

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



مؤسسه کار و فائزین اجتماعی

۲۸۸

مشاوره حقوقی و سرمایه گذاری

پروژه های صنعتی

۱۳۹۰

مشاوره حقوقی و سرمایه گذاری پروژه های صنعتی / تدوین و تنظیم سازمان همیاری
اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰
۶۸ص. :مصور(رنگی)
موسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۲۸۸
۱۵۰۰۰ ریال: ۲-۴۴-۰۴۴۲-۰۰۶۰-۹۷۸
مشاغل -- دستنامه ها -- کسب و کار خانگی -- ایران -- نظریه های
مشورتی -- سرمایه گذاری -- مشاوران
سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان
مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
HF ۵۳۸۱/م۵ ۱۳۹۰
۲۳۶۷۴۶۶ ۳۳۱/۷



عنوان کتاب: مشاوره حقوقی و سرمایه گذاری پروژه های صنعتی
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش آموختگان (جهاد دانشگاهی)
صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.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
مقدمه	۵
فرایند ارائه خدمات	۱۲
امکانات و تجهیزات مورد نیاز	۱۴
نیروی انسانی مورد نیاز	۱۴
سرمایه مورد نیاز	۱۶
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز	۱۸
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات	۲۱
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها	۶۴
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی	۶۵
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند	۶۷
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل	۶۷
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز	۶۸

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

مقدمه

مشکلات امروز بشر بسیار پیچیده‌تر از گذشته شده است و حل آنها به طور قطع نیازمند تخصص، تجربه و آگاهی است. برای دستیابی به نتیجه مناسب در پروژه‌های صنعتی بسیاری از متولیان این امر نیازمند مشورت با افراد آگاه، متعهد و دلسوز هستند. آنها نیاز دارند تا در موقع لزوم از مشاوره حقوقی استفاده کنند و در سرمایه‌گذاری‌های خود، مشاوران دانا، متعهد و امین داشته باشند. در این میان شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی با تکیه بر دانش و تجربه بی‌بدیل خود، می‌بایست سعی در ارائه خدمات منحصر بفرد در این زمینه بنمایید. تا از طریق دریافت خدمات شما، متقاضیان این خدمت طعم خوش موفقیت و آرامش را در سرمایه‌گذاری و کسب و کار جدید حس نمایند.

شما از طریق این کسب و کار خانگی می‌توانید به ارائه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در زمینه‌های مختلف تجاری و بازرگانی، حوزه‌های مختلف صنعتی، مالیاتی، بیمه، امور بانکی و... و همین طور خدمات حقوقی خاص بپردازید. همچنین از طریق این کسب و کار خانگی شما می‌توانید به طور اخص در حوزه سرمایه‌گذاری پروژه‌های بزرگ و صنعتی نیز

به ارائه مشاوره بپردازید. واژه‌های ملموس با این کسب و کار عبارتند از: خدمات مشاوره حقوقی، پیمانکاری، سرمایه‌گذاری، سرمایه‌گذاری داخلی، سرمایه‌گذاری خارجی، مسئولیت حرفه‌ای، قوانین و مقررات شهرداری، زمین شهری، اراضی شهری، امور گمرکی، صادرات و واردات، مسئولیت‌های حقوقی، مسئولیت‌های کیفری، اسناد تجاری، بروات، چک، صنعت و معدن، بیمه‌های تجاری، بیمه اشخاص، بیمه اموال، بیمه مسئولیت، مشاوره گمرکی، تنظیم اساسنامه، انحلال شرکت‌ها، تصفیه، ورشکستگی و...

شما به عنوان متولی این کسب و کار خانگی می‌توانید با تکیه بر داشته‌های تخصصی و تجربی خود کلیه مشاوره‌های حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی را انجام دهید و یا اینکه در حوزه‌های خاصی وارد شوید و در آن حوزه‌ها مشاوره تخصصی بدهید. این مشاوره‌های تخصصی می‌تواند در حوزه‌های صنایع غذایی، صنایع آشامیدنی، صنایع دارویی، صنایع فلزی، صنایع خودروسازی و نیروی محرکه، صنایع شیمیایی، صنایع چوب و سلولزی، صنایع معدنی و صنایع جدید همچون نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی و... باشد.

انواع خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی

برخی از انواع خدماتی که شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی می‌توانید ارائه کنید عبارتند از:

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه‌های حقوق سرمایه‌گذاری داخلی و بین‌المللی.

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری در قلمرو پیمانکاری پروژه‌های صنعتی، ساخت و ساز و مسئولیت حرفه‌ای کارفرمایان، پیمانکاران و مهندسين و کارگران.

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه قوانین و مقررات شهرداری، زمین شهری، اراضی شهری حسب نیاز متقاضیان حوزه پروژه‌های صنعتی

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در امور گمرکی، صادرات و واردات کالاهای مجاز با ملاحظه مقررات حقوق بازرگانی در حوزه پروژه‌های صنعتی.

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری در سطوح مختلف مدیریتی: این خدمت می‌تواند به منظور آگاهی مدیران از آثار و مسئولیت‌های حقوقی و کیفری اقدامات دوره مدیریت خود در پروژه‌های صنعتی و... باشد.

- ارائه خدمات در خصوص نحوه صدور اسناد تجاری، بروات، چک و نحوه واخواست و اجرای آنها در حوزه پروژه‌های صنعتی

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پیرامون صنعت و معدن از مرحله تاسیس تا بهره‌برداری حسب نیاز مخاطبین.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری در سطوح مختلف و در حوزه‌های تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مدیران عالی و اجرایی پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه بیمه‌های تجاری (اشخاص، اموال، مسئولیت) و بیمه تامین اجتماعی از قبیل از کارافتادگی، بازنشستگی، بیمه بیکاری.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در موضوعات مالیاتی و انجام امور مالیاتی شرکت‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی پیرامون تضمین‌های قراردادی و امکان تعدیل و یا تعیین نوع و نحوه اجرای پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در خصوص روابط کارگری و کارفرمایی و مشکلات مربوط به هیأت‌های حل اختلاف و تشخیص کارگر و کارفرما در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری در حوزه ثبت شرکت‌های تجاری، تنظیم صورت‌جلسات مجامع عمومی، تنظیم اساسنامه شرکت‌ها، تبدیل و انحلال شرکت‌ها، تصفیه و ورشکستگی در حوزه پروژه‌های صنعتی.

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری گمرکی به صاحبان کالاهای وارداتی حوزه پروژه‌های صنعتی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی، صادرکنندگان کالا، ترخیص کاران و حق‌العمل کاران گمرکی.
- ارائه مشاوره حقوقی در خصوص نحوه استفاده از مزایا، معافیت‌ها و تسهیلات قانونی برای متولیان پروژه‌های صنعتی
- تهیه و تدوین طرح‌های توجیهی سرمایه‌گذاری
- ...و

نکاتی که بایستی شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی بدانید عبارتند از:

اولین و مهمترین نکته‌ای که بایستی آن را به یاد داشته باشید این است که: راهکارهایی که شما به عنوان مشاور حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی برای متقاضیان خود مطرح می‌کنید، بایستی قادر باشد مسأله‌ای را که آنها با آن روبرو هستند را حل کند. در مواردی هم بایستی مشاوره شما بتواند موجب ایجاد مزیت رقابتی برای آنها شود.

این نکته را مد نظر داشته باشید که ارائه دهندگان خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی که توانایی بیشتری در منطبق کردن استراتژی‌های مشاوره‌ای خود با تغییرات پویا و جهانی این حوزه دارند، سریعتر و بهتر از رقبای خود می‌توانند مزیت رقابتی خود را تقویت کرده و آن را حفظ

نمایند. در جهان امروز برترین توانایی یک کسب و کار خدماتی مشاوره‌ای در حوزه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی، دسترسی به اطلاعات درست و موثق در کمترین زمان و از معتبرترین کانال‌هاست.

خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی

در دنیایی که زندگی می‌کنیم هدف بسیاری از کسب و کارهای خانگی رسیدن به سودی قابل قبول است که از این طریق افراد بتوانند از طریق کسب و کار خانگی خود امرار معاش کنند. از این رهگذر خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی از جمله مشاغل پردرآمد است که شما می‌توانید حتی در منزل صاحب شغلی پردرآمد شوید. اما این امر به توانمندی و تعهد شما در این زمینه بستگی مستقیم دارد.

راهبردهایی برای ارائه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی

متولیان کسب و کار خانگی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی، با به کارگیری عواملی چون تجربه و مهارت‌های حرفه‌ای خود در راستای ارائه هرچه بهتر مشاوره‌های خود، بایستی درصدد افزایش مهارت‌های تخصصی و حرفه‌ای خود باشند.

- نتیجه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی با افزایش اطلاعات کاربردی متقاضیان این مشاوره‌ها رابطه مستقیمی داشته و باید

بتواند تاثیرات عمیقی بر تصمیم‌گیری‌های درست و مناسب متقاضیان آن بگذارد.

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی باید پاسخگوی نیاز متقاضیان این خدمت به بهترین شکل خود باشد.

اصولی که در مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی باید در نظر گرفت عبارتند از:

همانطور که گفته شد بشر امروز با مشکلاتی به مراتب پیچیده‌تر از بشر دیروز در عرصه پروژه‌های صنعتی خود روبروست. پیچیدگی موارد حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی نیاز به متخصصین با تجربه و آگاه را بیش از گذشته نشان می‌دهد. در این میان رعایت اصول اخلاقی در امر مشاوره به خصوص در مورد پروژه‌های صنعتی را ضروری می‌نماید. زیرا اگر کسب و کار خانگی متولی این امر بر خلاف اصول اخلاقی گام بردارد ممکن است باعث وارد آمدن لطمات جبران ناپذیری به کسب و کار خانگی خود و متقاضیان این مشاوره‌ها شود.

اهمیت و ضرورت این کسب و کار

بدیهی است امروزه با گسترش تعاملات افراد در خصوص سرمایه‌گذاری در حوزه پروژه‌های صنعتی، پروژه‌های صنعتی ملی و همین‌طور پروژه‌های

صنعتی بین‌المللی و قوانین و مقررات پیچیده، ضرورت مشاوره با وکلای مجرب و با سابقه امری اجتناب‌ناپذیر است.



فرآیند ارائه خدمات

پس از مراجعه مشتریان و یا دریافت درخواست خدمات مشاوره از طرف ایشان به صورت حضوری یا تلفنی و یا اینترنتی، باید سوال زیر را مطرح کنید:

- چه نوع مشاوره‌ای مد نظر شماست؟ مشاوره حقوقی، مشاوره سرمایه‌گذاری و یا هر دو. در ادامه زمانی را برای مشاوره حضوری تعیین کنید. اگر طرف مقابل امکان دیدار حضوری نداشت و می‌خواست به صورت تلفنی و یا از طریق ایمیل مشاوره بگیرد و یا در حالتی که دیدار حضوری محقق شد در ابتدای امر به صورت سرپسته کلیاتی را در خصوص موضوع مورد نظر مشاوره بیان نمایید که متقاضی را تشنه و متقاعد کنید که می‌توانید به خوبی از عهده این مشاوره برآیید.

البته بهتر است شما حتماً یک منشی داشته باشید که متقاضیان در ابتدای امر با خود شما روبرو نشود و شما را سهل الوصول نیابد.

شما در رویارویی با مراجعان خود بایستی به خوبی بتوانید شخصیت آنان را بشناسید آن هم از این حیث که آیا می‌خواهند به سرعت به نتیجه برسند و یا اینکه جلسات متمادی به آنها احساس بهتری می‌دهد. در هر صورت شما در اولین جلسه مشاوره خود ضمن دادن اطلاعات تخصصی بایستی شخصیت طرف مقابل خود را ارزیابی نمایید. بر اساس ارزیابی خود در مورد روند ارائه مشاوره تصمیمات مناسب بگیرید.

شما بایستی در حین مشاوره به صورت ضمنی به مشاوره‌های موفق خود که مرتبط با موضوع مورد مشاوره اخیر هستند نیز اشاره کنید و البته در صورتی که کارنامه درخشانی داشته باشید می‌توانید رزومه خود را در اختیار مراجعان خود قرار دهید.

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی، یک اتاق ۶ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۶۰۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۶	اسکندر	۱۵۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰
مجموع		۱۶,۵۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در منزل نیاز به یک فرد دارد که با توجه به حجم مشاوره‌ها و نیازهای این کسب و کار خودش به تنهایی و یا با استخدام افراد دیگر، دیگران را به کار گمارد و بر کار آنها نظارت مستمر داشته باشد.

شبکه همکاران

در مورد شبکه همکاران به طور کلی می‌توان گفت: شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی را تشکیل می‌دهد که به طور مستقل در حال فعالیت بوده و شما برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل، بر اساس توافق فی‌مابین، فعالیتی را در ارتباط با خدمات موسسه شما انجام داده و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار آن است که شما فقط زمانی به آنها دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیت مورد نظر انجام شده باشد. بنابراین در هنگام شروع کسب و کار که حجم فعالیت‌های موسسه کم و یا نامعلوم است، کارآفرینان حوزه مشاغل خانگی از این طریق کمترین هزینه ممکن را متحمل می‌شود. مزیت دیگر این نحوه همکاری آن است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت نیاز ندارید و چون تنها شاغل تمام وقت در کسب و کار خودتان هستید، می‌توانید این کسب و کار را از منزل شخصی‌تان اداره کرده و نیازی به پرداخت هزینه اجاره محل نخواهید داشت. البته در صورتی که بتوانید کارتان را گسترش دهید، می‌توانید نسبت به استخدام افراد دیگری هم اقدام کنید.

در این حرفه شما ممکن است با توجه به درخواست مشتریان خود نیاز

به همکاری با افراد یا مشاغل ذیل داشته باشید:

- مشاوران و وکلای کهنه کار عرصه پروژه‌های صنعتی و کلیه کسانی که به نوعی با توجه به نوع خدماتی که برای حیطة کارستان تعريف کرده‌اید و ديگران می‌توانند در این زمینه به شما کمک کنند. مشاغلی که به نوعی با امر مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی سروکار دارند مرتبط و مکمل این حرفه می‌باشند چرا که این حرفه اگر بخواید به شکل نوآورانه‌ای ارائه شود می‌تواند با مشاغل مختلف همکاری داشته باشد.

سرمایه مورد نیاز

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

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۶۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۵۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (برای شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری	
۳۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۸۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۹۴۵۰۰۰۰۰	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 تأمین اجتماعی (www.lssi.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 بتوانید خدمت مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی مورد تقاضای متقاضیان خدمت خود را انجام دهید ممکن است بتوانید به میزان زیادی هزینه‌های پرسنلی خود را کاهش دهید و این سبب می‌شود تا هزینه شما در این مورد کاهش یابد. 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 ایجاد ارتباط موثر	مهارت‌های عمومی
*			توانایی ارائه مشاوره مناسب	مهارت‌های تخصصی
*			تحلیل مناسب پروژه‌های صنعتی	مهارت‌های ویژه
ویژگی‌های خودانگیخته، سخت کوش و بردبار و برون‌گرا (علاقمند به معاشرت و ارتباط با دیگران)، خلاق				
حداقل تحصیلات لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی داشتن مدرک کارشناسی حقوق، اقتصاد و آگاه به مسائل سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی				

وضعیت بازار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی

برخلاف تصور عامه، تعداد مشتریان متقاضی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی، بسیار بیشتر از حد تصور است، در این راستا شاید دلیل اصلی ناشناخته ماندن این حرفه به عنوان یک کسب و کار موفق آن هم در عرصه کسب و کار خانگی موفق آن است که بسیاری از کسانی که این مشاوره‌ها را ارائه می‌کنند مشتریانی اختصاصی یافته‌اند که لزومی به

تبلیغاتی گسترده را احساس نمی‌کنند، با این وجود بسیاری از، مشاوران حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی، از این راه، درآمد بسیار بالایی از این راه کسب می‌کنند.

همانطور که خود شما در این زمینه جزو خبرگان هستید، هر کسب و کار موقفی با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست به موفقیت می‌رسد. در این حرفه هم باید فعالیت خود را با شناخت صحیح از بازار خدمت خود آغاز کنید. برای شناخت بازار همانطور که می‌دانید باید به سوالات زیر پاسخ داده شود:

- چه کسانی به مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی نیاز دارند؟
- این متقاضیان چه ویژگی‌هایی دارند؟
- این متقاضیان چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی کسب و کار شما وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبای کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

همانطور که می‌دانید برای پاسخ دادن به این سوالات لازم است مجموعه فعالیت‌هایی را که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود، آغاز کنید. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده و در نتیجه فروش کسب و کارتان افزایش یابد. در یک بررسی کلی و اجمالی واقعیت‌های زیر، خواهید دید که بازار قابل قبولی برای این کسب و کار وجود دارد:

فرصت‌های بازار

۱. امروزه بسیاری از افراد به خصوص افراد طبقه مرفه جامعه به دنبال سرمایه‌گذاری‌هایی سودآور در حوزه پروژه‌های صنعتی هستند و به دنبال مشاوران حقوقی و سرمایه‌گذاری قابل‌اعتماد هستند که از حق و حقوق آنها دفاع کند و یا به آنها در سرمایه‌گذاری‌هایشان کمک کند که به نوبه خود بازار اصلی مشاوران حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی می‌باشند و درخواست آنها در این حوزه رو به افزایش است.
۲. با تبلیغات مناسب در بازارهای بورس اوراق بهادار و...، مشتریان بالقوه و همین‌طور مشتریان بالفعل شما، بیشتر با ارزش آفرینی این خدمت آشنا شده و امکان ارائه خدمات در این حوزه روز به روز افزایش می‌یابد.

۳. فضای اینترنتی زمینه بسیار مستعدی را برای گسترش این نوع خدمات فراهم نموده است که می‌توانید از آن برای معرفی توانمندی‌های خود استفاده کنید.

شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

همانطور که اطلاع دارید برای موفقیت در ارائه مشاوره لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید. برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش خدمات تان را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که باید:

۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)

۲- به چه قیمتی و به چه نحوی آن را دریافت کنید (Price)

۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید (Promotion)

۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

جهت اطلاع از نحوه شناخت بازار می‌توانید به بخش بررسی وضعیت بازار مراجعه کنید.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

- برخی به دنبال خدمات ارزاتر در حوزه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی هستند.
- برخی خدمات اختصاصی در حوزه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی می‌خواهند.
- برخی بدنبال خدمات متمایز در حوزه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی هستند.
- برخی قبلاً این نوع خدمات را از شرکت‌های دیگر فعال در حوزه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی دریافت کرده‌اند.
- برخی تا به حال چنین خدماتی را دریافت نکرده‌اند.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است، به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که گام‌های بعدی صرفاً برای

برآوردن نیازهای بازار هدف بوده و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود. دلیل این امر، محدود بودن توانایی شما و بالابودن شدت رقابت است که مانع از حضور شما در تمام بخش‌های بازار هدف می‌گردد. به یاد داشته باشید، مهمترین درس بازاریابی برای شرکت‌های کوچک این است که برای رسیدن به مشتری‌های هدف باید به تعدادی از مشتری‌های متفرقه «نه» بگویید در غیر اینصورت قادر به تأمین رضایت مشتریان خود نبوده و در نتیجه مشتری‌های ناراضی مانند سمی خطرناک فضای بازار شما را آلوده می‌کنند و باعث از دست رفتن بازار خواهند شد.

۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا اینکه می‌خواهید رتبه دوم را داشته و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به سهمی کوچک و جزیی از بازار راضی هستید. همچنین باید مشخص کنید که مایلید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص‌کننده استراتژی و برنامه مناسب شما برای رسیدن به اهداف‌تان است.

۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

بطور کلی سه استراتژی برای رسیدن به جایگاه مورد نظر در بازار هدف وجود دارد (استراتژی‌های عمومی مایکل پورتر). همانطور که می‌دانید، شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:

الف- استراتژی رهبری قیمت (رهبری هزینه)

در این استراتژی برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین می‌کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به میزان قابل توجهی پایین‌تر است. شما وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که قادر باشید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون گذاشتن تأثیر منفی بر کیفیت، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. برای این منظور روش دسترسی به اطلاعات درست و مناسب توسط شما و تکنولوژی مورد استفاده تان با آنچه رقبا در پیش گرفته‌اند، متفاوت باشد. در این صورت می‌توانید هزینه‌ها را طوری کاهش دهید که رقبا نتوانند به آن برسند. این استراتژی در آن دسته از بخش‌های بازار هدف موثر است که اصطلاحاً ترجیح قیمتی دارند؛ یعنی افرادی در بازار به دنبال قیمت پایین‌تر بوده و همین امر معیار انتخاب‌شان است. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند نیاز خود

را با قیمت پایین‌تر از کسب و کار دیگری تهیه کنند، دیگر از شما مشاوره نخواهند خواست.

ب- استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کرده و با این کار آن را از مشاوره‌های مشابه متمایز سازید به طوری که در نوع خود منحصر به فرد باشد. در این استراتژی قیمت مشاوره معمولاً بیشتر از قیمت رقبا بوده و محصول کاملاً متمایز است.

ج- استراتژی تمرکزگرایی (اختصاصی‌سازی)

در این استراتژی شما خدمات خود را بطور اختصاصی به بخش‌های خاصی از بازار ارائه می‌کنید. بطور مثال ارائه مشاوره‌های سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌های صنعتی از حیث توجیه فنی، مالی و اقتصادی

۵- تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی، تدوین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزای آمیخته بازاریابی تعیین می‌شوند. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

- محصول یا خدمات (Product)
- قیمت (Price)

- پیشبرد فروش (Promotion)
- توزیع (Place)

با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی، هر یک از اجزای آن را به تفصیل

بررسی می‌کنیم:



محصول (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه نوع خدمات

مشاوره‌ای را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. خدمات شما می‌تواند شامل

موارد ذیل باشد:

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع غذایی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع آشامیدنی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع دارویی.

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع فلزی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع خودروسازی و نیروی محرکه.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع شیمیایی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع چوب و سلولزی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع معدنی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های حوزه صنایع جدید همچون نانو تکنولوژی، بیوتکنولوژی و...
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه تفسیر قراردادهای بین‌المللی با ملاحظه عرف و رویه‌های خاص حرفه‌ای حسب نیاز متقاضیان.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه استفاده از راهکارهای لازم جهت تعدیل قراردادها با ملاحظه شرایط متغیر اقتصادی و اجتماعی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه تعیین قانون حاکم در قراردادهای بین‌المللی و مهارت در شناسایی حقوقی و قانونی طرفین قراردادها.

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه ارائه خدمات نوین در زمینه قراردادهای خدماتی، بیمه‌ای و بازرگانی خارجی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه ارائه خدمات مربوط به قراردادهای حقوق کار، مالیاتی، حقوق حمل و نقل دریایی، هوایی و زمینی به صورت تخصصی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه انعقاد و تنظیم قراردادهای حوزه نفت و انرژی و پتروشیمی در سطوح بالا دستی و پایین دستی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه ارائه خدمات قراردادی مربوط به انتقال تکنولوژی و ساخت و بهره‌برداری در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی و...
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه دستورالعمل نحوه اجرای مزایده و مناقصات
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه فرآیند انتخاب شریک
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه ارزیابی صلاحیت
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه مناقصه عمومی
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه پیشنهاد قیمت

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه پاسخ به فراخوان جهت شناسایی شریک
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه ارائه خدمات قراردادی مربوط به فاینانس، گشایش اعتبارات اسنادی، ضمانت نامه‌های بانکی و سایر قراردادهای اعتباری.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی به دستگاه‌های دولتی، شهرداری‌ها و شرکت‌های کارگزاری و...
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در قسمت انعقاد قرارداد در این حوزه
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه نحوه مدیریت عملیات اجرایی پروژه
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی و ارائه بسته‌های خدماتی به متقاضیان پیگیر مشاوره خود متناسب با نیاز و خواست آنها
- قبول مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در قراردادهایی که حل اختلاف به داور مرضی‌الطرفین ارجاع شده باشد.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری در حوزه لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای پروژه‌های صنعتی

- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری راجع به انواع قراردادها و مباحثه نامه‌های مربوط به پروژه‌های صنعتی
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در مورد هر قسم دعوا از طرف دولت و دفاع از تملک در محاکم عمومی و اختصاصی
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه‌های حقوق سرمایه‌گذاری در پروژه‌های داخلی و بین‌المللی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در قلمرو پیمانکاری، ساخت و ساز و مسئولیت حرفه‌ای کارفرمایان، پیمانکاران و مهندسين و کارگران در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه قوانین و مقررات شهرداری، زمین شهری، اراضی شهری حسب نیاز مخاطبین.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در سطوح مختلف مدیریتی به منظور آگاهی مدیران از آثار و مسئولیت‌های حقوقی و کیفی اقدامات دوره مدیریت خود در پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره در خصوص نحوه صدور اسناد تجاری، بروات، چک و نحوه واخواست و اجرای آنها در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی پیرامون صنعت و معدن از مرحله تاسیس تا بهره‌برداری حسب نیاز مخاطبین در حوزه پروژه صنعتی مورد نظر آنها.

- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در سطوح مختلف و در حوزه‌های تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری مدیران عالی و اجرایی در پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در زمینه بیمه‌های تجاری (اشخاص، اموال، مسئولیت) و بیمه تامین اجتماعی از قبیل از کارافتادگی، بازنشستگی، بیمه بیکاری در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در موضوعات مالیاتی و انجام امور مالیاتی شرکت‌ها و اشخاص حقیقی و حقوقی در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی پیرامون تضمین‌های قراردادی و امکان تعدیل و یا تعیین نوع و نحوه اجرای آن در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در خصوص روابط کارگری و کارفرمایی و مشکلات مربوط به هیأت‌های حل اختلاف و تشخیص کارگر و کارفرما در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره حقوقی در حوزه ثبت شرکت‌های تجاری، تنظیم صورت‌جلسات مجامع عمومی، تنظیم اساسنامه شرکت‌ها، تبدیل و انحلال شرکت‌ها، تصفیه و ورشکستگی در حوزه پروژه‌های صنعتی.
- ارائه خدمات مشاوره گمرکی به صاحبان کالاهای وارداتی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی، صادرکنندگان کالا، ترخیص کاران و حق‌العمل کاران گمرکی در حوزه پروژه‌های صنعتی.

- ارائه مشاوره در خصوص نحوه استفاده از مزایا، معافیت‌ها و تسهیلات قانونی برای صادرکنندگان و واردکنندگان.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در حوزه تنظیم کلیه قراردادهای داخلی و بین‌المللی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در خصوص اخذ کلیه مجوزها
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص وصول مطالبات چک وسفته در کمترین زمان ممکن
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در مورد مذاکرات پیش قراردادی و مشاوره در خصوص پیش‌نویس قراردادهای طرفینی و چند طرفی در سطوح داخلی و بین‌المللی.
- مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در مورد تنظیم نهایی قراردادهای مختلف تجاری، مدنی، مشارکتی، عاملیت، بانکی، اعتباری، سرمایه‌گذاری در این حوزه.
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در حوزه تقاضای صدور اجرائیه و تعقیب عملیات اجرائی تا استیفای حقوق متقاضی.
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص وصول مطالبات از طریق توقیف و تامین اموال بدهکاران و ضامنین آنها.

- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در اجرای اسناد لازم الاجراء ثبتی و رهنی در مراجع مورد نظر در سراسر کشور.
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص مدیریت پرونده‌های وصول مطالبات، بر اساس سرفصل‌های جاری، سررسید گذشته و معوق.
- ارائه خدمات آسیب‌شناسی از رفتارهای مالی و اعتباری سازمان‌ها، شرکت‌ها و...
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص موسسات مالی اعتباری با رویکرد کاهش مطالبات معوق و هزینه‌های فرصت.
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص ارائه خدمات تخصصی در تهیه و تدوین طرح‌ها، دستورالعمل‌های تضمینات، تقسیط و بخشودگی و سایر روش‌های مربوط.
- مشاوره حقوقی پروژه‌های صنعتی در خصوص ارائه خدمات تخصصی در فرایند اخذ تضمینات و وثائق با رویکرد بازگشت به موقع سرمایه‌های واگذاری و مصارف بانکی.
- و...
- توجه داشته باشید در مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی، مهمترین رکن، برنامه بازاریابی برای این خدمت است. چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد،

برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد. پس در ابتدا تحقیقات خود را به طور کامل انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان را تعیین کنید. برای این کار در انجمن‌ها و تالارهای گفتگو شرکت کنید و با افراد مختلف در این حوزه صحبت کنید. سعی کنید با مشتریان احتمالی مکاتبه کرده و یا به صورت حضوری آنها را ملاقات کنید.

البته همانطور که می‌دانید معمولاً ایده اولیه یا تصور نخستین شما از بازار صحیح نبوده و لذا لازم است که در طی یک فرآیند 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 آن قدر پایین باشد که مشتری را جذب کرده و در عین حال آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارت دیگر، مشتری همواره بدنبال حداقل قیمت و کارفرما بدنبال حداکثر قیمت است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود.

بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) و تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید. قیمت رقبا در بازار را نیز می‌توانید با مراجعه به شرکت‌های رقیب تعیین کنید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش‌رو دارید:

۱- هزینه ارائه خدمت را کمی کمتر از قیمت رقبا پیشنهاد کنید. در این صورت مشتریان بیشتری جذب خواهید کرد. اما به خاطر داشته باشید که کاهش قیمت همیشه به نفع شما نیست چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کرده، مشتریان شما را جذب کند.

باید در نظر داشته باشید، مشتریانی که به دنبال قیمت پایین‌تر هستند کمترین وفاداری را از خود نشان می‌دهند یعنی به محض اینکه کسب و کار دیگری که این خدمات را ارائه می‌کند با قیمت پایین‌تری ارائه کند، دیگر از شما مشاوره نخواهد خواست. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از بروز جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کارآفرین است چرا که وی را مجبور می‌کند قیمت‌های خود را شکسته و از سود خود کم کند.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید. با این کار از جنگ قیمتی جلوگیری کرده و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقبا محدود باشد، می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری بسته و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت، نحوه پرداخت است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت نقدی را پیشنهاد داده و به این ترتیب، مشتریانی را با شرایط مختلف جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک ابتدا باید از اعتبار و خوش‌حسابی مشاوره‌گیرنده اطمینان حاصل کنید. برای این منظور باید از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم می‌کنند.

پیشبرد فروش (promotion)

پیشبرد فروش مجموع فعالیت‌هایی است که برای افزایش گسترش سطح ارائه خدمات خود انجام می‌دهید. به همین منظور، می‌توان از تکنیک‌های زیر استفاده کرد:

۱. ایجاد یک لوگوی مناسب
۲. تبلیغات و ایجاد نام تجاری

۳. بازاریابی مستقیم

۴. روابط عمومی

۵. شراکت درصدی

۱. ایجاد یک لوگوی مناسب

برای داشتن یک کسب و کار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی مناسب است شما یک لوگو یا علامت تجاری برای خود انتخاب کنید. زیرا در دنیای بازاریابی امروز اشکال، رنگ‌ها و نوشته‌ها نقش بسزایی را در تسخیر ذهن مشتری ایفا می‌کنند. شما می‌توانید در همان اولین مشاوره‌های خود این لوگو را در گوشه ساعت محل کار، برگه‌ای که روی آن یادداشتی برای مشاوره گیرنده خود می‌نویسید و یقه کت خود حک کنید. ارزش و اهمیت این لوگو در این است که: امروزه مشاوران حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی آن هم در عرصه کسب و کار خانگی، برای برقراری ارتباط موثر با متقاضیان خدمات خود و القای منافعی که از این مشاوره نصیب آنها می‌شود، در چالش بزرگی به نام رقابت گرفتار شده‌اند.

اگر قرار باشد تنها مزیت رقابتی کسب و کارهای خانگی خدمات مشاوره‌ای شما، کیفیت بالای مشاوره‌های شما باشد و هیچ لوگویی نداشته باشید، مطمئن باشید تا سال‌های متمادی سهم معینی از بازار هدف‌تان را در

اختیار خواهید داشت و توفیق چندانی در افزایش سهم بازار خود به دست نخواهید آورد. بنابراین در سال‌های آتی تنها مراکز مشاوره‌ای در عرصه کسب و کار موفق خانگی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در بازار متقاضیان مشاوره‌های حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی حکومت خواهند کرد که بتوانند با استفاده از ابزارهای ترویجی تاثیرگذار، وفاداری مراجعان را نسبت به تولیدات خود تضمین کنند. برای شما نیز این راه‌حلی است که دیر یا زود بایستی به آن فکر کنید. در این راستا شاید این نکته برای شما بسیار جالب باشد که بسیاری از مراجعان در اولین مراجعات خود معمولاً دلایل بسیار مستدلی برای انتخاب مشاور حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی ندارند و بیشتر براساس ادعای برخی از دوستان آشنایان خود مشاوره را مورد آزمایش قرار می‌دهند و چنانچه رضایت اولیه از آن مشاوره برایشان حاصل شود، مشتری دائمی آن خدمات خواهند شد. شکی نیست در این میان عوامل زیادی وجود دارند که در جذب اولیه توجه متقاضیان مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی نقش بسزایی دارند و متقاضی را در قدم اول متوجه خود می‌سازند. از این رو یکی از موثرترین راه‌های ارتقای نام تجاری و همین‌طور برخورداری از یک سهم بازار مناسب که مطمئناً ذهن متقاضیان را با هویت یک کسب و کار درگیر می‌سازد، استفاده از یک لوگوی ماندگار است. در این راستا نکته مهم این

است که به طور کلی چهار نوع لوگو تعریف شده است که عبارتند از: لوگوی تصویری، لوگوی متنی، تصویری و لوگوی شعاری.

بر این اساس لوگوی تصویری به لوگویی اطلاق می‌شود که تنها از یک تصویر گرافیکی تشکیل شده باشد. برجسته‌ترین مثال این نوع لوگو، نشان المپیک است که از پنج حلقه رنگی درهم آمیخته به وجود آمده است. لوگوی متنی، لوگویی است که تنها از چند حرف شکل گرفته و در طراحی آن از هیچ تصویری استفاده نشده است. مثال بارز این نوع لوگو را می‌توان در لوگوی مایکروسافت دید.

لوگوی "متنی - تصویری" که شاید متداول‌ترین لوگو در نزد کسب و کارها باشد از ترکیب یک تصویر با یک نام تجاری حاصل شده است. معمولاً با گذشت زمان هر دو بخش این نوع لوگو یادآور نام تجاری خواهد بود. نمونه بارز لوگوهای متنی - تصویری را می‌توان در آدیداس دید که به یک لوگوی ماندگار تبدیل شده است.

لوگوی شعاری نوع دیگری از لوگو است که در کنار تصویر یا نام تجاری، شعار یک کسب و کار را نیز یادآوری می‌کند. یکی از نمونه‌های برجسته این نوع لوگو را می‌توان در لوگوی نوکیا با شعار «ارتباط با همدیگر» مشاهده کرد. به عقیده بسیاری از بزرگان کسب و کار، لوگو همان نام تجاری (برند) یک کسب و کار است که می‌تواند بیانگر کسب و کار خانگی شما به عنوان

مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی باشد. بزرگان کسب و کار معتقدند هر چه کسب و کارهای خانگی در طراحی لوگوی خود از تعابیر روشنی برای ارتباط با مشتری و ثبت نام تجاری خود در ذهن او استفاده کنند، شانس بیشتری برای توفیق در بازارهای رقابتی امروز خواهند داشت. فراموش نکنید هیچ لوگویی در ابتدا دارای اعتبار نبوده است و گذشت زمان بر میزان اعتبار آن افزوده است البته به شرط آن که نام تجاری در راستای رسیدن به رضایت اکثریت مشتریان گام برداشته باشد. اگر بگوییم لوگوها به میزان ارزش تجاری‌شان به شخصیت افراد شکل می‌دهند، چندان گزاف نگفته‌ایم، چرا که به ندرت می‌توان فردی را دید که تمایل به استفاده از خدمات یک مرکز مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی بی‌نام و نشان را داشته باشد لذا بیشتر افراد به دنبال استفاده از خدماتی هستند که ارزش نام تجاری و لوگوی آنها برای همگان شناخته شده باشد. در این میان شما می‌توانید به عنوان یک مشاور حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی لوگویی داشته باشید که متقاضیان خدمت شما به این امر اگر بخواهند، بتوانند افتخار کنند.

ویژگی یک لوگوی مناسب

شاید مهمترین توصیه در طراحی یک لوگو "سادگی آن" باشد. فراموش نکنید شما می‌خواهید کسب و کار خانگی خود را که مشاوره حقوقی و

سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی است در ذهن همگان ثبت کنید و قرار نیست که چارت کسب و کارتان را در قالب یک لوگو بگنجانید. لوگوهای پیچیده و ابهام برانگیز شانس زیادی در جذب توجه اولیه متقاضیان نخواهند داشت و توفیق کسب و کار شما را به مخاطره می‌اندازند پس همیشه در معرفی یک لوگو اصل ساده نگاری را در نظر داشته باشید.

۲. تبلیغات و ایجاد نام تجاری (برندینگ)

تبلیغات و ایجاد نام تجاری شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت، باید زمینه کاری خود را تبلیغ کنید.

تبلیغات پیام‌های بازرگانی را شامل می‌شود که از طریق رسانه‌ها (اینترنت، چاپی و صوتی و تصویری) به مخاطب منتقل می‌کنید. بعنوان مثال شما می‌توانید آگهی تبلیغاتی خود را از طریق وب سایت‌های پربیننده و خبری به اطلاع مشتریان رسانه و یا با چاپ آگهی در روزنامه و نشریات، خود را معرفی کنید؛ همچنین می‌توانید از طریق چاپ تیزرهای تبلیغاتی رادیو و تلویزیون محصولاتتان را معرفی کنید. تبلیغات از طریق تلویزیون بسیار پرهزینه بوده و کسب و کارهای کوچک از عهده آن بر نمی‌آیند. تبلیغات در روزنامه‌ها و رادیو نیز نسبتاً گران است و تنها در صورت اطمینان از اثر بخشی

آن، می‌توان مورد استفاده قرار داد. با این حال امروزه 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 و کاملاً قابل ردیابی است؛ یعنی وقتی هزینه تبلیغ را پرداخت می‌کنید که بر روی بنر شما در سایت نمایش دهنده تبلیغات کلیک شده و از سایت‌تان بازدید بعمل آید.

ایجاد نام تجاری (برندینگ)

مهمترین هدف از تبلیغات، برندینگ یا ایجاد نام تجاری است. منظور از نام تجاری، نشان یا لوگوی تجاری که در قسمت قبل توضیح داده شد و یا ارسال پیام تبلیغاتی شرکت نیست. نام تجاری منعکس کننده احساس و نگرش افراد نسبت به کسب و کار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی شماست. هیچ کلمه دیگری غنا و پیچیدگی مفهوم نام تجاری (brand) را ندارد. تنها واژه نزدیک به این کلمه، واژه شهرت است. شهرت خوب یا بد شما مانند نام تجاری شرکت، خارج از اراده خودتان است. شهرت براساس خواست شما یا آنچه درباره خودتان می‌گویید، شکل نمی‌گیرد بلکه بیشتر حاصل نگرش دیگران درباره شماست. در این میان تنها کاری که می‌توان انجام داد، تأثیر گذاشتن بر نظرات و قضاوت‌های مشتریان است.

آنچه که باعث شکل‌گیری نام تجاری می‌شود، ایجاد یک تمایز قابل توجه در مقایسه با دیگران است. برای درک بهتر موضوع یک مثال می‌زنیم: ابتدا یک نمودار با دو محور «خوب» و «متفاوت» رسم کنید. تمام ویژگی‌هایی که از نظر مشتریان ارزشمند قلمداد می‌شوند، بر روی محور «خوب» قرار می‌گیرند مانند کیفیت، سرعت عملکرد بالا، قیمت پایین و غیره. اینها ویژگی‌هایی هستند که پایه و اساس رقابت شرکت‌ها را تشکیل می‌دهند. محور «متفاوت» به ویژگی‌هایی اشاره دارد که باعث می‌شود پیشنهاد یا محصولی با نمونه‌های مشابه خود متفاوت باشد. این موارد ویژگی‌هایی هستند که مشتریان آنها را جالب، خارق‌العاده، عجیب و غریب و استثنایی دسته‌بندی می‌کنند.

<p>۱</p> <p>خوب ولی نه متفاوت</p> <ul style="list-style-type: none"> - در آزمون خیلی خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - سود معقولی دارد تا زمانی که رقبا نیایند - سهم بازار کوچک - توان کم برای نام تجاری 	<p>۲</p> <p>خوب و متفاوت</p> <ul style="list-style-type: none"> - در آزمون ضعیف است - به سختی به بازار راه می‌یابد - مشتریان به سرعت خوب و متفاوت را تشخیص می‌دهند - سود بلند مدت دارد - سهم بازار زیاد - توان قوی نام تجاری
<p>۳</p> <p>نه خوب و نه متفاوت</p> <ul style="list-style-type: none"> - در آزمون خوب بوده است - به راحتی به بازار راه می‌یابد - در ابتدا سود معقولی می‌دهد، ولی در نهایت شکست می‌خورد - سهم بازار خیلی کم - توان نام تجاری بسیار کم 	<p>۴</p> <p>متفاوت اما نه خوب</p> <ul style="list-style-type: none"> - در آزمون ضعیف بوده است - به سختی به بازار راه می‌یابد - در نهایت در بازار شکست می‌خورد، مشتریان متوجه بد و متفاوت می‌شوند - سهم بازاری ندارد - هیچ توان نام تجاری ندارد.

متفاوت

در چنین نموداری بهترین جایگاه برای اینکه شما بتوانید نام تجاری خوبی را ایجاد کنید، گوشه بالا سمت راست است.

این نمودار کمک می‌کند به جای اینکه خیلی سطحی نظریات مشتریان را صددرصد قابل اعتماد بباید و اجرا کنید، دریافت‌های مشتریان را به سمت الگوهای موفق سوق دهید.

به خاطر داشته باشید عامل کلیدی برای گسترش نام تجاری، رضایت مشتری است. اگر مشتریان مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی شما را همانگونه که شما معرفی کرده‌اید ارزیابی کرده و هنگام بکار بردن روش‌های شما احساس شغف و پیروزی کرده و رضایت پیدا کنند، مطمئناً آن را به دیگران هم معرفی نموده و همان چیزی را درباره شما می‌گویند که انتظار شنیدنش را دارید. به این ترتیب شما به شهرتی عالی در کسب و کار خود دست پیدا خواهید کرد.

۳. بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه تبلیغاتی مناسبی را آماده کرده و آن را برای آدرس‌هایی که مایل به دریافت این نوع خدمات هستند، ارسال کنید. بهتر است این نامه در قالب ایمیل باشد.

توجه داشته باشید از آن جا که مشتریان اصلی شما کسانی هستند که متقاضی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی هستند، در این

شرایط ممکن است بسیاری از این ایمیل‌ها به دست کسانی برسد که حتی متقاضیان بالقوه مشاوره‌های شما هم نیستند اما این اطلاع‌رسانی شما بستری را فراهم می‌کند که این افراد به کسانی که می‌شناسند و متقاضیان بالقوه شما هستند این ایمیل را ارسال نموده و متقاضیان بالقوه شما از طریق دوستان خود، ایمیل شما را دریافت می‌نمایند. برای نگارش نامه یا ایمیل، این توصیه‌ها را در نظر بگیرید:

۱. خط موضوع نامه از اهمیت کلیدی برخوردار است. به جرأت می‌توان گفت که بیش از ۵۰ درصد قضیه، نوشتن یک موضوع جذاب و تحریک کننده است. به یاد داشته باشید، تا زمانی که افراد روی ایمیل شما کلیک نکنند نمی‌توانند محتوای آن را مطالعه کنند، پس ترغیب افراد برای کلیک کردن، هنر محسوب می‌شود. توجه داشته باشید:
۲. از نوشتن موضوع‌های طولانی و خسته کننده شدیداً خودداری کنید. موضوع باید کوتاه و مختصر بوده و نظر خواننده را جلب کند.
۳. موضوع نباید شباهتی به نامه‌های تبلیغاتی داشته باشد. مردم روزانه توسط صدها آگهی تبلیغاتی بمباران می‌شوند و این موضوع آنها را خسته و بی‌حوصله می‌کند. کافی است خوانندگان ایمیل شما فکر کنند که این یک آگهی تبلیغاتی است تا به راحتی آن را نادیده بگیرند.

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

۵. از مخاطبین خود بخواهید کاری انجام دهند؛ به عنوان مثال از آنها بخواهید از سایت‌تان بازدید کرده و یا با شماره تلفن شما تماس بگیرند.

۶. از ایمیل‌های اچ‌تی‌ام‌ال به جای ایمیل‌های متنی ساده استفاده کنید. ایمیل‌های مبتنی بر اچ‌تی‌ام‌ال جذاب‌تر هستند و با کاربر ارتباط بیشتری برقرار می‌کنند. برای این منظور حتماً از قالب‌های استاندارد (Standard Template) استفاده کنید. این قالب‌ها دارای جداولی هستند که از به هم ریختگی و آشفتگی متن در کامپیوترهای مختلف جلوگیری می‌کند. همچنین چون دارای رنگ و چیدمان انتخابی هستند، ارتباط بصری عمیق‌تری با مخاطب برقرار می‌کنند.

۷. ایمیل خود را سنگین نکنید؛ به عنوان مثال اگر قرار است بروشور خدمات مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی خود را برای مخاطبین بفرستید، سعی کنید در چند خط به معرفی کسب و کار و خدمات‌تان پرداخته و سپس لینک بروشورها را به ایمیل خود ضمیمه کرده

(Attachment)، از کاربر بخواهید آنها را دانلود و مطالعه کند. فراموش نکنید که بهترین حالت، قرار دادن بروشورها بر روی سایت و درخواست از کاربران برای مراجعه به سایت و دانلود اطلاعات است. سپس آدرس مستقیم صفحه‌ای را که بروشور در آن قرار دارد به نامه اضافه کنید.

۳- مشوق‌های فروش و اعطای تخفیف

یکی از ابزارهایی که می‌تواند متقاضیان مردد را به متقاضیان مصمم تبدیل کرده و آنها را برای گرفتن تصمیم خرید ترغیب کند، ارائه تخفیف‌های ویژه است. برای این که این روش موثر واقع شود نکات زیر را در نظر داشته باشید:

در زمان مناسب این کار را انجام دهید. دو مورد زیر را نیز حتماً به یاد داشته باشید:

👉 مناسب داشتن،

👉 محدوده زمانی مشخص داشتن. بدین صورت که بعد از آن بازه زمانی، هیچگونه امتیاز یا جایزه‌ای برای خریداران در نظر گرفته نشود.

۴- بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی است که زمینه گسترش شهرت و اعتبار شما را بطور غیرمستقیم فراهم کرده و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر از روش‌های دیگر است. این نوع بازاریابی برای

تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم داشته و میزان فروش ناشی از آن به کندی افزایش می‌یابد اما تاثیرگذاری پایدارتری نیز دارد. تکنیک‌های زیر از جمله روش‌های بازاریابی از طریق روابط عمومی است:

تهیه و ارسال یک خبرنامه الکترونیکی با موضوع خدمات شما

در این روش شما یک خبرنامه یا نشریه الکترونیکی حاوی مطالب آموزنده و نکات کلیدی و کاربردی از موضوع فعالیت تان تهیه کرده و آن را برای افراد مرتبط ارسال می‌کنید. این تکنیک باعث می‌شود مشتریان، شما را به عنوان یک فرد مطلع و کارشناسی قابل اعتماد پذیرفته و چنانچه قصد خرید داشته باشند، ابتدا به شما مراجعه کنند. از آنجا که موضوع فعالیت شما مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی است، شما می‌توانید در حوزه‌های مرتبط با موضوع فعالیت خود اطلاعات مفیدی را ارائه کنید.

نگارش مقاله و انتشار آن در نشریات با عنوان شخصی یا براساس نام

موسسه تان

شما می‌توانید در حوزه کاری خودتان مطالبی نوشته و آنها را بصورت مقاله برای مجلات یا نشریات مرتبط ارسال کنید تا بدون هزینه منتشر شوند. برای نوشتن این مقالات شما می‌توانید از افراد خانواده، دوستان، آشنایان یا فامیل خود که در حوزه نگارش، سررشته دارند کمک بخواهید، این کار باعث

شناخته شدن شما در میان مخاطبان می‌شود زیرا افراد برای دریافت مشاوره، به سراغ کسانی می‌روند که از قبل می‌شناسند.

برگزاری سمینارهای کاربردی

شما می‌توانید یکسری سمینارهای کاربردی در زمینه کاری خود برگزار نموده و از علاقمندان دعوت کنید به طور رایگان یا در ازای پرداخت هزینه‌ای کم در آن حضور یابند.

حضور در سمینارها، کنفرانس‌ها، همایش‌ها و... را در برنامه کاری خود قرار دهید.

۵- شراکت درصدی

در خصوص افراد یا شرکت‌هایی که به سادگی به شما به عنوان متولی کسب و کار خانگی مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی اعتماد نمی‌کنند می‌توانید مشاوره بدهید و از طریق آن در سود حاصل از این مشاوره سهیم شوید، از این طریق شما کارایی خود را تبلیغ کرده اید.

توزیع یا دسترسی (Place)

تصمیم‌گیری درباره این که مخاطبان چگونه به محصول شما دسترسی پیدا کنند، رکن چهارم برنامه بازاریابی است.

شما می‌توانید بدون نیاز به دفتر کار امکان دسترسی مشتریان را فراهم کنید: بدین صورت که سایتی را راه‌اندازی کرده و با بازدید کاربران از آن، شرایطی فراهم کنید که آنها بتوانند خدمات مورد نظرشان را مشخص نموده، پاسخ سوالات شان را پیدا کرده، و اقدام به ثبت سفارش نمایند. برای این منظور باید:

۱- نام مناسبی به عنوان دامنه و آدرس اینترنتی خود مشخص کنید: (www.yourname.ir یا www.name.com) این دامنه باید دارای دو ویژگی داشته باشد:

الف- حتی‌الامکان معرف فعالیت‌های شما بوده و متمایز باشد؛

ب- کوتاه و مختصر باشد تا براحتی تایپ شده یا در خاطر بماند.

۲- میزبان (Host) و خدمات دهنده (server) مناسب سایت‌تان را با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه دهید، تهیه کنید.

۳- سایت خود را راه‌اندازی کنید (می‌توانید از گروه‌های طراحی سایت کمک بگیرید)

۴- برای سایت‌تان بازاریابی کنید تا بازدیدکنندگان بیشتری آن را مشاهده کنند.

۵- سایت را مدیریت کرده و تراکنش‌های خود با مشتریان را پیگیری و دنبال کنید.

اما شاید در ابتدای امر بهتر باشد شما در منزل خود جایی را طراحی کنید امکان پاسخگویی تلفنی به مشتریان به صورت تمام وقت و یا پاره وقت

در زمان‌های مشخص وجود داشته باشد. اگر شما برای راه‌اندازی کسب و کار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی خود در اینترنت تصمیم جدی گرفته‌اید مهمترین چیز برای شما باید وب سایت باشد. وب سایت شما بازتابی از شما و کسب و کارتان داشته باشد. درست کردن یک وب سایت حرفه‌ای که برای فروش طراحی شده می‌تواند مقدار زیادی از وقت شما را بگیرد و تلاش زیادی را نیز می‌طلبد و این چیزی است که باید در طراحی سایت مورد توجه قرار گیرد.

در زیر مطالبی که برای طراحی وب سایت‌هایی که با هدف تبدیل شدن به بستر فعالیت اقتصادی طراحی می‌شوند ذکر می‌شود.

۱- شما باید وب سایتی داشته باشید که کاملاً حرفه‌ای به نظر بیاید. وب سایت مهمترین ابزاری است که شما برای فعالیت اقتصادی در اینترنت در اختیار دارید. احساس اولیه‌ای که شما در بازدیدکنندگان خود به وجود می‌آورید می‌تواند تعیین کند که آنها به انجام فعالیت اقتصادی با شما رو می‌آورند یا خیر!

یک وب سایت حرفه‌ای باید پیش از هر چیز برای مشتری جذاب و خوشایند باشد، سازمان یافته باشد، گشت و گذار در آن آسان باشد و سریعاً بارگذاری شود.

۲- شما باید در طراحی وب سایت خود توجه ویژه‌ای به رتبه‌بندی بالا در موتورهای جستجو داشته باشید. کلید واژه‌ها، عناوین صفحات، تصاویر، مطالب و طراحی ظاهری مهمترین عواملی هستند که در رتبه‌بندی وب سایت شما موثر خواهند بود. سعی کنید همواره اطلاعات بیشتری در مورد بهینه‌سازی صفحات سایت خود در وب بیاموزید.

۳- شما باید از نوشته‌هایی تاثیرگذار استفاده کنید. کلماتی که محتوای علمی و فنی سایت شما را تشکیل می‌دهند اساس کسب و کار شما خواهند بود. بسیاری از عدم موفقیت‌ها در کسب و کارهای اینترنتی ناشی از استفاده از محتوایی غیر کاربردی و غیر موثر است. توجه به این موضوع در مورد نامه‌های اداری و تبلیغات نیز حائز اهمیت است. به هر حال کلماتی که محتوای سایت شما را تشکیل می‌دهند نقش مهمی در موفقیت شما خواهند داشت. در زمانی که شروع به نوشتن محتوای سایت خود می‌کنید موارد زیر را مورد توجه قرار دهید.

جلب توجه- با استفاده از عناوین (تیتر) درشت به صورت مستقیم و غیر مستقیم از بازدیدکننده بخواهید که به موضوع مورد نظران توجه کند.

علاقه‌مند کردن- با استفاده از ترفندهای مختلف باعث ایجاد علاقه‌مندی و حس کنجکاوی بازدیدکننده خود شوید.

جزئیات - جزئیات کامل و دقیقی از محصولات و خدمات خود به مشتری ارائه کنید.

۴- ترافیک سایت خود را بالا ببرید. برای این که ترافیک وب سایت شما همیشه در یک سیر منظم و رو به رشد حرکت کند باید زمینه‌ای را به وجود آورید که اولاً افراد برای بازدید به آن مراجعه نمایند و ثانیاً برای دفعات بعدی دلیلی برای سر زدن دوباره به وب سایت شما داشته باشند. شما باید برای بازدیدکنندگان خود مطالب تازه‌ای آماده کنید.

محتوای این مطالب می‌تواند شامل موارد مختلفی همانند مقاله، خبر، اطلاعات مفید، نرم‌افزار و هر چیز مفیدی که در رابطه با کسب و کار شماست باشد. همچنین محتوای سایت باید هماهنگی مناسبی با کارکردهای خود سایت داشته باشد و در زمانهای معین و منظمی به روز شود.

وب سایت‌هایی وجود دارند که بنا به نوع فعالیتشان مطالب مختلفی از قبیل مقاله، خبر و... را به صورت به روز شده و آماده در اختیار شما می‌گذارند. اگر شما نیرو و وقت کافی برای این کار را ندارید کافی است با استفاده از چند خط کد در صفحه‌ای از وب خود هر روز مطالب جدید و به روزی در سایت خود داشته باشید. با این کار دیگر هیچ وقت نگران به روز کردن وب سایت خود در برخی از بخش‌ها نخواهید بود.

۵- بخش‌های آموزشی رایگان راه‌اندازی کنید. وب سایت شما جایگاهی برای برقراری تعامل دو طرفه بین خدمات شما با بازدیدکنندگان است. شما باید بازدیدکننده‌های خود را با ترفندهای مختلف قانع کنید که در هر صورت به خدمات شما نیازمند هستند. این کار می‌تواند در خلال ارائه مقالات، آموزش‌ها، کتاب‌های الکترونیکی رایگان و یا دوره‌های آموزشی روی خطی (آن لاین) صورت پذیرد.

۶- گواهینامه‌های اعتباری خود را به مشتریانتان نشان دهید و به آنها یادآوری کنید. شما باید اعتماد بازدیدکنندگان را به دست آورید. همچنین با نشان دادن رضایتمندی‌های سایر مشتریان می‌توانید اطمینان خاطر آنها را نسبت به خود و خدماتتان جلب نمایید. برای این کار می‌توانید صفحه‌ای را در سایت خود به معرفی این تاییدیه‌ها و رضایت‌نامه‌ها اختصاص دهید. پس فراموش نکنید که از مشتریان خود بخواهید در صورت رضایتمندی از شما فرم‌های خاصی را برای شما پر کنند.

۷- اجازه بدهید تا بازدیدکنندگان کاملاً نسبت به شما شناخت پیدا کنند. اطلاعات کاملی از شرکت خود به همراه آدرس، شماره تلفن، نشانی پست الکترونیکی خود را نیز برای درخواست اطلاعات یا پشتیبانی در اختیار آنها قرار دهید.

۸- نمونه خدمات ارائه شده توسط خود را بر روی سایت توضیح دهید. بدین ترتیب مخاطبان شما از عملی بودن فعالیت شما اطمینان حاصل کرده و بیشتر جذب خواهند شد.

طراحی یک سایت حرفه‌ای عامل مهمی در کسب موفقیت می‌باشد. بنا براین باید روی این کار وقت بگذارید و مطمئن شوید که به دنبال چه چیزی هستید. اگر شما مطمئن نیستید که توانایی راه‌اندازی وب سایتی کامل برای بدست آوردن موفقیت در کسب و کار خود هستید این کار را به افراد ماهر در این زمینه بسپارید چرا که موفقیت شما در گروی آن خواهد بود.

اشتباهاتی که باعث نابودی کسب و کار شما خواهد شد

به جرأت می‌توان گفت که بسیاری از سایت‌هایی که با هدف کسب و کار راه‌اندازی شده‌اند همچون قایق‌های کوچکی در دریای بزرگ وب گم شده‌اند. وب سایت شما انعکاس مستقیمی از وضعیت شما و کسب و کارتان است. ظاهر سایت شما شاخص مهمی برای تخمین ارزشی است که شما برای وب سایتتان قائل هستید. به عبارت دیگر اگر وب سایت شما در نگاه اول حرفه‌ای و جذاب به نظر نرسد نشانگر ارزش پایین محصولات یا خدمات شما خواهد بود.

در رویکردی دیگر ممکن است شما یک وب سایت عالی با طراحی خوب و محصولات یا خدمات با کیفیت داشته باشید اما بارگذاری آن زمان زیادی به طول انجامد. در این حالت نیز همچنان ارزش تجاری وب سایت شما بسیار پایین است. زیرا مشتریان بالقوه شما در انتظار نخواهند نشست و در نهایت کسب و کار شما رونق نخواهد یافت.

نکته قابل ملاحظه دیگر که از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است مساله محتوای سایت شما می‌باشد. زمانی که یک نفر در وب به گشت و گذار و جستجو می‌پردازد و از طروق مختلف برای بازدید وارد سایت شما می‌شود برای این کار دلیلی دارد. سایت شما چیزی ارائه می‌دهد که آنها به دنبال آن می‌گردند که می‌تواند شامل محصولات، خدمات و یا اطلاعاتی باشد که شما در سایت خود گنجانده‌اید و بازدید کنندگان به همین دلیل برای تماشای آن جذب شده‌اند.

اگر آنها چیزی را که به دنبالش هستند در سایت شما نیابند سریعاً سایت شما را ترک می‌کنند و به سایت دیگری مراجعه خواهند کرد. اگر شما می‌خواهید که بازدید کنندگان در سایت شما بمانند برای آنها مطالب و محتوای مناسبی را با سازماندهی خوبی و جذابی فراهم کنید. برای آنها دلیل و بهانه‌ای را بوجود آورید تا علاقه‌مند شوند دیگر صفحات وب سایت شما را نیز مطالعه کنند و در آینده نیز به شما مراجعه کنند.

با توجه به مطالب بالا در زیرلیستی از اشتباهات نابود کننده وب

سایت‌های کسب و کار ارائه می‌شود.

- کندی زمان بارگذاری
- جلوه ظاهری ضعیف
- مشکلات دستوری و املائی در محتوا
- عدم داشتن اطلاعات برای برقراری ارتباط با شما
- ضعف محتوایی از نظر کمی و کیفی
- لینک‌ها یا عناصر گرافیکی غیر فعال
- مشکلات سازگاری با مرورگرهای مختلف
- سرعت کم بارگذاری عناصر گرافیکی
- حجم زیاد گرافیک سایت
- استفاده بیش از حد از تصاویر انیمیشن
- استفاده بیش از حد از خطوط و تصاویر گرافیکی برای جدا کردن بخش‌های مختلف صفحات
- پس زمینه‌ای که باعث حواس پرتی بازدیدکننده شود
- تعداد زیاد بنر
- استفاده از قلم خیلی ریز یا خیلی بزرگ
- ضعف در طراحی و کاربرد جداول

- سازماندهی نامناسب ساختار ظاهری صفحه
- تفاوت اساسی در پس زمینه یا طراحی هر یک از صفحات به گونه‌ای که احساس کنیم به سایت جدیدی وارد شده‌ایم.
- پخش موسیقی به صورت اتوماتیک
- تبلیغات زیاد
- پیام‌های تریک و خوش آمدگویی بزرگ در صفحه
- تنوع زیاد رنگ‌ها در متن
- پیغام غیر فعال بودن سایت با عبارت در دست ساخت
- متن‌های متحرک
- استفاده از قلم‌های مختلف در یک صفحه

زمانی را صرف بررسی دقیق این نکات در سایت خود کنید و آن را با سایتی که فکر می‌کنید حرفه‌ای است مقایسه نمایید.

طراحی ساده و خوب می‌تواند فروش سایت شما را تضمین کند. اگر فروش سایت شما آنچنان که انتظار دارید نیست جداً وقتی را برای ارزیابی سایت خود قرار دهید و در آن تغییراتی به اجرا درآورید پیش از آنکه برای تبلیغات آن وقت و پول خود را هزینه کنید.

به خاطر داشته باشید که عامل کلیدی در گسترش نام تجاری، جلب رضایت مشتری است. اگر مشتریان هم محصول شما را همانطور که خودتان

معرفی کرده‌اید، ارزیابی نموده و با استفاده از آن نیازشان را برآورده کرده و رضایت‌شان تأمین گردد، مطمئناً این خدمات را به دیگران هم معرفی کرده و درباره شما همان چیزهایی را می‌گویند که انتظار دارید. به این ترتیب شما به شهرت خوبی در کسب و کارتان دست پیدا می‌کنید. در عوض، مشتریان ناراضی درباره شما تبلیغ منفی کرده و دیگران را از دریافت خدمات از شما منصرف می‌کنند. براساس تحقیقات بعمل آمده، تأثیر مشتریان ناراضی به مراتب بیشتر است. به طور معمول یک مشتری ناراضی می‌تواند بیش از ده نفر را از دریافت خدمات شما بازدارد؛ این در حالی است که مشتریان راضی حدود سه نفر را به دریافت خدمات از شما تشویق می‌کند. این امر نشان دهنده اهمیت جلب رضایت مشتری و دلیل اثرگذاری شدید نگرش منفی آنها بر روی کسب و کار است. به همین دلیل است که همواره باید بدنبال جلب رضایت مشتری باشید.

مشتری مداری و تولید مداری

معمولاً دو فضا وجود دارد، فضای تولید مداری، فضای مشتری مداری. هر وقت تقاضا زیاد و عرضه کم می‌باشد فضا، فضای تولید مداری است و طبیعی است که در این فضا، مشتری جایگاه خاصی ندارد و در اولویت قرار نمی‌گیرد. در این گونه کسب و کارها عموماً به طرح‌هایی مانند رضایت مشتری، سنجش آن و افزایش آن، بهای خاصی نمی‌دهند. اما در شرایطی

که تقاضا بسیار کمتر از عرضه می‌باشد، فضای مشتری مداری حاکم است، بنابراین در این فضا، مشتری و رضایتش و افزایش رضایتش در درجه اول اهمیت را به خود اختصاص می‌دهند. بی‌شک کسب و کارها در این حالت باید سنجش رضایت مشتری و بهبود آن را اولویت اول استراتژی خودشان قرار دهند همانطوری که در دنیای مدرن امروز ما کاملاً این را ملاحظه می‌کنیم. در مورد سطح رضایت مشتریان، دو دیدگاه در تجارت نوین و مدیریت نوین وجود دارد.

دیدگاه اول دیدگاه سنتی و دیدگاه دوم دیدگاه مدرن، در دیدگاه سنتی اولویت و استراتژی اول سازمانها تاکید بر جذب مشتریان جدید بوده در حالی که در دیدگاه مدرن، حفظ و پایداری و ماندگاری و وفادار نمودن مشتریان کنونی است بعد از این عمل می‌بایست به توسعه بازارهای خود و جذب مشتریان جدید فکر کرد.

دیدگاه سنتی

🚩 تاکید بر جذب مشتریان جدید

دیدگاه نوین

🚩 تاکید بر حفظ مشتریان کنونی و ایجاد رابطه‌ای پایدار و همیشگی

در دیدگاه نوین و شیوه‌های امروزی در بحث مشتری، احساس مشتری بسیار مهم می‌باشد. به عبارت دیگر تنها نیاز نیست تنها درخواست نیست،

تنها قدرت اقتصادی نیست، احساس مشتری مهمترین پارامتر است که امروز در دنیای مدرن و مدیریت مدرن به آن توجه می‌کنند و آن را بررسی می‌کنند و روی آن پژوهش‌های بسیاری می‌کنند. فراموش نکنیم، احساس مشتری امروزه مهمترین پارامتر در ارتباط میان یک کسب و کار و مشتریان است.

«آنچه مهم است احساس مشتری پس از خرید است»

احساس مشتری پس از نخستین خرید یکی از حالات زیر است:

- بسیار ناخشنود

- ناراضی

- بی تفاوت

- راضی

- بسیار خشنود و شیفته

و اما مشتریان راضی، خشنود و یا شیفته، می‌خواهیم این دو مورد را بررسی کنیم و تجزیه و تحلیل کنیم. مشتریان راضی اصولاً به مشتریان کنجکاو معروف هستند.

یعنی علاقمند هستند کسب و کارهای دیگر یعنی رقبای ما را که محصولات شبیه ما و یا خدمات شبیه ما را تولید می‌کنند یا ارائه می‌دهند را امتحان کنند، طبیعی است، به خاطر اینکه هنوز شیفته نشده‌اند.

اما نکته مهم این است که بشر خصلتی دارد تحت عنوان تعالی‌یابی. کلیه روان‌شناسان بزرگ بر این خصلت بشر مهر تایید گذاشتند یعنی بشر همواره تعالی را جستجو می‌کند.

«مشتریان راضی به احتمال زیاد برای تکرار خرید مراجعه می‌نمایند.

مشتریان راضی به راحتی ممکن است توسط رقبا ربوده شوند اگر رقبا به یک مشتری راضی، خدمات یا محصولی مشابه یا کمی برتر ارائه دهند، احتمال گرایش مشتری به خرید از رقبا بسیار زیاد خواهد بود.»

بنابراین مشتریان راضی دوست داشتند رقبا را امتحان کنند و از طرفی این مشتریان کنجکاو بودند، بشر حس تعالی را همواره با خود دارد یعنی دنبال این است که به اوج برسد بنابراین آنقدر این کنجکاوی را ادامه می‌دهد تا به شیفتگی برسد. ما به مشتریان شیفته یا خشنود اصطلاحاً مشتریان کور می‌گوییم. یعنی تبلیغات رقبا بر این مشتریان اثر ندارد و اینها جزو مشتریان پایدار و ماندگار ما خواهند بود، این گونه مشتریان ارزش بسیار زیادی دارند و منافع عظیمی را برای سازمان به همراه خواهند آورد.

پس یکی از استراتژی‌های مهم مدیریت مدرن امروز، ماندگارسازی و وفادارسازی، یا به عبارتی شیفته کردن مشتریان کنونی می‌باشد.

«مشتریان خشنود یا شیفته بی‌تردید خرید خود را تکرار خواهند نمود و به

مشتریان ماندگار تبدیل خواهند شد.»

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱. ناشناخته بودن مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در

قالب یک کسب و کار خانگی:

با توجه به این که مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در

قالب یک کسب و کار خانگی همچنان جزو خدمات جدید و نوظهور

شناخته می‌شود، برای جامعه کاملاً شناخته شده نبوده و پیش‌بینی

می‌شود که در اوایل کار با دشواری‌هایی مواجه شده و با استقبال قابل

توجهی از سوی مشتریان روبرو نشوید.

برای حل این مشکل اقدامات زیر توصیه می‌شود:

- سعی کنید مقالاتی را در درباره مزایای مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری

پروژه‌های صنعتی در منزل و به عنوان یک کسب و کار خانگی موفق

نوشته و در نشریات، سایت‌ها و وبلاگ‌های پربیننده منتشر کنید.

- می‌توانید مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی را در ابتدا

برای اعضای فامیل، دوستان و آشنایان که به نوعی با این مسائل

روبرو هستند انجام دهید و با معرفی از سوی آنها، مشتری‌یابی کنید.

- سعی کنید با قرار دادن مطالب جدید در وب سایت خود تعداد

بازدیدکنندگان را افزایش داده و محبوبیت خدمات‌تان را بالا ببرید.

۲. رقابت با مراکز مشاوره کهنه کار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری

پروژه‌های صنعتی

یکی از مخاطرات این شغل آن است که مراکز مشاوره کهنه کار مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی هستند که توانسته‌اند سهم خوبی برای خود ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان این خدمات را پوشش دهند و بنابراین کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با تعدادی از آنها ارتباط برقرار نموده و توضیح دهید که فعالیت‌تان به هیچ وجه رقیب حرفه آنها نبوده، بلکه مکمل آن محسوب می‌شود. همچنین به آنها بگویید که می‌توانید برخی از متقاضیان خدمات خود را به سوی آنها هدایت کنید. این موضوع در دراز مدت برای هر دو طرف سودآور خواهد بود.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- به کارگیری نکات زیر می‌تواند در توسعه و بهبود شغلی شما موثر باشد:
- برای معرفی خدمات خود سایت بزنید و سایت خود را توسعه دهید و سعی کنید با توجه به نکات ذیل تعداد بازدیدکنندگان را افزایش دهید:
 - تا می‌توانید مطالب جدید و کاربردی در سایت خود قرار دهید.
 - اخبار و مطالب مرتبط با فعالیت‌هایتان را در سایت قرار دهید.

- بر روی مطالب مربوط تصاویر و نوشته‌ها و تاثیرات روانی آن بر روحیه افراد تمرکز کنید.
- به مطالب مربوط به تاثیرات مراکز مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی در گرفتن تصمیمات مناسب‌تر در این حوزه اشاره کنید.
- فضایی برای دریافت و انتشار نظرات بازدیدکنندگان اختصاص داده و بازدیدکنندگان را برای نظردهی تشویق کنید.
- با سایت‌ها و وبلاگ‌های مرتبط تبادل لینک کنید.
- می‌توانید مسابقه‌هایی را در سایت خود، برگزار کنید و با کمک حامی (اسپانسر) هدایایی را برای پاسخ دهندگان در نظر بگیرید.
- سعی کنید به مطالبی از قبیل مهارت‌هایتان در زمینه مشاوره حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی اشاره کنید.
- از مراکز مشاوران بزرگ و کهنه کار حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی الگوبرداری کنید.
- اقدام به تشکیل انجمن مشاوران حقوقی و سرمایه‌گذاری پروژه‌های صنعتی کنید.
- عقد قرارداد با پروژه‌های صنعتی بزرگ را در دستور کار خود قرار دهید.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- وزارت صنایع و معادن
- وزارت بازرگانی
- شهرداری‌ها
- مدیران عامل بانک‌های دولتی و خصوصی
- سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی
- خانه صنعت و معدن
- بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- شرکت‌های مشاوره و رتبه‌بندی
- شرکت‌های کارگزاری
- شرکت‌های سرمایه‌گذاری
- تهیه و تدوین طرح‌های توجیهی و اقتصادی

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- کتاب راهنمای سرمایه‌گذاری در ایران
- کتاب اقتصاد مهندسی یا ارزیابی اقتصادی پروژه‌های صنعتی،
مؤلف: دکتر محمد مهدی اسکونژاد، نشر: دانشگاه صنعتی امیرکبیر (پلی
تکنیک تهران) (۱۳ بهمن، ۱۳۸۸)
- کتاب ارزیابی طرح‌های صنعتی، تالیف داود مجیدیان، انتشارات
سازمان مدیریت صنعتی
- کتاب مسائل حقوقی سرمایه‌گذاری بین‌المللی، نوشته دکتر حسین
پیران، کتابخانه نشر دانش - چاپ اول - ۱۳۸۹
- کتاب سرمایه‌گذاری خطرپذیر، نویسنده: سید کامران باقری و جواد
محبوبی، انتشارات: پاکنویس با همکاری بنیاد توسعه فردا
- نرم‌افزار کامفار (نام نرم‌افزاری است که برای مطالعات اقتصاد مهندسی
مانند امکان‌سنجی و طرح‌های توجیه فنی و اقتصادی، شبیه‌سازی و
تحلیل فرآیندهای مالی به کار می‌رود. این نرم‌افزار توسط سازمان توسعه
صنعتی سازمان ملل متحد (یونیدو) تدوین شده است.