

خرید عمده محصولات

خرید عمده محصولات

خرید عمده محصولات در سامانه عمده فروشی ایران.

یکی از سوالاتی که عموم تولیدکنندگان می پرسند این است که آیا شما خرید هم می کنید؟

به عبارتی خرید عمده هم دارید؟

بازار مجازی عمده فروشی صرفاً مکانی است برای خرید عمده و فروش عمده انواع کالاها به عبارتی این بازار سامانه ای است

که بستر امنی برای خرید عمده و فروش عمده را ایجاد کرده است.

به بیان دیگر اگر این سامانه را نهاد مستقلی بدانیم که ارتباط بین خریدار و فروشنده را فراهم می کند. در آن صورت خودش به صورت مستقیم خرید عمده ای ندارد .

اما اگر شما محصولی داشته باشید و شرایط کارکردن با این سامانه را پذیرفته باشید. می توانید محصولات خود را در این بازار مجازی ، بازاریابی کرده و حتی بفروش برسانید.

زیرا خریداران عمده کم کم به این طرف بازار روی آورده و محصولات شما را از لحاظ قیمت و کیفیت مورد بررسی قرار می دهند.

آنها چنانچه سوالی در مورد محصول شما داشته باشند از شما مستقیماً سوال خواهند کرد.

در نهایت بعد از مجاب شدن ، نسبت به سفارش محصول شما اقدام می کنند.

مشتریان بارها و بارها تا زمانی که خرید از شما به صرفه باشد، خرید عمده خواهند داشت

شاید سوال کنید بعد از درج محصولمان در سایت ، چقدر زمان می برد تا سفارش بگیریم ؟

این موضوع به عوامل زیادی بستگی دارد. از جمله قیمت و شرایط تحویل جنس.

هر چقدر شرایط بهتر باشد شما میتوانید به فروش محصولتان امیدوار تر باشید.



خرید عمده محصولات

[فروش عمده](#) انواع کالا در سامانه [عمده فروشی](#) ایران

[خرید عمده](#) و [پخش عمده](#) در سامانه عمده فروشی ایران

آیدیه جدید سبزی فروشی، میوه یا آبمیوه فروشی

آیدیه جدید میوه یا آبمیوه فروشی تک محصولی

آیدیه جدید آبمیوه فروشی رو با چند تا از دوستان مطرح کردم و نظرشون این بود که این طرح می گیره. با جمع بندی که انجام شد می شه این طرح رو با یکی از روشهای زیر اجرا کرد.

مقدمتا این را عرض کنم هدف از آیدیه جدید آبمیوه فروشی یا میوه فروشی این است که با متفاوت بودن درآمد خوبی داشته باشیم و بخاطر همین متفاوت بودن مردم راجع به ما صحبت کنند. این تفاوت می تونه

در ابعاد مختلف باشه. حالا روشهای مختلف این طرح رو توضیح می دم و بعد ابعاد مختلف اونو مشخص می کنم:

اول:

مغازه ای ایجاد کنیم که تک محصولی فروش کنه مثلا فقط سیب زمینی یا سبزیجات یا موز یا هویج و ...

البته اینگونه مغازه ها بعضا دیده می شه اما می توان به گونه ای این فروشگاه را متفاوت نشون داد. مثلا اینکه داخل مغازه کسی نیاید و سرویس از جلوی مغازه داده بشه و بسته ها از قبل مشخص باشد. مثلا ۲ کیلویی و غیره.

دوم:

مغازه ای ایجاد کنیم که فقط آبمیوه فروشی تک محصولی باشه. مثلا فقط آب هویج یا فقط شیر موز بفروشد. این فروشگاه می تواند به همراه انواع محصولات جانبی هویج یا مثلا موز باشد. مثل شیر هویج، هویج بستنی و مربا هویج و ترشی هویج و اسامی که برای این چنین فروشگاههای پیشنهاد شده هویجستان، هویجکده، دهکده هویج، شهر هویج و ...

سوم:

مغازه ای که هم مثلا میوه هویج را بفروشد و هم انواع مشتقات هویج که در قسمت دوم توضیح داده ام.

چطور این فروشگاه ها می تواند متفاوت و سودآور باشند:

مثلا می توان ماکت بزرگی از هویج را سردر مغازه قرارداد به طوری که جلب توجه کند.

لباس کارکنان نارنجی باشد.

معطلی برای دریافت هویج یا آب هویج و مشتقات آن به نسبت آب میوه فروشی های دیگه خیلی کمتر باشه. این مسئله فوق العاده می تونه تفاوت ایجاد کنه.

ارزانتر از همه جا باشد. چون خرید شما از یک محصول بالاست بنابراین قاعدتا ارزش خرید دست اول را نیز دارد عبارتی می توانید مستقیم از کشاورزان خرید کنید. عبارتی حاشیه سود شما فرقی ندارد.

حتی می توان از تفاله هویج برای مربا یا مصارف دیگر استفاده کرد. می توانید قراردادی ببندید و محصول تفاله را هم بفروشید.

روز اول می توانید آب هویج را نصف قیمت یعنی با ۵۰ درصد تخفیف بفروشید و این موضوع را خوب اطلاع رسانی کنید. اینکار به راه افتادن زودتر فروشگاه کمک می کند.

اینکه مراحل انجام آب میوه گیری از اول تا آخر در معرض دید عموم باشد.

افراد با لباس کاملا بهداشتی در فروشگاه کار کنند.

یک مسئله که برای ایرانی ها مهمه اینه که فروشندگان فروشگاه خوش برخورد باشند.

در مورد فروشگاه های تخصصی سبزی فروشی یا موز فروشی و یا سیب زمینی و ... هم می توان به تناسب از این ایده استفاده کرد.

شما چه نظری دارید؟ به نظر شما این ایده می گیره؟

منبع: [تحقیقات ای تی مارکت](#)



ایده جدید آمیوه فروشی

شما نظر دهید: چگونه یک فروشگاه برنج فروشی پرفروش داشته باشیم

چگونه می‌تونیم به یک فروشگاه برنج فروشی کمک کنیم تا فروش خوبی داشته باشه؟

هر روز افراد زیادی برای راه اندازی یک فروشگاه اقدام می‌کنن. چه خوبه که افراد بتونن از تجربه های هم استفاده کنن.

اگر چیزی بلدیم در اختیارشون قرار بدیم. اینجا محل مراجعه افراد زیادیه که دنبال راه های متفاوت و جذابی برای یک کاسبی موفقن.

شخصی رو می‌شناسم که یک فروشگاه برنج فروشی باز کرده و مدتی داره فعالیت می‌کنه، منتها می‌خواد فروشش افزایش پیدا کنه،

نمی‌دونه که بیاد تنوع اجناس رو بالا ببره مثلا در کنار انواع برنج، رب، روغن و ... از این دست کالا هم بفروشه یا نه بورس فروش انواع برنج بشه؟

یا اینکه مثلا از سیستم تخفیف استفاده کنه یا نه مثلا قرعه کشی بگذاره؟

اگر مشتری یک کیلو برنج هم خواست بهش بده یا نه از یک کیسه ۵ یا ۱۰ کیلویی کمتر نده؟

قیمت عمده اش با قیمت خرده فروشی فرق کنه یا نه یکی باشه و هیچ فرقی نگذاره؟

از چقدر سرمایه چقدر فروش داشته باشه فروشش خوب یا عالی؟

نور مغازه رو زیاد کنه یا نه به نور بستگی نداره؟

جنس رو پس از فروش پس بگیره یا نه بگه پس از فروش پس نمی گیرم؟

چطوری بتونه اعتماد مشتریا رو جلب کنه؟ که توی کار برنج خیلی مهمه

بطور کلی یک فروشگاه برنج فروشی چطور خدماتی بده که خودشو از رقبا متمایز کنه؟

به چه صورت تبلیغ کنه که با کمترین هزینه بیشترین بازدهی رو داشته باشه؟

شما چی فکر می کنید؟ چطور راهنمایی می کنید؟

**لطفا نظرات خود را در قسمت نظرات درج
نمائید.**

[ای تی مارکت](#)



فروشگاه برنج فروشی

[فروش عمده](#) انواع کالا در سامانه [عمده فروشی](#) ایران

[خرید عمده](#) و [پخش عمده](#) در سامانه عمده فروشی ایران

حقایق از رویاها بهترند

حقایق از رویاها بهترند

مقدمه:

شرکت بزرگ چای آتلانتیک و پاسیفیک معروف به ای اند پی به بزرگترین سازمان خرده فروشی جهان و یکی از عظیم ترین شرکتها در آمریکا تبدیل شد. برعکس شرکت کروگر یک فروشگاه زنجیره ای معمولی بود که وسعت آن نصف ای اند پی بود و ارزش سهامش بسختی با نرخ بازار بورس برابری می کرد.

سپس در دهه ۱۹۶۰، شرکت ای اند پی رو به ضعف نهاد در حالی که شرکت کروگر حرکت به سمت شرکت بزرگی شدن را پی ریزی کرد. آنها بین فاصله ۱۹۵۹ تا ۱۹۷۳ تقریباً در یک حد و اندازه بودند اما طی بیست سال نرخ سود های سهام مرکب شرکت کروگر تا ده برابر ارزش بورس سهام و هشتاد برابر ارزش سهام ای اند پی افزایش یافت.

این نگون بختی وحشتناک برای ای اند پی چگونه اتفاق افتاد؟

نتیجه بررسی هایی که انجام دادیم و عملکرد مدیران را بررسی کردیم به نتایجی دست یافتیم که در پائین به آن اشاره می شود:

یکی از نکات اصلی، اتخاذ تصمیمات درست و اجرای آنها بطور مستمر است که منجر به نتایج پیشرفت می شود. البته این بدین معنا نیست که تصمیمات اشتباه وجود ندارد اما بطور کلی می توان گفت که تصمیمات درست مدیران آنها، بمراتب بیشتر از تصمیمات اشتباه است.

شاید این سوال پیش بیاید که آیا این تصمیمات درست به واسطه خوش شانسی بوده است؟ یا اینکه عاملی مشخص در مورد عملکرد آنها وجود دارد که احتمال درست بودن تصمیمات آنها را افزایش می دهد؟ پاسخ اینست که عاملی کاملاً مشخص در مورد عملکرد آنها وجود دارد.

شرکتهای رهسپار تعالی دو نوع طرز فکر قانونمند و مشخص را نشان می دهند. نوع اول (که در اینجا بررسی می شود) رویارویی آنها با حقایق ناخوشایند و نوع دوم استفاده از یک چارچوب ساده اما بسیار

۴- ایجاد مکانیزم « پرچم قرمز »

این مکانیزم در واقع به معنای استفاده از یک فرصت استثنایی برای بیان نظرات و انتقادات بدون اینکه متحمل هزینه‌ی معنوی یا مادی بشوید، است. این مکانیزم به افراد فرصت می‌دهد که بی‌مهابا نظراتشان را بیان کنند. از طرفی شرکت را متوجه اشتباهات احتمالی‌اش می‌کند. البته این مکانیزم باید با قاعده اجرا شود.

منبع: کتاب از خوب به عالی اثر جیم کالینز

بخش تحقیقات خبرنامه ای تی مارکت



حقایق از رویاها بهترند

[/http://etmarket.ir](http://etmarket.ir)