

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و مائتین اجتماعی

۲۴۳

خدمات روکش پارچه ای لوازم خانگی

(مبل و وسایل آشپزخانه)

۱۳۹۰

خدمات روکش پارچه ای لوازم خانگی (مبل و وسایل آشپزخانه) / تدوین و تنظیم
سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰
ص.۵۵۵

موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۴۳
۱۵۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۵۲۴۴-۹۹-۱

فیبا

روکش مبلمان - - صنایع دستی - - کسب و کار خانگی
سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ ت/۹ ۳۹۵ TT

۲۳۵۲۱۳۸

۷۴۶/۹۵



عنوان کتاب: خدمات روکش پارچه ای لوازم خانگی (مبل و وسایل آشپزخانه)
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.ISSI.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

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

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵
دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱ تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
توصیف خدمات.....	۵
فرآیند ارائه خدمات.....	۱۷
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۲۹
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۳۰
سرمایه مورد نیاز.....	۳۰
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۳۲
وضعیت بازار.....	۳۳
شیوه بازاریابی و معرفی محصولات.....	۳۵
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۵۱
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۵۲
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۵۳
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۵۴
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۵۵

پیشگفتار

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

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

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

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

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

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

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

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

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

توصیف خدمات

خدمات تولید روکش پارچه‌ای مبل و لوازم خانگی شاخه‌ای از حرفه دوخت و دوز می‌باشد و برش و دوخت از اصول اولیه ارائه آن محسوب می‌شود:

خدمات تولید روکش پارچه‌ای لوازم خانگی

روکش مبلمان:

عبارتست از تولید پیراهن مبلمان و دوخت انواع پیراهن‌های مناسب مبلمان که به راحتی به مبلمان پوشانده شود و به راحتی قابل بیرون آوردن باشد و دارای قابلیت شستشو به دفعات باشد.

روکش لوازم آشپزخانه:

عبارتست از دوخت روکشی برای لوازم موجود در آشپزخانه.

فرایند ارائه خدمات تولید روکش مبلمان

بخش زیادی از آراستگی و آذین منزل متوجه مبلمان منزل می‌باشد، استفاده از مبلمان در منازل علاوه بر کاربردشان جهت نشستن، نقش بسزایی

در زیبایی و دکوراسیون منزل برعهده دارند. بنابراین با فرسوده و مستعمل شدن مبلمان، دکوراسیون منزل چهره نازیبایی پیدا می‌کند یکی از روش‌های تغییر در دکوراسیون داخلی و ایجاد فضایی مطلوب، تعویض مبلمان مستعمل می‌باشد. از آنجا که این کار هزینه بالایی را در بر خواهد داشت می‌توان رویه مبلمان مستعمل را تعویض نمود و با نو کردن رویه مبلمان، ظاهری زیبا برای آن ایجاد نمود. در این راستا روکش مبلمان که با نام پیراهن مبل شناخته می‌شود می‌تواند نقش بسزایی را ایفا نماید.

از پیراهن مبل در موارد زیر استفاده می‌شود:

- پیراهن مبل برای مبلمان نو

با توجه به افزایش قیمت مبلمان و عدم توانایی بسیاری از خانواده‌ها در تعویض و خریداری مبلمان جدید حفاظت و نگهداری از مبلمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از آنجا که رویه مبلمان اولین جایی است که در اثر استفاده، فرسوده و مستعمل می‌شود باید به نگهداری آن توجه ویژه‌ای نمود. یکی از راه‌های نگهداری از رویه مبلمان استفاده از پیراهن مبل برای مبلمان است، تهیه پیراهن برای مبلمان باعث جلوگیری از کهنگی و خرابی رویه آن می‌شود و می‌توان سالها مبلمان را نو نگهداری نمود.

– پیراهن مبل برای مبلمان مستعمل

در مواردی که رویه مبلمان مستعمل شده و نیاز به بازسازی دارد تعویض رویه مبلمان (رویه کوبی) پیشنهاد می‌شود اما از آنجا که در موارد بسیاری این کار هزینه بسیاری را در بر دارد و گاهی برای خانواده‌ها مقرون به صرفه نمی‌باشد می‌توان با استفاده از پیراهن مناسب برای مبلمان علاوه بر پوشاندن رویه مستعمل شده، ظاهری جدید و زیبا برای مبلمان به وجود آورد که سالها قابل استفاده باشد همچنین از پیراهن مبل در مواقعی که مبلمانی فرسوده شده باشد و رویه آن دچار پارگی شده باشد و یا رنگ مطلوب آن از بین رفته باشد نیز استفاده می‌شود. برای تهیه روکش مبلمان می‌توانید تنها از یک پارچه استفاده نمایید و یا اینکه از تلفیق ۲-۳ پارچه در کنار یکدیگر استفاده کرد.



برای فعالیت در این حرفه باید به اصول خیاطی و دوخت تسلط کامل

داشته باشید و شخصی که در این حرفه آغاز به کار می‌نماید باید:

- انواع مدل‌های مبلمان را بشناسد
- ابزارهای مورد نیاز را بشناسد
- با انواع دوخت آشنایی داشته باشد
- آشنایی کامل با اصول دوخت پیراهن مبلمان داشته باشد
- با الگوهای مورد نیاز برای اینکار آشنایی داشته باشد
- با پارچه‌های مخصوص این کار آشنایی داشته باشد

روکش مبلمان (پیراهن مبلمان) از پارچه‌های مناسب برای انواع مبلمان، تهیه می‌شود که شامل طراحی، الگوسازی، برش و دوخت می‌باشد. تهیه الگوها با توجه به نوع مبلمان متفاوت می‌باشد و پس از آن مراحل برش و دوخت انجام می‌شود. برش و دوخت از جمله هنرهایی است که نیاز به مهارت فراوان دارد چنانچه اصول آن به گونه‌ای کامل فراگرفته نشود نتیجه بخش نخواهد بود. همچنین باید با انواع مبلمان و صندلی آشنایی کامل داشته باشید.



خدمات تولید روکش مبلمان برای انواع:

- مدل‌های ساده
- مدل‌های بالشتی
- مدل‌های ترکیبی
- مدل‌های منحنی
- مبلمان تمام پارچه‌ای
- مبلمان پارچه‌ای و چوبی
- مبلمان چرمی
- مبلمان راحتی
- مبلمان استیل
- کاناپه

- انواع صندلی
 - صندلی‌های دسته‌دار
 - صندلی‌های بدون دسته
 - صندلی نهار خوری
 - صندلی میز تلفن
 - صندلی اپن
- قابل ارائه است.

مراحل انجام کار

در ابتدا باید اندازه‌های مبلمان مورد نظر را بگیرید. با اندازه‌گیری طول، عرض، ارتفاع، عمق، بیرون زدگی و تورفتگی‌های مبل مورد نظر، اندازه دقیقی از مبلمان را بدست آورید، سپس شروع به ترسیم الگوها نمایید. الگوهایی که تهیه می کنید باید کمی بزرگ‌تر از حجم موردنظر باشد تا به راحتی قابل پوشاندن و بیرون آوردن باشد. اگر الگوهای تهیه شده خیلی بزرگتر از حجم مورد نظر باشد روی مبل می‌لغزد و باعث بد فرمی و نازیبایی کار خواهند شد.

در این مرحله تهیه الگو بسیار مناسب است چرا که تاثیر بسیار زیادی در نتیجه کار شما خواهد داشت. پیراهن مبلی که برای مبلمان موردنظر خود

طراحی می‌کنید باید کاملاً اندازه باشد و همانند یک لباس مناسب در پیکره مبلمان قرار گیرد. همانطور که برش و طراحی الگو یکی از مهمترین قسمتهای تولیدات شما است، تکنیک صحیح دوخت نیز به همان نسبت اهمیت دارد. در تهیه الگوهای روکش صندلی توجه به فرم و هم چنین توجه به نوع روکشی که قرار است طراحی نمائید از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

با توجه به نوع مبلمان می‌توانید روکش‌های متفاوتی را طراحی نمایید.

به طور مثال:

- مبلمان تمام پارچه

برای تهیه روکش مبلمان تمام پارچه، روکش باید قابلیت پوشاندن تمامی مبلمان را داشته باشد.



- مبلمان تمام چرمی

برای تهیه روکش مبلمان تمام چرمی نیز روکش باید قابلیت پوشاندن تمامی مبلمان را داشته باشد، همچنین جنس پارچه انتخابی باید به گونه‌ای باشد که روی چرم نلغزد.

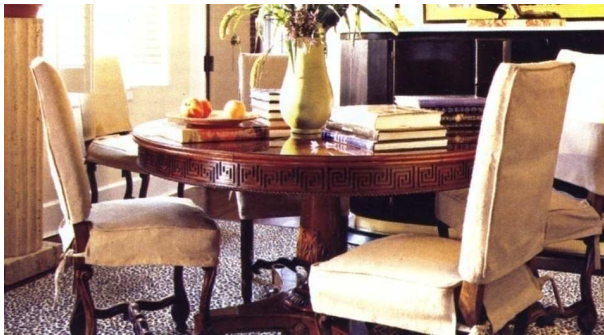
- مبلمان چوب و پارچه

در تهیه روکش برای مبلمانی که بخشی از آن چوبی و بخشی دیگر پارچه‌ای است می‌توانید به دو روش عمل نمایید:

۱. روکش‌هایی طراحی نمایید که کلیه قسمت‌های مبل اعم از قسمت‌های چوبی و پارچه‌ای را بپوشاند. بدین ترتیب تمامی مبل زیر پوشش روکش قرار می‌گیرد و بخش‌های چوبی آن نیز در مقابل صدمات محافظت می‌گردد.



۲. روکش هایی طراحی نمائید که تنها بخش های پارچه ای مبلمان را زیر پوشش خود قرار دهد و قسمت های چوبی خارج از پوشش روکش قرار گیرد. در این طراحی، مبلمان زیباتر به نظر خواهد رسید.



نوآوری

✓ از آنجا که کلیه بخش های مبلمان و صندلی های فلزی از جنس فلز



بوده بنابراین ممکن است استفاده کننده از آن در هنگام نشستن، احساس راحتی نداشته باشد بنابراین می توانید تشک های ابری مخصوص نشیمن صندلی های فلزی را طراحی و به همراه خدمات خود ارائه نمایید.

✓ برای انواع مبلمان و صندلی‌های چوبی، حصیری، پلاستیکی و اپن و... که دارای نشیمن مناسب نمی‌باشند می‌توانید تشک و پشتی‌های مناسب از جنس فوم و یا الیاف تهیه نمایید و به عنوان بخشی از خدمات خود ارائه دهید.



✓ می‌توانید برای کاهش هزینه پارچه تلفیقی از پارچه‌های گرانیقیمت و ارزان قیمت را در کنار هم بکار برده و برای تزئین روکش‌ها از قیطان و



یراق‌آلات مخصوص مبلمان استفاده نمائید.

✓ با استفاده از پارچه‌های متناسب با روکش مبلمان، کوسن‌هایی در ابعاد متفاوت بدوزید و به مشتریان خود هدیه دهید.



✓ با استفاده از خرده پارچه‌های استفاده شده در روکش مبلمان می‌توانید تابلوهای مدرن هنری را به عنوان یک عنصر تزئینی درست کرده و قاب مناسبی دور آن بگیرید و به همراه خدمات روکش مبلمان به مشتریان خود بفروشید و یا به عنوان نمونه هدیه بدهید.



در تهیه روکش مبلمان باید نکات زیر را مورد توجه قرار دهید:

- از پارچه‌های مخصوص جهت روکش مبلمان استفاده نماید.
- بهتر است پارچه‌ای که به کار می‌برید از نظر جنس و طرح با مبلمان هماهنگی و سازگاری داشته باشد.
- هر نوع پارچه‌ای برای تهیه روکش مبلمان مناسب نمی‌باشد.
- باید از پارچه‌هایی با رنگ ثابت و کیفیت مطلوب استفاده نمایید.
- در دوخت روکش‌ها باید از دوخت محکم استفاده نمود که به سرعت شکافته نشود.
- روکش‌ها باید به راحتی بیرون آورده شوند و قابلیت شستشو به دفعات را داشته باشند.



فرایند ارائه خدمات تهیه روکش لوازم آشپزخانه

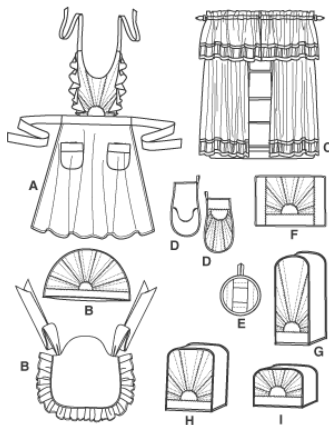
بسیاری معتقدند آشپزخانه قلب خانه است. بنابراین باید علاوه بر رعایت نظافت و بهداشت لوازم آشپزخانه، به کارگیری تزئینات بگونه‌ای باشد که علاوه بر زیبایی، فعالیت در آن به راحتی امکانپذیر باشد.

برای فعالیت در این زمینه ابتدا باید الگوهای مورد نیاز را تهیه نموده و

سپس اقدام به مراحل دوخت نمایید.

تولیدات شما می‌تواند شامل گروه‌های:

- روکش لوازم آشپزخانه
- سرویس دستگیره
- سرویس پرده و رومیزی آشپزخانه
- سرویس‌های تزئینی آشپزخانه باشد.



برای تولیدات خود در زمینه‌های فوق می‌توانید از:

- پارچه‌های معمولی
- پارچه‌های ضد آب
- پارچه‌های نسوز مخصوص سرویس آشپزخانه
- انواع پلاستیک‌های شفاف
- انواع پلاستیک‌های مات
- انواع سفره ساده و نقش‌دار
- انواع بافت

استفاده نمایید. که هر یک دارای ویژگی‌هایی می‌باشند:

🔗 جنس پارچه‌ای قابل دستمال کشیدن نمی‌باشد ولی به راحتی قابل

شستشو می‌باشد و دارای دوام بیشتری می‌باشد.

🔗 جنس‌های پلاستیک و سفره به راحتی قابل دستمال کشیدن می‌باشد.

ولی پس از مدتی کدر می‌شود و به مرور زمان، انعطاف خود را از دست می‌دهد و به راحتی پاره و سوراخ می‌شود.

🔗 پارچه‌های نسوز علاوه بر کلیه مزایای پارچه از خطر اشتعال و آتش

گرفتن جلوگیری می‌کند.

– تولید روکش لوازم آشپزخانه

تولید و دوخت روکش لوازم آشپزخانه بهترین سوژه برای خیاطان مبتدی و یا خیاطانی است که مهارت آنها نیاز به تکمیل شدن دارد چرا که اغلب از طرح‌هایی با خطوط ساده استفاده می‌شود و تکه‌های کمتری برش می‌خورد و از طرفی مراحل دوخت بسیار ساده است و نیاز به مهارت خاصی ندارد و با فراگیری اصول اولیه خیاطی و دوخت به راحتی می‌توانید در این حرفه فعالیت نمائید. همچنین می‌تواند بسیار صرفه اقتصادی داشته باشد. زیرا تولید آن به مقدار کمی پارچه نیاز دارد.

برای جلوگیری از نشستن گرد و خاک و آلودگی لوازم موجود در آشپزخانه از روکش محافظ برای روی آنها استفاده می‌شود. روکش لوازم آشپزخانه می‌تواند روکش‌هایی از جنس‌های متفاوت باشد.

این روکش‌ها می‌توانند برای انواع لوازم آشپزخانه از جمله لوازم برقی: چرخ گوشت، آبمیوه‌گیری، مخلوط‌کن، ماشین لباسشویی و... همچنین لوازمی از جمله: کتری و قوری، سماور و... تهیه شوند.



برای تهیه انواع روکش لوازم آشپزخانه ابتدا باید لیستی از لوازمی که می‌خواهید برایشان روکش تهیه نمائید آماده کنید و برای هر یک مدل‌های موجود و پر مصرف را بررسی نمائید بطور مثال:

آبمیوه‌گیری مدل‌های پارس خزر، دوو، ال جی و...

توستر مدل‌های پارس خزر، سانی، تفال و...

از انواع موجود بازار ۱ الی ۲ مدل را در نظر بگیرید که شباهت بیشتری به مدل‌های موجود در گروه خود دارند. مرحله بعدی مرحله تهیه الگوهای لازم جهت دوخت است.

برای تهیه الگوها ابتدا باید مدل‌های انتخابی را به خوبی بررسی نمائید و با اندازه‌گیری طول، عرض، ارتفاع، عمق، بیرون‌زدگی و تورفتگی‌های شی مورد نظر، اندازه دقیقی از حجم اشغال شده توسط شی مورد نظر را بدست آورید و سپس شروع به ترسیم الگوها نمائید.

الگوهایی که تهیه می‌کنید باید بزرگتر از جسم مورد نظر باشد تا به راحتی قابل پوشاندن و بیرون آوردن باشد همچنین قابل استفاده برای مدل‌های مشابه و کمی متفاوت باشد.

در واقع در هنگام الگوسازی باید با توجه به سایر مدل‌های موجود دستگاه مورد نظر توجه داشته باشید چرا که روکشی که تهیه می‌کنید باید قابلیت اینکه برای سایر مدل‌ها در نوع خود قابل استفاده باشد را دارا باشد

وگرنه از نظر اقتصادی و فروش مقرون به صرفه نخواهد بود که برای تک تک مدل‌های موجود در بازار روکش مجزایی را تهیه نمائید. این کار چند اشکال داد:

۱. شما نمی‌دانید چه تعداد از خانواده‌ها از هر یک از انواع مدل‌ها استفاده می‌نمایند ممکن است مدلی که شما روکشی اختصاصی برایش در نظر می‌گیرید از انواع کم فروش باشد و مشتری زیادی نداشته باشد بنابراین شما برای فروش دچار مشکل خواهید شد.
۲. از نظر تهیه الگو و دوخت برای شما مقرون به صرفه نخواهد بود که زمان زیادی را صرف تهیه الگو برای تک تک مدل‌ها نمائید.
۳. چرا که تنها با طراحی دو ۲-۳ مدل از هر نوع وسیله برقی در صورتی که قابلیت استفاده برای نمونه‌های مشابه را داشته باشد می‌توانید با صرف زمان کوتاه‌تری جهت الگو سازی و یکبار تهیه الگوها، به دفعات و تیراز بالا از روی الگوها بدوزید و تولید نمائید.

- سرویس دستگیره

تولید و دوخت سرویس دستگیره آشپزخانه اغلب از طرح‌هایی با خطوط ساده استفاده می‌شود و تکه‌های کمتری برش می‌خورد و مراحل دوخت بسیار ساده دارد. بنابراین بهترین سوژه برای خیاطان مبتدی و یا خیاطانی است که

مهارت آنها نیاز به تکمیل شدن دارد. همچنین می‌تواند بسیار با صرفه اقتصادی باشد. زیرا تولید آن به مقدار کمی پارچه نیاز دارد.

سرویس دستگیره شامل: دستگیره در سایزهای متفاوت، دستکش فر، دم‌کنی در سایزهای متفاوت و دستمال می باشد که قابلیت افزایش به حوله آشپزخانه، زیر قابلمه‌ای، محافظ دستگیره گاز و یخچال، کیسه نان و سبزیجات را دارد.

برای تهیه این سرویس باید با استفاده از الگوهای موجود در مجلات خیاطی و الگوهای موجود سرویس آشپزخانه استفاده نمائید و یالینکه خودتان اقدام به طراحی الگو نمائید. پس از تهیه الگو مرحله انتخاب پارچه و انجام مراحل برش و دوخت می‌باشد.



این سرویس‌ها را می‌توانید در انواع دایره‌ای، چهارگوش و یا سه گوش تهیه نمائید البته با به کارگیری ابتکار عمل خود می‌توانید انواع اشکال

هندسی را به کار ببرید. در تزئین این سرویس می‌توانید از تکه‌دوزی، گلدوزی و تکنیک‌های نقاشی روی پارچه با اشکال انواع میوه و سبزیجات استفاده نمایید.

سرویس آشپزخانه را می‌توانید به صورت انواع بافت از جمله دومیل و تک میل به صورت تک رنگ و یا چند رنگ تهیه نمایید.



می‌توانید با ابتکار و نوآوری برای دسته قابلمه و درب آن، دسته چاقو و

سایر ظروف دستگیره‌های تزئینی بیافید.



✓ از آنجا که تولید آن به مقدار کمی پارچه نیاز دارد بنابراین با انواع خرده پارچه‌های باقی مانده از روکش لوازم می‌توانید استفاده نمائید و با استفاده از تکنیک چهل تکه، انواع سرویس دستگیره را تولید نمایید.

– سرویس پرده و رومیزی آشپزخانه

معمولاً در آشپزخانه از پنجره‌هایی در ابعاد کوچکتر نسبت به سایر پنجره‌های خانه استفاده می‌شود و معمولاً برای پرده پنجره آشپزخانه، نیازی به استفاده از پرده‌های پرچین نیست بنابراین می‌توانید با مقدار کمی پارچه، پرده و والان‌های تزئینی و نیمه جهت آشپزخانه تولید نمائید که با کم و زیاد کردن چین پرده می‌توان آن را برای اکثر پنجره آشپزخانه‌ها استفاده نمود. معمولاً در آشپزخانه‌ها از میزهای نهار خوری و صبحانه خوری ۴-۶ نفره استفاده می‌شود بنابراین می‌توانید رومیزی‌هایی در ابعاد میز ۴-۶ نفره که



هماهنگ با پرده آشپزخانه باشد طراحی و تهیه نمایید.

- سرویس‌های تزئینی آشپزخانه

سرویس‌های تزئینی شامل انواع میوه، عروسک، حیوانات پارچه‌ای و بافتنی می‌باشد. همچنین ظروف تزئینی از جنس پارچه جهت قرار دادن نان و... می‌باشد که می‌توانید با انواع گل و میوه‌های خشک تزئین نمائید.

✓ کلیه محصولات تولیدی خود را می‌توانید با انواع گلدوزی گل‌های ظریف و میوه‌ها، شماره‌دوزی، تکه‌دوزی، یراق و نواردوزی، استفاده از تکنیک‌های چاپ دستی، نقاشی و... تزئین نمائید.

نوآوری

✓ در کنار دوخت روکش لوازم آشپزخانه می‌توانید انواع سرویس‌های آشپزخانه از جمله دستمال، دستگیره، ست دم‌کنی، زیر دیگی و زیر قابلمه‌ای و... را در طرح‌ها و رنگ‌های مشابه و هماهنگ تولید نمائید.





✓ می‌توانید همراه با تولید ست‌های روکشی لوازم آشپزخانه لوازمی جانبی را نیز تولید نمائید و با ارائه یک بسته کامل، مشتریان را ترغیب به خرید محصولات خود نمائید. بسته شما می‌تواند شامل انواع: پرده، والان،



رومیزی، سبد نان، پیش‌بند، ساک خرید، دستکش فر و... باشد که با پارچه‌هایی مشابه پارچه‌های روکش لوازم تهیه نموده‌اید.

✓ می‌توانید در کنار تولیدات خود دستمال‌های تزئینی، زیر بشقاب، زیر لیوانی و... از پارچه‌هایی مشابه پارچه‌های روکش لوازم تهیه نمایید.



✓ همچنین می‌توانید دستمال‌های تزئینی و یا روکش تزئینی برای تکیه

گاه صندلی‌های آشپزخانه، تشک
ابری برای نشیمن صندلی
آشپزخانه، تهیه نمائید.



✓ می‌توانید برای لوازمی از جمله قوطی چای و جا ادویه‌ای روکش‌هایی به شکل حیوانات با استفاده از بافت تک میل تهیه نمایید. در این مرحله با ابتکار و خلاقیت می‌توانید از انواع حیوانات بافتنی روکش و وسایل تزئیناتی متفاوت تهیه نمایید.



امکانات و تجهیزات مورد نیاز

برای راه‌اندازی این کسب و کار به امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید:

- ✓ چرخ خیاطی صنعتی
- ✓ ماشین سردوزی (اورلوک)
- ✓ لوازم خیاطی (نخ و سوزن، صابون خیاطی و...) و طناب مغزی (پنبه‌ای و نخی)
- ✓ لوازم تهیه الگو (کاغذ الگو، مداد خط‌کش، چسب و...)

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	چرخ خیاطی صنعتی	۴۰۰۰۰۰
۲	ماشین سردوز	۵۰۰۰۰۰
۳	اتو و میز اتو	۱۰۰۰۰۰۰
۴	وسایل خیاطی	۵۰۰۰۰۰
۵	وسایل تهیه الگو	۵۰۰۰۰۰
۶	ژورنال‌های مبلمان و دکوراسیون داخلی	۲۰۰۰۰۰۰
۷	میز کار و صندلی	۱۵۰۰۰۰۰
۸	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۹	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۱۰	کامپیوتر	۸۰۰۰۰۰۰
	مجموع	۲۰۰۰۰۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

کسب و کار ارائه خدمات تولید روکش پارچه‌ای لوازم خانگی (روکشی مبلمان و روکشی لوازم آشپزخانه) نیاز به یک نفر به دارد که با اصول دوخت و الگو آشنایی کامل داشته باشد.

در این حرفه شما نیاز به همکاری با افراد یا مشاغل زیر دارید:

- فروشگاه‌های مبلمان و لوازم آشپزخانه و تعمیرات مبلمان
- خیاط و پارچه‌فروشی
- کارگاه‌های تولید مبلمان و صنایع چوبی

سرمایه مورد نیاز

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

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۰۰۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (هاست و دامنه)	
۱۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۱۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۶۲۰۰۰۰۰۰	مجموع	

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

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

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	توانایی ارتباط موثر	مهارت‌های عمومی
		*	ICDL	
	*		خیاطی	مهارت‌های تخصصی
	*		اصول طراحی و تهیه الگو	
		*	شناخت انواع مبلمان	مهارت‌های ویژه
		*	زیبایی شناسی	
		*	سبک شناسی هنری	
			خودانگیزخته، سخت کوش و بردبار و برونگرا، خلاق	ویژگی‌های فردی
			<p>کلیه افرادی که با اصول خیاطی و دوخت آشنایی داشته باشند می‌توانند در فعالیت تهیه روکش لوازم آشپزخانه فعالیت نمایند. در مورد تهیه روکش مبلمان نیاز به مهارت بیشتری در دوخت و تهیه الگوهای لباس مبلمان می‌باشد.</p> <p>دانش‌آموختگان رشته‌های طراحی و دوخت می‌توانند در این کسب و کار موفقیت بیشتری حاصل نمایند اما بطور کلی نیازی به تحصیلات ویژه‌ای نمی‌باشد و افراد علاقمند با کسب مهارت‌های فوق از طریق دوره‌های آزاد می‌توانند این کسب و کار را راه‌اندازی کنند</p>	تحصیلات

وضعیت بازار تولیدات

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست موفق می‌شود. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- کسانی که به محصولات شما نیاز دارند چه ویژگی‌هایی دارند؟ چه تعداد هستند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟
- از محصولات شما چه انتظاراتی دارند؟
- رقبا ی شما چه کسانی هستند؟
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

پاسخ به این سوالات بستگی به زمان و محدوده کاری شما دارد به عبارتی هر کارآفرینی به طور اختصاصی باید تلاش کند به این سوالات با توجه به شرایط کاری خود پاسخ‌هایی را پیدا کند که اصطلاحاً به آن تحقیقات بازار گفته می‌شود.

برای این کار شما می‌توانید:

- با افرادی که در این زمینه فعالیت می‌کنند گفتگو کنید و تجربیات آنها را در نظر بگیرید
- با مشتریان احتمالی مصاحبه کنید و نظرات آنها را جویا شوید.

- می‌توانید پرسشنامه‌ای را تهیه کنید و نظرسنجی انجام دهید.
- قبل از اینکه کار خود را بطور کلان شروع کنید، تعدادی نمونه تهیه کنید و سعی کنید آنها را به فروش برسانید. از این طریق بطور عملی می‌توانید بازار کار خود را بسنجید و ببینید مشتریان چه واکنشی نشان می‌دهند و میزان استقبال آنها چگونه است.

همچنین نکات زیر تا حدودی چشم‌انداز بازار را نشان می‌دهد:

۱. این محصول تنوع زیادی دارد و می‌توانید برای کاربردها و سلیقه‌های مختلف محصولات خاصی را طراحی و تولید نمایید.
۲. در حال حاضر با توجه به شرایط اقتصادی و نحوه زندگی افراد در شهرها، اغلب خانواده‌ها تمایل به نگهداری وسایل خود بصورت بهینه را دارند که محصولات شما می‌تواند آنها را یاری رساند.
۳. با توجه به اینکه در حال حاضر آشپزخانه‌ها معمولاً بصورت اپن یا باز ساخته می‌شود، وضعیت ظاهری آن اهمیت بیشتری دارد و هر کسی که وارد خانه شود آن را می‌بیند بنابراین خانواده تلاش دارند که این وضعیت ظاهری را به نحو زیبایی نمایش دهند. در نتیجه محصولات شما چنانچه با دکوراسیون خانه‌ها هماهنگی داشته باشد بهتر می‌تواند جایگاه خود را در خانه‌ها بدست آورد.

شیوه بازاریابی و معرفی محصولات

برای موفقیت در فروش لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش خدمات شما را فراهم می‌کند. برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که چه محصولاتی را ارائه کنید؟ به چه قیمتی ارائه کنید؟ از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید؟ و چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید؟ برای تدوین برنامه بازاریابی پس از اینکه بازارشناسی انجام شد و اطلاعات بازار را از طریق برنامه تحقیقات بازار بدست آوردیم اقدامات زیر را انجام می‌دهیم:

۱- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف:

هر بازاری از گروه‌ها و بخش‌های مختلفی تشکیل شده است که سلیقه‌های متفاوت، توان مالی و قدرت خرید متفاوت و بطور کلی خواسته‌های متفاوتی دارند که نیاز یکسانی را در بر می‌گیرد. همه آنها به دنبال تهیه روکش برای لوازم خانه هستند اما برخی از آنها به دنبال روکش‌های ارزان هستند، برخی روکش‌های گران ولی مرغوب‌تری را می‌خواهند، برخی از طرحی‌های فانتزی استقبال می‌کنند، برخی بدنبال طرح‌های سنتی هستند. در نتیجه شما نمی‌توانید به همه آنها محصول یکسانی ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با

محصول شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی شود چرا که توانایی شما محدود است و رقابت شدید است و شما نمی توانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید. به قول معروف سر روباه بودن بهتر از دم شیر بودن است. اگر در یک بازار کوچک بتوانید رهبر بازار باشید یعنی در یک بازار کوچک مشهور باشید فروش بیشتری خواهید داشت تا اینکه در بازارهای بزرگ ناشناخته باشید.

۲- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که بدنبال یک مزیت رقابتی در بازار هدف‌تان باشید. یعنی کالای شما در بازار هدف مورد نظر بهترین

انتخاب باشد. به

عنوان مثال اگر در

بازار هدف روکش‌های

سنتی فعالیت می کنید

باید سعی کنید در این



بازار بهترین باشد و مشتریان شما را بهترین تولید کننده روکش‌های

پارچه‌ای سنتی بشناسند.

۳- تدوین آمیخته بازاریابی

پس از انتخاب بازار هدف و جایگاه یابی در بازار هدف، به تدوین برنامه آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) می‌پردازیم.

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)
- پیش برد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)



محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع محصولاتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. همانطور که قبلاً ذکر شد محصولات شما می‌تواند موارد ذیل باشد:

- انواع روکش (پیراهن) مبل
- روکش لوازم آشپزخانه مثل اجاق گاز و...
- انواع ست‌های پارچه‌ای مورد استفاده در آشپزخانه

توجه داشته باشید انتخاب محصول بسیار مهم است. چنانچه محصول شما از نظر نوع طراحی، رنگبندی، کیفیت پارچه و کیفیت دوخت و نحوه بسته‌بندی آن متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را تعیین کنید برای این کار می‌توانید علاوه بر گفتگو با مشتریان و ارزیابی درست مبلمان منازل، نمونه‌هایی را تهیه کنید و واکنش مشتریان را بسنجید. بخاطر داشته باشید ممکن است ایده اولیه شما یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نباشد. بنابراین لازم است که در یک فرایند تحقیق و جستجو به نتایج دقیق و اصلاح شده دست پیدا کنید.

قیمت (Price)

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

هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود. بنابراین برای تعیین قیمت خدمات خود باید عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

۳- توان پرداخت یا قدرت خرید مشتری

شما برای تعیین قیمت سه انتخاب را در پیش‌رو دارید:

۱- قیمتی کمتر از قیمت رقبا ارائه کنید. در این صورت احتمالاً تعداد مشتریان بیشتری جذب خواهند شد. به خاطر داشته باشید همیشه کاهش قیمت به نفع شما نیست. چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کند و مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید که مشتریانی که به دنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری به موسسه را دارند. یعنی به محض اینکه موسسه دیگری قیمت پایین‌تری ارائه کند از شما دیگر خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که شما مجبورید قیمت‌های خود را بشکنید و از سود خود کم کنید.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید بدین ترتیب از جنگ قیمتی جلوگیری کرده‌اید و سود حداکثری حاصل کرده‌اید.

۳- قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش محصولات خود را افزایش دهید مثلاً برای پیراهن مبل مسئولیت جا انداختن پیراهن را هم خودتان به عهده بگیرید و یا اینکه از پارچه‌های نفیس استفاده کنید و کالای متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

علاوه بر قیمت، نحوه پرداخت‌ها هم در هنگام قیمت‌گذاری‌ها مطرح می‌شود. شما می‌توانید علاوه بر پرداخت نقدی، امکان پرداخت اعتباری هم برای مشتریان با شرایط خاص را فراهم کنید. در فروش اعتباری یا نسیه دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند برای کاهش ریسک باید از اعتبار و خوش حسابی مشتری اطمینان حاصل کنید. برای این منظور از تکنیک‌هایی استفاده کنید

که این شرایط را فراهم کند.



پیشبرد فروش (promotion)

برای آن که سطح فروش بالا برود نیاز به انجام فعالیت‌هایی دارد که به آنها پیشبرد فروش می‌گوییم. برای این منظور ابزارهای مختلفی وجود دارد که می‌توان در چهار دسته زیر تقسیم‌بندی کرد:

۱. تبلیغات

تبلیغات پیام‌های بازرگانی است که شما از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. به عنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پر بیننده و خبری به اطلاع مشتریان برسانید و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید و یا اینکه از طریق تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون این معرفی را انجام دهید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار گران است و برای کسب و کارهای کوچک مقدر نیست. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورتی که از اثر بخشی آن اطمینان داشته باشید باید اقدام کنید اما تبلیغات از طریق اینترنت بسیار مناسب است. زیرا:

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

برندینگ

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگو تجاری یا پیام تبلیغاتی یک شرکت نیست. نام تجاری آن چیزی است که مصرف کننده نسبت به محصولات یا خدمات شرکتی عمیقاً احساس می کند. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری brand را ندارد. تنها واژه‌ای که به کلمه نام تجاری می تواند نزدیک باشد واژه شهرت است. شهرت مشخص شما مثل نام تجاری یک شرکت خارج از اراده شماست. شهرت چیزی نیست که شما در مورد خودتان بگویید، بلکه حاصل فکراهی دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری که از دست شما بر می آید این است که بر این گفته‌ها و قضاوت‌ها تاثیر بگذارید.

آن چه که باعث می شود شما یک نام تجاری پیدا کنید یک تمایز بسیار با دیگران است. برای اینکه دریابید چگونه باید تمایز بنیادی بیابید نموداری رسم کنید با دو محور خوب و متفاوت. در محور خوب هر ویژگی می آید که مشتریان به طور خاص با آن ارزش داده‌اند. نظیر کیفیت، سرعت عملکرد بالا، قیمت پایین، و... اینها ویژگی‌هایی هستند که شرکت‌ها در آنها با هم در رقابتند. محور تفاوت بر روی ویژگی‌هایی است که یک پیشنهاد یا محصول را متفاوت می کنند. این موارد ویژگی‌هایی هستند که مشتریان آنها را جالب، خارق‌العاده، عجیب و غریب، استثنایی دسته‌بندی می کنند. در چنین نموداری

بهترین جایگاه ما برای اینکه شما بتوانید برند خوبی را ایجاد کنید، گوشه بالا سمت راست است. به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما رضایت مشتری است. اینکه مشتریان محصول شما را همانگونه ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و هنگام استفاده از آن لذت ببرند و رضایت پیدا کنند مطمئناً این محصول را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزی را می‌گویند که شما انتظار دارید به این ترتیب شما به شهرت در آن کسب و کار دست پیدا کرده‌اید.

۲. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه مناسبی را آماده کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع خدمات را دارند، ارسال کنید. این نامه می‌تواند ایمیلی باشد.

برای نگارش نامه یا ایمیل خود نیز این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی فراوانی برخوردار است و به جرات می‌توان گفت بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است.

۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده به شدت اجتناب کنید.

موضوع باید کوتاه و مختصر باشد و نظر خواننده را جلب کند.

۳. شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی نداشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند.

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

۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند به عنوان مثال از آنها بخواهید که از سایت شما بازدید کنند و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

همچنین می‌توانید تراکت یا بروشورهایی را آماده کنید و در امکان پر تردد مرتبط مثل پاساژهای فروش مبلمان یا فروش لوازم خانگی آنها را توزیع کنید.



۳- مشوق‌های فروش و تخفیفات

یکی از ابزارهایی که می‌تواند مشتری‌های مردد را به مشتری‌های مصمم تبدیل کند و آنها را ترغیب کند که زودتر تصمیم به خرید بگیرند ارائه جوایز و تخفیفات ویژه است. در این روش شما جوایز مشخص و یا تخفیفات ویژه‌ای را تبلیغ می‌کنید که به قید قرعه به تعدادی از مشتریانی که زودتر خرید کنند و یا بیشتر خرید کنند اهدا خواهید کرد. برای اینکه این روش موثر واقع شود نکات زیر را باید در نظر بگیرید:

۱. در زمان مناسب این کار را انجام دهید. یعنی مشتری اگر احساس کند که شما به دلیل آن که نتوانسته‌اید مشتری پیدا کنید و اوضاع‌تان خراب است و مجبور شده‌اید که تخفیف بدهید اولاً درباره خدمات شما نگرش منفی پیدا می‌کنند و با دیده تردید به پیشنهاد شما فکر می‌کنند و این مانع می‌شود که شما فروش بیشتری کنید و ثانیاً در خرید خود به دنبال امتیاز بیشتری هستند. برای این که مشکل بالا پیش نیاید باید برای جوایز خود دو موضوع را در نظر بگیرید:

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

۲. سعی کنید جوایز شما از محصولات خود شما باشد. سیاست یکی بخر دو تا ببر یکی از روش‌های مطلوب است که اولاً باعث می‌شود قیمت را نشکنید و مشتری به قیمت پایین‌تر عادت نکند و ثانیاً مشتری لذت جایزه بردن را احساس کند و از تجربه خرید از شما راضی باشد.
۳. سعی کنید بیشتر جایزه بدهید نه تخفیف. تخفیف سیاستی است که اگر به موقع و درست استفاده نکنید تاثیر آن بیشتر منفی خواهد بود.
۴. سعی کنید برای جوایز و تخفیفات یک سیاست پلکانی ایجاد کنید که مشتریانی که بیشتر یا زودتر خرید می‌کنند احتمال برنده شدن یا بهره‌مندی آنها بیشتر باشد.



۴- بازاریابی از طریق روابط عمومی

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

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان خود یا موسسه تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی را بنویسید و آنها را بصورت مقاله‌هایی برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید و آنها بدون هزینه برای شما منتشر کنند. این باعث می‌شود شما بین مخاطبان شناخته شوید و به یاد داشته باشید افراد برای خرید یک محصول سراغ کسانی می‌روند که می‌شناسند.

برگزاری سمینارهای آموزشی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای آموزشی با همکاری فرهنگسراها در زمینه کاری خود برگزار کنید و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا با هزینه کم حضور یابند. سعی کنید در این سمینارها به طور مستقیم درباره حرفه خود سخنرانی نکنید. بلکه از مزایای استفاده از روکش‌ها و نحوه تهیه آنها صحبت کنید.

توزیع یا دسترسی (place)

تصمیم‌گیری درباره اینکه مخاطبان چگونه به محصول شما دسترسی پیدا می‌کنند رکن چهارم برنامه بازاریابی است. شما می‌توانید برای ایجاد دسترسی مشتریان بدون نیاز به دفتر کار، سایتی را ایجاد کنید و افراد با بازدید از سایت شما، بتوانند محصولات مورد نظرشان را مشخص کنند و اگر سوالی دارند پاسخ آن را بیابند و سفارش خود را ارائه کنند برای این منظور شما باید.

الف) نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید: www.yourname.ir یا www.name.com این دامنه باید دارای دو ویژگی باشد. تا حد ممکن معرف فعالیت‌های شما باشد و متمایز باشد. کوتاه و مختصر باشد تا به راحتی تایپ شود و یا در خاطر بماند.

۱- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسبی برای سایت خود با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه کنید، تهیه نمایید.

۲- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت استفاده کنید)

۳- برای سایت خود بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۴- سایت خود را مدیریت کنید و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و به انجام رسانید.

همچنین شما می‌توانید در نمایشگاه‌های فصلی یا بازارچه‌های مختلفی که توسط سازمان‌هایی مانند شهرداری برگزار می‌شود شرکت کنید و غرفه‌ای اجاره کنید و محصولات خود را عرضه کنید. همچنین می‌توانید با فروشگاه‌های مختلفی که در زمینه لوازم منزل یا مبلمان فعالیت می‌کنند مذاکره کنید و از طریق آنها مشتری‌یابی کنید و درصدی را به آنها پرداخت کنید و یا اینکه این فروشگاه‌ها محصولات حاضری شما را عرضه کنند. در نهایت می‌توانید فروشگاه‌های را اجاره کنید و محصولات خود را در فروشگاه‌تان عرضه کنید

انتخاب هریک از روشهای فوق بستگی به توانمندی شما و شرایط کار در محل زندگی یا فعالیت شما دارد.



رضایت مشتری

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری شما **رضایت مشتری** است. یعنی اینکه اگر مشتریان محصول شما را همانطور ارزیابی کنند که شما معرفی کرده‌اید و با استفاده از آن نیازشان برآورد شود و لذت ببرند و در نتیجه رضایت یابند، مطمئناً این خدمات را به دیگران معرفی می‌کنند و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که شما انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت در کسب و کار دست پیدا می‌کنید. در مقابل مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی می‌کنند و افراد را از خرید از شما منع می‌کنند. تحقیقات نشان می‌دهد که تاثیر مشتریان ناراضی بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی بیش از ده نفر را از خرید کردن شما منع می‌کند در حالی که مشتریان راضی حدود سه نفر را تشویق می‌کنند که خرید کنند این نشان می‌دهد که شما نباید اجازه دهید مشتری ناراضی شود که چرا تاثیر منفی آن بسیار زیاد است و همواره باید بدنبال رضایت مشتری باشید.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱. ناشناخته بودن محصولات

با توجه به این که استفاده از این محصولات خیلی متداول نیست، پیش‌بینی می‌شود اوایل کار با دشواری مواجه شود و استقبال اولیه از این کسب و کار قابل قبول نباشد.

برای حل مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

- می‌توانید در ابتدا این محصولات را برای آشنایان و دوستان تولید کنید و آنها را ترغیب کنید که محصول شما را به دیگران معرفی کنند.
- با موسسات خیریه همکاری کنید و برای افراد بی‌سرپرست امکان همکاری با خود را فراهم کنید و سپس محصولات خود را از طریق بازارچه‌های خیریه عرضه کنید و زمینه فروش محصولات خود را فراهم کنید.

۲. رقابت با محصولات خارجی ارزان قیمت مانند کالاهای چینی

در حال حاضر کالاهای خارجی زیادی وارد کشور می‌شود که بسیاری از آنها با کیفیت پایین و قیمت نازل عرضه می‌شوند که این موضوع می‌تواند تاثیر منفی در کار شما داشته باشد. برای حل این مشکل می‌توانید بر کیفیت کالاهای خود از جهت طراحی، رنگبندی و جنس

پارچه‌ها و دوام آنها تاکید کنید و همچنین با نوآوری و خلاقیت محصولاتتی ارائه کنید که مشابه آن در بازار موجود نباشد.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- به کارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:
 - سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به این نکات بازدیدکنندگان سایت خود را افزایش دهید:
 - مطالب جدید و کاربردی در سایت قرار دهید.
 - اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت خود را در سایتتان قرار دهید.
 - مطالبی درباره فضا و تاثیرات روانی آن در سایت خود قرار دهید.
 - مطالبی درباره تاثیرات روانی رنگ‌ها در سایت خود قرار دهید.
 - فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان قرار دهید و بازدیدکنندگان را تشویق کنید که نظر بدهند.
 - با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
 - می‌توانید مسابقه‌هایی را در سایت خود برگزار کنید و از طریق اسپانسر هدایایی را به پاسخ دهندگان ارائه کنید.
 - سعی کنید مهارت‌های خود را در زمینه طراحی، دوخت و دکوراسیون داخلی افزایش دهید

- درباره کار طراحان حرفه‌ای و بین‌المللی مطالعه کنید و از آنها الهام بگیرید و طرح‌های خود را ارتقا دهید.
- کارگاه خود را توسعه دهید و با تولید انبوه و توزیع گسترده حجم فروش را افزایش دهید و قیمت‌ها را کاهش دهید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

✓ سازمان فنی و حرفه‌ای

www.irantvto.ir

✓ اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان مبلمان

www.irfurnitureunion.ir

✓ اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تهران:

<http://homeappliancesunion.com>

✓ سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری

<http://www.ichto.ir>

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✓ فروشگاه‌های مبلمان
- ✓ کارگاه‌های تولید مبلمان
- ✓ تعمیرات مبلمان
- ✓ کارگاه‌های دوزندگی و خیاطی‌ها
- ✓ فروشگاه‌های لوازم خانگی
- ✓ فروشگاه‌های لوازم پلاستیکی و مکمل
- ✓ پارچه فروشی‌ها
- ✓ فروشگاه‌های خرازی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

۱. خیاطی و دوخت هنرستان (استاندارد مهارت و آموزشی سازمان فنی

حرفه‌ای)

۲. ماهنامه منزل

