

کارت ویزیت موثر

Effective Business Card



مدرس: دکتر کامران صحت

[Dr. Kamran Sehat](#)

Mobile: 0912 100 8545 - Info@SehatLearning.ir

www.SehatLearning.ir

Without Learning, No Success!



دکتر کامران صحت متولد ۲۴ خردادماه سال ۱۳۵۳ دارای مدرک دکترای DBA گرایش بازاریابی از انگلستان می باشد. عمده فعالیت های اجرایی وی آموزش و مشاوره در زمینه های مرتبط با مباحث بازاریابی، تبلیغات، فروش و خدمات پس از فروش می باشد. همچنین مباحث پیشرفته ارتباطات نیز از جمله زمینه های آموزشی او می باشد. دکتر کامران صحت در سال ۱۳۸۲ مبحث پیشرفته "منشیگری مدرن" را در ایران طراحی نموده است و تاکنون هزاران منشی و مسوول دفتر تحت آموزش های پیشرفته او تعلیم دیده و در سازمان های مختلف مشغول به فعالیت می باشند. همچنین ده ها عنوان مقاله از او در نشریات معتبر کشور به چاپ رسیده است و ده ها عنوان کتاب از او به عنوان تالیف یا ترجمه چاپ رسیده است. او دارای بیش از یکصد عنوان DVD آموزشی و CD صوتی آموزشی می باشد.

عمده مباحث قابل آموزش توسط دکتر کامران صحت عبارت است از:

بازاریابی تلفنی - بازاریابی دیجیتال - تکنیک های افزایش فروش - ارتباطات موثر - زبان بدن - تکنیک های نفوذ در دیگران با NLP - مهندسی فروش - بازاریابی شبکه ای - فروش و فروشندگی حرفه ای - تکنیک های متقاعد کردن مشتری - لباس رسمی مذاکرات فروش - تکنیک های موثر پذیرایی در مذاکرات فروش - مدیریت ارتباط با مشتریان CRM - تکنیک های موثر مذاکرات - مدیریت موثر زمان در مذاکرات بازرگانی - اصول روابط عمومی در سازمان های مدرن - مکاتبات اداری و تجاری به زبان انگلیسی - اصول گزارش نویسی پیشرفته به زبان فارسی و انگلیسی - نگارش ایمیل موثر - نگارش متن ها و نامه های بازاریابی و فروش - آیین نگارش مکاتبات اداری - اصول روش های بایگانی اسناد و مدارک فروش - منشیگری مدرن - مسوول دفتر موثر - اصول تبلیغات نوین در ایران و ده ها عنوان آموزشی دیگر

عمده شرکت هایی که از خدمات آموزشی و مشاوره ای دکتر کامران صحت استفاده نموده اند عبارتند از:

بانک ملت - بانک مسکن - ایران خودرو - سایپا - مرسدس بنز ایران - هاکوپیان - زیراکس - دانشگاه آب و برق وزارت نیرو (شهید عباسپور) - مرکز آموزش بازرگانی - انستیتو ایزایران - بورس اوراق بهادار - دخانیات - استیل البرز - داده ورزشان هامون - مبلمان اداری ماندگار - مرکز تحقیقات و آموزش وزارت نیرو - نیروگاه کازرون - مناطق نفتخیز جنوب - نفت مناطق مرکزی ایران - شرکت پخش فرآورده های نفتی - شرکت پالایش و پخش فرآورده های نفتی - نفت و گاز گچساران - گروه ملی فولاد - آب و فاضلاب استان تهران - ارتباطات سیار (همراه اول) - سازمان ثبت احوال - ال جی - فروشگاه های زنجیره ای رفاه و ده ها شرکت معتبر دیگر

نکات مهم در طراحی ویزیت کارت را بیاموزید!

فروش یخچال به اسکیمو

بارش‌های نوین دکتر کامران صحت
 دارای مدرک دکترای از رایبی از انگلستان
 خود را به روز نمایید.
 روشی نو، اثری چند برابر!
 به راحتی می‌توان از رقبای پیشی
 گرفت. کمر بندها را ببندید.
 لحظه‌ای درنگ نکنید.
 زمان در حال گذر است.
اهمیت صدم ثانیه را از نفر دوم
مسابقه دوی صد متر بپرسید.
 پس هم اکنون تماس بگیرید...

شرکتی که فقط در اسد ایجاد می نماید به طور یقین دچار مشکل خواهد شد.
 (هتزی خورد)



Without Learning No Success®

things to DO Today

Kamran Sehat
 PhD in Business Administration, D.B.A.
 from American University of London
 2. mob (498) 912 100 85 45
 3. www.SehatLearning.com
 4. www.SehatLearning.persianblog.ir
 5. info@SehatLearning.com
 6. drsehat@yahoo.co.uk

سمینار
 دوره
 مشاوره
 CD صوتی
 DVD تصویری

by 5DeDS.com

مقدمه

کارت ویزیت یکی از مهم ترین ابزاری است که برای بازاریابی می توانید تهیه کنید. شما کارت ویزیت خود را به مشتریان احتمالی می دهید تا اطلاعات لازم برای تماس با شما را داشته باشند. همچنین می توانید آن را داخل نامه ها بگذارید یا بوسیله آن خودتان و کارتان را به دیگران معرفی کنید. همچنین اگر در روزنامه ها و پیک ها محلی تبلیغات می کنید، کارت ویزیت شما می تواند یک کپی آماده برای صفحاتی باشد که تبلیغات با کارت ویزیت افراد چاپ می شود.



مهم نیست که می خواهید چه استفاده ای از کارت ویزیت خود بکنید، مهم این است که این کارت باید کاملن حرفه ای، خوانا و جذاب باشد و به مشتریان کمک کند به خاطر بیاورند که شما چه می فروشید و چرا باید از شما خرید کنند. به خاطر داشته باشید که کارت ویزیت شما باید معرف و نماینده خوبی نزد مشتریان احتمالی باشد؛ پس در طراحی آن نهایت دقت و توجه را داشته باشید.

اعمال همه این نکات روی یک کاغذ که فقط $3 \frac{1}{2}$ طول و ۲ اینچ عرضش باشد، کار چندان ساده ای نیست؛ اما قابل انجام است. در زیر توصیه هایی ارائه شده است که قبل از طراحی کارت ویزیت باید حتمن در ذهن داشته باشید.

آرم یا لوگو

از یک طراح حرفه ای بخواهید تا آرمی برای حرفه شما طراحی کند. اگر محصولات یا خدماتی را ارائه می دهید که خود سمبلی دارند (مثل نقاشی ساختمان، ساختمان سازی، رستوران و از این قبیل)، آرم شما نیز می تواند به طریقی نمادی از آن حرفه یا محصول باشد. این آرم باید به صورتی باشد که قابل پیاده شدن روی کارت ویزیت، سربرگ، بروشورها، و وب سایت شما باشد. به خاطر داشته باشید که شما می بایست جهت نگارش نام خود در ویزیت کارت از فونت هایی استفاده نمایید که منحصرن متعلق به شرکت شما باشد.



به خاطر داشته باشید که استفاده از فونت های رایج همچون نستعلیق، تیترا، هما، ترافیک و ... هرگز توصیه نمی شود؛ چراکه این گونه فونت ها برای اهداف خاصی طراحی گردیده اند.

شعار تبلیغاتی

اگر کار یا خدماتی که انجام می دهید از روی نام حرفه تان مشخص نباشد، باید یک شعار یک جمله ای بسازید که به مردم یادآور شود که چه خدمات یا محصولاتی را ارائه می دادید. این شعار را هم باید بر روی کارت ویزیت خود بنویسید. به خاطر داشته باشید که همه شرکت های مدرن، شعارهایشان در خصوص مشتری است نه محصول؛ چراکه ما هم اکنون در عصر مشتری مداری به سر می بریم نه محصول مداری. و به خاطر داشته باشید که شعار می بایست ساده، کوتاه، مختصر، قابل به خاطر سپاری و ترجیحاً دارای وزن و ریتم باشد. پشت ویزیت کارت مکان خوبی برای درج شعار تبلیغاتی است. نمونه شعارهای موفق در این بخش عبارت است از:

سیکو: ساعت شما معرف شخصیت شماست.

سی ان ان: اولین کسی باش که می دانی.

وب سایت و پست الکترونیکی

مشتریان ممکن است بخواهند آدرس وب سایت یا ایمیل شما را داشته باشند. اگر نگران پیام های تجاری هستید که ایمیلتان را پر می کند، می توانید دو آدرس ایمیل برای خود داشته باشید که یکی را روی کارت ویزیت قید کنید و در اختیار عموم قرار دهید و ایمیل دیگر را برای کاربردهای شخصی استفاده کنید و فقط به برخی همکاران و دوستان مطمئن خود بدهید. پشت کارت ویزیت مکان خوبی برای درج نشانی وب سایت است.

کارت دو زبانه

دقت کنید که کارت شما دوزبانه نباشد. چرا که این گونه کارت های ویزیت حس خوبی در مخاطب ایجاد نمی کند.

چاپ

شما می توانید کارت خود را در تیراژ مختلف چاپ نمایید. به خاطر داشته باشید که وجود تکنولوژی چاپ دیجیتال، می تواند به راحتی کارت خود را در "حتی یک نسخه" نیز چاپ نماید ولی اگر به خاطر چاپ کارت ویزیت هایتان عجله دارید، می توانید خودتان با یک پیرینتر جوهرافشان خوب و با استفاده از کاغذ مرغوب آن را چاپ کنید. دقت کنید که کیفیت پیرینتر را روی بهترین درجه آن بگذارید و از کاغذ حساس استفاده نمایید.

پیام کارت ویزیت

احتمال آن زیاد است که برای خودتان کار ویزیت داشته باشید، اما اگر ندارید، حتمن باید یکی درست کنید. کارت ویزیت چیزی است که خیلی از ما آن را دست کم می گیریم، اما نباید این طور باشد. شکل، احساس و پیامی که روی کارت ویزیت شماست، روی نظر مردم در مورد شما و مهم تر این که آیا یادتان می آورند یا نه، تاثیر می گذارد.



وقتی مکالمه ای را ترک می کنید و فرد مقابل کارت ویزیت شما را دارد، هویت شما آن تکه کاغذ می شود. به همین خاطر روی کارت ویزیت شما نه تنها باید به صاحب کارتان، شماره های تماس و شغل و حرفه تان اشاره کنید، بلکه باید مطلبی هم در مورد خودتان بنویسید.

توصیه های مهم

اگر شما کارت ویزیت ندارید و یا می خواهید مجدداً برای خودتان طراحی یا درست کنید، به توصیه های زیر دقت کنید:

اطلاعات ارتباطی

اطلاعات ارتباطی شامل شماره تماس و نشانی شرکت خود را ذکر نمایید. دقت کنید که در نشانی فوق نباید به شرکت یا سازمان دیگری اشاره شود. در ضمن بین بخش های مختلف نشانی و شماره تماس از نشان گذاری استفاده نمایید. در این خصوص بهتر است به جزوه "آیین نگارش مکاتبات اداری و اصول گزارش نویسی"، بخش "نشان گذاری" مراجعه نمایید.

نام و سمت صاحب کارت

دقت کنید که نام و نام خانوادگی و سمت خود را روی کارت ذکر کنید. در این حالت توصیه می شود در سطر اول نام و در سطر دوم سمت خود را ذکر کنید. از نوشتن این سمت ها خودداری نمایید: ریاست، معاونت و مدیریت چرا که این سمت های معرف واحد سازمانی است نه سمت فردی.



خوانا

از طراح خود بخواهید که از شکل و اندازه ای برای فونت استفاده کند که به اندازه کافی بزرگ باشد و به راحتی بدون استفاده از عینک ته استکانی خوانده شود. دقت کنید که رنگ نوشته ها از رنگ صفحه پشت زمینه کارت، متمایز باشد. یادتان باشد که هدف شما این نیست که یک اثر هنری خلق کنید، شما می خواهید یک کارت ویزیت برای کار خود طراحی کنید که به خوبی بتواند معرف شغل و حرفه شما باشد و بتواند تصویر خوبی از شرکت و شما در ذهن مشتری ایجاد نماید. اطمینان داشته باشید که اگر دریافت کننده کارت نتواند شماره تلفن و اطلاعات شما را از روی کارت بخواند، یک مشتری را از دست داده اید.

تمایز

کارت ویزیت شما باید طوری باشد که از میان سایر کارت ویزیت ها متمایز و کاملن مشخص باشد. با استفاده از رنگ های روشن و به قول معروف جیغ، گذاشتن عکسستان روی کارت و استفاده از کاغذهایی با جنسی متفاوت، کارت ویزیتی متمایز و منحصر به فرد بسازید.



رنگ

رنگ ها معمولن دست کم گرفته می شوند اما همه آن ها معنا و مفهومی پشت خود دارند. برای این بخش بهتر است سری به کتاب های روانشناسی رنگ بزنید.

کاغذ و چاپ

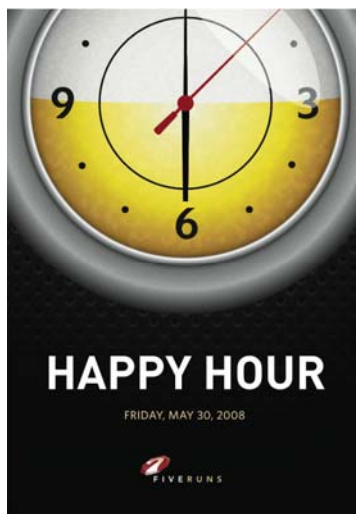
جنس و کیفیت کارت شما چیزی در مورد شما می گوید. به هیچ عنوان نباید از کاغذهای ارزان و نامرغوب استفاده کنید. اگر کاغذ کارت ویزیت شما، شل و ول باشد یا مثل این باشد که با پرینترهای ارزان قیمت چاپش کرده اید، این احساس را در مخاطب ایجاد می کند که با شرکتی کوچک و خرده پا رو به رو هستند. پس کمی خرج کنید و از کاغذ و چاپ خوب برای کارت ویزیت استفاده کنید.

یگانگی

اگر کارت ویزیت شما در میان دسته ای از کارت های دیگر متمایز و مشخص نباشد، احتمال این که افراد شما را به خاطر بیابورند خیلی کم است. پس باید کارت ویزیت خود را کمی ویژه و منحصر به فرد طراحی کنید.

نوشتار

فونت و شکل نوشتار شما حرف می زند، پس فونتی را انتخاب کنید که به بهترین شکل شما را معرفی کند و البته خوانا باشد.



Join *FiveRuns* and your fellow *RailsConf* attendees for **HAPPY HOUR**

Friday, May 30, 2008 from 6-8PM

Jimmy Mak's

221 NW 10th Avenue, Portland, OR.

Take the MAX Blue Line outside the Convention Center to the Galleria/sw 10th Avenue stop, then walk north about 7 blocks

or
Take the Portland Streetcar at sw 10th Avenue & Alder three stops to sw 10th Avenue & Everett



Enter your name at the Happy Hour for a chance to win a **TFB Time Capsule!**

www.fiveruns.com



حس لامسه یکی از مهمترین احساس های است که همه ما داریم و کارت ویزیت شما باید خوشایند این احساس مردم باشد. اگر می خواهید دیگران تصور کنند که فردی لطیف و محترم هستید، باید از کاغذهای نرم که گوشه های گرد شده دارند استفاده کنید. اگر می خواهید خود را فردی کاری نشان دهید که بسیار برجسته و ساخت یافته است، باید از کاغذهای ضخیم با گوشه های تیز استفاده کنید.

قبل از اینکه کارت ویزیت خود را به کسی بدهید، باید اول اطمینان یابید که اطلاعات لازم روی کارت ویزیت شما ذکر شده است یا خیر، اما کارت ویزیت شما باید چیزی هم در مورد خودتان بگوید. این مساله باعث می شود مردم شما را به خاطر داشته باشند و ارتباط خود را با شما قطع نکنند.

Sample Business Card Designs



Dr. Kamran Sehat

Training, Researching & Consulting

Tel/Fax: (+98)21 44425886

Mob: (+98)912 100 85 45

e-mail: dr.sehat@yahoo.co.uk

weblog: www.SehatLearning.persianblog.ir

مدرس:
دکتر کامران صحت - دکترای مدیریت بازرگانی، انگلستان
بیش از ۱۴ سال سابقه تدریس، مدیریت و مشاوره

سمینار آموزشی - کاربردی مهارت های برقراری ارتباط موثر

Effective Communication

هدف: امروزه میتوان گفت که ارتباطات، تمامی فعالیت های یک فرد را تحت الشعاع خود قرار داده است. نوع برقراری ارتباط در دستیابی به اهداف ارتباطی از اهمیت ویژه ای برخوردار است. در این سمینار تلاش خواهیم نمود تا انواع مختلف ارتباطات را اعم از ارتباطات کلامی و غیر کلامی مورد بررسی قرار داده و نقش هر یک را در دستیابی به اهداف ارتباطی بررسی نماییم.



محتوای آموزشی سمینار:
تعریف ارتباطات - نگاهی گذرا به تاریخچه ارتباطات - دسته بندی انواع ارتباطات از جهات مختلف - انواع ارتباطات غیر مضموری - ارتباطات مضموری نقش ظاهر در مفاطب - آئینه کاری - ارتباطات کلامی - ارتباطات غیر کلامی - ارتباطات NLP - Body language - درون سازمانی و بیرون سازمانی - ارتباطات شفاهی، مکتوب، تصویری و ترکیبی - معرفی انواع مדיاهای ارتباطی - عوامل موثر در ایجاد ارتباط موثر - روانشناسی مفاطب - چه کنیم تا به اهداف ارتباطی دست یابیم - تقسیم بندی افراد در گروه های سه گانه جهت ایجاد ارتباطات موثر - تکنیک های نفوذ در دیگران - الگوهای برخورد با انواع تیپ های رفتاری مفاطب - اهداف ارتباطی - مفاظب اعتماد به نفس - تفریب مفاطب - دریافت اطلاعات از مفاطب - خودشناسی - بهانه های ارتباطی - معرفی نرم افزارهای مرفه ای در ارتباطات - پیش فیلم.