

Resume,

Mousa Rasoulirad



Page1/2

CONTACT

Address:

Mashhad – Majd Bolvar- Zamen
Ahoor – Floor 6

Phone:

+98 912 086 5285

Email:

Rasooli.rad@gmail.com

Mousa.rasoulirad@gmail.com

LANGUAGES

Persian

English

➤ Work Experience

- Tanavob Tehran – (Jan 2001 - May 2003 | ~2 Years)
Control Project Officer
- Tehran Jonoob Company – (~3.5 Months)
Control Project Officer
- Mashad Milk Powder Company – (~14 Years)
Supply Chain Manager
- Export Consultancy – (5 Years)
Business Owner

➤ Education

- Bachelor of Science (B.Sc.) in Food Industry
- Master of Science (M.Sc.) in Project Management
- Master of Arts (M.A.) in International Business

➤ Main Skills

- Cross-Cultural Communication
- Drafting professional sales contracts, distribution agreement, representative agreement, agency agreement
- Professional business Writing and Documentation
- Sales and Marketing skills
- Digital marketing skills for export marketing
- Project Management and Execution

➤ Core Skills and Abilities

1. International Trade Knowledge
2. Market Research and Analysis
3. Sales and Negotiation Skills
4. Logistics and Supply Chain Management
6. Legal and Compliance Expertise

Mousa Rasoulirad

Page2/2

CONTACT

Address:

Mashhad – Majd Bolvar- Zamen

Ahoo – Flloor 6

Phone:

+98 912 086 5285

Email:

Rasooli.rad@gmail.com

Mousa.rasoulirad@gmail.com

LANGUAGES

Persian

English

➤ Sales & Marketing Skills:

- Communication skills with agencies and representative
- Communicated clearly with agencies and reps to align on agreements and deliverables.
- Drafted contracts, defining roles and compliance for all parties.
- Digital Marketing
 - Search Engine Optimization (SEO)
 - Social Media Marketing (e.g., Facebook, LinkedIn,)
 - Email Marketing
- Content Marketing
- Market Research
 - Conducting surveys, focus groups, and competitor analysis
 - Identifying customer needs, preferences, and trends

➤ Teaching abilities

1. Subject Matter Expertise
2. Effective Communication Skills
3. Adaptability and Flexibility
4. Classroom Management
5. Passion and Enthusiasm
6. Assessment and Feedback Skills
7. Empathy and Emotional Intelligence
9. Lifelong Learning Mindset
10. Collaboration and Teamwork Skills

اینکوترمز ۲۰۲۰ در عمل: یادگیری قواعد و حل چالش‌های واقعی مرتبط با آن در صادرات

موسی رسولی راد

تلفن همراه / ثابت: ۰۹۱۲۰۸۶۵۲۸۵

مدت ساعت: نظری ☒ عملی ☐	نوع: عمومی ☒ تخصصی ☐
حیطه ی آموزشی: دانشی ☒ نگرشی ☐ مهارتی ☒	ماهیت: مهارت های فروش در صادرات
سطح آموزش: مقدماتی ☐ پیشرفته ☒	

زمان بندی کل دوره:

۱۸ ساعت - ۶ جلسه سه ساعته

معرفی برنامه آموزشی

در گذشته موضوعات حمل و نقل، تحویل شفاف و مرزبندی "وظایف و هزینه‌ها" از درب کارخانه فروشنده تا انبار خریدار از پایه‌های اصلی مذاکرات تجاری خریدار و فروشنده بود و تجار مجبور بودند زمان زیادی را صرف این توافقات کنند.

بنابراین در تجارت بین‌الملل احساس می‌شد که نیاز است چنین توافقاتی با سرعت بیشتر، مدون، حرفه‌ای‌تر و با حداقل اختلاف و سوءتفاهم انجام شود.

در نتیجه اتاق بازرگانی بین‌الملل نیاز دید تا قواعد متحدالشکل، استاندارد، مدون و قابل‌اجرایی را به نام اینکوترمز پایه‌گذاری کند تا توسط آن تقسیم هزینه‌ها و مسئولیت‌ها بین خریدار و فروشنده به سرعت، دقت و شفاف انجام شود.

همچنین این اتاق تصمیم گرفت تا تجربیات، چالش‌ها و مشکلات تجار را در دوره‌های ۱۰ ساله بررسی و پس از رفع ایرادات آن در سال دهم نسخه به‌روز شده‌ای را منتشر نماید و در اختیار تجار سراسر جهان قرار دهد. همکنون به‌روزترین نسخه اینکوترمز نسخه ۲۰۲۰ است که تا سال ۲۰۳۰ به‌روزترین و معتبرترین نسخه موجود خواهد بود.

از طرفی تعدد دعاوی و اختلافاتی که هر ساله بین تجار در سطح بین‌الملل اتفاق می‌افتد نشان می‌دهد که آگاهی و تسلط اکثر آنها نسبت به این قواعد سطحی بوده و درک صحیحی از قاعده اینکوترمز که بر اساس آن معامله خود را انجام داده‌اند نداشته‌اند.

بنابراین اتاق بازرگانی بین‌الملل به کلیه تجار توصیه کرده است این قواعد را به صورت حرفه‌ای بیاموزند و صرفاً به جداول ساده در دسترس بسنده نکنند؛ زیرا این جداول حتی در صورت صحیح بودن توانایی انعکاس کلیه جوانب و جزئیات کتاب رسمی اتاق بازرگانی بین‌الملل را ندارند.

ما در این شیوه آموزشی علاوه بر معرفی کلیه قواعد اینکوترمز ۲۰۲۰ به بررسی بیش از ۵۰ تجربه مختلف که تجار در استفاده از قواعد اینکوترمز با آن برخورد کرده‌اند خواهیم پرداخت.

این شیوه آموزش علاوه بر اینکه منجر به گزینش آگاهانه قواعد خواهد شد باعث می‌شود اختلافات احتمالی تجار با طرف مقابل به حداقل برسد و در صورت بروز اختلاف تجار نحوه استناد به کتاب رسمی اینکوترمز ۲۰۲۰ را کاملاً آموزش می‌بینید تا بتوانند در برابر ادعاهای طرف مقابل از حقوق خود دفاع کنند.

منبع آموزشی ما در این دوره آموزشی نسخه انگلیسی و رسمی اینکوترمز ۲۰۲۰ منتشر شده توسط اتاق بازرگانی خواهد بود.

اهداف آموزشی:

- درک بهتر کلیه قواعد اینکوترمز ۲۰۲۰
- انتخاب قواعد متناسب و آگاهانه توسط تجار
- پیشگیری از سوءاستفاده‌های احتمالی طرف مقابل از اینکوترمز
- جلوگیری از ضرر و زیان‌های مالی از انتخاب ناآگاهانه اینکوترمز
- کاهش اختلاف تجار با طرف مقابل

- نحوه استناد به قواعد اینکوترمز به صورت حرفه‌ای
- نحوه استفاده صحیح از اینکوترمز در مدارک و قراردادهای

سرفصل‌های آموزشی:

❖ بخش ۱: مقدمه و معرفی

- معرفی کتاب رسمی اینکوترمز ۲۰۲۰ منتشر شده اتاق بازرگانی بین‌الملل (نسخه انگلیسی)
- مفهوم انتقال ریسک و هزینه در لجستیک
- معرفی و ساختار اینکوترمز ۲۰۲۰

❖ بخش ۲: قواعد مولتی‌مودال

- معرفی قواعد مولتی‌مودال
- قاعده EXW و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده FCA و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده CPT و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده CIP و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده DAP و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده DPU و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده DDP و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده

بخش ۳: قواعد دریایی

- معرفی قواعد دریایی
- قاعده FAS و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده FOB و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده CFR و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده
- قاعده CIF و بررسی تجربه‌هایی از این قاعده

بخش ۴: کاربردهای عملی و حقوقی اینکوترمز ۲۰۲۰

- نحوه استناد به کتاب رسمی اینکوترمز ۲۰۲۰
- جلوگیری از سوءاستفاده‌های طرف مقابل از اینکوترمز
- چگونگی استناد به کتاب رسمی اینکوترمز ۲۰۲۰ در صورت اختلاف با طرف مقابل
- نحوه استفاده از قواعد اینکوترمز ۲۰۲۰ در مدارک و قراردادهای بین‌المللی

بخش ۵: جمع‌بندی و پرسش و پاسخ

- جمع‌بندی نکات کلیدی دوره
- پاسخ به سؤالات شرکت‌کنندگان

مخاطبان کارگاه:

مدیران و کارشناسان بازرگانی خارجی شرکت‌ها - مدیران شرکت‌های صادراتی - دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی - بازاریابان صادراتی - تأمین‌کنندگان کالا و خدمات - مذاکره‌کنندگان و تنظیم‌کنندگان قراردادهای بین‌المللی.

هنر فروش شرکتی در صادرات: از شناخت نیازهای مشتری تا بستن قراردادهای بین‌المللی

موسی رسولی راد

تلفن همراه / ثابت: ۰۹۱۲۰۸۶۵۲۸۵

مدت ساعت: نظری ☒ عملی ☐	نوع: عمومی ☒ تخصصی ☐
حیطه ی آموزشی: دانشی ☒ نگرشی ☐ مهارتی ☒	ماهیت: مهارت های فروش در صادرات
سطح آموزش: مقدماتی ☐ پیشرفته ☒	

زمان‌بندی کل دوره:

۳۰ ساعت (۹ جلسه سه ساعته آموزش) + ۱ جلسه سه ساعته (جمع بندی و پرسش و پاسخ)

معرفی برنامه آموزشی

فروش به شرکتها (B2B) یک فرآیند تخصصی و استراتژیک است که در آن مشتریان سازمان‌ها، شرکت‌ها یا کسب‌وکارهای دیگر هستند. این نوع فروش فراتر از یک معامله ساده است و نیازمند درک عمیق نیازهای مشتری، ارائه راحل‌های سفارشی، رفتار حرفه‌ای و ایجاد روابط بلندمدت مبتنی بر اعتماد است. ضمن اینکه فرآیند تصمیم‌گیری در این فروش‌ها به‌دلیل مشارکت چندین نفر یا بخش‌های مختلف مانند مدیران مالی، فنی و خرید، طولانی‌تر و پیچیده‌تر است.

بر همین اساس ارتباط با شرکتها نیازمند صبر، پیگیری و توانایی ارائه‌ای دلایل قانع‌کننده و رفتار حرفه‌ای است. ارزش معاملات هم در این حوزه اغلب بالا است و خریدها معمولاً به صورت عمده یا قراردادهای بلندمدت انجام می‌شوند.

از سوی دیگر، صادرات نیازمند درک عمیق تفاوت‌های فرهنگی، قوانین بین‌المللی، استانداردهای جهانی و انعطاف‌پذیری بیشتر در برآورده کردن نیازهای متنوع خریداران خارجی است، در حالی که فروش داخلی اغلب بر اساس شناخت بازار محلی و روابط نزدیک‌تر شکل می‌گیرد. بنابراین موفقیت در فروش B2B به توانایی درک نیازهای پیچیده مشتریان، مذاکرات حرفه‌ای و ارائه ارزش افزوده بلندمدت وابسته است.

این دوره به منظور ارتقای مهارت‌های بازاریابی و فروش شرکتی در حوزه صادرات طراحی شده است تا مخاطبان با یادگیری تکنیک‌های مذاکره، برخورد حرفه‌ای، در نظر گرفتن منافع ذی‌نفعان و توجه به خواسته‌های آن‌ها، قادر خواهند بود به‌طور مؤثر با کارمندان یا صاحبان کسب‌وکارها در سایر شرکت‌ها ارتباط برقرار کرده و روابط تجاری پایدار ایجاد نمایند. این مهارت‌ها نه تنها به افزایش فروش کمک می‌کنند، بلکه زمینه‌ساز رشد بلندمدت و موفقیت در بازارهای بین‌المللی خواهند بود.

اهداف آموزشی:

۱. درک عمیق نیازهای مشتریان B2B در صادرات و ارائه راحل‌های سفارشی‌سازی‌شده
۲. تسلط بر تکنیک‌های مذاکره حرفه‌ای و ایجاد روابط بلندمدت با شرکتها
۳. ارتقای مهارت‌های بازاریابی و مذاکره بین‌المللی
۴. مدیریت فرآیند فروش B2B از شروع تا درخواست معرف

این اهداف به شرکت‌کنندگان کمک می‌کند تا به‌طور مؤثر در بازارهای بین‌المللی فعالیت کنند و فروش شرکتی خود را به سطح جدیدی ارتقا دهند.

سرفصل‌های آموزشی:

بخش اول: مبانی و مفاهیم

- فروش B2B چیست؟ تفاوت‌های کلیدی با فروش به مصرف‌کننده
- شناسایی مشتریان هدف و کشف نیازهای واقعی خریداران
- استفاده از SWOT و طراحی استراتژی‌های تمایز در فرآیندهای متقاعدسازی مشتری

بخش دوم: هنر فروش در B2B

- چرخه فروش B2B
- مرحله آمادگی فروش‌های B2B: تحقیقات و برنامه‌ریزی
- تماس با مشتریان شرکتی در بازارهای خارجی
- طراحی پیشنهادهای ارزشمند و سفارشی‌سازی شده
- ۸ تکنیک مؤثر برای معرفی کالا و خدمات در B2B
- تکنیک‌های جلب اعتماد در فروش‌های شرکتی

بخش سوم: تکنیک‌های قیمت‌گذاری در فروش‌های شرکتی

- روش‌های قیمت‌گذاری کالای اصلی
- روش‌های قیمت‌گذاری محصولات جانبی
- تکنیک‌های ارائه تخفیف در فروش‌های شرکتی

بخش چهارم: مدیریت اعتراض مشتریان شرکتی

- اعتراض مشتری، تهدید یا فرصت؟
- مدیریت اعتراض به قیمت
- مدیریت اعتراض به کیفیت
- مدیریت اعتراض به زمان حمل

بخش پنجم: جمع‌بندی، کلید طلایی فروش در B2B

- ساده‌سازی تصمیم‌گیری مشتری شرکتی
- روش‌های جمع‌بندی در مکاتبات
- روش‌های جمع‌بندی در مذاکرات تلفنی
- روش‌های جمع‌بندی در جلسات حضوری
- تهیه MOM (صورتجلسه) و اصول آن

بخش ششم: تکنیک‌های بستن فروش

- بررسی ۱۰ تکنیک کلوزینگ در فروش‌های شرکتی
- نکات مهم قراردادی در فروش‌های شرکتی

بخش هفتم: فروش محصولات جانبی

- نحوه معرفی محصولات جانبی به مشتریان شرکتی

بخش هشتم: درخواست معرف و همکاری

- فرصت‌های همکاری با دیگران در فروش‌های شرکتی

مخاطبان کارگاه:

این دوره برای مدیران، کارشناسان فروش، صادرکنندگان، کارآفرینان، دانشجویان و مشاوران کسب‌وکار طراحی شده است که می‌خواهند مهارت‌های فروش شرکتی و صادرات را به‌صورت عملی و کاربردی بیاموزند و کسب‌وکار خود را در بازارهای جهانی توسعه دهند.

امضا: موسی رسولی راد

لینکدین، پلتفرم کلیدی فروش و بازاریابی بین‌المللی

موسی رسولی راد

تلفن همراه / ثابت: ۰۹۱۲۰۸۶۵۲۸۵

مدت ساعت: نظری ☒ عملی ☐	نوع: عمومی ☒ تخصصی ☐
حیطه ی آموزشی: دانشی ☒ نگرشی ☐ مهارتی ☒	ماهیت: مهارت های فروش در صادرات
سطح آموزش: مقدماتی ☐ پیشرفته ☒	

زمان بندی کل دوره:

۱۸ ساعت - ۶ جلسه سه ساعته آموزش

معرفی برنامه آموزشی

هر اندازه که شبکه‌های اجتماعی روی مخاطب داخل کشور مؤثر بوده و باعث شده‌اند بخش زیادی از آشنایی‌ها و معاملات از این طریق رقم بخورند قدرت این ابزارها در تجارت بین‌الملل هم خودشان را نشان داده‌اند و باعث آشنایی، ارتباط و معامله بسیاری از شرکت‌ها در نقاط مختلف جغرافیایی با یکدیگر شده‌اند.

در این بین سهم شبکه اجتماعی لینکدین که پروفایل کاری اشخاص و کسب‌وکارها در آن قرار می‌گیرند بیش از سایر پلتفرم‌هاست و دقیقاً همین ماهیت و اطلاعات تخصصی اشخاص و کسب‌وکارها در لینکدین است که چنین قدرتی به آن می‌دهد.

جدا از پتانسیل مستقیم این شبکه در فروش‌های بین‌المللی، بازاریاب‌ها از این پلتفرم در بازاریابی میدانی و حضوری و بخصوص قبل از سفرهای تجاری در شناسایی ده‌ها و حتی صدها شرکت در بازار هدف هم استفاده می‌کنند تا از این طریق ارتباط اولیه، جلسات کاری یا توافق قرارهای حضوری را نهایی کنند و این به معنی اثربخشی بیشتر سفرها و بازدیدهای میدانی است.

اهداف آموزشی:

- آشنایی با ظرفیت‌های بالقوه و قدرتمند شبکه‌های اجتماعی در صادرات
- ایجاد شبکه یکنواخت از همکاران بین‌المللی در کشور هدف
- آشنایی با تکنیک‌های جستجو و یافتن مخاطبان با ارزش و هدفمند در لینکدین
- آشنایی با الگوریتم‌ها جهت استفاده بهینه‌تر از شبکه‌های اجتماعی
- آشنایی با انواع پست‌های پربازدید محصولات و خدمات شرکت‌های صادرات محور
- آشنایی با گروه‌های تخصصی و صفحات شرکتی در بازاریابی صادراتی
- ارتباط و پیشنهاد همکاری در شبکه‌های اجتماعی

❖ **بخش اول: ساخت پروفایل شخصی و نکات مهم آن**

- ساخت پروفایل سازمانی برای شرکت
- بهینه‌سازی پروفایل برای جذب مشتریان هدف

❖ **بخش دوم: شبکه‌سازی و ارتباطات**

- دعوت به همکاری با اشخاص و شرکت‌های همکار در بازار هدف
- تشکیل و مشارکت در گروه‌های تخصصی و صنفی
- مفهوم شبکه و تأثیر الگوریتم‌ها در لایه‌های مختلف
- ایجاد شبکه ارزشمند، هماهنگ و هدفمند جهت اثربخشی بیشتر

❖ **بخش سوم: استراتژی‌های تولید محتوا**

- استراتژی تولید محتوا در صفحات شخصی
- استراتژی تولید محتوا در صفحات شرکتی
- استفاده از محتوای جذاب برای جذب مشتریان بالقوه

❖ **بخش چهارم: بازاریابی مستقیم و فروش**

- بازاریابی مستقیم، نحوه پیغام به مخاطبین و "دعوت به اقدام"
- Sales Navigation (ناوبری فروش) در لینکدین
- تکنیک‌های جذب مشتری از طریق InMail و پیام‌های شخصی‌سازی شده

❖ **بخش پنجم: تنظیمات و بهینه‌سازی**

- تنظیمات و بهینه‌سازی پروفایل
- استفاده از ابزارهای پیشرفته لینکدین برای افزایش دید و جذب مشتری

❖ **بخش ششم: جمع‌بندی و پرسش و پاسخ**

- جمع‌بندی نکات کلیدی دوره
- پاسخ به سؤالات شرکت‌کنندگان

مخاطبان کارگاه:

کارشناسان بازاریابی صادراتی - مدیران شرکت‌های صادراتی - دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی بین‌الملل و بازاریابی - بازاریابان صادراتی - تأمین‌کنندگان کالا و خدمات - مذاکره‌کنندگان و همه کسانی که به حوزه بازاریابی بین‌المللی علاقه‌مندند.

امضا: موسی رسولی راد

قراردادهای بین‌المللی، پایه‌ای برای همکاری‌های پایدار و بدون چالش با شرکای تجاری خارجی

موسی رسولی راد

تلفن همراه / ثابت: ۰۹۱۲۰۸۶۵۲۸۵

مدت ساعت: نظری ☒ عملی ☐	نوع: عمومی ☒ تخصصی ☐
حیطه‌ی آموزشی: دانشی ☒ نگرشی ☐ مهارتی ☒	ماهیت: مهارت‌های فروش در صادرات
سطح آموزش: مقدماتی ☐ پیشرفته ☒	

زمان‌بندی کل دوره:

۱۸ ساعت - ۶ جلسه سه ساعته آموزش

معرفی برنامه آموزشی

امروزه قراردادها از مهمترین الزامات روابط تجاری بین‌الملل در بین شرکت‌ها و اشخاص است. قرارداد قوی موجب روابط شفاف با حداقل چالش بین طرف‌های تجاری است و همین شفافیت است که باعث پایداری، عدم ضرر و زیان و همکاری‌های طولانی‌مدت بین کسب‌وکارها می‌شود. در بیشتر موارد ممکن است تصور کنیم دو طرف یک معامله تجاری بین‌المللی بعد از آشنایی و تعاملات اولیه بخصوص در سطح خرد نیاز به قراردادهای تجاری نداشته باشند.

اما در گام‌های بعدی همکاری و تعاملات بیشتر به قراردادهای بین‌المللی حرفه‌ای نیاز جدی پیدا می‌کنند و عملاً امکان ادامه همکاری یا حتی شروع همکاری (در روابط پیچیده‌تر تجاری) بدون قراردادهای استاندارد بین‌المللی وجود ندارد.

در این دوره آموزشی سعی شده است تجار و فعالین اقتصادی اهمیت وجود قرارداد با طرف مقابل را بیش‌ازپیش درک کرده و در تعاملات بین‌المللی تجاری خود از قراردادها مناسب و متناسب نیاز خود استفاده کنند و از تعارض و ضرر و زیان جلوگیری کنند.

اهداف آموزشی:

۱. آشنایی با ترمولوژی و اصطلاحات قراردادهای بین‌المللی
۲. آشنایی با انواع قراردادهای بین‌المللی
۳. آشنایی با نمونه قرارداد جعاله واسطه‌گری و نکات مهم آن
۴. گزینش قرارداد متناسب با نوع رابطه تجاری با مخاطب
۵. آشنایی با نکات مهم قراردادنویسی
۶. آشنایی با انواع روش‌های حل اختلاف

سرفصل‌های آموزشی:

❖ بخش اول: آشنایی با مفاهیم پایه

- انواع قراردادهای بین‌المللی
- آشنایی با ترمولوژی قراردادهای بین‌المللی
- تفاوت موافقت‌نامه‌های مقدماتی (MOM, MOU, MOA, LOI) و غیره

❖ بخش دوم: شروط مهم قراردادها

- بررسی شروط مهم قراردادهای بین‌المللی

❖ بخش سوم: تحلیل نمونه قراردادهای رایج

- بررسی نمونه قرارداد خریدوفروش (انگلیسی)
- بررسی نمونه قرارداد اعطای نمایندگی (انگلیسی)
- بررسی نمونه قرارداد توزیع (انگلیسی)
- بررسی نمونه قرارداد لیسانس (انگلیسی)
- بررسی نمونه قرارداد فرانچایز (انگلیسی)

❖ بخش چهارم قراردادهای بروکری (واسطه‌گری)

- بررسی نمونه قرارداد جعاله واسطه‌گری در صادرات (فارسی) Unilateral Contract
- قراردادهای تولید با برند اختصاصی
- بررسی نمونه قرارداد "تولید با برند اختصاصی" در صادرات (انگلیسی - فارسی)

❖ بخش پنجم: حل اختلافات و داوری بین‌المللی

- مفاهیم پایه داوری بین‌المللی
- تعریف داوری و مزایای آن نسبت به مراجع قضایی
- تفاوت بین داوری تجاری و سایر روش‌های حل اختلاف

❖ بخش ششم: جمع‌بندی و پرسش‌وپاسخ

- جمع‌بندی نکات کلیدی دوره
- پاسخ به سؤالات شرکت‌کنندگان

مخاطبان کارگاه:

کارشناسان بازرگانی خارجی شرکت ها - مدیران شرکت ها - کارشناسان - دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی بین الملل - بروکرها و همه کسانی که به موضوع قراردادهای بین المللی علاقه مندند.

امضا: موسی رسولی راد

مکاتبات حرفه‌ای راحلی برای اعتماد، سرعت و موفقیت در تجارت جهانی

موسی رسولی راد
تلفن همراه / ثابت: ۰۹۱۲۰۸۶۵۲۸۵

مدت ساعت: نظری ☒ عملی ☐	نوع: عمومی ☒ تخصصی ☐
حیطه ی آموزشی: دانشی ☒ نگرشی ☐ مهارتی ☒	ماهیت: مهارت های فروش در صادرات
سطح آموزش: مقدماتی ☐ پیشرفته ☒	

زمان بندی کل دوره:
۳۰ ساعت - ۱۰ جلسه سه ساعته

معرفی برنامه آموزشی

تا همین اواخر تجار و تولیدکنندگان مجبور بودند حتی برای خریدهای کوچک هم شخصاً به کشورهای یکدیگر سفر کنند و بعد از ملاقات و توافق طرفین احتمالاً معامله شکل می‌گرفت!

اما اکنون با گذشت زمان و آمدن ابزارهای نوین ارتباطی نیاز کمتری به حضور فیزیکی در کشور خریدار یا فروشنده است و گاهی اوقات بدون اینکه طرفین معامله بخواهند به صورت فیزیکی رودررو شوند ارتباط از این طریق شکل می‌گیرد و معامله با موفقیت به پایان می‌رسد.

در این بین نقش مکاتبات در خریدهای بزرگتر این است که نه تنها مکاتبات می‌تواند باب آشنایی و ارتباط اولیه را بین طرفین باز کند؛ بلکه بخش زیادی از مسائل فنی، بازرگانی و حتی مالی هم از طریق مکاتبات قابل انجام است و دو طرف تنها برای انجام توافقات نهایی و جزئیات سر میز مذاکره حاضر می‌شوند.

متأسفانه بارها دیده شده است که خیلی از شرکت‌ها علی‌رغم توانمندی‌های فنی و قیمت رقابتی به دلیل ضعف در مکاتبات و اینکه نتوانسته‌اند به نیازهای اطلاعاتی مخاطب به‌خوبی پاسخ دهند در طرف مقابل حس بی‌اعتمادی را ایجاد کرده‌اند و متأسفانه فرصت‌های ارزشمندی را از دست داده‌اند.

تجار بین‌المللی نحوه مکاتبات و تعامل طرف مقابل را یکی از نشانه‌های تخصص و تجربه بین‌المللی می‌دانند و آن را در کنار سایر عوامل مبنای قضاوت و تصمیم‌گیری برای شروع، ادامه همکاری یا عدم همکاری با اشخاص و شرکت‌ها قرار می‌دهند.

از طرف دیگر مکاتبات حرفه‌ای و شفاف باعث نظم و قرار گرفتن جریان گفتگو در مسیر درست خود می‌شود که می‌تواند باعث سرعت رسیدن به توافق، رفع چالش‌های طرفین و در نهایت کسب نتیجه نهایی شود.

از دلایل دیگر اهمیت مکاتبات که شاید کمتر به آن توجه شود این است که در تجارت بین‌الملل مکاتبات از طریق ایمیل، پیام‌رسان‌ها و حتی شبکه‌های اجتماعی در محاکم قضایی دارای اعتبارند و می‌توانند به عنوان مدرک و شواهد قابل‌استناد مورد استفاده قرار بگیرند؛ بنابراین با علم به این موضوع مکاتبات حرفه‌ای می‌تواند در شرایط حساس به کمک بازرگانان و فعالین تجارت بین‌الملل بیايد و برای آنها یک مزیت منحصر به فرد به حساب آید.

اهداف آموزشی:

- برقراری ارتباط مؤثر از طریق مکاتبات
- آشنایی با نحوه ارائه، معرفی شرکت و محصولات به صورت مؤثر
- آشنایی با انواع روش‌های پیشنهاد قیمت
- نحوه برنامه‌ریزی و تنظیم "دستور کار" جهت مدیریت جلسات حضوری
- تنظیم صورت‌جلسه و پیش‌قرارداد
- توانایی و مهارت در استناد به مکاتبات در مدیریت و دفاع از اختلاف‌های احتمالی

سرفصل‌های آموزشی:

❖ بخش اول: اصول و مبانی مکاتبات بین‌المللی

- اصول اولیه در مکاتبه با مشتریان خارجی
- نحوه ارائه، معرفی اشخاص و سازمان به مخاطب بین‌المللی از طریق مکاتبه
- نامه‌های معرفی محصول و خدمات
- نامه‌های پیگیری و نکات مهمی که باید در آن رعایت شود

❖ بخش دوم: تکنیک‌های مکاتبات مؤثر

- نحوه پرسیدن سؤالات حرفه‌ای و شفاف‌کردن مسائل در مکاتبات بین‌الملل
- نحوه پاسخ به استعلام قیمت
- تکنیک‌های ارائه تخفیف به خریداران بین‌المللی
- جایگزین‌های تخفیف به جای تخفیف‌های مستقیم و درصدی

❖ بخش سوم: اعتمادسازی، رد و بدل کردن مدارک

- روش‌های اعتمادسازی از طریق مکاتبات
- درخواست، تبادل مدارک و اعتبارسنجی خریداران از طریق مکاتبه
- دعوت از خریداران جهت بازدید و ملاقات‌های حضوری

❖ بخش چهارم: برنامه‌ریزی و مدیریت جلسات

- نحوه برنامه‌ریزی‌های ملاقات‌های حضوری و تنظیم "دستور جلسه"
- تنظیم "صورت‌جلسه" و "پیش‌قرارداد" در جلسه‌های حضوری

❖ بخش پنجم: مکاتبات عملیاتی و اجرایی

- مکاتبات مرتبط با دریافت و آماده‌سازی سفارش
- مکاتبات مالی و پولی با خریدار و نکات امنیتی مهم
- مکاتبات مرتبط با مشخصات فنی، استانداردها و بازرسی کالا

❖ بخش ششم: مکاتبات مرتبط با حمل‌ونقل و لجستیک

- مکاتبات با شرکت‌های حمل‌ونقل بین‌المللی
- نحوه تکمیل فرم شرکت‌های بیمه و نکات مهم و کاربردی
- مکاتبات مربوط به آماده‌سازی، هماهنگی‌های حمل‌ونقل، بارگیری و تحویل کالا

❖ بخش هفتم: مدیریت چالش‌ها و ارتباطات

- پاسخ به نامه‌های شکایت و عدم رضایت مشتری
- تکنیک‌های پاسخ به اعتراض‌ها

❖ بخش هشتم: ارتباطات از طریق شبکه‌های اجتماعی

- نکات مهم ارتباط‌گیری از طریق شبکه‌های اجتماعی با مشتریان بالقوه
- دایرکت مارکتینگ

❖ بخش نهم: جمع‌بندی و پرسش‌وپاسخ

- جمع‌بندی نکات کلیدی دوره
- پاسخ به سؤالات شرکت‌کنندگان

مخاطبان کارگاه:

مدیران و کارشناسان بازرگانی خارجی شرکت‌ها - مدیران شرکت‌های صادراتی - دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی - بازاریابان صادراتی - تأمین‌کنندگان کالا و خدمات - مذاکره‌کنندگان و تنظیم‌کنندگان قراردادهای بین‌المللی.

امضا: موسی رسولی راد