

خلق محتوای هدفمند؛ راهبردی مؤثر در تسریع تحقق جهش تولید

در قرن ۲۱ شاهد حجم وسیعی از محتوای مختلف برندها و نام‌های تجاری از طریق رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی هستیم.این شبکه‌های ارتباطی به عامل مهمی در اثرگذاری بر جوانب مختلف رفتار مردم از جمله آگاهی، دستیابی به اطلاعات، نظرات،نگرش‌ها، رفتارها و ارتباط مؤثر آنها تبدیل شده‌اند، بنابراین یکی از بهترین راه‌ها جهت افزایش و رضایت مشتریان در همه صنایع و صنفا هدف تولید و انتشار اطلاعات مفید و کاربردی است.اطلاعاتی که موجب می‌شود تا دانش عمومی و تخصصی آنها افزایش یافته تا بتوانند از محصولات بهترین استفاده را ببرند. برندهای موفق دنیا در تولید محتوا همواره خود را در جایگاه یک معلم می‌دانند که باید به مخاطبان ضمن ارائه اطلاعات جدید، روش بهینه استفاده از محصولات را بیاموزند.وقتی در وب‌سایت و رسانه‌های اجتماعی مطلبی را به فردی می‌آموزید،موجب می‌شود تا اعتماد او بیشتر جلب شود و مشتری بااطمینان بیشتری خرید کند.

بنابراین برندها و نام‌های تجاری ایرانی باید همانند موفق‌ترین برندهای دنیا سعی کنند با تولید و ارائه محتوای هدفمند از تباط عمیق‌تری را با مخاطبان خود در سرتاسر دنیا به وجود آورند.بنابراین در راستای تحقق این هدف متخصصان تولید محتوا باید چندین سؤال از خود بپرسند:

۱- جامعه هدف اصلی ما چه افرادی و با چه ویژگی‌هایی هستند؟ ۲- نیازها و خواسته‌های آنها به طور دقیق چیست؟ ۳- فرهنگ‌ها، ارزش‌ها و سلاقی جامعه هدف ما چه نوع محصولاتی مطابقت دارد؟ ۴- بهترین راه‌حل برای برطرف شدن خواسته‌ها و نیازهای آنها چیست؟ ۵- کالاها، خدمات و اطلاعات وب‌سایت ما، چگونه نیازها و خواسته‌های آنها را برطرف می‌کند؟ ۶- در خلق محتوا،از چه جملاتی استفاده نماییم تا آنها متقاعد شوند که خواسته‌های آنها را به شکل کامل درک کرده‌ایم؟ ۷- در جهت توسعه و اثربخشی بیشتر محتوا چه تکنیک‌ها و راهبردهایی مؤثرتر هستند؟ داشتن اطلاعات مناسب از مخاطبان و هدف مشخص در تولید محتوا به خلق، اشاعه و عملکرد آن جهت صحیح می‌دهد. برندها و نام‌های تجاری ایرانی باید یک هم‌افزایی برنامهریزی شده بین خلق محتوای هدفمند، هوشمندی در ارائه آن و ارتباط مؤثر با مشتری به وجود آورند.چراکه این امر کمک می‌کند تا بتوانند با تمرکز بر رسانه‌ها، روابط بلند مدتی با افکار عمومی به وجود آورند. با این روش کسب و کار‌ها می‌توانند بر افکار کل جامعه تأثیر مثبتی داشته باشند. آنها با طراح‌حی وب سایتی مناسب، استفاده از شبکه‌های مجازی و ارائه محتوای ارزشمندی می‌توانند موجب افزایش آشنایی و آگاهی از برند، حفظ مشتریان، افزایش فروش، افزایش جذب مشتری، افزایش مدیریت رقابتی و هدایت افکار مخاطبان، مشتریان و عموم جامعه شوند.

نکته بسیار مهم دیگر در اثربخشی محتوا موضوع سنسو است. سنو(پهنه‌سازی موتورهای جست‌وجو) فرایندی است که به بهبود رتبه یک وب‌سایت در نتایج موتورهای جستج و و حسنت و سنو منتهی می‌شود. امروز تمامی برندها و کسب و کار‌های موفق دنیا سعی می‌کنند تا در نتایج جست‌وجو جایگاه بهتری را کسب نمایند.بنابراین دانش سنو برای ارتقای جایگاه تولیدکنندگان ایرانی در نتایج موتورهای جست‌وجو بسیار مهم است. سنو به سیستم‌های تولید محتوا کمک می‌کند تا کلماتی را که افراد برای خریدهای خود استفاده می‌کنند پیدا و برای آنها محتوای مناسب ایجاد نمایند، بنابراین لازم است سنو و خلق محتوا در یک هم افزایی منطقی قرار گیرند.

محتوای مؤثر در محیط اجتماعی، محتوایی است که بر اساس شخصیت برند ایجاد شده‌باشد، همچنین باید بتواند اهداف اساسی کسب و کار‌ها را برآورده کند و مشتریان بالقوه را به مشتریان بالفعل تبدیل کند.نکته بسیار مهم جهت اثربخشی بیشتر محتوای این‌ست که مطالب مختصر و مفید بلند و دراپلیکیشن‌ها، کلیپ‌ها و اطلاع رسانی‌ها خلاصیت لحاظ شود. برندها و نام‌های تجاری ایرانی می‌توانند از روش‌های مختلف جهت تولید محتوا استفاده نمایند؛ خبرهای ویژه، انفورماتیو، ملاقات‌های ویدئویی، عکس‌ها، اسکرین شات، پرسش‌های متداول، خلاصیت در آزمون‌های وب سایت، فهرست محصولات پر فروش، اطلاعات سازمان یافته‌شده(مقاله)، نظرات مشتریان، پاپ‌این‌ها، محتوای آموزشی، وبلاگ‌ها، مصاحبه‌ها و بسیاری از روش‌های دیگر وجود دارد. تا آنها بتوانند با مخاطبان خود در سرتاسر دنیا ارتباط مناسبی برقرار کنند. به عنوان مثال ویدئوها باید بتوانند به بهترین شکل مردم را متقاعد سازد و مزیت رقابتی برند شما باشند.

مدیران هوشمند و مبتکر برندها برای اینکه بتوانند در این محیط رقابتی بهترین عملکرد را داشته باشند و به اهداف تعیین‌شده برسند باید با ایده‌های متنوع و مختلفی آشنا باشند تا در ایجاد ایده‌های خلاق خود توانمندتر عمل کنند. آنها باید از رسانه‌های مؤثری را برای ایجاد ارتباط خلاق با مخاطبان استفاده کنند. استفاده از تکنولوژی‌ها و فناوری‌های مدرن به آنها کمک می‌کند تا بتوانند از رقبایشان متمایز شوند.باید با مطالعه و شناخت صحیح، مجموعه‌ای از تکنیک‌های به روز و مرتبط را جمع‌آوری کرد و با یک برنامه هوشمندانه راهبردی مؤثری را برای ایجاد ارتباط مخاطب و رضایت حداکثری کاربران سایت و رسانه‌های اجتماعی به وجود آورد.

امروز برندهای موفق در همه جای دنیا روی تبلیغات محتوا محور متمرکز شده‌اند و هر روز نسبت به اهمیت این موضوع بیشتر آگاه می‌شوند. نکته حائز اهمیت برای موفقیت هر چه بیشتر برندها، نام‌های تجاری و کسب و کار‌های ایرانی این است که آنها باید با ارتباط بیشتر با مشتری متوجه شوند که اکثر مخاطبانشان از چه رسانه‌هایی استفاده می‌کنند و عمده برنامه‌ها و تبلیغات خود را در آن رسانه‌ها اجرا کنند. رسانه‌ها و محتوای مورد استفاده در وب‌سایت باید با فرهنگ کشورها، جوامع هدف متناسب باشد و محتوای ارائه شده روی نیازها و خواسته‌های مخاطبان متمرکز باشد. با هوشمندی در استفاده از چنین راهبردهایی که مخاطب را به مشتری وفادار تبدیل می‌کند، برندها و نام‌های تجاری می‌توانند فروش تکراری ایجاد کنند؛چراکه مشتری پان وفادار ضمن اینکه سودآورتر هستند، موجب تبلیغ برند نیز می‌شوند. یکی دیگر از مزیت‌های پر ارزش سایت‌ها، رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های جدید این است که به کمک آنها می‌توان از نظرات و انتقادات مشتریان مطلع شد و تحلیل‌های به دست آمده را به اطلاعات مؤثری در جهت برنامه‌های آینده تبدیل کرد.

در نهایت می‌توان گفت هدف اصلی همه برندها و نام‌های تجاری ایرانی باید این باشد که با خلق و ارائه محتوای ارزشمند برای جامعه هدف خود زندگی راحت‌تر و موفق‌تری را ایجاد کنند و محتوای ارزشمند و هدفمند است که می‌تواند این حس را به مخاطبان انتقال دهد.



گزارش یک هادی غلامحسینی

طبق گزارش‌های پولی و بانکی آذرماه ۹۹

نقدینگی با ترمز موقت «اوراق مالی» به ۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان رسید!



حمیدرضا نیک عبد اجوان

تکیه دولت یازدهم و دوازدهم برای تأمین هزین‌های دولت از طریق استقراض مستقیم و غیرمستقیم کار را به جایی رساند که حجم نقدینگی که ابتدای دولت یازدهم حدود ۵۰۰ هزار میلیارد تومان بود، در پایان آذرماه ۹۹ به ۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان رسید. نکته شاخص توجه این است که به گفته مقامات بانکی اگر ۸۰ تا ۱۰۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نشده‌بود هم اکنون حجم نقدینگی ۵۶۰ الی ۸۰۰ هزار میلیارد ناشی از استقراض منتهی به چاپ آنجایی که اوراق منتشره توسط دولت روحانی باید در دولت سیزدهم تسویه شود، عملاً دولت آتی میراث‌دار بدهی‌های برجام‌مانده از دولت کنونی و تشدید سرعت تورم خواهد بود. حال چا دارد مجلس شورای اسلامی در روز بررسی بودجه ۱۴۰۰ مقوله تورم حاصله از بودجه‌ریزی بد و تورمی در اقتصاد ایران و بیه ویژه روی طبقات پایین جامعه را مدنظر قرار دهد. بر اساس آخرین اطلاعات منتشر شده از سوی بانک مرکزی، حجم نقدینگی کل در یکسال منتهی به آذرماه سالجاری با ۲۸ درصد رشد

به رقم ۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان رسید و حجم پول به عنوان یکی از اجزای نقدینگی که نقش قابل‌ملاحظه‌ای در تورم دارد در مدت زمان مذکور با ۷۰ درصد رشد به مرز ۶۷۰هزار میلیارد تومان گذشت، در این میان ۱۷هزار میلیارد متغیرهای پولی و غیرپولی شاخص قیمت تولیدکننده و مصرف‌کننده را تا حد قابل‌ملاحظه‌ای بالا برده‌اند که کارشناسان اقتصادی معتقدند اگر بودجه سال آتی متکی به در شرایطی ناشی از استقراض منتهی به چاپ پول بیشتر در اقتصاد و همچنین سرمایه‌فروشی و افزایش نرخ تسعیر ارزهای بودجه باشد تورم در اقتصاد ایران به قدری تشدید خواهد شد که دهک‌های قاعد درآمدهای کافی با مشکلات

اساسی روبه‌رو خواهند شد. روز گذشته بانک مرکزی همزمان با حضور رئیس کل بانک مرکزی تومان اوراق مالی منتشر نکرده‌بودیم، ۵۶۰ هزار میلیارد تومان دیگر بر حجم نقدینگی افزوده می‌شد. باین حال گفته می‌شود که اگر ۱۰۱ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نمی‌شد، پایه پولی صدرصد دیگر رشد می‌کرد. با توجه به اینکه منابع ناشی از اوراق عموماً در حوزه‌های

دو یا توجیه به‌ا اینکه رشد نقدینگی با رشد اقتصادی همراه نیست باید توجه داشت که طی سال‌های اخیر علاوه بر اینکه اقتصاد با تورم شدید روبه‌رو بوده‌است، به شکل دوره‌ای شاهد افزایش اشتتهای سفته‌بازی در اقتصاد ایران هستیم، زیرا رشد حجم پول، ابزار لازم را برای سفته‌بازی در اختیار گروه‌های ثروتمند اقتصادی قرار داده‌است،به همین دلیل نوسان‌های دوره‌ای در بازارها تشدید شده‌است

جاری دولت هزینه می‌شود و در نهایت نیز این اوراق با اوراق جدید تسویه می‌شود می‌توان بیم این را داشت که در دولت سیزدهم اوراق مصرف شده در دولت یازدهم ثبت بدهی‌ها را افزایش دهد.

■ **دولت سیزدهم میراث‌دار اقتصاد اوراقی** در حالی دولت یازدهم و دوازدهم تکیه خود را بر درآمدزایی با انتشار اوراق مالی افزایش دادند که به نظر می‌رسد اگر هم اکنون دولت از محل

انتشار اوراق مالی درآمذایی نکرده‌بود، حجم نقدینگی کل کشور ۵۶۰ الی ۸۰۰ هزار میلیارد تومان از رقم کنونی (۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان) بیشتر بود،ولی نکته اینجاست که این اوراق باید توسط دولت سیزدهم پرداخت شود. با توجه به اینکه رشد نقدینگی با رشد اقتصادی همراه نیست باید توجه داشت که طی سال‌های اخیر علاوه بر اینکه اقتصاد با تورم شدید روبه‌رو بوده‌است، به شکل دوره‌ای شاهد افزایش اشتتهای سفته‌بازی در اقتصاد ایران هستیم، زیرا رشد حجم پول، ابزار لازم را برای سفته‌بازی در اختیار گروه‌های ثروتمند اقتصادی قرار داده‌است،به همین دلیل نوسان‌های دوره‌ای در بازارها تشدید شده‌است.

نکته دیگر آن است که اخیراً رئیس کل بانک مرکزی مدعی شده‌بود که اگر ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نکرده‌بودیم، ۵۶۰ هزار میلیارد تومان دیگر بر حجم نقدینگی افزوده می‌شد. باین حال گفته می‌شود که اگر ۱۰۱ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نمی‌شد، پایه پولی صدرصد دیگر رشد می‌کرد. با توجه به اینکه منابع ناشی از اوراق عموماً در حوزه‌های

روغن باز هم کمیاب شد

شرکت‌ها سهمیه روغن فروشگاه‌ها را محدود کرده‌اند

دو روز بعد از اظهارات معاون اول رئیس‌جمهور مبنی بر اینکه فراوانی کالا در کشور داریم اما قیمت‌ها گران هستند، از بازار خیر رسید که انواع روغن مایع کمیاب شد. شوک قیمتی در بازار کالاهای اساسی در حالی زیر سایه ستاد مدیریت تنظیم بازار هر روز تکرار می‌شود که یک روز باید شاهد گرانی سرسام آور تخم‌مرغ و مرغ باشیم و روز دیگر در فروشگاه‌ها به دنبال روغن! افزایش فشارهای اقتصادی و تورم بالای ۴۰درصدی در سال‌های اخیر موجب شده سفره مردم هر روز کوچک‌تر و البته گران‌تر از قبل شود. افزایش قیمت‌های پی در پی کالاهای اساسی در بازار موجب شده است بسیاری از کالاهای از کالاهای خرید مردم حذف شوند، آن هم در حالی که مسئولان مدعی نظارت بر بازار و قیمت‌ها هستند و می‌گویند مردم نباید دغدغه معاش داشته باشند!طی دو روز گذشته معاون اول رئیس‌جمهور از فراوانی کالا در کشور و بنادر خیر داد و تأکید کرد که انواع کالا به وفور در کشور وجود دارد اما مردم از گرانی قیمت‌ها دچار مشکل شده‌اند. اسحاق جهانگیری به در آمد محدود مردم و کاهش قدرت خرید آنها به دلیل افزایش ۱۰۰ تا ۲۰۰درصدی کالاهای اساسی و ضروری مردم اشاره‌ای نکرد، بلکه از مذاکره با مجلس برای حفظ ارز دولتی در سال آینده خبر داد. این اظهارات جهانگیری در حالی است که گرانی‌های سرسام آور به پهنانه‌های مختلف در تمام بازارها، عرصه را برای فعالان اقتصادی و مردم تازم این وضعیت در بازار کالاهای اساسی کار را به جایی رسانده است که مردم برای تأمین نیازهای روزانه‌شان نیز به مشکل جدی برخورده‌اند. شوک قیمتی در بازار کالاهای اساسی در حالی زیر سایه ستاد مدیریت تنظیم بازار هر روز تکرار می‌شود که یک روز باید شاهد گرانی سرسام آور تخم‌مرغ و مرغ باشیم و روز دیگر در فروشگاه‌ها به دنبال روغن! ماجرای کمبود روغن که اتفاقاً در دو ماه گذشته نیز وجود داشت به تازگی بار دیگر تکرار شده است. در هفته‌های اخیر بسیاری از مردم از کمبود روغن در فروشگاه‌ها گلایه می‌کنند و می‌گویند، نمی‌توانند به راحتی در محل زندگی خود روغن پیدا کنند.

این وضعیت پیش از این برای روغن جامد وجود داشت ولی به تازگی مردم تنها روغن جامد که روغن مایع هم در فروشگاه‌ها پیدا نمی‌شود و مرغ باید به فروشگاه‌های متعدد مراجعه کنند تا آن نهایت بعد از چند ساعت گشت و گذار بین فروشگاه‌ها، بتوانند یک عدد روغن مایع کوچک به صورت سهمیه‌ای دریافت کنند!برخی از فروشگاه‌ها هم که درحال فروش روغن سهمیه‌ای هستند برای مشتریان خود شرط می‌گذارند که اگر روغن می‌خواهید باید حتماً تن ماهی هم بخرید! این فروشگاه‌ها مدعی هستند شرکت‌های روغن به شرط فروش تن ماهی به ما سهمیه می‌دهند!

یکی از فروشندگان فروشگاه‌های تجریرهای در گفت‌وگو با تسنیم می‌گوید: در روزهای اخیر بار دیگر روغن کمیاب شده و مردم به قصد خرید روغن به فروشگاه می‌آیند و بعضاً دست خالی برمی‌گردند. او تأکید دارد که شرکت‌ها دیگر مثل قبل روغن به فروشگاه‌ها نمی‌دهند و همین باعث شده است سهمیه روغن فروشگاه‌ها محدود شود.

روغن به تنهایی روغن در حالی بار دیگر اتفاق افتاده که مسئولان وزارت صمت و ستاد تنظیم بازار مدعی حل مشکل روغن شده بودند ولی گزارش‌های میدانی حاکی از آن است که این مشکل همچنان ادامه دارد و نه تنها مشکل کمبود روغن حل نشده بلکه قیمت روغن هم افزایش محسوسی داشته است. هفته گذشته شرکت بازرگانی دولتی طی اطلاعیه‌ای مجلس را مقصر نوسان قیمت روغن و کمیاب شدن آن اعلام کرد و گفت: تصمیم مجلس برای حذف ارز دولتی از سال آینده انتظار تومی برای این کالا به وجود آورده و تقاضا را به صورت کاذب بالا برده است.

افتتاح مدیریتی دولت در بازار کالاهای اساسی موجب شده مردم هر روز به دنبال خرید یک محصول در صف خرید بمانند و دست آخر اگر خوش شانس باشند، موفق به دریافت آن کالایی سهمیه‌ای می‌شوند. صف‌های طولانی برای خرید روغن، مرغ و تخم‌مرغ در حالی اخیراً در نقاط مختلف کشور تشکیل می‌شود که مسئولان محترم دولت مدعی هستند به لطف سیاست‌های اقتصادی و مدیریت‌شان مردم دیگر در صف خرید کالایی نمی‌ایستند!

■ **شرکت بازرگانی دولتی به جای اطلاعیه سیاسی، مشکلات مردم را حل کند**

همچنین مصطفی طاهری، عضو کمیسیون تلفیق لایحه بودجه سال ۱۴۰۰ در این رابطه می‌گوید: اگر مشکل کمبود روغن در بازار و ایجاد صف برای خرید این محصول در ماه‌های مانند خرداد و آبان وجود نداشت و پس از تصمیم کمیسیون تلفیق مبنی بر تکرخی شدن ارز ایجاد می‌شد، باید دلیل شرکت بازرگانی دولتی درباره کمبود روغن مورد بررسی قرار می‌گرفت اما در شرایطی که این مشکل از ماه‌های پیش در کشور وجود دارد، نمی‌توان تصمیم کمیسیون را دلیل ایجاد صف و نبود روغن در بازار دانست، مگر اینکه بگوییم جامعه از ماه‌ها قبل از تصمیم کمیسیون تلفیق آگاه بود!

وی معتقد است شرکت بازرگانی دولتی باید به جای صدور اطلاعیه، روشنی در حق سهامداران حقوقی و بیش از صد هزار سهامدار حقیقی مهر اقتصاد است و ما این موضوع را در مجلس شورای اسلامی بررسی و پیگیری خواهیم کرد.»

دو یا توجیه به‌ا اینکه رشد نقدینگی با رشد اقتصادی همراه نیست باید توجه داشت که طی سال‌های اخیر علاوه بر اینکه اقتصاد با تورم شدید روبه‌رو بوده‌است، به شکل دوره‌ای شاهد افزایش اشتتهای سفته‌بازی در اقتصاد ایران هستیم، زیرا رشد حجم پول، ابزار لازم را برای سفته‌بازی در اختیار گروه‌های ثروتمند اقتصادی قرار داده‌است،به همین دلیل نوسان‌های دوره‌ای در بازارها تشدید شده‌است

جاری دولت هزینه می‌شود و در نهایت نیز این اوراق با اوراق جدید تسویه می‌شود می‌توان بیم این را داشت که در دولت سیزدهم اوراق مصرف شده در دولت یازدهم ثبت بدهی‌ها را افزایش دهد.

■ **دولت سیزدهم میراث‌دار اقتصاد اوراقی** در حالی دولت یازدهم و دوازدهم تکیه خود را بر درآمدزایی با انتشار اوراق مالی افزایش دادند که به نظر می‌رسد اگر هم اکنون دولت از محل

انتشار اوراق مالی درآمذایی نکرده‌بود، حجم نقدینگی کل کشور ۵۶۰ الی ۸۰۰ هزار میلیارد تومان از رقم کنونی (۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان) بیشتر بود،ولی نکته اینجاست که این اوراق باید توسط دولت سیزدهم پرداخت شود. با توجه به اینکه رشد نقدینگی با رشد اقتصادی همراه نیست باید توجه داشت که طی سال‌های اخیر علاوه بر اینکه اقتصاد با تورم شدید روبه‌رو بوده‌است، به شکل دوره‌ای شاهد افزایش اشتتهای سفته‌بازی در اقتصاد ایران هستیم، زیرا رشد حجم پول، ابزار لازم را برای سفته‌بازی در اختیار گروه‌های ثروتمند اقتصادی قرار داده‌است،به همین دلیل نوسان‌های دوره‌ای در بازارها تشدید شده‌است.

نکته دیگر آن است که اخیراً رئیس کل بانک مرکزی مدعی شده‌بود که اگر ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نکرده‌بودیم، ۵۶۰ هزار میلیارد تومان دیگر بر حجم نقدینگی افزوده می‌شد. باین حال گفته می‌شود که اگر ۱۰۱ هزار میلیارد تومان اوراق مالی منتشر نمی‌شد، پایه پولی صدرصد دیگر رشد می‌کرد. با توجه به اینکه منابع ناشی از اوراق عموماً در حوزه‌های

قرارد دهد. یکی از تدابیر مقام معظم رهبری بود. خوشحالیم ۲۵سال انرژی حوزه نظارت ما و بانک سپه و نیروهای مسلح را گرفت و با کمترین حواشی تمام شد. حالا اگر حواشی کوچکی دارد باید آن را حل کنیم. رئیس کل بانک مرکزی با تأیید حواشی جدید ایجاد شده بیان داشت: پله، پله از آن خبر دارم، گزارش‌هایی داریم که حتماً همکاران ما در بانک سپه با تدبیر آن را حل می‌کنند.

سهامداران بانک مهر اقتصاد می‌گویند داریی‌های این بانک بر اساس قیمت‌های سال ۹۷ ارزش گذاری شده و بدون توجه به تغییر قیمت چند برابر ارزش این داریی‌ها، در خرداد ۹۹ بر اساس قیمت‌های قبلی از آنها

این روزها در حالی شاهد انتقاد سهامداران برخی از بانک‌های ادغامی در بانک سپه در مورد انحراف در ارزش گذاری داریی‌ها هستیم که رئیس کل بانک مرکزی گفت: برخی سهامداران انتقاداتی دارند که باید بررسی کنند اگر حقی از کسی ضایع شده، حل شود. به گزارش فارس، عبدالناصر همتی در گفت‌وگوی ویژه خبری شب گذشته درباره ادغام شش بانک در بانک سپه گفت: این بانک‌ها داریی‌ها و املاکی دارند که باید ارزیابی شود. تعهداتی نیز نیروهای مسلح دارند. برخی سهامداران انتقادات دارند که باید بررسی کرد اگر حقی از کسی ضایع شده، حل شود. پروژه خیلی عظیم بود و کسی نباید آن را تحت‌الشعاع

سازمان آگهی‌های

روزنامه جوان

تلفنی آگهی می‌پذیرد

۸۸۴۹۸۴۵۰

آگهی مزایده فروش زمین – تجدید مزایده

شهرداری فرخ شهر به استناد تبصره بند ۱۴ ماده ۸۰ قانون شهرواها و ماده ۳۵ آیین نامه مالی شهرداری ها، در نظر دارد اقدام به فروش یک پلاک زمین در مجتمع فن اوران فرخ شهر طبق موارد ذیل از طریق برگزاری مزایده کتبی بنماید. لذا از متقاضیان دعوت بعمل می آید جهت اخذ اسناد مزایده و کسب اطلاعات بیشتر تا مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۲ به شهرداری فرخ شهر مراجعه یا با شماره تلفن ۰۲۸۲۲۲۲۸۸۷۷ تماس حاصل نمایند.

- پلاک زمین به شماره ۷۵ به مساحت ۳۴۰ متر مربع با کاربری کارگاهی، سطح اشغال ۶۰درصد و تراکم ۸۵درصد واقع در خیابان اول مجتمع فن اوران فرخ شهر می باشد.
- قیمت پایه ارزش هر متر مربع ۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و قیمت کل ۱۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال می باشد.
- شرکت کنندگان در مزایده می بایست نسبت به تهیه ضمانت نامه شرکت در مزایده به مبلغ ۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال اقدام نمایند.
- شرکت کنندگان در مزایده می بایست جهت دریافت اسناد مزایده اقدام به واریز مبلغ ۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به حساب شماره ۰۲۷۱۹۹۰۰۲۷۱۱۰۰ نزد بانک ملی نمایند.
- در صورت انصراف نفر اول تا سوم به ترتیب سپرده آنها به نفع شهرداری ضبط می گردد.
- شهرداری در رد یا قبول یک یا چند پیشنهاد قیمت مختار است.
- برنده مزایده می بایست کل مبلغ پیشنهادی را ظرف ۲۲ ساعت پس از اعلام برنده بودن به حساب شهرداری واریز نماید در غیر این صورت سپرده او به نفع شهرداری ضبط می گردد.

– سایر شرایط در اسناد مزایده درج شده است.

حامد فروزنده – شهردار

قرعه کشی و اعطاء جوایز در اپلیکیشن «برق من»

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان البرز

پویش #انرژی همدلی
مصرف بهینه برق و گاز