سحرنامه

ماهنامه داخلی شرکت صنایع غذایی سحر

سحر

یک نام و هزار لبخند

برگ زرینی دیگر در افتخارات
شرکت صنایع غذایی سحر
کارفرمای برتر کشوری در حوزه تولید
محصولات سلامت محور

سبدچین

سبزنم

شفیع

سیزدهمین
جشنواره ملی تجلیل از کارفرمایان سلامت محور
(۱۴۰۱-۱۴۰۲)

SAHAR FOOD INDUSTRIES CO.

ماهنامه داخلی شرکت صنایع غذایی سحر
Sahar Food Industries Monthly Issue
یک نام و هزار لبخند

فهرست مطالب

	شماره صفحه
اخبار شرکت صنایع غذایی سحر	۱
سخن قائم مقام	۵
معرفی واحد تحقیق و توسعه	۶
روش مذاکره تحلیلی	۷
معرفی سس انبه پینو(چیلی)	۹
معرفی یک گروه از محصولات شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر (سبدچین)	۱۰
معرفی شرکت شبنم سحر الوند	۱۱
اپلیکیشن‌های کشاورزی و صنایع	۱۲
سه نکته برای پاسخ به رد اجتناب ناپذیر در جمله «قیمت شما خیلی بالاست»!	۱۳
۸ نکته خوشبختی	۱۴
معرفی شعبه فروش گیلان	۱۵
ویدیو آموزشی	۱۶
معرفی کتاب	۱۶
با این ۱۱ مورد یک زندگی واقعی را تجربه کنید	۱۷
جملات الهام بخش	۱۹

SAHAR FOOD

اخبار شرکت صنایع غذایی سحر

بازدید مدیر شعب بانک کشاورزی استان همدان از مجموعه سحر

- به گزارش روابط عمومی، بازدید مدیریت محترم شعب کشاورزی جناب آقای دکتر کلانتری و هیأت همراه از مجموعه صورت پذیرفت و ضمن آشنایی با فرآیندهای تولیدی در نشستی تخصصی با مدیران مجموعه و شرکت‌های تابعه مباحث همکاری مشترک میان هر دو مجموعه مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در پایان نیز مراسم جشنی به مناسبت نودمین سالروز تأسیس بانک کشاورزی برگزار گردید.

بازدید معاون وزیر علوم و رئیس سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران

- به منظور برقراری ارتباط میان سازمان پژوهش‌های علمی، صنعتی و مجموعه سحر، جناب آقای دکتر زمانیان، معاون محترم وزیر علوم و رئیس سازمان پژوهش‌های علمی و صنعتی ایران از مجموعه بازدید داشتند و طی نشستی تخصصی همراه با مدیران و سرپرستان مجموعه به بیان موضوعات مربوط و نقطه نظرات خود پرداختند.

برگزاری همایش علمی و جشنواره ملی توت فرنگی در استان کردستان

- این همایش با حمایت شرکت سحر و با برپایی غرفه برای معرفی محصولات در دانشگاه علوم انسانی کردستان برگزار شد و سرکار خانم مهندس زواری با ارائه مقاله‌ای که با هماهنگی مدیرعامل محترم شرکت شبنم سحر الوند، جناب آقای دکتر اسدیان تهیه شده بود، در این همایش مشارکت داشتند و رتبه برتر مقاله نویسی را کسب کردند.

نخستین همایش علمی نخود و جشنواره ملی نخود در کرمانشاه

- به کوشش شرکت شبنم سحر الوند و با هماهنگی سرپرست محترم واحد تحقیق و توسعه شرکت سحر، این‌بار حامی برگزاری همایش نخود در استان کرمانشاه بودیم. این همایش در سه بخش افتتاحیه، جشنواره ملی و همایش علمی برنامه ریزی شده بود. افتتاحیه این همایش در اتاق بازرگانی استان کرمانشاه با حضور معاون امور اقتصادی استانداری و مدیر کل سازمان جهاد کشاورزی و مدیران ارشد استان کرمانشاه برگزار شد و جشنواره ملی نخود نیز در روستای مرادآباد شهرستان روانسر و همایش علمی نیز در دانشگاه پردیس کشاورزی رازی برگزار شد. در این همایش سرکار خانم دکتر کودری از شرکت شبنم سحر الوند مقاله‌ای دربارهٔ شیوهٔ صحیح کشت نخود و از واحد تحقیق و توسعه سرکار خانم مهندس لطفیان و سرکار خانم دکتر کرمی مقاله‌ای دربارهٔ فرآیند تولید محصول کنسرو نخود ارایه دادند که مورد بررسی داوران قرار گرفت و از میان ۲۵۰ مقاله به عنوان برترین مقاله انتخاب گردید.

بازدید همکاران فروش مراکز خاص و هورکا در تهران از مجموعه

- از دیگر نمایندگان پر سابقه و فعال در زمینهٔ فروش در شرکت الوند یاران سحر، همکاران محترم مراکز خاص و هورکا می‌باشند؛ که با هماهنگی و دعوت شرکت الوند یاران، از شرکت‌های تابعه و خطوط تولیدی برای آشنایی با فرآیندهای مجموعه بازدید داشتند و از نزدیک با دستاوردهای تولیدی شرکت آشنا شدند و طی نشستی با مدیرعامل محترم مجموعه به تبادل نقطه نظرات فی مابین پرداختند.

همایش ورزش صبحگاهی با حضور مدیرکل اداره کار، تعاون و رفاه کارگران

- با توجه به شعار همیشگی مجموعه کارخانجات صنایع غذایی سحر "سحر حامی ورزش و سلامتی"، این‌بار میزبان مدیر کل اداره کار، تعاون و رفاه کارگران استان همدان شدیم. این همایش به مناسبت هفته مبارزه با مواد مخدر و روز اصناف با حرکات ورزشی برای همکاران شاغل در مجموعه برگزار شد. گفتنی است پس از پایان مراسم از دو تن از ورزشکاران شاخص در مجموعه با اهدای لوح تقدیر به رسم یادبود، قدردانی به عمل آمد.

بازدید سرپرست منطقه ۴ و ریاست شعبه بانک کارآفرین از مجموعه

- به همت مدیرعامل محترم شرکت نیوشه جناب آقای مهندس مؤمن، بازدید جناب آقای فلاحت (سرپرست منطقه ۴) و جناب آقای امجدی (ریاست شعبه بانک کارآفرین) از مجموعه صورت پذیرفت. از آنجا که شرکت سحر از سال ۱۳۷۰ از شرکت‌های بزرگ کارآفرین در استان و غرب کشور در حیطه تولید محصولات صنایع غذایی می‌باشد؛ لذا بانک کارآفرین نیز در همین خصوص با مدیران ارشد مجموعه به نشستی تخصصی برای پیشبرد نقل و انتقالات مالی و حمایت از صنعت کارآفرینی بین مجموعه و بانک پرداخت.

بازدید رئیس اتاق‌های مشترک ایران و انگلستان از مجموعه

- مجموعهٔ سحر میزبان اعضای محترم اتاق‌های مشترک ایران و انگلستان بود. در این دیدار، آقای دکتر امینی رئیس محترم اتاق، پس از آشنایی با فرآیندهای تولیدی در مجموعه، ضمن نشستی تخصصی همراه با مدیران ارشد و مدیر عامل محترم مجموعه، جناب آقای توتونچیان به بیان نقطه نظرات و دیدگاه‌های خود پرداختند.

مراسم جشن ۳۲ سالگی تأسیس شرکت صنایع غذایی سحر

- در تاریخ دوم خرداد ۱۴۰۲ جشن سی و دومین سالروز تأسیس شرکت صنایع غذایی سحر با حضور مهمانان محترمی از ادارات و ارگان‌های دولتی و بانک‌ها و مدیران شرکت‌های تابعه و همکاران شاغل در مجموعه برگزار گردید. در این مراسم جناب آقای مسعود توتونچیان از همه عزیزانی که در این ۳۲ سال با تلاش و زحمت توانستند شرکت سحر را یاری کنند قدردانی نمود. سپس این مراسم باشکوه با برگزاری برنامه‌های شاد و مهیج تا پایان ادامه یافت.

حضور روحانیون سازمان تبلیغات اسلامی (راهیان پیشرفت) در مجموعه

- به مناسبت فرارسیدن عید قربان و روز عرفه به همت مدیر روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان همدان، میزبان روحانیون معظم و معزز و نمایندگان رهبری در سازمان‌ها و ادارات استان همدان بودیم. در این دیدار ضمن آشنایی با فرآیندهای تولیدی، بازدید کاملی از مجموعه داشتند و در پایان با اهدای هدیه‌ای از سوی سازمان تبلیغات اسلامی از مدیرعامل محترم، جناب آقای مسعود توتونچیان تقدیر و تجلیل گردید.

کسب عنوان کارفرمای برتر کشوری در حوزه تولید محصولات سلامت محور

- طی مراودات و هماهنگی‌های صورت گرفته با اداره محترم تعاون، کار و رفاه اجتماعی و مشارکت مرکز بهداشت استان همدان و ارزیابی‌های صورت گرفته از سوی نماینده وزارت بهداشت کشور، جناب آقای "مسعود توتونچیان" به عنوان کارفرمای برتر کشوری در حوزه تولید محصولات سلامت محور معرفی گردیدند و در مراسمی با همین عنوان لوح و تندیس خود را از مقامات کشوری و وزرای محترم دریافت نمودند. شایان ذکر است چندی پیش هم شرکت صنایع غذایی سحر موفق به دریافت نشان واحد نمونه تولیدی محصولات سلامت محور استانی شده بود که این دو دستاورد ملی و غرورآفرین مرهون زحمات و تلاش‌های تمامی همکاران عزیز در جای جای این مجموعه است.

برگزاری مجامع عمومی و سالیانه برای شرکت‌های تابعه در مجموعه

- همه ساله مجامع عمومی با حضور مدیران عامل در مجموعه کارخانجات صنایع غذایی سحر و همچنین رؤسای هیأت مدیره برگزار می‌گردد که در این جلسات استراتژی کلان سازمان، اهداف و برنامه‌های پیش‌رو به تفصیل مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرد تا در حصول نتیجه و دستیابی به هدف گزاری‌های صورت پذیرفته توسط اعضای محترم قدم‌های مثمر ثمر و مفیدی برداشته شود.

همایش روز جهانی ایمنی غذا

- به گزارش روابط عمومی در تاریخ ۱۸ خرداد ۱۴۰۲ همایش روز جهانی ایمنی غذا در سالن همایش غدیر دانشگاه علوم پزشکی استان همدان برگزار شد که با توجه به معیارها و ارزیابی‌های معاونت غذا و دارو دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی استان همدان، شرکت صنایع غذایی سحر به عنوان واحد نمونه کیفی انتخاب گردید. اختتامیه جشنواره با تجلیل و اهدای لوح تقدیر به جناب آقای مسعود توتونچیان مدیرعامل مجموعه کارخانجات صنایع غذایی سحر برگزار شد که جناب آقای مهندس خیری مشاور شرکت به نمایندگی از ایشان برای دریافت لوح تقدیر حضور داشتند. لازم به ذکر است در این همایش سرکار خانم مهناز شفیعی به عنوان مسؤول فنی نمونه صنایع غذایی استان در سال ۱۴۰۱ معرفی شدند و از ایشان با اهدای لوح تقدیر تجلیل گردید.

برگزاری مراسم جشن شکرگزاری ورود اولین محصول گوجه فرنگی به کارخانه

- هرساله و در مراسمی معنوی، ورود نخستین محصول گوجه فرنگی به کارخانه جشن گرفته می‌شود. امسال نیز شاهد برگزاری مراسم شکرگزاری این نعمت خدادادی با حضور مدیران و همکاران محترم شاغل در مجموعه بودیم. ضمن ارج نهادن به تلاش‌های تمامی همکاران در سطوح مختلف، آرزومند ادامه تولید محصولات با کیفیت در راستای تلاش مضاعف هستیم.

حضور در نمایشگاه بین المللی ایران اگروفود ۲۰۲۳

سی‌امین نمایشگاه بین المللی ایران اگروفود ۲۰۲۳ در حالی برگزار شد که شرکت صنایع غذایی سحر حضور شایسته و چشمگیری در این فستیوال داشت، تا جایی که در بین شرکت‌ها و برندهای مطرح کشوری نام پُرآوازه خود را بر سر زبان انداخت. نمایشگاه ایران اگرفود بزرگترین رویداد غذایی ایران است که همه ساله در خرداد ماه با حضور چشمگیر شرکت های غذایی، کشاورزی، تجهیزات و ماشین آلات برگزار می‌گردد و محلی مناسب برای ایجاد فضای مذاکره، تبادل اطلاعات و ارتباط مستقیم با مصرف کنندگان محصولات غذایی است. شرکت صنایع غذایی سحر، امسال به همت مدیر پروژه نمایشگاه و مدیریت خوب و شایسته مدیر غرفه به صورت کاملاً متفاوت و بی نظیری در نمایشگاه مشارکت نمود. قطعاً حضور در نمایشگاه های بین المللی می‌تواند کمک بسزایی در راستای برندسازی و معرفی محصولات جدید و سبد کامل غذایی مجموعه‌ها و شرکت ها به مخاطبین خود داشته باشد.

برای دیدن ویدئوهای نمایشگاه اگروفود ۲۰۲۳ لطفا اسکن نمایید.

SCAN ME!

سخن قائم مقام

دکتر محمد میربلوکی

قائم مقام مدیرعامل

شرکت صنایع غذایی سحر

اکنون بیش از نیم قرن است که اصطلاح فروش مشاوره‌ای یا Consultative Selling در ادبیات فروش جهان رواج یافته است.
احتمالاً وقتی مک حنان در کتاب خود تحت عنوان Consultative Sellingاین بحث را مطرح می‌کرد انتظار نداشت چند دهه بعد، اصطلاح فروش مشاوره ای و فروش بر مبنای مشاوره به یکی از رایج‌ترین اصطلاحات و شناخته شده‌ترین توصیه های فروشندگی تبدیل شود.
فروش مشاوره‌ای چیست؟
فروش مشاوره‌ای (Consultative Selling) که به عنوان فروش مبتنی بر نیاز نیز شناخته می شود، یک رویکرد برای فروش محصولات است که در آن نمایندگان تا فروشنده بیشتر شبیه به یک مشاور عمل می کنند،
فروش مشاوره‌ای در واقع شیوه‌ای است که مشتری شما می‌خواهد بخرد، نه شیوه‌ای که شما دوست دارید بفروشید.

- **فروش مشاوره‌ای برای چه محصولاتی و در چه شرایطی اثربخش‌تر خواهد بود؟**
- تنوع محصولات بالا باشد و سازمان از منابع لازم برای ارائه راه حلهای سفارشی برخوردار باشد.
- حجم خرید بالا باشد.
- تعداد و تکرار خرید محدود باشد.
- هزینه خرید ناموفق، بالا باشد.
- محصولات و خدمات پیچیده باشند، به گونه ای که جمع آوری اطلاعات و بررسی را دشوارتر نماید (همچون کالاها و خدمات صنعتی، مالی و بیمه).
- افزایش رقابت موجب نزدیکی و شباهت زیاد محصولات و خدمات شده باشد.
- روندهای جدیدی در بازار باشد که تولید کالاها و خدمات جدید را موجب شود.
- مشتریان اطلاعات کمی از محصول داشته و توانایی کسب آن را نیز نداشته باشند.
- مشتریان از ماهیت و نوع خدماتی که باید دریافت کنند آگاهی نداشته باشند.
- مشتریان اطلاعی از کاربرد محصولات و خدمات نداشته باشند.
- نیازهای مشتریان و مشتریان نهایی متغیر، متنوع و پنهان باشد.
- مخاطرات محیطی زیاد باشد.

احتمال بالایی نیز برای از دست دادن شرایط مناسب کنونی وجود داشته باشد، درنتیجه سازمان‌ها برای حفظ ثبات و افزایش عایدات بلندمدت به مشارکت می پردازند
فروشنده مشاوره‌ای چه تفاوتی با دیگر فروشندگان دارند؟
فروشنده مشاوره‌ای مشتری را شریک خود می کند.
فروشنده مشاوره‌ای به نیاز پنهان مشتری می اندیشد.
فروشنده مشاوره‌ای با مدیریت مشتریان بالقوه، موفقیت روابط آتی خود را تضمین می کند.
فروشنده مشاوره‌ای با مشتریان خود در تماس مستقیم است.
فروشنده مشاوره‌ای فرآیند فروش را مستمر می داند که پیش و پس از آن را در نظر می گیرد.
فروشنده مشاوره‌ای به نیاز پنهان مشتری فکر می کند نه تنها به فروش محصولات.

فروشنده معمولی	فروشنده مشاوره ای
محصول را عرضه می کند	در قالب محصول سود عرضه می کند
هزینه ای معادل قیمت ایجاد می کند	بازده سرمایه گذاری عاید مشتری می‌شود
فرم دریافت سفارش ارائه می دهد	پروپوزالی برای توسعه کسب و کار ارائه می‌دهد
به مدیران خرید می فروشد	به مدیران کسب و کار میفروشد
در قلمرویی مشخص می فروشد	کل صنعت و مشتریان داخل قلمرو آنان است
از بروشور محصولات به عنوان تنها پایگاه اطلاعاتی خود استفاده می کند	از پایگاهی مملو از اطلاعات مشتریان به عنوان منبع دانش خود بهره می برد

معرفی واحد تحقیق و توسعه

Research and Development Unit

سال تأسیس ۱۳۸۸

تعداد نفرات شاغل: ۸ نفر

اهداف و شرح وظایف :

معرفی و توسعهٔ محصولات جدید در راستای ارتقای کیفیت همراه با دانش نوین
بهبود مستمر و بهینه سازی فرمولاسیون و فرآیند تولید محصولات
مشارکت در جریان‌های دانش، یادگیری و مدیریت دانش
تحقیقات در راستای کاهش ضایعات تولید و یافتن راهکارهای هوشمندانه برای کاهش هزینه‌های تولید
ارتباط با مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی و ارائه مقالات تخصصی

معرفی نفرات واحد

- **مدیر واحد:** جناب آقای مهندس واحدی
- **سرپرست واحد:** جناب آقای فرزاد حق شناس
- **سرپرست محصول:** خانم نفیسه لطفیان

کارشناسان محصول :

- خانم مریم محمدی
- آقای احسان کفراشی
- خانم دکتر فائزه کرمی
- خانم دکتر سیمین محمدی
- خانم شقایق جادریان
- **نفر شاخص واحد تحقیق و توسعه:** آقای فرزاد حق شناس

روش مذاکره تحلیلی

مذاکره تحلیلی

می‌خواهیم از فردی بگوییم که شانس زیادی در زندگی نداشت. خوش هیکل و خوشتیپ هم نبود؛ اما فکرش خوب بود. او نتوانست در رشته مورد علاقه‌اش تحصیل کند. برای کار هم هیچ جا استخدامش نمی‌کردند. به او می‌گفتند، (اگر سی نفر صندوقدار بخواهیم، شما نفر سی و یکم هستید یا اگر سی نفر کارمند بخواهیم، شما نفر آخر هستید).

حالا امروز بیش از چهار میلیارد نفر به خاطر سایتش، بازار فروش و حتی فنون سخنرانی و مذاکره‌اش به او نیازمندند، او "جک ما" بنیان‌گذار سایت علی باباست، سایتی که بیش از چهار میلیارد نفر با آن رابطه دارند. جک ما امروز در شبکه‌های مختلف اینترنتی، دانشگاه‌ها و مؤسسات مختلف سخنرانی می‌کند. او در سخنرانی‌هایش، مثل طراحی سایت علی بابا، حرفه‌ای و زیرکانه صحبت می‌کند. جک ما در سخنرانی و فن بیان از روش مذاکره تحلیلی استفاده می‌کند.

اصول روش مذاکره تحلیلی

بر هدفی تمرکز کنید که برطرف کننده نیاز است

فرض کنید جک ما می‌خواهد بگوید سایت علی بابا همه نیازهای مردم را در بازاریابی مرتفع می‌کند، هدف او از بیان این مطلب چیست؟ وقتی او در مذاکره تحلیلی دربارهٔ هدفی که نشانه گرفته صحبت می‌کند، بر نیاز مردم تأکید دارد. مردم هر روز خرید دارند، هواپیما سوار می شوند، کتاب می‌خرند و...، سایت علی بابا می‌تواند پاسخگوی این نیازها باشد.

یعنی تمرکز بر هدفی که می‌تواند نیازها را برطرف سازد.

جزئیات را شرح دهید

پس از رسیدن به هدف، به شرح جزئیات می‌پردازد. برای زیبا کردن هدف در نظر شنونده و مخاطب، جزئیات را شاخ و برگ می‌دهد. مثلاً «مردم! بدانید سایتی که می‌تواند در خرید آنلاین کتاب، بلیت هواپیما و... کمکتان کند علی باباست، این سایت نیازهایتان را برطرف می‌کند».

از روش بدنه استفاده کنید

جک ما وقتی می‌خواهد دربارهٔ توانایی سایت علی بابا در (BT) برطرف کردن نیاز مردم سخنرانی کند، از روش بدنه استفاده می‌کند. این روش به این صورت است که سخنران اجزای بدنه‌ای را که می‌تواند برطرف کنندهٔ نیاز باشد، برای مخاطب و شنونده باز می‌کند. مثلا جک ما در سخنرانی توضیح می‌دهد که: «در سایت علی بابا برای شما چند فرآیند گذاشتیم:

جک ما

- خرید
- استرداد
- بلیت آنلاین
- یک بخش را هم به فروش کالا اختصاص دادیم و ...

روش بدنه به خوبی مشتری را در روند اجرای امور قرار می دهد، در حالی که اکثر افراد این روش را در مذاکره پیاده نمی‌کنند؛ مثلاً مخاطبان را با فرآیند کار با سایت آشنا می کند. جوانان کارآفرین در بسیاری از مذاکرات تجاری خود از این روش استفاده نمی‌کنند و سریع به ارائه بروشور یا سی دی روی می‌آورند. سی دی یا کاتالوگ شرکت را عرضه می کنند یا لپ تاپ می‌برند و می‌گویند «این پاورپوینت شرکت ماست. سال تأسیس آن را می‌بینید». در این حالت از «روش نگاه» استفاده می‌کنند. طرف مقابل یا باید سی دی را بشنود یا پاورپوینت را تماشا کند. در صورتی که در روش بدنه، جک ما به زیبایی اجزای بدنه‌ای که می‌تواند نیاز را برطرف کند برای مخاطب یا شنونده باز می‌کند.

زمان را در نظر بگیرید روش(TTM)

جک ما فوق العاده زیرک است. او در روش مذاکره تحلیلی(AN)زمان را در نظر می گیرد.

یادمان باشد که سخنرانی و مذاکره تا حدی جذاب است و بعد خسته کننده می‌شود.

مثلاً شخصی از هشت تا ده و نیم صبح مشغول سخنرانی است. نیم ساعت اول برایمان جذاب است.

پس از آن خوابمان می‌گیرد یا به بهانه تلفن از جلسه بیرون می‌آییم یا با ورقه‌ها بازی می‌کنیم یا بالای کاغذ نقاشی می‌کشیم. جک ما می‌داند که مخاطب از سخنران پرحرف خوشش نمی‌آید، بنابراین از روش مدیریت زمان استفاده می‌کند.

Analytical Negotiating method

مثلاً در روش تحلیلی از زمانی که نیاز مردم را می‌گوید، تا زمانی که دربارهٔ بدنه مذاکره صحبت می‌کند، ده تا پانزده دقیقه بیشتر طول نمی‌کشد. مذاکره کننده، شنونده، اعضا و گروه تشنه‌اند، به همین علت در پایان مذاکرات، افراد می‌پرسند: آقای جک ما، در سایت علی بابا بازاریابی هم دارید؟ مخاطب پرسش می‌کند، چون تشنه است

فرض کنید برای معرفی محصولتان، به چند شرکت سر می‌زنید تا آن را بخرند. به محض ورود، نزد فرد مسؤول می‌روید مناسبی درست کنید (ES) تا توضیحات لازم را بدهید. خب اشتباه اول همین است، شما نخست باید وضعیت محیطی

نمونه‌ای از وضعیت محیطی: «ببخشید، من کیانی هستم و از شرکت الف آمده‌ام. قبلاً با شما هماهنگ کرده بودم.»، طرف هم می‌گوید «بفرمایید.» شرکت ما در زمینه تولید محصول رب فعالیت می‌کند که کارت آن را تقدیم می‌کنم.» این بدترین نوع مذاکره است، زیرا برای فراهم کردن وضعیت محیطی باید ابتدا طرف را آماده کنیم. یکراست سر مذاکره نروید و چهل دقیقه دربارهٔ شرکت و محصول صحبت نکنید؛ طوری که طرف بگوید: «ببخشید اگر اجازه بدهید مسؤول تدارکات را صدا بزنم، زیرا ایشان در جریان کار شما هستند.» این یعنی از مذاکره خوشش نیامده است، چرا که می‌توانست از همان ابتدای جلسه با مسؤول تدارکات تماس بگیرد و به جلسه دعوتش کند و از آنجایی که در وسط مذاکره نمی‌تواند یکدفعه از اتاقش بیرون برود، بهترین راه این است که فرد دیگری را درگیر مذاکره کند

اینجاست که می‌گویند مذاکره کنندهٔ موفق کسی است که بتواند هدف را تعیین و بدنه مذاکره را برای مخاطبش بیان کند

منبع: کتاب اصول مذاکره کاربردی / دکتر علیرضا یوسفی

معرفی سس انبه پینو (چیلی)

انبه عضوی از خانواده بادام هندی و یکی از مهم‌ترین و پرکشت‌ترین میوه‌های مناطق گرمسیری است. درخت انبه بومی جنوب آسیا به خصوص ایالت میانمار و آسام هند محسوب می شود. انبه میوه‌ای شیرین و خوش طعم است که خواص انبه برای سلامت بدن بیشمار است زیرا این میوه منبع غنی ویتامین D و A و C انواع مختلف کاروتنوئیدها است که باعث تقویت سیستم ایمنی، تقویت بینایی و سلامت دستگاه گوارش، سلامت قلب می شود. انبه از پر مصرف ترین میوه ها در جهان است.

سس انبه، سس شناخته شده ساندویچی ها و فلافلی هاست و از آن به عنوان چاشنی با انواع غذاها از جمله پیتزا و ساندویچ های گرم نظیر همبرگر و سوسیس و در انواع سالادها، استیک ها و گریل های مختلف استفاده می گردد. این محصول دارای ترکیبات شکر، سرکه ، پوره انبه، نشاسته، فلفل قرمز تازه، صمغ گزانتان و آب می باشد. این سس خوشمزه را می توان به عنوان یک طعم دهنده و چاشنی عالی همراه با غذا و ... مورد استفاده قرار داد

سس انبه شرکت صنایع غذایی سحر با پوره انبه تازه تهیه شده و در بطری های اختصاصی شیشه ای بسته بندی شده است. با سس انبه سحر میتوان یک تندی طبیعی و دلچسب را تجربه کرد.

Chilli Mango Sauce
Pasteurized

معرفی یک گروه از محصولات شرکت صنایع غذایی شکوفه سحر (سبدچین)

ادویه‌جات

بسته‌بندی ادویه‌جات در سبد کالایی شرکت شکوفه سحر با برند سبدچین، شامل پودر زردچوبه، پودر دارچین، ادویه کاری، پودر سیر، پودر پیاز، پودر آویشن، پودر زنجبیل، پودر نعناع، پودر مرزه، پودر فلفل قرمز، پودر پاپریکا، پودر لیموترش، سماق، فلفل سیاه و پودر آن، زیره سبز و پودر آن و گلپر و پودر آن است.

برای بسته‌بندی ادویه‌جات معمولاً برای اطمینان از کیفیت و خلوص آن‌ها، ادویه به شکل قلم و غیر پودر از مرغوب‌ترین نوع و معتبرترین مکان، چه از داخل ایران و چه از خارج، تهیه و آسیاب می‌شود. برای مثال قلم زردچوبه مستقیماً از کشور هند، چوب دارچین از ماداگاسکار، فلفل سیاه از ویتنام، فلفل قرمز از هند، سیر و پیاز از همدان، سماق از کردستان، لیموترش از فارس و... که مرغوب ترین نوع در میان مبدأ کشت و تولید آن‌ها هستند تهیه شده و پس از آسیاب بسته‌بندی می‌شوند.

ادویه‌جات مختلف که به‌صورت قلم و غیر پودر هستند، پس از سورت و جداسازی مواد خارجی از قبیل سنگ و شن، چوب، ساقه و برگ و... آسیاب شده، باتوجه به سایز مربوطه از صافی‌های مخصوص عبور کرده و استفاده می‌شوند. ادویه موردنظر پس از آسیاب و انجام آزمایش‌های مربوطه طبق استاندارد و تأیید از سوی واحد کنترل کیفیت، وارد مرحله بسته‌بندی شده و تحت نظارت‌های بهداشتی و در اوزان گوناگون در سلفون پلی‌پروپیلن چندلایه یا ظروف پت، بسته‌بندی شده و پس از لیبل‌زنی به صورت ۱۲تایی در کارتن قرار داده می‌شوند یا به‌صورت فله‌ای با وزن ۳ کیلوگرم در کیسه‌های مخصوص چندلایه بسته‌بندی شده و به انبار منتقل می شوند.

با اینکه تمام ضوابط استاندارد در این ادویه‌جات رعایت می‌شود؛ اما چنانچه برخی از شرکت‌ها یا ارگان‌های خاص به عنوان مصرف کننده به منظور مصارف خاص، خواستار ادویه‌هایی با میزان بار میکروبی خیلی پایین‌تر از حد مجاز استاندارد باشند نیز با فرآیند پرتودهی و استریل کردن ادویه‌جات، درخواست آن‌ها انجام می‌شود. نگهداری ادویه‌جات باید در جای خشک و خنک و دور از نور آفتاب باشد تا از تغییر رنگ و طعم و بافت محصول جلوگیری شود.

Spice
Turmeric

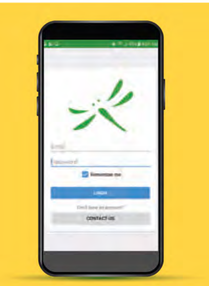
شبنم سحر
شبنم سحر الوند
شرکت صنایع تبدیلی کشاورزی

- ارائه خدمات فنی و مهندسی کشاورزی به باغداران و کشاورزان اقصی نقاط کشور
- ۵۰۰ هکتار کشت قراردادی گوجه فرنگی
- ۵۰۰۰ ساعت ماموریت به مناطق مختلف کشور جهت نظارت بر کیفیت محصولات کشاورزی
- ۱۰ میلیون توزیع نشاء و بذر گوجه فرنگی به کشاورزان
- ارائه خدمات مشاوره ای به ۱۰۰ هکتار مزرعه ذرت سوپر شیرین
- کشت آزمایشی بیش از ۶۰ واریته فلفل و بیش از ۷۰ واریته گوجه فرنگی در مزارع تحقیقاتی اختصاصی

Shabnam Sahar Alvand
Agro Processing Industries Co.

اپلیکیشن‌های کشاورزی و صنایع غذایی

با پیشرفت روزافزون فناوری و ظهور تلفن‌های هوشمند و تبلت ها و اهمیت فناوری اطلاعات در انتقال اطلاعات به‌روز و دقیق، برنامه نویسان و توسعه دهندگان وب وارد بخش های تخصصی مختلف شده و به ارایه نرم افزارها و اپلیکیشن‌های مختلف و کاربردی برای اهل فن و مدیران و مخاطبان این بخش می‌پردازند در صورتی که از تلفن‌های هوشمند یا تبلت استفاده می‌کنید قطعاً برروی این وسایل از برنامه های کاربردی مختلفی استفاده می‌کنید. در این مطلب به معرفی کاربردی‌ترین و مشهورترین برنامه‌ها در حوزه کشاورزی و صنایع غذایی خواهیم پرداخت.



سرویس بین الملل croptracker

برنامه فوق به عنوان یک مشاور و راهنما می‌تواند در اختیار تولید کنندگان مواد غذایی قرار گیرد به‌طوری که کاربران با استفاده از اطلاعات این اپلیکیشن می‌توانند مدیریت تولید، بهره‌وری و بسته‌بندی محصولات را آموزش دیده و از ایجاد هرگونه خطا و مشکلی جلوگیری کنند. برنامه فوق در سیستم عامل اندروید قابل نصب است.

Yara ImageIT

این اپلیکیشن می تواند یک برنامه کامل از روند کاشت محصولات، نگهداری، آبیاری و برداشت آنها در اختیار کشاورزان قرار دهد و روزانه نیز با توجه به تغییرات آب و هوا و مرغوبیت واک اطلاعات را به‌روزرسانی کند. این امر سبب می‌شود. کاربر از روند رشد محصولات خود اطلاعات دقیق تری داشته باشد و در عین حال از بیمارای که ممکن است ریشه گیاهان و یا خاک را درگیر کند نیز مطلع شود.

Farmer's Partner

هر کشاورزی برای توسعه فعالیت خود و افزایش سطح کیفی محصولات کشاورزی به ارتقای دانش و کسب اطلاعات به‌روز در این زمینه دارد. این برنامه می‌تواند به عنوان یک شریک تجاری حرفه ای در کنار کشاورزان باشد و تمامی این اطلاعات تخصصی را در اختیار کاربران قرار دهد. همچنین در این برنامه آخرین اطلاعات مربوط به شاخص سهام محصولات کشاورزی در جهان نیز یافت می‌شود.

MapShots Harvest Entry

نقشه‌ای کامل از وضعیت جغرافیایی اراضی کشاورزی در مناطق مختلف جهان در این اپلیکیشن تخصصی یافت می‌شود. که تمام مناطق شهری و روستایی را تحت پوشش قرار می‌دهد. این برنامه می‌تواند به راحتی و در کوتاه‌ترین زمان ممکن اطلاعات جزئی درباره چگونگی رشد محصولات در اراضی را به اطلاع کاربران برساند. برنامه فوق در سیستم عامل اندروید قابلیت نصب دارد.

سه نکته برای پاسخ به رد اجتناب ناپذیر در جمله «قیمت شما خیلی بالاست»!

جفری گیوتمر

شما از شنیدن انواع مختلف این پاسخ‌ها در یک معرفی محصول وحشت دارید. مشتری بالقوه می‌گوید «قیمت شما بالاست» یا شاید بگوید «قیمت رقیب شما بسیار پایین‌تر است» و بدتر از همه اینکه بگوید «شما اولین گزینه ما هستید، اما باید «قیمتتان را کاهش دهید.

این اعتراضات موجب می‌شود ناراحتی خود را ابراز کنید، نه تنها به این دلیل که کاهش قیمت، مقدار سود شما را کاهش می دهد، بلکه ارائه محصولات و خدمات را در استاندارد بالای معمول خودتان اگر غیر ممکن نسازد، مشکل خواهد ساخت.

این در واقع به قیمت مربوط نمی‌شود. پیش از حرکت بعدی، شما باید به خودتان یادآوری کنید که اعتراض به قیمت واقعاً به قیمت مربوط نمی‌شود، دست کم در بیشتر مواقع این طور است.

درصد مشتریان بالقوه‌ای که یک قیمت پایین‌تر را نسبت به ارزش بیشتر انتخاب می‌کنند، بسیار پایین‌تر از حد تصور شماست، زیرا اعتراض به قیمت، مستقیماً با ارزش درک شده از آنچه شما می‌فروشید مرتبط است. پس چگونه باید این اعتراضات را مدیریت کرد؟

نخست: وحشت نکنید و بلافاصله قیمت خود را کاهش ندهید. اگر این کار را انجام دهید، توانایی خود را برای دریافت سود که به شما امکان می‌دهد به خوبی به مشتریان خود خدمت کنید، نابود خواهید کرد. باید برای غلبه بر اعتراض قیمت، تمرکز بحث را از قیمت به سمت ارزش تغییر دهید.

سه کار زیر می‌تواند به شما در انجام این کار کمک کند.

۱. درک ارزش را بالا ببرید

صرف نظر از کلماتی که مشتریان بالقوه شما در بحث دربارهٔ قیمت به کار می‌برند، آنچه واقعاً می‌گویند این است که آنها ارزش کافی را برای پرداخت قیمتی که به آنها گفته‌اید، درک نمی کنند.

بنابراین حرکت فوری شما باید افزایش "درک ارزش" باشد. در این روش مشتری باید درک کند که در واقع محصول یا خدماتی را که می‌فروشید نمی‌خرد، بلکه "نتیجه"ای را که ارائه می‌دهید می‌خرد. به همین خاطر مکالمه را به سمت نتیجه هدایت می‌کنید که ارزش واقعی آنچه می‌فروشید است.

باید مشتری خود را آگاه کنید که شما یک محصول یا خدمت "برتر" نسبت به رقیبانتان ارائه می‌دهید، در نتیجه ارزش پرداخت هزینه بیشتر را برای به دست آوردن آن دارد. در گفتگوی خود دربارهٔ ارزش، به مشتریان خود بگویید آنچه را که شما به آنها ارائه می‌دهید، هیچ کس دیگری نمی‌تواند به آنها ارائه دهد.

۲.به مشتریان رؤیایی کمک کنید تا به قیمت شما حق بدهند

همیشه به خاطر داشته باشید مشتریانی که به آنها می‌فروشید تنها افراد سازمانشان نیستند که با آنچه می‌فروشید و قیمت محصولات یا خدمات شما مرتبط هستند. مشتریان بالقوه شما نگران این هستند که بعداً، پس از خرید از شما، شخص دیگری در این شرکت بپرسد چرا آنها یک رقیب ارزان‌تر را انتخاب نکرده اند. آنها نمی‌خواهند از اینکه ضعیف عمل کرده‌اند خجالت زده شوند.

بخشی از افزایش درک ارزش به این معنی است که به مشتریانتان برای توجیه بیشتر پرداخت هزینه برای به دست آوردن نتایج مورد نیازشان کمک کنید. بدین منظور، شما باید برای آنها دلیل بیاورید، و به آنها نشان دهید که ارزش بیشتری در آنچه می‌فروشید قرار داده شده است. آنها باید منابعی از رضایت مشتریان و همچنین مطالعات موردی و نظرات را مشاهده کنند که در این صورت نتیجه برای شما بهتر بوده و ارزش افزوده به همراه خواهد داشت.

اگر مخاطبانتان با دلایل شما برای پرداخت هزینه بیشتر قانع شوند، احتمال حفظ قیمت و بسته شدن فروش شما افزایش خواهد یافت.

۳.درک خطر را بالا ببرید

در راستای کنترل هزینه‌ها، بسیاری از مشتریان بالقوه شما در نتایج مورد نیازشان سرمایه گذاری ناچیزی می‌کنند. شما می‌توانید به هر مشتری احتمالی کمک کنید تا خطر سرمایه گذاری ناچیز را درک کند؛ اینکه آنها با یک خرید ارزان‌تر و کمتر رضایت بخش، نتایج مورد نیاز خود را دریافت نمی‌کنند.

می‌توانید خاطر نشان کنید که عملکرد بی فایده و ضعیف ممکن است باعث شود شرکت آنها مشتریان خود را از دست بدهند. شرکت آنها در واقع می‌تواند سهم قابل توجهی از بازار را از دست بدهد، و از سوی یک رقیب که سرمایه گذاری‌های لازم را برای نوآوری و دور زدن مشتریان با چرخش سریع‌تر، سفارشی سازی یا سایر به‌روز رسانی‌های مطلوب انجام می‌دهد، مغلوب شود. برای اینکه یک مشاور قابل اعتماد برای مشتریان خود باشید، باید مسؤولیت هدایت آنها را به سوی بهترین تصمیمات خرید ممکن بر عهده بگیرید. شما به آنها کمک می‌کنید تا از خطرات جلوگیری کنند؛ به خصوص وقتی می‌توانید خطراتی را ببینید که آنها نمی‌توانند.

۸ نکته، ۸ تغییر

۸

تعهد

Don't make promises that you cannot deliver!!
وعده هایی نده که نمی‌توانی به آنها عمل کنی!

تعلل؟!؟

Don't wait to be rich to be happy. Happiness is free!
منتظر پولدار شدن نباش که خوشبخت شوی، خوشبختی رایگان است!

توقف ؟!؟

The road of success is dotted with many tempting parking places, Don't stop!
جاده موفقیت با محل های پارک وسوسه انگیز بسیاری علامت گذاری شده است؛ متوقف نشو

تعقل

The mind is like a parachute. It doesn't work unless it's open!
ذهن مانند چتر نجات است؛ تا باز نشود، کار نمی‌کند!

توهم

The greatest enemy of knowledge is not ignorance, it is the illusion of knowledge! -Stephen Hawking
بزرگترین دشمن دانش جهل نیست، بلکه توهم دانش است! استیون هاوکینگ

تعقل

The mind is like a parachute. It doesn't work unless it's open!
ذهن مانند چتر نجات است؛ تا باز نشود، کار نمی‌کند!

تحول

You don't like the situation you are in? get up and change it. You have that power!
شرایطی را که در آن قرار داری، دوست نداری؟ بلند شو و تغییرش بده، تو این توانش را داری!

توکل

Sleep in peace tonight. God is bigger than anything you will face tomorrow! -Dave Willis
امشب با آرامش بخواب، خداوند از هر چیزی که فردا با آن روبه رو شوی، بزرگتر است! -دیو ویلیس

معرفی شعبه فروش گیلان:

سال تأسیس: ۹۴/۷/۸ | تعداد کل پرسنل: ۵۴ نفر
تعداد نیروی راننده: ۹ نفر | مدیر شعبه: آقای نوروزی
تعداد نیروی انبار: ۳ نفر | تعداد سرپرست فروش: ۴ نفر
تعداد نیروی موزع: ۹ نفر | تعداد ویزیتور: ۲۴ نفر
مساحت انبار: ۷۶۰ متر مربع | تعداد پرسنل ستادی: ۵ نفر

"تیم فروش استان گیلان، یک تیم با انگیزه و پرتلاش است که پیوسته به دنبال ارتقای سازمان و خودشان می‌باشند. از بردن لذت می‌برند و برای اول بودن مدام برنامه دارند، که همه اینها زادهٔ نگرششان می‌باشد امیدوارم همیشه با تلاش مضاعف، استوار و رو به جلو باشند".

مدیر کل امور شعب: دکتر محمدرضا پاکبین

۶ گام برای داشتن تیم فروش موفق

فروشندگان موفق و عالی را استخدام کنید

وقتی مشغول طراحی و ساخت کسب و کارتان هستید چه کسی باید تیم را اداره کند؟ به کارمندانی فکر کنید که حتی وقتی در شرکت حضور ندارید تمام تلاش خود را برای ادارهٔ شرکت یا سازمان شما می‌کنند. به رفتار و ویژگی‌های چنین افرادی فکر کنید. آیا آموزش پذیرند؟ بلند پروازند؟ روحیهٔ همکاری دارند؟ به دنبال چالش هستند؟ عطش دارند؟ هر فروشنده را به خاطر رفتار خاصی که دارد استخدام کنید و روی پرورش همان رفتار هم تمرکز کنید. به این صورت یک تیم قوی خواهید داشت.

برای تیم اهداف شخصی و حرفه‌ای تنظیم کنید

هرکسی برای خودش یک «چرا» دارد. با دانستن «چرایی» آن‌ها می‌فهمید که در کجاها می‌توانید روی کمکشان حساب کنید. هر چند وقت یک بار یک ورکشاپ هدف‌گذاری شخصی و حرفه ای برگزار کنید. پیوند و ارتباطی که در این جلسه ایجاد می‌شود اعضای تیم را به هم نزدیک‌تر می‌کند.

به فروشندگان موفق مجوز استخدام افراد دیگر را بدهید

ساده‌ترین راه برای اینکه تعهد اعضای تیم فروش را به دست بیاورید، این است که با آنها مثل مالک شرکت رفتار کنید. بعد به آنها قدرت بدهید تا مثلاً کارشناس فروش جدید استخدام کنند. به قضاوت‌هایشان اعتماد کنید. این موضوع فشار کاری مدیر فروش را هم کم می‌کند.

همیشه فیدبک و بازخورد بدهید

گزارش نظرات بیش از ۵۰۰۰ کارمند فروش درمورد مشاکرت نشان می‌دهد که هیچ کاری از بازخورد و فیدبک دادن مداوم و پیوسته، مهم‌تر نیست. مدیران معدودی به این موضوع اهمیت می‌دهند. البته یادتان باشد که فیدبک دادن، شمشیر دو لبه است؛ اگر درست انجام نشود دردسرساز است و اگر درست انجام شود، معجزه می‌کند. تماس‌های فروش را رندم بررسی کنید و بازخورد بدهید. با این کار کیفیت و دفعات بازخورد دادن را بهتر می‌کنید.

داستان‌هایی از موفقیت مشتری‌ها تعریف کنید

پشت هر تماس سرد، یک چالش وجود دارد که منتظر راه‌حل است. یادتان باشد بعضی روزها فروش سخت می‌شود. مثلاً هر هفته تمام اعضای شرکت را جمع کنید تا درباره‌ی تأثیر مثبت محصول و خدماتتان و ایجاد بهترین فضای کار برای کارمندان، داستان‌های مثبت و تأثیرگذار تعریف کنید. انگیزه‌های ناشی از این جلسات به شدت نیرو بخش هستند.

از اعضای تیم بخواهید راه‌حل‌های خودشان را ارائه دهند

یکی از مهارت‌های تیم فروش موفق، این است که راه‌حل‌های خوبی پیدا و مطرح می‌کنند. وظیفه حل مشکلات فقط روی دوش مدیر فروش نیست. اعضای تیم خیلی خوب می‌توانند ریشه‌ی مشکلات را شناسایی کنند».

مدیر شعبه فروش استان گیلان: مجید نوروزی

ویدیو آموزشی

اشتباهات مهلک فروشندگان

بسیاری از فروشنده‌ها اشتباهاتی انجام می‌دهند که نه تنها زحمات خودشان، بلکه تمام زحمات یک مجموعه را از بین می‌برد.
محمد مهدی ربانی این اشتباهات را برای شما شرح می‌دهد تا شما با جلوگیری از این اشتباهات علاوه بر افزایش درآمدتان خود، آبروی مجموعه و برند خود را حفظ کنید.

SCAN ME!

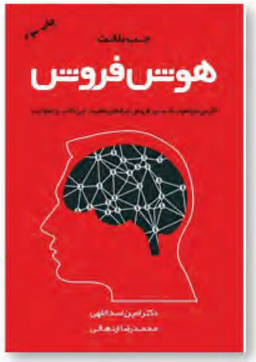
دست یابی به اهداف

دارن هاردی فرآیند تعیین اهداف و چگونگی دستیابی به آن ها را آموزش می‌دهد.
داشتن هدف در زندگی مقوله بسیار مهمی‌است چرا که انسان بدون هدف انگیزه‌ای برای ادامه مسیر زندگی نخواهد داشت. اهداف چه کوچک چه بزرگ در ما شور و هیجان به وجود می‌آورند و حس مفید بودن به ما می‌دهند. انسان‌ها با وجود داشتن ثروت، سلامتی، تحصیلات، رفاه و... اگر هدفی نداشته باشند به زودی دچار افسردگی و یأس خواهند شد.

SCAN ME!

معرفی کتاب

کتاب "هوش فروش" از جب بلانت به شما می‌گوید که چگونه فروشندگان برتر، از هوش فروش خود به عنوان اهرمی در جذب مشتریان استفاده می‌کنند، در زمانه‌ای که بسیاری از شرکت‌ها و متخصصان فناوری باور دارند که دیگر «افراد»، تعیین نمی‌کنند که بازی فروش منجر به برد یا باخت می‌شود، بلکه این فناوری است که بیشترین اهمیت را دارد، جب بلانت به مبحث هوش فروش پرداخته است. این پیام غیرعادی دربارهٔ هوش خاص خواهد بخشید و شیوهٔ نگاه شما را به فروش عوض خواهد کرد در کتاب هوش فروش جب بلانت، شما درک عمیق تری نسب به روانشناسی انسانی به دست خواهید آورد فروش و روابط انسانی در اصل نتایج فروش شما را بهبود و بر چارچوب ها تأثیر می‌گذارد. شما سفری به درون ذهنتان برای درک سوگیری‌های شناختی و هیجانات مخربی که شما را از روابط بین شخصی باز می‌دارند و تلاش‌هایتان برای بردن معاملات را خراب می‌کنند، خواهید داشت. از آن مهمتر اینکه «جب» شما را غرق تئوری نمی‌کند. او نسخهٔ دقیقی برای تقویت هوش فروش به شما می دهد تا به برترین عملکرد فروش، یعنی بالاترین پله درآمدی حرفهٔ فروش برسید.



با این ۱۱ مورد یک زندگی واقعی را تجربه کنید

گیر افتادن در انبوهی از مسائل پیش پا افتاده بسیار آسان است.
سپری کردن بهترین ساعات برای بالا رفتن از کوه که در نهایت به یک اشتباه منجر شود بسیار اغواکننده است.
مایکل تي. رابینسون
من می‌خواهم شما یک زندگی غیر معمول را تجربه کنید. جایی که احساس می‌کنید کاملاً زنده هستید سر خود را بالا ببرید، موهبت های خود را نشان دهید و به دنیا کمک کنید. هرچه بیشتر بر روی لبه‌های ناهموار بزرگترین پتانسیل خود حرکت کنید، با ترس‌های بیشتری مواجه خواهید شد و زمین خوردن‌های بیشتری خواهید داشت .
در ادامه آنچه من معتقدم **۱۱ مورد** از ضروری‌ترین نیازمندی‌های یک زندگی افسانه‌ای را بیابید:

عزت نفس

این به معنای صادق بودن با خودتان است. فضایل خود را بزرگ ببینید. عیب‌های خود را بپذیرید، به ارزش‌های خود احترام بگذارید. به رؤیاهای خود دست پیدا کنید. حتی اگر اطرافیانتان شما را درک نکنند.

قهرمانی شخصی

هرچه آتش درون شما برای رسیدن به چیزی خاص شعله‌ورتر باشد، آسیب بیشتری خواهید داشت
هر چه بیشتر بر روی لبه‌های ناهموار بزرگ ترین پتانسیل خود حرکت کنید، با ترس‌های بیشتری مواجه خواهید شد و زمین خوردن‌های بیشتری خواهید داشت. ادامه دادن با چیزی که به آن متعهد شده‌اید، رضایتی عمیق و قدرتی معتبر ایجاد می‌کند.

اتصال واقعی

ما برای عشق ورزیدن ساخته شده‌ایم. شجاعت داشته باشید که دلی را که به خاطر ناامیدی‌های زندگی مچاله کرده‌اید باز کنید. قهرمانان این گونه می‌غلتند.

بیان خلاق

من یک شخص فوق خلاق هستم. ایده‌ها بی امان جاری می‌شوند. به طرزی مسخره کنجکاو. عاشق یادگیری. خانه مملو از کتاب است. حدس می‌زنم شما هم همینطور هستید. و واقعاً از خود گذشتگی‌تان در ابراز خلاقیت لذت شما را تقویت می‌کند. و اثرگذاری شما را بالا می‌برد.
ما با انجام کارهای مشکل توانمندی هایمان را رشد و گسترش می‌دهیم. چیزی که شما بیشتر در برابر آن مقاومت می‌کنید حفظ شجاعتتان است.

انجام به موقع کارها

کار رهبر این است که کارها را به سرانجام برساند. دغدغه انسان‌های بزرگ پیاده سازی است، نه صرفاً گفتگو. وقتی کاری عقب افتاده و کاری را که باید انجام می‌دهید، اتفاقی که برای اعتماد به نفس و هویت شما می‌افتد شگفت انگیز است. مهم نیست چقدر سخت باشد.

تجربه زیبایی‌ها

یک دستاورد استثنایی بدون لذت مداوم، یک برد پوچ است. بله، مهارت خود را داشته باشید، آن را تولید کنید و از پتانسیل خود بهره بگیرید. اما لطفاً بسیار سفر کنید. کتاب‌های معنادار بخوانید. با صدای بلند با کسانی که دوستشان دارید بخندید. از هنر الهام بخش لذت ببرید. غذای عالی بخورید و در طبیعت وقت بگذرانید.

تواضع

چیزی که دربارهٔ موفقیت وجود دارد این است که وقتی به آن می‌رسید، به راحتی می‌توانید گرسنگی، صداقت، همدلی، صنعت و ارتباطی که شما را به آنجا رسانده، نادیده بگیرید. به همین دلیل است که بسیاری از امپراتورها سقوط می‌کنند و بسیاری از نمادها می‌شکنند. تنها چیزی که شما برای حفاظت در زمان صعود به طور مطلق نیاز دارید، «سربازان» هستند. زیرا یک کلید مهم باورنکردنی، طول عمر است. و زمانی که نفس شما بر عملکردتان حاکم شود، روزی است که شما به مسیری نادرست قدم گذاشته‌اید.

الگوسازی

بله، من می‌دانم که این را زیاد می‌گویم (چون به طور جدی می خواهم این فکر اساسی را به شما انتقال دهم): دنیا به قهرمانان بیشتری نیاز دارد، چرا منتظر دیگران می‌مانید وقتی خود شما می توانید یکی از آنها باشید؟ هر روز این شانس را دارید که به مردم نشان دهید مثبت بودن، بهره‌وری، جسارت و متانت چگونه هستند. انجام این کار با پیگیری شکست ناپذیر جایی است که غول‌ها در میان ما بازی می‌کنند.

میل به ماجراجویی

مغز(و روح) انسان میل به تازگی دارد. ما با انجام کارهای مشکل توانمندی‌هایمان را رشد و گسترش می‌دهیم. چیزی که شما بیشتر در برابر آن مقاومت می‌کنید حفظ شجاعتتان است. آن را پس بگیرید.

خدمت به بشریت

بیشتر زندگی بزرگسالی من با این پیام اصلی سپری شد: زندگی ارزشمندتر از درآمد است، و چیزی که بیشتر مهم است تنها نحوه زندگی کردن نیست، این است که به چه کسی کمک می‌کنید. من شخصاً هرگز آنقدر سرمایه گذاری نکرده‌ام که سهمم را برای خدمت به تعداد زیادی از مردم ادا کنم. این یک فراخوان اولیه برای هر خواهان واقعی است. و من محترمانه از شما می‌خواهم این کار را انجام دهید.

صمیمیت با مرگ

با یاد مرگ زندگی کنید. نه به شکلی غم انگیز و فرسوده. اما با این ذهنیت که شما و من هرگز نمی‌دانیم تا کی زنده هستیم. امپراتور روم، مارکوس اورلیوس، این موضوع را بسیار الهام بخش می‌دانست: «انسان، زمانش یک آن، بودنش یک جریان بی وقفه، حسش یک نور ضعیف، بدنش طعمه کرم‌ها، روحش گردابی ناآرام، بخت او تیره و شهرتش نامطمئن است».

پس، از فکر کردن به هر حرکتی دست بردارید. نگران چیزهایی که احتمالاً هرگز رخ نخواهند داد، نباشید. از انعکاس، وحشت نکنید و زندگی را به نحوی شروع کنید که بهترین بخش شما بداند شما باید زندگی کنید.!
بنابراین در نهایت شما یک انسان کامل و واقعاً شگفت انگیز خواهید بود.!

جملات الهام بخش

وقتی غمگین هستید، دنیا شما را به سخره می‌گیرد، وقتی خوشحالید، دنیا به شما لبخند می‌زند، اما وقتی دیگران را خوشحال می‌کنید دنیا به شما تعظیم می‌کند.

"چارلی چاپلین"

اشخاص زیرک از بدبختی‌ها و گرفتاری‌های دیگران آگاه و بیدار می‌شوند، ولی اشخاص نادان از بلاهای خود عبرت نمی‌گیرند.

"بنجامین فرانکلین"

عملکرد با کیفیت، با نگرش مثبت شروع می‌شود.

"جفری گیتومر"

قدر زمان حال را بدانید که گذشته هرگز بر نمی‌گردد و آینده شاید نیاید.

"گالیله"

اگر به چیزی که می‌فروشید اعتقاد ندارید، مشتری شما هم آن را باور نخواهد کرد.

"فرانک بتگر"

هفت چیز بدون هفت چیز دیگر خطرناک است، ثروت بدون زحمت، دانش بدون شخصیت، علم بدون انسانیت، سیاست بدون شرافت، لذت بدون وجدان، تجارت بدون اخلاق، و پرستش بدون ایثار.

"گاندی"

بزرگترین ضعف ما در تسلیم شدن است. مطمئن‌ترین راه برای موفقیت این است که فقط یک بار دیگر تلاش کنیم.

"توماس ادیسون"

ماهنامه داخلی شرکت صنایع غذایی سحر
Sahar Food Industries Monthly Issue
یک نام و هزار لبخند