

جدول مشخات مصرف كننده

نام شركت:

مصرف كننده گان بين المللي	مصرف كننده گان منطقوي (كشور هاي همسايه)	مصرف كننده گان خارجي كه در افغانستان سكونت دارند	مصرف كننده گان افغاني	مصرف كننده گان شما كي ها اند؟
				آيا شما محصولات خويش را به اين مصرف كننده گان به فروش مي رسانيد؟
				آنها كدام محصولات شما را بيشتر خريداري مي كنند؟
				شما چگونه به اين مصرف كننده گان مي رسيد؟ نماينده گان فروشي را كه به منظور رسيدن به اين مصرف كننده گان استفاده مي كنيد كي ها اند؟

صفحه مشخصات محصولات

نام محصول:

کود محصول:

مشخصات محصول (نام خانوادگی کلکسیون یا مجموعه این استایل)

رنگ:

اندازه:

مواد:

کود ها	محصولات دیگری که در این کلکسیون و یا خانواده قرار دارند

مواد مورد نیاز	تعداد	مصرف	مصارف مستقیم مواد
مجموع مصارف مستقیم مواد:			

کار های که باید در دوران روند تولید محصولات انجام یابند	وسایل مورد نیاز	کارگران مورد نیاز	تعداد ساعت های کاری	مزد ساعتوار	مصارف مستقیم کار / کارگر
مجموع مصارف مستقیم کارگر					

مجموع مصارف تولیدات محصولات

دستورالعمل ساخت علامت تجارتي	دستورالعمل دسته بندی کردن و علامت زدن محصولات

مدیریت کیفیت
جدول مدیریت کیفیت را ببینید

جدول مدیریت کیفیت محصول

نمونه محصول	مشخصات محصول	کود محصول
تصویر		

چه کسی باید کیفیت محصول را بررسی کند؟	چه زمانی باید کیفیت بررسی گردد؟	معیار های کیفیت			چه کسی باید کیفیت محصول را بررسی کند؟
		پایین ترین کیفیت	عالی ترین کیفیت	معیار ها یا سطح کیفیت	
					۱. مواد های خام و دیگر اجزا
					۲. مهارت کاری
					۳. طرح
					۴. تمامکاری / اتمام

صفحه بررسی کیفیت

بررسی تکمیل شد (امضا)		چه کسی بررسی را انجام دهد؟	چه زمانی بررسی صورت بگیرد؟	درجه بندی محصولات (۱ - ۴)					معیارها	چه چیزی باید بررسی شود؟
				محصول ۵	محصول ۴	محصول ۳	محصول ۲	محصول ۱		
										۱. مواد های خام و اجزا/ترکیبات
										۲. مهارت کاری
										۳. طرح
										۴. تمامکاری
										قبول شد (بررسی گردد)
										۵. بررسی نهایی

کود محصول:
 مشخصات محصول:
 نمبر فرمایش خریداری:
 هر محصول را با نمونه اصلی مقایسه کرده و هر شرط/معیار را بر اساس درجه بندی که در طرف راست قرار دارد، از ۱-۴ نمره دهید. هر جنس/محصول که ۲ یا کمتر از ۲ نمره می گیرد به صورت خودکار رد میشود. شما می توانید که محصولی را که نمره های ۳ دارد را نیز متناسب با سطح توقعات مشتری تان خواهد بود.

رده بندی معیار های محصول
 ۱. بسیار متفاوت از نمونه
 ۲. متفاوت از نمونه
 ۳. تقریبا شبه / مانند نموده است
 ۴. مانند / شبه نمونه است

مجموع محصول که قبول شده اند: _____
 مجموع محصول که رد شده اند: _____

مصارف خویش را محاسبه کنید

۱. فهرست مصارف

مصارف غیر مستقیم	مصارف مستقیم

۲. مصارف مستقیم موادها

مواد های که باید خریداری گردند	مقدار مواد لازم برای هر محصول	قیمت هر واحد	مصارف مستقیم مواد ها
مجموع مصارف مستقیم			

۳. مصارف مستقیم کار / کارگر

کار های روند تولید	کارگران مورد ضرورت	تعداد ساعت های کاری	مزد ساعتوار	مصرف مستقیم کار
مجموع مصارف مستقیم کار / کارگر				

۴. مجموع مصارف مستقیم (مجموع مصارف مستقیم = مجموع مصارف مستقیم مواد + مجموع مصارف مستقیم کار / کارگر).

مجموع مصارف مستقیم مواد ها	مجموع مصارف کار / کارگر	مجموع مصارف مستقیم

۵. مصارف غیر مستقیم

مصارف غیر مستقیم	ماهوار	سالانه
مجموع مصارف غیر مستقیم:		

محاسبه فایده و زیان سالانه	
	مجموع فروشات
	مجموع مصارف مستقیم
	مجموع مصارف غیر مستقیم
	فایده / منفعت (فروشات - مجموع مصارف مستقیم - مجموع مصارف غیر مستقیم)

جدول جریان پول نقد

حوت	دلو	جدى	قوس	عقرب	ميزان	سنبله	اسد	سرطان	جوزا	ثور	حمل	جريان پول نقد
												پول موجود
پول آمده												
												فروشات
												قرضه ها
												منابع ديگر
												مجموع پول هاي نقدي آمده
پول مصرف شده												
												مواد ها
												كار / كارگر
												وسايل و آذوقه
												ارتباطات
												ترانسپورت
												كرايه
												بل هاي مصارف مانند برق، آب و گاز و غيره
												بازاريابي
												معاشات كارمندان
												تجهيزات / وسايل دفتر
												مجموع پول هاي مصرف شده
												پول موجود در ختم ماه

جدول مشخصات مصرف کنندگان

مصرف کنندگان شما کی ها اند؟	مصرف کنندگان افغان	مصرف کننده گان خارجی که در افغانستان زندگی می کنند	مصرف کننده گان منطقوی	مصرف کنندگان بین المللی
آیا شما محصولات خویش را به این مصرف کننده گان به فروش می رسانید؟				
مصرف کننده گان شما در کدام گروه سنی قرار دارند؟ (۵۰-۶۰، ۶۰-۷۰، ۷۰-۸۰، ۸۰-۹۰، ۹۰-۱۰۰، ۱۰۰-۱۱۰، ۱۱۰-۱۲۰، ۱۲۰-۱۳۰، ۱۳۰-۱۴۰، ۱۴۰-۱۵۰)				
آیا آنها زنان هستند یا مردان؟				
سطح درآمد آنها چقدر است؟ (پائین، متوسط، بالا).				
آنها درباره چه چیزی دقیق هستند، چه چیزی را می خواهند یا به چه چیزی نیاز دارند؟ این معیار ها را در نظر داشته باشید.				
۱. (فیشن عالی، مطابق الگوی بازار) سبک				
۲. (عصری، سنتی، الهام گرفته از فرهنگ، رنگ). طرح				
۳. کیفیت (مواد های خام، مهارت های کاری، مهارت های صنعت کاری).				
۴. انحصاری / ویژه (بی بدیل، به صورت فرمایشی ساخته شده، تعداد محدود)				
۵. پیامد های محیط زیست (مصرف کمتر مواد، استفاده دوباره موادها، جمعآوری مجدد موادها، تداوم پذیر).				
۶. پیامد های اجتماعی (محصولات در کجا و چگونه ساخته می شوند).				
۷. خدمات مشتری (سریع، محترمانه، قابل اعتماد، پالیسی مناسب برگشت محصول).				
۸. قیمت های محصول				
آنها کدام محصولات شما را بیشتر خریداری می کنند؟				
شما چگونه به این مصرف کننده گان دسترسی پیدا می کنید؟ از کدام نماینده گان فروش جهت رسیدن به آنها استفاده می کنید؟				

مقایسه محصولات با محصولات رقبا	معیار های خریداری مصرف کننده گان مورد هدف
	۱. استایل
	۲. طرح
	۳. کیفیت
	۴. انحصاری / ویژه گی
	۵. پیامد های محیط زیستی
	۶. پیامد های اجتماعی
	۷. خدمات مشتری
	۸. قیمت ها

رده بندی عملکرد

								بهترین	رده بندی عملکرد
								بهتر	
								ضعیف	
۱. استایل	۲. طرح	۳. کیفیت	۴. انحصاری / ویژه گی	۵. پیامد های محیط زیست	۶. پیامد اجتماعی	۷. خدمات مشتری	۸. قیمت ها		
معیار های که مشتریان درباره آنها دقیق هستند									

فهرست قیمت ها

تاریخ:

واحد پولی:

[لوگوی شرکت را اینجا اضافه کنید]

عکس	کود محصول	محصول	مشخصات محصول	رنگ	مواد	اندازه	قیمت

شرایط اضافی خریداری:

قالب پلان بازاریابی	
مصرف کننده مورد هدف	
	مصرف کننده مورد هدف شما کیست؟
ساختن مارک تجارتي	
	<p>- شما چگونه علامت تجارتي خویش را به محصولات جدید خویش ضمیمه می کنید (آنرا در لیبل یکجا با لوگوی شرکت خویش می دوزید، روی چوب و یا جواهرات مهر می کنید، لیبل فلزی روی جواهرات می سازید، لیبل های خورد و یا مارک های محرک)؟</p> <p>- چگونه شرایط بسته بندی و جعبه بندی محصولات شناخت علامت تجارتي شما را انعکاس خواهد داد؟</p>
تعیین کردن قیمت ها	
	<p>- قیمت های محصولات خویش را براساس مصرف این محصولات و قیمت های بازار محصولات رقابتي تعیین کنید. - آیا قیمت های محصولات شما بالاتر، پایین تر و یا با قیمت های محصولات رقابتي برابر باشند؟</p>
تبلیغ و ترویج محصولات جدید (روابط عمومی، رسانه های اجتماعی، بازاریابی مستقیم و برنامه های مخصوص / ویژه)	
	<p>محصول خویش را چگونه ترویج و تبلیغ می کنید؟</p> <p>- شرایط عکاسی جدید را شناسایی کنید.</p> <p>- دستورالعمل خریدار تدوین کنید و یا آنرا تجدید / به روز کنید.</p> <p>- یک وب سایت بسازید و یا آنرا تجدید / به روز کنید.</p> <p>- سایت های اجتماعی جدیدی را راه اندازی کنید و یا از سایت های موجود استفاده کنید و پلانی را جهت به روز نگه داشتن آن بسازید.</p> <p>- یک برنامه بازاریابی برقی را ایجاد کنید.</p> <p>- فعالیت های بازاریابی اضافی ای را جهت هدف قرار دادن مشتریان خویش شناسایی کنید.</p> <p>- روش های تبلیغات محصولات به مصرف کننده گان را شناسایی کنید.</p> <p>- برنامه های مخصوصی را پلان گذاری کنید (مانند تحفه های نمونه ای، ویدیو ها درباره داستان محصول و یا پروسه تولید، تخفیف برای پرچون فروشی های که محصولات شما را در سایت های رسانه های اجتماعی به نمایش می گذارند).</p>
مکان (کجا و چگونه محصولات خویش را به فروش می رسانید)	
	<p>- آیا شما محصولات خویش را از طریق کانال های فروشات مستقیم به مصرف کننده گان و یا نماینده گان فروش به فروش می رسانید؟ اگر چنین است، چگونه این کار را انجام می دهید؟ - آیا شما کانال های جدید فروشات را هدف قرار می دهید؟ اگر چنین است، چگونه این کار را انجام می دهید؟ آیا پلان دارید که در نمایشگاه ها و یا دیگر نمایشگاه های تجارتي شرکت کنید؟ چگونه محصولات خویش را در دکان شخصی و یا غرفه خویش در بازار به فروش می رسانید؟</p>

جدول کانال های فروشات: فروشات مستقیم به مصرف کننده گان

محل	علامت بزنید	منطقوی (کشور های همسایه)	علامت بزنید	بین المللی	بررسی شود
سفارت (نمایشگاه ها)		نمایشگاه ها برای مصرف کننده گان منطقوی		نمایشگاه ها برای مصرف کننده گان بین المللی	
موسسات غیر حکومتی (نمایشگاه ها)		دکان پرچون فروشی شخصی (در کشور دیگر)		تماس های شخصی	
پایگاه های نظامی (نمایشگاه ها)		تماس های شخصی		تجارت برقی	
هوتل (نمایشگاه ها)		تجارت برقی		دیگران (تشریح کنید)	
پوهنتون / دانشگاه (نمایشگاه ها)		دیگران (تشریح کنید)			
دکان پرچون فروشی و یا کارگاه شخصی					
غرفه شخصی در بازار					
غرفه شخصی در بازار زنانه					
تماس های شخصی					
تجارت برقی					
دیگران (تشریح کنید)					

جدول کانال های فروشات: فروشات به نماینده گان فروش

محل	علامت بزنید	منطقوی (کشور های همسایه)	علامت بزنید	بین المللی	بررسی شود
دکاندار در بازار		پرچون فروش		پرچون فروش	
دکان پرچون فروشی برای افغان ها		تاجر افغان (فروش به مشتریان منطقوی)		تاجر افغان (فروش به مشتریان بین المللی)	
دکان پرچون فروشی برای خارجی ها		وارد کننده		وارد کننده	
تاجر افغان (فروش به مشتریان محلی)		موسسات غیر حکومتی		موسسات غیر حکومتی	
موسسات غیر حکومتی		دیگران (تشریح کنید)		دیگران (تشریح کنید)	
دیگران (تشریح کنید)					

ردیابی فروشات از طریق محصولات

کود محصول	مشخصات محصول	حمل	ثور	جوزا	سرطان	اسد	سنبله	میزان	عقرب	قوس	جدی	دلو	حوت	مجموع	درصدی فروشات
کلکیون:															
															مجموع فروشات کلکیون
کلکیون:															
															مجموع فروشات کلکیون
کلکیون:															
															مجموع فروشات کلکیون
														مجموع فروشات	

سروری رضایت مشتری

سروری رضایت مشتری

لطفا میزان رضایت خویش را از تجارت درجه بندی کنید و پیشنهادات خویش را درج کنید.
درجه ها ۱ = عدم رضایت ۱۰ = رضایت کامل

پیشنهادات / نظریات	رده بندی										سوال های سروری رضایت مشتری
	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	
											۱. در کل، شما از ما به عنوان یک شرکت تا چه حدی رضایت دارید؟
											۲. از خدمات مشتری ما تا چه حدی رضایت دارید؟
											۳. از طرح های محصولات ما تا چه حدی رضایت دارید؟
											۴. از کیفیت محصولات ما تا چه حدی رضایت دارید؟
											۵. آیا فکر می کنید که ما ارزش های مناسبی پیشکش می کنیم؟
											۶. شما کدام ویژه گی ما را بیشتر می پسندید؟
											۷. ما چه کار ها را بهتر می توانیم انجام دهیم؟

جدول تعیین کردن اهداف تجارت

می خواهید به کجا برسید؟ اهداف شما برای سال آینده	می خواهید به کجا بروید؟ اهداف سال آینده	حالا در چه جایگاهی قرار دارید؟ وضعیت امسال	تمرکز تجارت
		فروشات سالانه	فروشات
		مصارف سالانه	مصارف
		سود سالانه و یا تفاوت سود	فایده / منفعت
		<p>- کدام محصولات و کتیگوری/دسته محصولات شما بیشترین فروش را دارند و آیا می توانید آنها را انکشاف دهید؟</p> <p>- کدام محصولات جدیدی را می توانید تولید کنید؟ آیا تولید کدام یکی از محصولات خویش را باید توقف کنید؟</p>	فروشات: محصولات جدید
		<p>در کدام یکی از کانال های فروشات بیشترین میزان فروشات را دارید؟ آیا می توانید میزان فروشات خویش را در این کانال ها افزایش دهید؟</p> <p>کدام کانال های جدید فروشات را می توانید آزمایش کنید؟</p>	فروشات: مشتریان جدید و فعلی
		<p>فعالیت های کلیدی بازاریابی شما چیست؟ چگونه می توانید فعالیت های بازاریابی خویش را بهتر سازید؟</p>	بازاریابی
		<p>مصارف کلیدی روند تولید محصولات چیست؟ آیا فرصت های برای کاهش دادن مصارف وجود دارند؟</p>	روند تولید
		<p>- تعداد مسایل کیفیت (برگشت محصولات، شکایات مشتریان، ردیابی داخلی).</p> <p>- مسئله عمده کیفیت برای شما کدام است؟"</p>	کیفیت
		<p>- نمره که از سروی رضایت مشتریان بدست آمده است.</p> <p>- تعداد شکایات مشتریان"</p>	رضایت مشتری

پلان کاری

تاریخ:

تمرکز تجارت:	هدف قابل پیمایش / اندازه گیری	فعالیت	شخص مسئول	ضرب الاجل	بودیجه مورد نیاز	در مسیر درست برای رسیدن به هدف	پیشنهادات / نظرات
هدف نهایی							
فروشات: محصولات جدید							
فروشات: مشتریان جدید و فعلی							
بازاریابی							
روند تولید							
کیفیت							
رضایت مشتری							

درصدی رشد فروشات

مجموع	حوت	دلو	جدی	قوس	عقرب	میزان	سنبله	اسد	سرطان	جوزا	ثور	حمل	
													فروشات سال گذشته
													فروشات امسال
													درصدی رشد فروشات

صفحه آزمایش کردن محصولات

نام شخص آزمایش کننده:

محصول:

مصرف کننده مورد هدف:

۱. کدام طرح و ترکیب رنگ ها را بیشتر می پسندید؟

به این پرسش ها برای طرح و ترکیب رنگ های که بیشتر می پسندید جواب دهید.

۲. چه چیزی را درباره طرح بیشتر می پسندید؟

۳. چه تغییراتی را در صورت لزوم دید در طرح محصول ایجاد خواهید کرد؟

الف: کارکرد و یا کاربرد

ب: طرح

ت: مواد

د: رنگ

ج: تمامکاری

ه: اندازه

ی: کیفیت

۴. آیا محصول جدید با کلکسیون ترکیبی درستی خواهد بود؟

۵. آیا شما محصول جدید را خریداری خواهید کرد؟ ایا مصرف کننده مورد هدف من محصول جدید را خریداری خواهد کرد؟

۶. مشتریان چه قیمتی را برای این محصول پرداخت خواهند کرد؟

۷. پیشنهادات اضافی:

فهرست بازبینی برای صادرات

- ۱. آیا تجارت شما برای مدت زمانی در بازار محلی موفق بوده است؟
- ۲. آیا شما دارای یک برنامه مناسب مدیریت کیفیت هستید؟ آیا شما دارای یک روند تولید نیرومند و مدیریت خوب جریان پول نقدی هستید؟
- ۳. آیا بازار جدید مورد هدف خویش را می شناسید؟ آیا کسی از شرکت شما هنوز از این بازار بازدید کرده است؟ رقیب شما در این بازار کیست؟
- ۴. چرا محصولات شما برای مصرف کننده گان مورد هدف شما رضایت بخش/جذاب، رقابتی و قابل اعتماد خواهد بود؟ تعهد علامت تجارتي شما چیست؟
- ۵. آیا جهت برآورده ساختن شرایط و اولویت ها در بازار جدید مورد هدف خویش باید محصولات خویش را اصلاح کنید و یا آنها را تغییر دهید؟
- ۶. آیا کانال های فروشات را (نمایشگاه ها، تاجران، پرچون فروشان) شناسایی کرده اید تا از طریق آنها به مصرف کننده گان مورد هدف خویش برسید؟ آیا از انترنیت جهت پیدا کردن دکان های پرچون فروشی و فروش محصولات خویش به آنها استفاده کرده اید -- و یا به صورت شخصی از این دکان ها بازدید کرده اید؟
- ۷. آیا می توانید مشتریانی را در خارج از افغانستان پیدا کنید، با آنها ارتباط برقرار کنید و برای آنها خدمات ارائه کنید؟
- ۸. آیا می توانید قیمتی را برای محصولات خویش تعیین کنید که بتوانید آنها را صادر کنید و مصارف خویش را نیز تامین کنید؟
- ۹. آیا شما رهنمود خریدار که دارای فهرست قیمت های محصولات باشد دارید؟ آیا از رسانه های اجتماعی استفاده می کنید و یا در سایت های انتر نیتی حضور دارید؟ آیا عکس های محصولات شما دارای کیفیت عالی اند؟
- ۱۰. آیا زمان، پول و منابع اضافی دیگر را برای تبدیل شدن به یک صادر کننده موفق در اختیار دارید؟
- ۱۱. آیا تجارت شما در افغانستان راجستر است؟ جهت راجستر کردن تجارت خویش از اداره حمایت از سرمایه گذاری (ایسا) بازدید کنید.

