونه) خرڅلاو درلود. ددې کارخانې د زیات خرڅلاو د شمېر په اړه یوازې دومره ویلای شم، چې له تصور وړ نه و.

زما دویمه معامله چې ډېره ستونزمنه وه د ۸۰ یمې لسیزې په اخر کې د یوې ټوټې ځمکې په اړه وه، چې د (ماریوت رویال ګاردن رویر ساید)) هوټل لپاره مې په بانکوک کې انتخاب کړې وه. تصمیم مې لره چې د اوبو د جریان خلاف لامبو ووهم او په یوه ښکاره او د ساحل په غاړه ځای کې هوټل جوړ کړم. په اخر کې مې اړتیا وړ ځمکه پیدا کړه، خو یوه ستونزه وه. دا ځمکه د انګرېزانو او کورنیو وه (یوه لویه کورنۍ چې تایلنډي- چیني په بانکوک) کې یې پېړۍ پېړۍ ددې ځمکې مالکان پاتې شوي وو. دا ستونزمنه وه چې هغوی راضي تر څو دا ځمکه د یو څو پیسو په مقابل کې ماته په اجاره راکړي. خو لومړی یې دې پیسو ته اړتیا نه لرله؛ که چېرې د هغوی موخه پیسې وې، نو دا ځمکه یې د ځمکو په لویو لویو سوداګر پلورلی او یا هم اجاره ورکولی شوه. په سر کې مې هغوی ته وویل: ((خپله قیمتي ځمکه ماته د څو پیسو په مقابل کې په اجاره راکړئ او په دې ډاډه واوسئ چې په دې ځمکه کې به داسې یو ګټور هوټل جوړ کړم چې هېڅوك هم په هغه ځای کې د داسې هوټل جوړولو ته حاضر نه دي. بله دا چې له ما سره یوځای شئ تر څو د هوټل جوړولو لپاره پور ترلاسه کړو.)) ما دا کورنۍ ښه پېژندله او پوهېدم چې هغوی له هغه چا سره معامله کوي، چې غواړي له دوی سره شریك شي، په پای کې دا هوټل جوړ شو او بریالی هم شو. هغه کورنۍ او انګرېزان اوس له دې ځمکې چې پخوا بې کاره پرته وه، په کال کې ډېرې پیسې ترلاسه کوي او خپله هغوی اوس ددې هوټل دایمي مشتریان دي او موږ د یو بل ښه دوستان هم یو. بله ستونزه چې په اخر کې له هغې سره مواجه شوم داسې وخت و چې د پېرودلو لپاره مې د ((رجنت بانکوك)) شرکت ۲۵ سلنه چې ملیونونه ډالر کېدل اړتیا درلودله، هغه هم په داسې وخت کې چې په ټوله اسیا کې مالي بحران

(c) ketabton.com: The Digital Library

و. په هغې وخت کې بانکونه هم له لويو پورونو څخه وېرېدل. په دې فکر چې د مالداره کېدو لپاره دا يو ښه چانس دی او کولای شي زموږ د شرکت عايدات زيات کړي، نو د خپل مال په خرڅولو مې پيل وکړ، چې بلاخره وتوانېدم چې په هغه شرکت کې ونډه يا سهم واخلم. که اوس هم د خپل قدرت او د خرڅلاو په مهارتونو کې شك لرئ، نو هغه کتابونه چې د شرکتونو د بريالیو مديرانو په اړه ليکل شوي دي، مطالعه کړئ. نو وبه ګورئ چې د هغوی د برياليتوب فورمول هماغه دوه کليمې دي چې تاسې ته نه وې نه دي: ((باور)) پر هغه څه چې تاسې يې پلورئ او جديت! که اوس هم د کاروبار په اړه خپل توان او د خرڅلاو د مهارتونو په اړه شك لرئ، نو اجازه راکړئ چې د ((جيم کوچ)) کيسه درته وکړم. دې امريکايي سړي د ((ساموئل ادامز)) څښاك بازار ته وړاندې کړ او د ((بوستون څښاك) يو ښه شرکت يې تاسيس کړ. د (له چانس سره څه بايد وشي) کتاب کې چې د بريالیو سوداګر او د شرکت خاوندانو په اړه ليکل شوی دی، د جيم د کاروبار بدلون چې د يوه څښاك خرڅوونکي څخه يو ښه پلورونکي ته بدل شوی دی، په کې داسې راغلي دي: د جيم تر ټولو اوږد (۵۰) متره پلې تګ د هغې د کار دفتر چې هلته يې د څښاك د سلاکار په توګه دنده ترسره کوله او د هغې هټۍ ترمنځ چې هلته يې څښاك(نوشابه) پلورل، و. په هغو ورځو کې د جيم او د هغه د کاکا ترمنځ خبرې اترې شوې وې، چې د تاوتريخوالي سبب ګرځېدلې وې. دا شخړه داسې وه، چې هغې تصميم درلود د خپل کاروبار او د خرڅلاو د ثبت لپاره يو کمپيوټر واخلي، خو ستونزه دا وه چې هغې په دې وخت کې چندان مشتريان نه درلودل. د جيم کاکا وپوښتل: ((چې کمپيوټر ستا څه په درد خوري؟)) خو جيم ويل چې ډېری شرکتونه چې نه يوازې کميوټر يې نه درلودل، بلکې د مشتريانو له ياده ويستل ددې سبب شول چې ناکام شي. جيم په دې وخت کې داسې احساس کاوه چې هغه نړۍ ته يو څښاك جوړوونکی راغلی دی، فکر يې وکړ چې غوره به وي، خرڅلاو وکړي. په بله ورځ د جيم د شرکت مدير چې جيم ته يې په حيرانۍ سره کتل او پوښتنه يې

(c) ketabton.com: The Digital Library

ترې وکړه، چې ښځه زما کوټې ته راغلې ده. جيم ورته د (ساموئل ادامز) د ښځې توصيف پيل کړ او بيا وروسته يې خپل د غاړې بيک خلاص کړ او يوه نوشابه يې مدير ته ورکړه. مدير نوشابې ته وکتل او بوی يې کړه او بيا وروسته يې هغه وڅښله او بې له ځنډه يې هغې ته د ۲۵ دانو فرمايش ورکړل. دا د جيم لپاره په زړه پورې وه. خپله هغه وايي: ((د لسو دقيقو په موده کې له ړښتينې وحشت څخه راحتۍ ته ولاړم.)) په همداغه شېبه کې پلورونکی وزېږېد.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

د خرڅلاو مدیریت څه شی دی؟

د خرڅلاو مدیر باید دا توانایي ولري چې د خرڅلاو قوه په سمه توګه اداره کړي او د شرکت موخې ترلاسه کړي. مدیریت ډېر تعریفونه لري، چې له دې جملې څخه یو دا ، مدیریت د کار پرمخ وړونکي، چلوونکي، اداره کوونکي او هغه څوك چې د کار اداره کوي، اداره د تعقیبولو، منظم کولو او د کار تنظیم په مانا ده.

مدیریت د نورو په واسطه د کارونو ترسره کولو ته وايي او د مدیریت علم عبارت دی له هغه علم څخه چې د نورو خلکو له لارې د کارونو ترسره کولو ته انسان رهنمايي کوي. همدارنګه ویل کېږي، مدیریت د اغېزمن کار د ترسره کولو لپاره له مادي او انساني سرچینو څخه کار اخیستنه، پروګرام جوړونه، سازماندهي، کنټرول دی، چې د یوه سازمان د موخو پر اساس ټولو ته د منلو وړ وي.

له پورته تعریفونو او یا په بېلابېلو کتابونو کې هغې ته ورته تعریفونو څخه داسې معلومېږي چې مدیریت د پلان جوړونې د علم او هنر له اتکل څخه عبارت دی. مدیریت عبارت دی له تنظیم څخه (د کار وېشل او د دندو ټاکل .(مدیریت عبارت دی له لارښوونې او رهبرۍ څخه (تر لاس لاندې وګړو ته لارښوونه او د هغوی په زړونو کې د نفوذ پیدا کولو وړتیا). مدیریت عبارت دی له څارنې او کنټرول څخه (د وګړو په کړو وړو څارنه او د هغوی د تېروتنو سمونه) او په پای کې مدیریت عبارت دی د غېرملتیا له رامنځ ته کول او د کار کوونکو تر منځ د سیستمي کتنې رامنځ ته کول. مدیر باید د سیستم جوړولو قدرت ولري او د کارکوونکو ترمنځ داسې یوه فضا رامنځته کړي، چې هغوی فکر وکړي موږ ټول د یوې کورنۍ غړي یو. د لیکوال په نظر د

www.melitahrik.com 0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

شرکتونو په اداراتو کې تر ټولو مهمه ستونزه مدیریت دی. د مدیرانو روزنه ډېره مهمه او اصولي ده، باید جدي ونیول شي. نور هغه د پخواني مدیریت وخت تللی دی، انسانان ماشینونه نه دي، هغوی احساس، درك او بصیرت لري، نو پر دې اساس د انساني سرچینو مدیریت او د ماشینونو مدیریت سره توپیر لري. ښه او مسلکي مدیران له کارکوونکو څخه پنځوونکي جوړوي او ځان استازی بولي، خو رهبري، نظارت او اصلاح کول هم د دوی په کړنو پورې اړه لري.

د اوسني وخت مدیران، خپله مشري د خپل چال چلند له مخې کارمندان ته ښايي. له تشویقي توکو څخه پرځای ګټه اخلي او مجازات پرخپل ځای استعمالوي. اوسني مدیران له خپلو کارکوونکو څخه پولیس جوړوي، په داسې حال کې چې پخواني او سنتي مدیران تل له کارکوونکو څخه ساتنه کوي، نه پوهېږم هغه کارکوونکي چې تل د څار لاندې نیول کېږي او د هغوی ټلیفوني مکالمې اورېدل کېږي، څنګه کولای شي ځان راحت احساس کړي او ووايي چې زه دې سازمان پورې اړه لرم.

لکه څنګه چې پر یوه شرکت کې مسلکي او کارپوه مدیر حاکم وي، نو ستونزې نه رامنځته کېږي او که رامنځته هم شي، نو ټول کارکونکي د هغې د حل لپاره یوځای هڅې کوي. یوځای راټولېدل پیل دی، له یو بل سره یوځای کېدل پرمختګ دی او په ګډه یا له یو بل سره کار کول بریالیتوب دی. ددې لپاره چې یو ټیم یا ډله سم کر وکړي، مدیر باید یوه نمونه او د نورو رهبر وي. بریالي مدیران هېڅکله بریالیتوبونه په خپل نوم نه کوي، بلکې پوهېږي چې ددې ترشاه ډېر نور دوستان هم لري. د یوه مدیر بریالیتوب ۱۵ سلنه د هغې د مسلکي او فني

(c) ketabton.com: The Digital Library

مهارتونو پورې اړه لري او ۸۵ سلنه نور د انسانانو په مهندسۍ پورې اړه لري. بریالي مدیران د همکارانو د ښه کار ترسره کولو کې د هغوی لاسنیوی کوي، خو کمزوري مدیران هغه وخت د خپلو کارکوونکو پوښتنه کوي یا یې خواته ورځي چې کور ناسم کار یې ترسره کړی وي. د خرڅلاو په دایره کې له هغې وروسته چې شرکت موخې، پالیسي، چوکاټ، اندازه، شمېر، حقونه او ګټې خپلو د خرڅلاو کارکوونکو ته وټاکي، نو بیا کار کولو، ټاکلو، زده کړې، نظارت، د انګېزې رامنځته کول او د کړنو ارزونې ته وار رسېږي. بېلابېل سیاستونه او پروسیجر دا ډول تصمیمونه رهبري کوي.

د خرڅلاو د مدیریت د رهبرۍ دندې:

۱- پروګرام جوړونه: د موخو ټاکنه، وړاندوینه، د سمو معلوماتو پر وخت راټولو، پر چاپېریال نفوذ (د چاپېریال پېژندنه، اړیکي او تصمیم نیونه.

۲- سازماندهي: د خرڅلاو د قوې ټاکنه، د کار وېش د دندو تفکیك، د ګزارش ورکولو او کاري اړیکو مسیر ټاکل، د مسوولیتونو مشخصول او د خرڅلاو د قوې اختیارات.

۳- لارښوونه او رهبري: سرپرستي او رهبري کول، د انساني سرچینو روزنه، انګېزه او انساني اړیکي، د خرڅلاو د قوې حقونه او ګټې او د رهبرۍ ښه ټریننګ.

۴- نظارت او کنټرول: څارونکی او باخبره اوسېدل، د برنامې او عمل ترمنځ سنجش، په کړنو کې د انحرافاتو د دلایلو پیدا کول او د تېروتنو اصلاح کول.

(c) ketabton.com: The Digital Library

۵- همغږي: له کارکوونکو سره غونډې نيول، د خرڅلاو د قوي ترمنځ د اړيکو او همدردۍ د زياتوالي په اړه کوښښ، د شرکت په داخل کې د ناسالم رقابت پرځای د دوستۍ فضا رامنځته کول، پرځان د باور روحيه پياوړې کول، په ګروپي بڼه د کارکولو فضا رامنځته کول او د خرڅلاو په برخه کې د انګېزې پراختيا او سيستم رامنځته کول.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

هغه پوښتنې چې د یوه شرکت رئیس یا مشر یې باید له ځانه وکړي

تقریباً ډېرې شرکتونه چې توکي او خدمات تولیدوي، له ډېرو اړخونو څخه یوشان چوکاټ لري. په دې مانا چې ټول دا کوښښ کوي، چې د سیالانو په نسبت ډېره ګټه ترلاسه کړي، داسې توکي تولیدوي چې د مشتریانو اړتیاوې پوره کړي، له ګواښونو سره مبارزه کوي او د بریالیتوب ټکو ته ډېره پاملرنه او قوت ورکوي... خو ځینې وخت مدیران او د شرکتونو خاوندان ددې مشترك چوکاټ په پېژندلو کې تېروتنه کوي او کله د هغې ځینې برخې له یاده باسي. په دې حالت کې ځینې زیانونه رامنځته کېږي، که پاملرنه ورته ونه شي، نو سوداګري له خنډ سره مخامخ کېږي. په دې لیکنه کې ۱۴ هغه پوښتنې مطرح شوي دي، چې تل یې باید د کاروبار خاوندان له ځانه وکړي:

شرکت کوم ارزښت تولیدوي؟

دا ډېره مهمه پوښتنه ده، چې هر کاروباري یې له ځانه وکړي. که چېرې هغه ونه توانېږي چې درې جملې بیان کړي، چې ولې مشتري د شرکت له لوري تولید شویو توکو او خدماتو ته اړتیا لري او هغه پېري. نو بیا دې د خپل کاروبار پلان له سره وڅېړي، ځکه چې په دې برخه کې شرکت له ستونزو سره مخامخ دی. که چېرې اړتیا نه وي، نو مشتري د پېرلو لپاره انګېزه نه لري او بې له پلورلو څخه کېدی شي شرکت له منځه لاړ شي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

ایا د شرکت د محصولاتو لپاره یو مناسب بازار شته؟

ډېری وخت سوداګر او کاروباریان له ډېرې خطرناکې تېروتنې سره مخ کېږي، په دې مانا چې د توکو او خدماتو د پلورلو لپاره د بازار په اړه روښانه لید نه لري. په حقیقت کې مخکې تر دې چې پوه شي ایا د سوداګریزې نظریې لپاره یې مناسب بازار شته که نه، دې نظریې ته لېوالتیا پیدا کوي. که چېرې د یوه شرکت د تولیدو شویو توکو او خدماتو لپاره په پوره اندازه لوی بازار نه وي، نو خپلو کړنو ته دې پراختیا ورکړي.

ستاسې او د سیالانو په تولیداتو کې څه توپیر دی؟

مشتریان په روښانه توګه د توکو ګټې ته ګوري بیا توکي رانیسي، که ستاسې او د سیالانو ترمنځ په توکو او خدماتو کې ښکاره ګټه موجوده نه وي، د خپلو فعالیتونو په جریان کې له ستونزو سره مخامخ کېږئ. د داسې ګټورو توکو وړاندې کول ،چې ستاسې سیالان د هغې د تولید توان ونه لري، نو دا د بریالیتوب اصلي شرط دی.

د نویو سیالانو رامنځه کېدل، تاسې ته تر کومه حده ګواښ دی؟

که په داسې سیمه کې مو کاروبار پیل کړی وي، چې هغه ډېره ګټوره وي، نو په دې ډاډه واوسئ، چې ډېر ژر به دې ډګر ته ستاسې سیالان راودانګي. هغوی به له داسې لارو چارو او میتودونو څخه کار واخلي، چې په ښه کیفیت او ارزانه بیه هماغه توکي تولید کړي. تاسې باید په کاروبار کې د اوږده مهاله بریالیتوب لپاره د خپلو ګټو د ساتلو او د سیالانو سره د سیالۍ په اړه فکر وکړئ او په عین وخت کې باید د

(c) ketabton.com: The Digital Library

وفادارو مشتریانو څخه یوه ډله جوړه کړئ، تر څو د تازه او نویو ګواښونو څخه ځان وژغورئ.

په څومره اندازه لومړنۍ پانګې ته اړتیا ده؟

ځینې ارقام په ګوته کوي، چې د یوې کمپنۍ ناکامي اویا په سلو کې د لومړنۍ کمې پانګې له امله رامنځته کیږي. ددې ستونزې د حل لپاره د لومړنۍ پانګې سمه او مناسبه وړاندوینه ده، چې هغې ته ډېره پاملرنه وشي.

په لومړنیو کلونو کې د خپل فعالیت د ترسره کولو لپاره څومره پانګې ته اړتیا لرئ؟

که پنځمې شمېرې پوښتنې ته مو پام نه وي کړی، نو دې پوښتنې ته دقت وکړئ. دا یو واقعیت دی چې په بازار کې د خپل کاروبار لپاره ځای پیداکول او مشتریان راخپلول وخت ته ړاتیا لري. چې په دې وخت کې باید لګښت وشي. ټولې پوښتنې په نظر کې نیولو سره اړینه ده چې لږ تر لږه د خپل فعالیت درې لومړني کلونه داسې ترتیب کړئ، چې پیسې ولرئ، یانې ټولې پیسې مو بندې نه شي. له دې پرته کېدی شي ټول کوښښونه او پلانونه مو په نیمه لاره کې پاتې شي.

د شرکت مالي تامین لپاره کومې سرچینې موجودې دي؟

په دې برخه کې ډېرې پوښتنې رامنځته کیږي: له بانک څخه پور اخیستل، د کورنۍ د غړو مالي مرسته،د اعتبار کارت، د شرکت سهم پلورل یا پانګوال پیدا کول. له دې هر یو څخه د ګټې او تاوان ټکي لري. مخکې له دې چې کاروبار پیل کړئ، باید پوه شئ، چې په اوږدمهاله

(c) ketabton.com: The Digital Library

کې کوم لګښتونه کوئ او پر کاروبار به څه اغېز وکړي. بل دا چې د نغدو پيسو لپاره مو داسې پروګرام جوړ کړئ، چې د پور پرېکولو پر وخت له ستونزو سره مخ نه شئ.

ستاسې د قوت ټکي څه دي؟

د بېلګې په توګه د ګوګل شرکت انټرنېټي پلټنې وړاندې کوي، په عين وخت کې د سيسکو شرکت نوې ټکنالوژي بازار ته وړاندې کوي. ستاسې شرکت په کومه برخه کې تخصص لري؟ دې پوښتنې ته ځواب نه ويلو سره کېدی شي ستاسې شرکت له ستونزو سره مخ شي او يا ورته زيان ورسېږي.

ستاسې د ضعف ټکي څه دي؟

دا ښکاره خبره ده چې تاسې به په ټولو برخو کې تخصص نه لرئ. د بېلګې په توګه (اپل) کمپنۍ د (ipod) او (iphone) محصولات توليدوي او بازار ته يې وړاندې کوي، خو ددې محصولاتو جانبي برخې نورو شرکتونو ته ورکوي. لکه پوښ، بټرۍ، غوږۍ او نور. په ټولو برخو کې د تخصص پيداکولو لپاره پانګه اچونه ډېره خطرناکه ده، کېدی شي له تاسې څخه ستاسې توان له مينځه يوسي. دا زده کړئ چې تخصصي کارونه نورو ته وسپارئ.

عرضه کوونکي په کومه اندازه توان لري؟

د کاروبار خاوندان بايد د لومړنيو توکو پر يوه يا محدودو عرضه کوونکو بسنه ونه کړي.

(c) ketabton.com: The Digital Library

د توکو اخیستلو لپاره د مشتریانو تشویق له تاسې ډېر وخت او انرژي غواړي، که چېرې عرضه کوونکي وغواړي په کاروباریانو باندې فشار راوړي، نو دا کار به ډېر ستونزمن وي. په دې برخه کې اصلي قاعده داده چې د لومړنیو توکو سرچینې بېلابېلې کړي.

د مشتریانو توان په کومه اندازه دی؟

لکه د عرضه کوونکو په څېر، که پېرودونکي محدود وي، نو کولای شي له یو اړخ څخه په پلورونکي فشار وارد کړي، چې په پایله کې نرخ راټیټېږي. په دې وخت کې باید کاروبار څښتنان د نویو مشتریانو په لټه کې شي، تر څو ډېره ګټه هم ترلاسه کړي او د محدودو مشتریانو له فشار څخه راووځي.

www.melitahrik.com 0777400116

محصول باید څنګه وپلورل شي؟

په دې برخه کې هېڅ د حل لاره داسې نه شته، چې یو نفر پورې چې د ټول شرکت لپاره مناسب وي منحصر شي. ځینې شرکتونه خپلې د خرڅلاو ځانګې قراردادیانو ته سپاري او ځینې نور بیا د خرڅلاو ټول مراحل خپله ترسره کوي. د خرڅلاو پلان باید د شرکت د عمومي ستراتیژۍ له مخې جوړ شي، ګټې او لګښتونه باید په نظر کې ونیول شي.

ستاسې مالي وړاندوینه تر کومه حده دقیقه ده؟

د بازار په راتلونکو میتودونو کې دقت کول، ټولو کاروباریان سره مرسته کوي، د راکړې ورکړې جریان مو په سمه او منظمه توګه برابر کړئ. په دې برخه کې پر وخت، پانګې، د ورکړې وخت پوهېدنه د یو

(c) ketabton.com: The Digital Library

ځانګړي اهمیت څخه برخمنه ده. ددې وختونو په تنظیم کې لږه ناپامي کېدی شي شرکت د مالي ضعف سره مخامخ کړي.

د مشتریانو د پېرلو توان په کومه کچه دی؟

که دې پوښتنې ه ناسم ځواب ورکړئ، نو د خپل کاروبار د اوږدمهاله ګټې تمه مه کوئ. که ډېر باکیفیته توکي هم تولید کړي، او د هغې د اخیستلو لپاره په پوره اندازه مشتریانو موجود نه وي، نو توکي به له تاسې سره په لاس کې پاتې شي. د کیفیت په نظر کې نیولو سره قیمت ټاکل د مشتري د راجلبولو مهم اصول دي. که پر دې پوه نه شئ، چې د محصول څه ډول قیمت به مشتریان راجلب کړي، نو کوم کوښښونه چې د بازار موندنې په برخه کې ترسره کوئ، بې پایلې به پاتې شي.

www.melitahrik.com
0777 400 116

(c) ketabton.com: The Digital Library

مننه او کوروداني

د افغانستان ملي تحریک د هېواد پال او فرهنګپال شخصیت ښاغلي (نثار احمد ناصري) څخه د زړه له تله مننه کوي چې د دې اثر چاپ ته یې اوږه ورکړه. ملي تحریک ویاړي چې د علمي اثارو د چاپ لړۍ یې پیل کړې ده. دا لړۍ به دوام لري. موږ له ټولو درنو هېوادوالو څخه په خورا درنښت هیله کوو چې په خپل معنوي او مادي وس د کتابونو د چاپ دا لړۍ لا پسې وغځوي.

یو ځل بیا د دې اثر له لیکوال او چاپوونکي څخه د زړه له تله مننه کوو چې د دې اثر د لیکلو او چاپولو جوګه شول.

په فرهنګي مینه

د افغانستان ملي تحریک

www.melitahrik.com 0777 400 116

Get More e-books from www.ketabton.com
Ketabton.com: The Digital Library