

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association

September 2023 - Number Thirty-three

ISSN 2564-1069



ده تکنیک برای ترغیب مشتریان
خود به نوشتن ریویوهای پنج
ستاره

گلوبال لینک؛ دروازه‌ای به جهانی
شدن تجارت شما

اهمیت وجود انجمن بازرگانی
ایران و کانادا در بخش خصوصی

ماهنامه انجمن بازرگانی

ایران و کانادا

شماره سی و سه - سپتامبر ۲۰۲۳





خدمات حقوقی



مشاوره امور تجاری



شبکه‌های اعضای انجمن



کمیسیون‌های تخصصی



تامین منابع مالی



گسترش کسب و کار شما

ثبت شده در استان کبک کانادا 

ثبت شده در سطح فدرال کانادا 

ثبت شده در کشور ایران 

مورد تایید وزارت امور خارجه فدرال
کانادا و ایران 



تهران - پاسداران
خیابان شهید کلاهدوز
بعد از چهار راه کاوه
پلاک ۳۱۵ - واحد ۱۴
طبقه پنجم

4388 Saint Denis St
Suite 200 #100,
Montreal,
Quebec H2J 2L1

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
September 2023 - Number Thirty-three
To contact the editors:
contact@canirn.com

Publisher: Canada Iran Business Association
www.CanadalIran.ca
4388 Saint Denis St Suite 200 #100
Montreal, QC Canada H2J 2L1

Published language: Persian
Signatures is published Monthly, online

ISSN 2564-1069



سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا.....	۴
معرفی اعضا.....	۶
ده تکنیک برای ترغیب مشتریان خود به نوشتن ریویوهای پنج ستاره.....	۱۰
گلوبال لینک؛ دروازه‌ای به جهانی شدن تجارت شما.....	۱۸
تصاویری از جلسه کارآفرینان ایرانی مونترال به میزبانی آقای محمد وحیدی راد.....	۲۲
آیا میزان سود بالای پانصد درصدی در صادرات ممکن است؟ چقدر دسترسی به بازار ۵۰۰ میلیون نفری آمریکای شمالی ممکن است؟.....	۲۴
اهمیت وجود انجمن بازرگانی ایران و کانادا در بخش خصوصی.....	۲۸
راهنمای ترخیص کالا:	
اطلاعات کامل برای صادرات محصولات به کشور کانادا.....	۳۲
کدام برند شما را موفق میکند؟.....	۳۶
نسخه‌نویسته جذب مشتری	
اسم در برابر ساندویچ.....	۳۷
تامین مالی از طریق پیش پرداخت	
(Prepayment Finance).....	۴۶

2+2=



تجاری بین این دو کشور، فرصت‌های جدیدی را برای صنایع مختلف ایجاد خواهد کرد و منجر به افزایش تجارت، اشتغال و توسعه اقتصادی در هر دو سو خواهد شد.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا به عنوان یک پل ارتباطی مهم بین تجار و کسب‌وکارهای دو کشور، نقشی اساسی در تسهیل تبادل اطلاعات، تجارب و فرصت‌های تجاری دارد. این انجمن با برگزاری همایش‌ها، نشست‌های تخصصی و معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری، امکانات لازم برای برقراری ارتباطات تجاری را فراهم می‌کند و تجارب موفق را به اشتراک می‌گذارد. از اهداف اصلی این انجمن می‌توان به افزایش تجارت، ترویج سرمایه‌گذاری مستقیم و غیرمستقیم، تسهیل مذاکرات تجاری و حمایت از تجارت بین‌المللی اشاره کرد.

هم‌افزایی تجاری به عنوان یکی از عوامل کلیدی در توسعه روابط بین‌المللی و افزایش تجارت جهانی مورد توجه قرار گرفته است. در این راستا، انجمن بازرگانی ایران و کانادا به عنوان یک مرکز تجاری مهم، نقش موثری در ترویج و توسعه هم‌افزایی تجاری بین این دو کشور دارد.

در دنیای امروز، تجارت بین‌المللی به عنوان یک محور اصلی توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود. ایران و کانادا با داشتن منابع غنی و صنایع متنوع‌پذیر، از پتانسیل‌های بالقوه برای تبادل تجاری و هم‌افزایی بهره‌مندند. افزایش هم‌افزایی



مدیریت صحیح هم‌افزایی تجاری در ارتقاء روابط تجاری و تسهیل مبادلات تجاری بسیار حائز اهمیت است. موفقیت در این زمینه نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، تحلیل بازار، تعیین استراتژی‌های مناسب و پیگیری مستمر از تجارب و تغییرات بازار است. مدیریت مناسب هم‌افزایی تجاری باعث افزایش اعتماد تجار و کسب‌وکارها، کاهش ریسک‌های تجاری و تسهیل فرآیندهای تجاری می‌شود.

هم‌افزایی تجاری بین ایران و کانادا با توجه به پتانسیل‌های اقتصادی و تجاری این دو کشور، اهمیت بسیاری دارد. انجمن بازرگانی ایران و کانادا با ارائه زیرساخت‌های لازم و ایجاد فرصت‌های تجاری، نقشی کلیدی در توسعه روابط تجاری این دو کشور دارد. مدیریت مناسب و برنامه‌ریزی دقیق در امور هم‌افزایی تجاری، اساس موفقیت در این زمینه را تشکیل می‌دهد و به ارتقاء تجارت و توسعه اقتصادی مشترک ایران و کانادا کمک خواهد کرد. من، معتقدم که تلاش‌های مدیریتی و همکاری‌های تجاری بین این دو کشور باعث ایجاد توسعه پایدار و پررونق در منطقه و جهان خواهد شد.

با مهر

محمد وحیدی راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا





حمید قلی زاده

دارای مدرک دکتری مهندسی نرم افزار از دانشگاه مک مستر کانادا و مدرک کارشناسی ارشد در حوزه فناوری اطلاعات از دانشگاه علم و صنعت ایران. ایشان در طول فعالیت کاری خود در ایران به عنوان مدرس دانشگاه و عضو هیات موسس و مهندس نرم افزار در شرکت های فناوری اطلاعات فعالیت داشته اند. فعالیت کاری ایشان در کشور کانادا در حوزه مهندسی نرم افزار و فناوری اطلاعات ادامه یافته و هم اکنون به عنوان مهندس نرم افزار در بخش تبلیغات محصولات تجاری در شرکت آمازون مشغول به کار هستند.

www.hamidgh.com

hamid.gholizadeh@gmail.com

تصاویری از جلسه
امضای تفاهم نامه و
قرارداد همکاری های
مشترک فی مابین
هلدینگ سرمایه گذاری
ملون در ایران به
مدیریت خانم دکتر
گلی جوادی و انجمن
بازرگانی ایران و کانادا
به مدیریت محمد
وحیدی راد

با حضور همکاران انجمن



۲۵ مرداد ماه ۱۴۰۲ - ۱۶ اوت ۲۰۲۳

انجمن بازرگانی
ایران و کانادا
برگزار می کند



تور بزرگ
صنایع غذایی
و کشاورزی
کانادا



تور داخلی سه روزه بازدید از آبشار نیاگارا
بازدید از جنوب انتاریو و مرکز استان کبک،
به همراه حضور در شهرهای تورنتو و مونترال



- اخذ ویزای مالی پنج ساله کشور کانادا
- دعوت نامه تجاری انجمن و اتاق بازرگانی
- بازدید از بزرگترین کارخانجات کانادا
- حضور در کنفرانس اتحادیه فروشندگان
- محصولات کشاورزی کشور کانادا
- حضور در کنفرانس ها و نشست های تجاری
- در حوزه های بسته بندی مواد غذایی، اتوماسیون
- خط تولید، تجهیزات و تکنولوژی های روز صنعت کشاورزی

→ کسب اطلاعات بیشتر

+982126249734
CANADAIRAN.CA

+989121941366

+982191035695

اگر عضو انجمن هستید
در داخل کانادا و یا ایران هستید...
و به دنبال موقعیت های
مناسب برای اخذ نمایندگی و
فعالیت های پرسود تجاری
می باشید...

با انجمن از طریق ایمیل در ارتباط
باشید و قرار مشاوره بگذارید.
انجمن بازرگانی ایران و کانادا
دارای اعضای فعالی است که
آماده اعطای نمایندگی، گسترش
کسب و کار و یا سرمایه گذاری در
داخل و یا خارج کانادا هستند.

نمایندگی
یا
سرمایه پذیری





THE
BUILDINGS
SHOW

CONSTRUCT
CANADA

PM
EXPO

HOME
BUILDER
& RENOVATOR
EXPO

WORLD OF
CONCRETE
TORONTO PRESENTS

NOV 29 - DEC 1 2023
METRO TORONTO CONVENTION CENTRE
CELEBRATE 35 YEARS!

راهنمای کامل لیبلینگ محصولات در کانادا

نوامبر و دسامبر ۲۰۲۳

انجمن بازرگانی ایران و کانادا مانند سال‌های گذشته امکان عرضه غرفه اشتراکی با هزینه‌های پایین‌تر از خود نمایشگاه و همچنین به نمایندگی از شرکت شما حضور و معرفی محصولات شما را دارد.

این سرویس تنها ویژه اعضای محترم انجمن است
لذا خواهشمند است در صورت تمایل یک نامه اعلام آمادگی به انجمن ارسال کنید.

باتشکر

۱۰ تکنیک

برای ترغیب مشتریان خود به نوشتن ریویوهای پنج ستاره



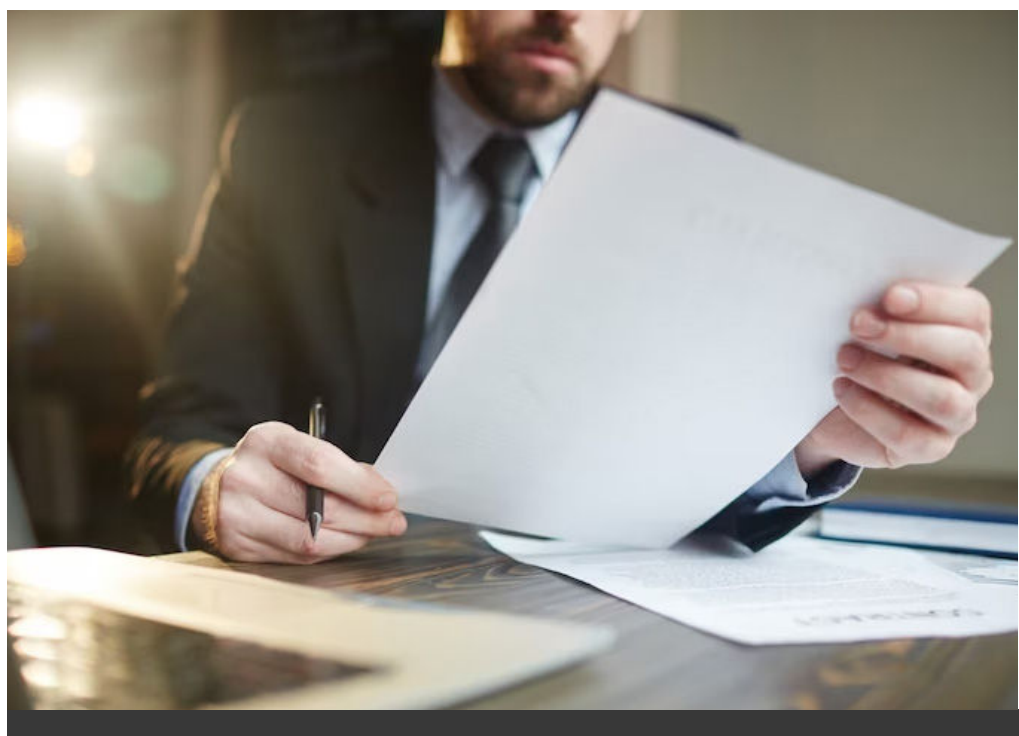
هر کسب و کاری به دنبال ارتقاء و افزایش اعتبار خود می‌باشد. یکی از راه‌های مهم در این مسیر، جذب ریویوهای مثبت و پنج ستاره از مشتریان است. این ریویوها نه تنها به افزایش اعتماد مشتریان کمک می‌کنند، بلکه به جذب مشتریان جدید نیز کمک می‌کنند. در این مقاله به بررسی تکنیک‌ها و مثال‌هایی می‌پردازیم که به کمک آن‌ها مشتریان خود را به نوشتن ریویوهای پنج ستاره ترغیب کنید.

به نوشتن ریویو ترغیب کنید. برخی از کسب و کارها حتی با ارسال پیام‌های شخصی به مشتریان پس از خرید، آن‌ها را به انتشار ریویو ترغیب می‌کنند.

مثال از تجارب واقعی خودم: : یک فروشگاه مبلمان در تورنتو، بلافاصله پس از بازدید مشتریان خود، ویدئو کلیپی اختصاصی برای آن مشتری تهیه نموده و ضمن نام بردن از مشتری و تشکر ویژه، از وی می‌خواهد تا ریویویی از تجربه آنروز خود بگذارد.

مثال از شرکت‌های معروف: شرکت Apple از طریق ارتباط فعال با مشتریان به آن‌ها انگیزه می‌دهد تا ریویوها و بازخوردهای خود را به اشتراک بگذارند. اپل به طور مداوم از طریق ایمیل‌ها، اخبار و به‌روزرسانی‌ها به مشتریان اطلاع می‌دهد. این ارتباطات، به مشتریان احساس می‌دهد که نظراتشان مهم است و از آن‌ها در خریدها و تجربه‌های آینده اپل اهمیت می‌دهد. این ارتباط فعال، به مشتریان انگیزه می‌دهد که تجربه‌های خود را به دیگران منتقل کنند. **حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:**

۳. تشویق بازخورد مثبت: از مشتریان خود تشکر کنید و آن‌ها را ترغیب کنید تا نظرات مثبت خود را با دیگران به



مثال از شرکت‌های معروف: شرکت آمازون حتی در طراحی لوگوی خود خلاقیت به خرج داده تا لبخند رضایت مشتریان را از تحویل سریع و بروز رسانی وضعیت تحویل کالا، به نمایش گذارد. فروشندگانی که از پلتفرم آمازون استفاده می‌نمایند هم بخوبی می‌دانند که باید بهترین کیفیت در عملکرد و بسته بندی را ارائه دهند تا از روی تعداد بیشتر ریویوهای پنج ستاره، نسبت به رقبا متمایز گردند.

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۲. ارتباط فعال با مشتریان ارتباط مستمر با مشتریان باعث شناخت بهتر نیازها و تجربیاتشان می‌شود. با ارسال ایمیل‌ها، پیام‌های مستقیم، یا حتی تماس تلفنی، مشتریان را

۱. ارائه تجربه منحصر به فرد:

بهترین راه برای ترغیب مشتریان به نوشتن ریویوهای خوب، ارائه تجربه‌ای منحصر به فرد و خدماتی با کیفیت ویژه است. اگر مشتریان با خدمات یا محصولات شما به طور خاص و رضایت‌بخش آشنا شوند، احتمال انتشار ریویوهای مثبت بسیار بیشتر است.

مثال از تجارب واقعی خودم: در بیمارستانی در کشور قطر، پزشکان خود وارد اتاق انتظار بیماران شده و با خطاب کردن نام بیمار، از وی می‌خواهند که برای معاینه به داخل اتاق پزشک رود. چنانچه بیمار از تشخیص و پروسه و نتیجه درمان راضی نبود، می‌تواند به رایگان یک ویزیت دیگر توسط بیمارستان داشته باشد. بیماران نیز با ریویوهای مثبت خود، به دیگران برای انتخاب نام دکتر، کمک می‌نمایند.

که تجربه‌های خوب خود را به اشتراک بگذارند
حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۴. به اشتراک گذاری مثال‌های موفق:

در مقالات، ایمیل‌ها یا رسانه‌های اجتماعی، از مثال‌هایی که نشان‌دهنده تجربه‌های مثبت مشتریان است، استفاده کنید. این مثال‌ها می‌توانند تاثیر خوب محصول یا خدمات شما را برای دیگران تاکید کنند.

مثال از تجارب واقعی خودم: یک شرکت فروشنده تجهیزات سکيوریتی ساختمان‌های مسکونی و تجاری در تورنتو، مدام ریویوهای مشتریان راضی خود را در قالب‌های مختلف همچون کیس استادی، نیوز لتر، ریویو، مصاحبه و ... در وب سایت و صفحات سوشال مدیای خود به نمایش می‌گذارد و غالب مشتریان جدیدش را از این راه کسب می‌نماید. بهمین جهت با کمترین هزینه، پر بارترین تبلیغات را انجام می‌دهد.

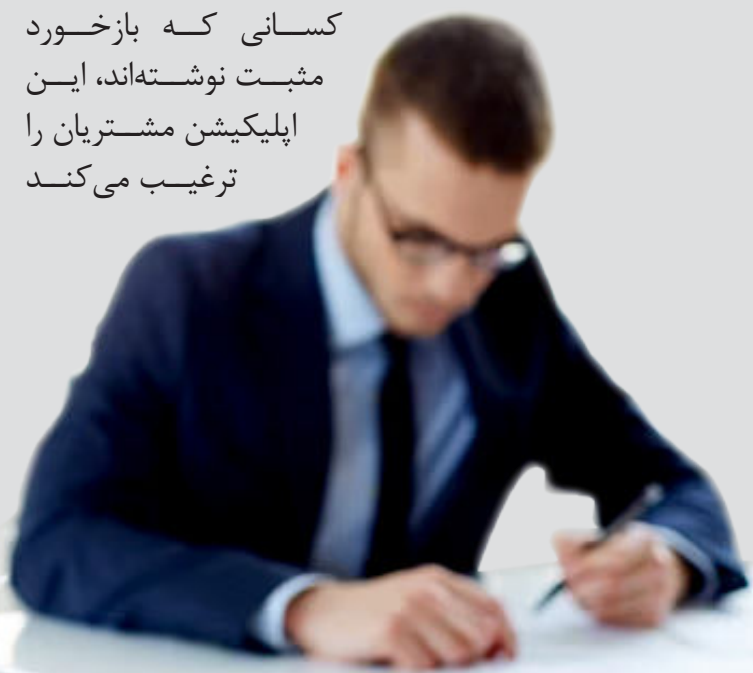
مثال از شرکت‌های معروف: Tesla از داستان‌های موفق مشتریان خود برای ترغیب به نوشتن ریویوهای پنج ستاره استفاده می‌کند. با به اشتراک گذاشتن تجربه‌هایی که مشتریان با ماشین‌های الکتریکی خود داشته‌اند، Tesla توانسته است اعتماد و تعهد مشتریان را تقویت کند و از آن‌ها خواسته تا تجربه‌های خود را به دیگران انتقال دهند.

اشتراک بگذارند. می‌توانید تخفیف‌ها، کوپن‌ها یا پاداش‌های دیگری را به عنوان انگیزه برای نوشتن ریویوها ارائه دهید.

مثال از تجارب واقعی خودم: باتفاق خانواده برای گواهی رسمی امضاء، به یک دفترخانه ای در تورنتو رفتیم که ۳۴۵۶ ریویوی پنج ستاره داشت (هیچ ریویوی کمتری نداشت). در حالیکه مقدمات کار را به نحو خیلی احسن انجام می‌دادند، پیشنهاد کردند که اگر از کارمون راضی هستید، تا قبل از تحویل برامون ریویوی پنج ستاره بزارین، ما هم به ازای هر نفر، بیست دلار (سی و پنج درصد) تخفیف می‌دهیم. شما جای ما بودین چه می‌کردین؟ ما هم همون کار را کردیم.

مثال از شرکت‌های معروف: اپلیکیشن Uber از طریق ارسال ایمیل‌ها و اعلان‌ها به مشتریان پیشنهاد می‌کند که نظرات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. با ارائه تخفیف‌هایی برای سفرهای بعدی به

کسانی که بازخورد مثبت نوشته‌اند، این اپلیکیشن مشتریان را ترغیب می‌کند





حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۵. ایجاد تجربه شیرین:

از هر مرحله از خرید یک تجربه لذتبخش ایجاد کنید. از ابتدای تماس با مشتری تا تحویل محصول، تلاش کنید تا تجربه به یادماندنی و خوبی را برای مشتری ایجاد کنید. این باعث می‌شود مشتریان به انتشار ریویوهای خوب ترغیب شوند.

مثال از تجارب واقعی خودم: رستوران‌های زنجیره ایی چینی مندرین در کانادا، از بدو ورود میهمان تا هنگام خروج، از انواع سرویس های متنوع همچون در اختیار قراردادن حوله مرطوب هم در ابتدا و هم در پایان، تعویض نمودن مرتب بشقاب ها و ...، پر نمودن مجدد نوشیدنی ها (بصورت رایگان)، آب نبات، معما و امثالهم استفاده می نمایند و در انتها یک پرسشنامه و گرفتن اسم و ایمیل میهمان و درخواست ریویوی مثبت. از همه اینها مهمتر، ادب، صبر و خوشرویی پیشخدمت رستوران، تجربه‌ای به یادماندنی در

اذهان میهمانان به جا می‌گذارد.

مثال از شرکت های معروف: شرکت Disney با ایجاد تجربه‌های حمایتی، مثل کلاه های شخصیت های انیمیشن یا تجربه های تفریحی منحصر به فرد، مشتریان را به نوشتن ریویوهای مثبت ترغیب می‌کند. این تجربه های خاص باعث می‌شوند مشتریان به نوشتن ریویوها با احساسات مثبت و شیرینی بپردازند.

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۶. تخفیف ها و پاداش ها:

به مشتریانی که ریویوهای مثبت می‌نویسند، تخفیف های ویژه یا پاداش هایی اعطا کنید. این اقدام نه تنها به ارتقاء نوشتار ریویوها کمک می‌کند، بلکه به مشتریان دیگر نیز انگیزه می‌دهد تا در تبدیل تجربه خود به کلمات بپردازند.

مثال از تجارب واقعی خودم: فردای روزی که برای یک پیتزافروشی در تورنتو ریویوی خیلی خوب و

اقدامات باعث ایجاد انگیزه در مشتریان می‌شود تا تجربه‌های مثبت خود را با دیگران به اشتراک بگذارند

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۷. آموزش به مشتریان:

به مشتریان خود بیاموزید که چگونه ریویوهای جذاب و مفصل بنویسند. به آن‌ها نشان دهید که چگونه تجربه‌ها، احساسات و مزایای محصول یا خدمات شما را به طور دقیق و روان به نظرات خود اضافه کنند.

مثال از تجارب واقعی خودم: مشتریان ما بنا به دلایل زیادی از جمله تنبلی، بلد نبودن، مشغله فراوان، خجالتی بودن و همواره از نوشتن ریویو طفره رفته و امروز و فردا می‌کنند. آقای جک خوب و ممتازی برای گرفتن ریویوهای خیلی خوب از چنین مشتریانی داد: اول باید از خود مشتری بشنویم که از کدام قسمت‌های سرویس یا کالای ما خوشش اومده و چرا؟ (چون می‌خواهیم از زبان خودش، احساس و تجربه واقعی خودش را بشنویم تا خیلی طبیعی بنظر برسه)، بعد خودمون بر مبنای همین گفته‌های مشتری، دو نمونه متن ریویو تهیه کرده و براش می‌فرستیم تا یکی را انتخاب کرده و یا با اصلاحات کم و یا بدون تغییر، از طرف خودش در جاهای مختلف در اینترنت به اشتراک بگذاره. دیگه بهونه، بی بهونه 😊.

مثال از شرکت‌های معروف: شرکت HubSpot از طریق مقالات و منابع

واقعی نوشتم، در دایرکت مسیج یک کوپن تخفیف ده درصدی روی خرید بعدی برام فرستاد.

مثال از شرکت‌های معروف: شرکت Starbucks با ارائه کارت‌های هدیه و تخفیف‌های ویژه به مشتریانی که ریویوهای مثبت می‌نویسند، آن‌ها را ترغیب می‌کند تا نظرات خود را به اشتراک بگذارند. این





آموزشی به مشتریان خود نشان می‌دهد که چگونه رپویوهای مفصل و مثبت بنویسند. با ارائه راهنمایی‌ها و نکات کاربردی، HubSpot مشتریان را ترغیب به نوشتن رپویوهای کیفیتی می‌کند.

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۸. اشتراک‌گذاری در شبکه‌های اجتماعی:

مشتریان را ترغیب کنید که رپویوهای خود را در شبکه‌های اجتماعی نیز به اشتراک بگذارند. این کار به افزایش دسترسی به مخاطبان بیشتر و افزایش تأثیرگذاری رپویوها کمک می‌کند.

مثال از تجارب واقعی خودم:

یک قالیشویی ایرانی در تورنتو، از من خواست تا تجربه خودم، عکس‌های قبل و بعد از شستشوی قالی را هم بصورت گوگل رپویو و هم در قالب یک مسیج در صفحه اینستاگرام آنها، با دیگران به اشتراک بگذارم.

مثال از شرکت‌های معروف: شرکت

GoPro از طریق داستان‌ها و تصاویر ارسالی از مشتریان در شبکه‌های اجتماعی، آنها را ترغیب به نوشتن رپویوها و به اشتراک‌گذاری تجربه‌هایشان با دیگران می‌کند.

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۹. بهره‌برداری از مشتریان معتبر:

اگر مشتریان معتبری دارید که قبلاً رپویوهای خوبی نوشته‌اند، از آنها به عنوان نمونه‌های موفق

در مقالات یا ایمیل‌ها استفاده رپویوی مثبتی از یک نوشیدنی انرژی کنید. این نمونه‌ها باعث اعتماد در صفحات مجازی بنویسه. ظرف

بیشتر مشتریان جدید می‌شوند چند دقیقه باید تسلیم فشارهای بچه

مثال از تجارب واقعی خودم

: خدا نکنه که یک آدم معروفی

در یه جایی از این کره خاکی، یه

های خود برای سفارش دادن همان کالا بشویم. (درد مشترک ما والدین 😭)

مثال از شرکت‌های معروف:

ایشان بهترین معامله ملکی خود را راضی و خوشنود انجام داده اند. این ریویوها در اشکال مختلف ویدئویی، کلامی و نوشتاری تهیه و توزیع می شوند

مثال از شرکت های معروف:

شرکت Coca-Cola با استفاده از داستان ها و تبلیغاتی که بر ارتباطات انسانی و خانوادگی تأکید دارند، ارتباط



عاطفی مستقیم با مخاطبان خود ایجاد می کند. این ارتباطات عاطفی باعث ترغیب به نوشتن ریویوهای مثبت از تجربه های مختلف مرتبط با محصولات Co-ca-Cola می شود

حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

با توجه به این تکنیک ها، شما می توانید به مشتریان خود نشان دهید که نظراتشان برای شما ارزش دارد و از آن ها خواسته می شود که تجربه های مثبت خود



شرکت Amazon از تجربه های مشتریان معتبر در صفحات محصولات خود استفاده می کند تا ترغیب به نوشتن ریویوهای مثبت کنند. با ارائه نمونه های موفق، این شرکت مشتریان را ترغیب می کند که تجربیات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند.



حالا یک مثال هم از خودتان یا دیگران بزنید:

۱۰. ساخت ارتباط عاطفی:

یک ارتباط عاطفی میان کسب و کار و مشتریان، به نوشتن ریویوهای پنج ستاره کمک می کند. با ارتباط بهبود یافته با مشتریان و به اشتراک گذاری داستان ها، مشکلات حل شده و تجربیات شگفت انگیز، احساسات مثبتی در مشتریان ایجاد می شود که آن ها را به نوشتن ریویو ترغیب می کند.

مثال از تجارب واقعی خودم: یکی از ریلتهای (مشاوران ملکی) معروف در تورنتو، متخصص بکار بستن چنین تکنیکی می باشد. صفحات مجازی پر است از داستان های واقعی کسانی که بعد از مسائل و مصائب فراوان، به کمک



خوب، ارتباط فعال با مشتریان و تخفیف‌های جذاب، می‌توانید مشتریان خود را به نوشتن ریویوهای پنج ستاره ترغیب کنید و در نتیجه اعتبار و شناخته شدگی کسب و کار خود را افزایش دهید. در پایان، دقت و همت در اجرای این تکنیک‌ها به کمک شما خواهد آمد تا مشتریان شما نه تنها نوشتار خوبی برای کسب و کارتان ایجاد کنند، بلکه بازخورد مثبت‌تری به نواحی دیگر نیز گسترش یابد.

را با دیگران به اشتراک بگذارند. با اجرای این اقدامات، نه تنها اعتماد مشتریان افزایش پیدا می‌کند، بلکه شما در بهبود کیفیت خدمات و محصولات خود نیز پیشرفت می‌کنید. علاوه، جذب ریویوهای پنج ستاره نیازمند ترکیبی از ارائه خدمات بی‌نظیر و ایجاد انگیزه در مشتریان است. با استفاده از تکنیک‌هایی مانند ایجاد تجربه

با تقدیم احترام

حبیب موسوی

habib@bcacademy.ca

001-647-896-7612

www.bcacademy.ca

کارآفرین، مشاور بیزینس، لایف کوچ (از جک کنفیلد)،
موسس کمپانی‌های مختلف در ایران، کره جنوبی، امارات و
کانادا در زمینه تجارت بین‌المللی
(از سال ۱۹۹۵ تا کنون)، تحصیل کرده دانشکده مدیریت
شریف، ای‌ام‌بی‌ای از دانشگاه ایالتی واشنگتن



وقتی به فکر بازار جهانی می‌افتیم، چالش‌ها، فرصت‌ها و مراحل متعددی پیش رویمان قرار می‌گیرد.

اما آیا تصور کرده‌اید که با یک همراه قوی و مطمئن، این مسیر پیچیده به مسیری روان و کارا تبدیل شود؟ گلوبال لینک با وعده‌ی «سریع‌تر، گسترده‌تر، کم‌هزینه‌تر» همین تجربه را برای شما به ارمغان می‌آورد.

آیا شما...

▶ یک تامین‌کننده کالا یا خدمات هستید و مایلید که به بازار کانادا ورود پیدا کرده و در سطح جهانی گسترش یابید؟

▶ یک صادرکننده‌اید که نگاهی به فرصت‌های بازار جهانی (از طریق ورود به بازار کانادا) دارید؟

▶ یک شرکت دانش‌بنیان یا استارت‌آپ هستید و می‌خواهید ایده‌های خود را از طریق کانادا تجاری سازی و در سطح جهانی گسترش دهید؟

▶ یک کارآفرین با ایده‌های نوآورانه اید و قصد دارید تبدیل به یک استارت‌آپ شده و سپس گسترش یابید؟

▶ یا شاید به دنبال استفاده از شهرت کانادا برای افزایش معیار و اعتبار تجاری‌تان در بازارهای دیگر هستید؟ بدون آنکه حتماً در بازار محلی کانادا فعال باشید.

▶ یا از افرادی هستید که به دنبال مهاجرت تجاری به کانادا هستید و قصد دارند ابتدا بازار و فرصت‌های تجاری را بررسی کرده و سپس به کانادا ورود پیدا کنند؟ اگر به یکی از این پرسش‌ها جواب مثبت دادید، شما نیاز به تجربه و دانش گلوبال لینک دارید.

چالش‌های پیش‌رو، گذر از آن‌ها با گلوبال لینک

ورود به بازار جهانی همواره با چالش‌هایی همراه است. از موانع زبانی گرفته تا تفاوت‌های فرهنگی و قوانین تجاری متفاوت. گلوبال لینک با خدماتی منحصر به فرد این چالش‌ها را برای شما به فرصت‌های جدید تبدیل می‌کند. ساختار مناسب، تیم‌های متخصص، و پشتیبانی دائمی از جمله خدماتی است که گلوبال لینک به مشتریان خود ارائه می‌دهد.

مزایای ویژه گلوبال لینک

موقعیت مناسب کانادا در بازار جهانی، قوانین تجاری

گلوبال لینک؛ دروازه‌ای به جهانی شدن تجارت شما



GLOBALLINK

کسب‌وکارهایی که به دنبال بازاری پویا، متنوع و با پتانسیل رشد هستند، کانادا می‌تواند گزینه‌ای مناسب باشد.

مراحل عضویت در گلوبال لینک

برای بهره‌برداری از همه این فرصت‌ها و مزایا، کافی است با گلوبال لینک تماس بگیرید:

info@globalinktradetrade.com

پس از تعیین نیازها و اهداف شما، تیم متخصص ما شما را در مراحل مختلف عضویت همراهی و راهنمایی می‌کند. با توجه به دسته‌بندی مشتریان، خدمات متنوعی به شما ارائه خواهد شد که مطابق با نیازها و اهداف شماست.

نتیجه‌گیری

هر کسب‌وکاری در مسیر جهانی‌شدن، به یک همراه قوی و مطمئن نیاز دارد. گلوبال لینک با تجربه، دانش و تخصص خود، این امکان را برای شما فراهم می‌آورد تا با اطمینان و از هر جنبه به بازارهای جهانی ورود پیدا کنید. برای کسب اطلاعات بیشتر، کاتالوگ و وبسایت ما را مرور کنید و با تیم ما تماس بگیرید.

راه‌های تماس با ما:

Tehran Office:

315 Kolahdooz St , Tehran.

+98 (21)91035695

Toronto Office:

88 Doncaster Ave. Thornhill, ON.

+1 (416) 856 7705 , +1 (647) 8967612

Montreal Office:

2020 Trans Canada Route Suite # 107,

Pointe-Claire, Quebec.

+1 (438) 995 7819

www.Globalinktradehub.com

info@globalinktradehub.com



دوستانه، و بازار داخلی پویا، همه و همه باعث شده‌اند که این کشور یکی از بهترین مقاصد برای تجارت جهانی باشد. با وجود این، نیاز به یک همراه و حامی مطمئن و حرفه‌ای را حس می‌کنید که شما را در این مسیر همراهی کند. گلوبال لینک با دفاتر متعدد در تهران، تورنتو و مونترال، و با دسترسی آسان به خدمات ویژه‌ی خود، این امکان را فراهم می‌کند که:

▶ با کمترین هزینه و بیشترین بهره‌وری وارد بازار جهانی شوید.

▶ از پشتیبانی و مشاوره‌ی متخصصان گلوبال لینک بهره‌برداری کنید.

▶ به راحتی با فرهنگ‌های مختلف کسب‌وکاری و مشتریان جهانی ارتباط برقرار کنید.

▶ از فرصت‌های بازار کانادا به بهترین شکل ممکن بهره‌مند شوید.

چرا کانادا؟

کانادا نه تنها یکی از پیشروان جهانی در زمینه تکنولوژی، نوآوری و تجارت است، بلکه به دلیل قوانین تجاری مثبت و محیط کسب‌وکار دوستانه‌اش، یک مقصد برگزیده برای سرمایه‌گذاران و کسب‌وکارهای جهانی است. به ویژه برای شرکت‌ها و

بیزینس هاب ساختمانی ایران و کانادا

اولین مرکز و نمایشگاه
دائمی محصولات دائمی
ایران در زمینه ساختمان
در شهر مونترال



Canada Iran Business Association
انجمن بازرگانی ایران و کانادا



بیزینس هاب مونترال

ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی در شهر مونترال می‌تواند فرصت‌های بسیاری را برای تجارت و صنعت مصالح ساختمانی به ارمغان آورد. در ادامه، مواردی را که به عنوان توجیه برای ایجاد این نمایشگاه می‌توان مطرح کرد، بیان می‌کنم:

بافت ساختمانی منطقه: شهر مونترال برای بیشترین تعداد خانه‌های ویلایی در منطقه مشهور است. این بافت ساختمانی به معنای وجود بازار بزرگی برای محصولات ساختمانی است. ایجاد نمایشگاه دائمی در این شهر، به تولیدکنندگان ایرانی فرصتی عالی برای نمایش و فروش محصولات خود در یک بازار پتانسیل‌دار را می‌دهد.

عرضه محصولات در این نمایشگاه بصورت انحصاری: تنها یک تولیدکننده در هر حوزه محصولات ساختمانی مجاز به نمایش و فروش محصولات خود در این نمایشگاه می‌باشد. این مسئله باعث می‌شود که نمایشگاه دائمی به عنوان یک مرجع اصلی برای تامین محصولات ساختمانی کشور ایران در کلان شهر مونترال شناخته شود. تولیدکنندگان ایرانی می‌توانند با شرکت در این نمایشگاه، محصولات خود را به خریدارانی که به دنبال انتخاب گزینه‌های متنوع و با کیفیت هستند، معرفی کنند.

کاهش هزینه‌های تبلیغاتی: با تشکیل یک نمایشگاه دائمی، هزینه‌های تبلیغات برای تولیدکنندگان به طور قابل توجهی

کاهش می‌یابد. زیرا هر تولیدکننده تنها نیاز به تبلیغات برای حضور در نمایشگاه خواهد داشت و این هزینه بین تمامی شرکت کنندگان تقسیم خواهد شد.

کاهش هزینه اجاره: تشکیل یک نمایشگاه دائمی به ایجاد امکان مذاکره قویتر با صاحبان مکان‌ها و کاهش هزینه اجاره منجر خواهد شد. چراکه هزینه اجاره مکان نمایشگاه نیز بین تمامی شرکت کنندگان تقسیم می‌شود.

تقویت جامعه تجاری: ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی، می‌تواند ارتباطات و شبکه‌سازی بین تولیدکنندگان، پیمانکاران، و مشتریان را تقویت کند. این فرصت به شرکت‌های ایرانی امکان همکاری و برقراری ارتباط با افراد و شرکت‌های متعددی را در داخل و خارج از شهر مونترال فراهم می‌کند.

بنابراین، ایجاد یک نمایشگاه دائمی محصولات ساختمانی در شهر مونترال می‌تواند فرصت‌های بسیاری را برای تولیدکنندگان ایرانی در بازار ساختمانی این شهر ایجاد کند و باعث توسعه تجارت و افزایش تقاضا برای محصولات ساختمانی از ایران شود.

این طرح زیر نظر انجمن بازرگانی ایران و کانادا انجام خواهد شد.

حمل و نقل ایران به کانادا از همیشه ارزان تر و راحت تر است



- حمل دریایی از بندرعباس به مقصد بندر جبل علی (کانتینر 20 و 40 فوت معمولی و یخچالی)
- کراس استاف و ترانشیپ کانتینر در جبل علی
- حمل کانتینر به مقصد بنادر کانادا
- تخلیه کانتینر و ارائه ترخیصیه D/O به مشتری
- اظهار کالاهای مواد غذایی در بنادر کانادا و تحویل کالا به مشتری در صورت ارایه شماره CBSA
- حمل کالا از بنادر کانادا تا محل تخلیه صاحب کالا DOOR TO DOOR SERVICES

نکته: کلیه موارد فوق برای بارهای صادراتی از کانادا به مقصد ایران نیز قابل انجام می باشد.

توجه: مدارک کالا از ایران بایستی کامل و بدون هرگونه مغایرت با نوع کالای بارگیری شده در کانتینر باشد. هرگونه مغایرت در اسناد و کالا طبق قانون کشور امارات با جریمه 50 هزار درهمی بوده و این مبلغ بایستی به شرکت با 10 درصد مازاد بر جریمه پرداخت شود. (لذا از کلیه مشتریان تقاضا می شود در هنگام صدور مدارک حتما مورد فوق را در نظر داشته باشند).

• خدمات هوایی و تشریفات گمرکی

- انجام تشریفات گمرکی هوایی در فرودگاه امام و اخذ مدارک صادراتی
- حمل کالا از تهران به مقصد فرودگاههای کشور کانادا طبق درخواست مشتری
- خدمات بار پستی بین المللی (این سرویس پس از اتمام موارد سخت افزاری با نرخ ها اعلام خواهد شد)
- حمل نمونه از تمامی نقاط کانادا به مقصد ایران از طریق قهرس (کالاها قابل رهگیری از طرف فرستنده کالا می باشد
- ترخیص نمونه کالاهای مجاز در گمرک فرودگاه امام (هزینه حقوق گمرکی کالا طبق اعلام گمرک با کارمزد ترخیص طبق اعلام دفتر نمایندگی این شرکت در ایران می باشد.
- تحویل کالا در تهران و دیگر شهرستان ها
- خدمات مالی و پرداخت صورت حساب:

پرداخت طبق صورت حساب شرکت و قابل پرداخت در حساب بانکی قهرس این شرکت می باشد لذا مشتری بدون هرگونه نگرانی میتواند هزینه را بصورت ارزی به حساب این شرکت واریز نماید. همچنین طبق توافق میتوانند بخشی از هزینه هارا در ایران بصورت ریالی پرداخت نمایند و الباقی را بصورت ارز یورو به حساب این شرکت واریز کنند.



تاریخ: 20123/08/15

شماره: UN-23/456

به نام خدا

انجمن ایران و کانادا

مدیریت محترم جناب آقای دکتر راد

با سلام

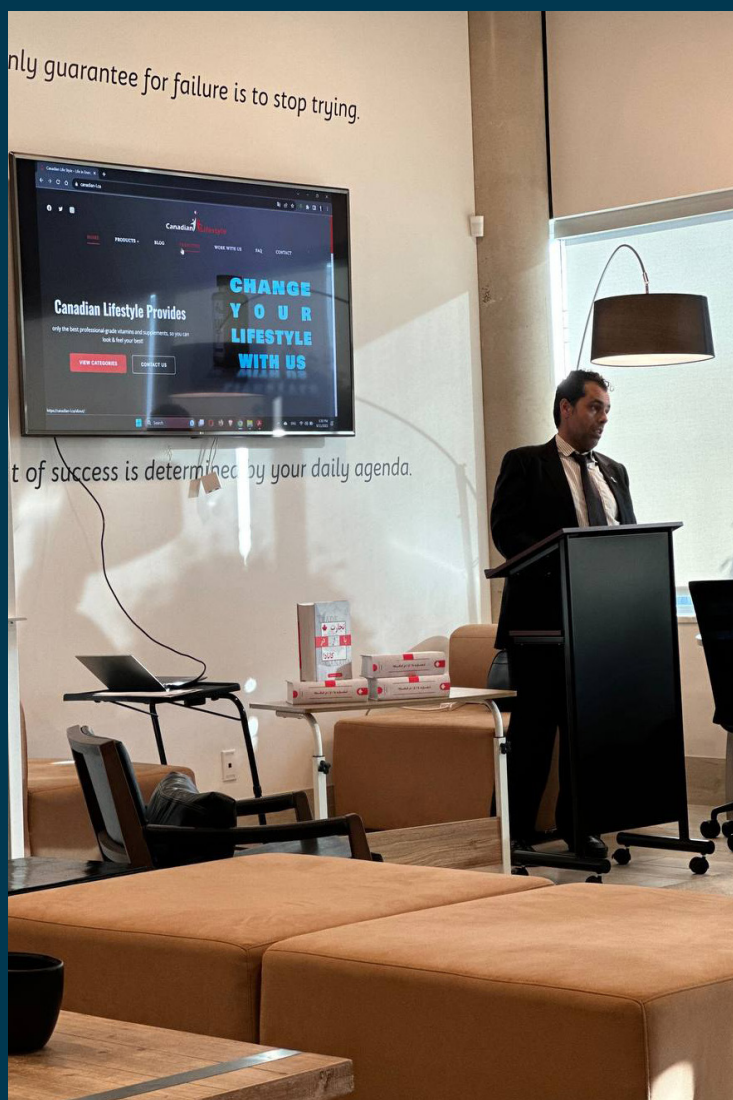
احتراماً پیرو مذاکرات تلفنی با جناب عالی مورخ 2023/8/14 به استحضار می رساند اینجانب محمد رضا غافل مدیر عامل شرکت کشتیرانی و خدمات UNICOMFORT FREIGHT به شماره رجیستری HE 368196 ثبت شده در سال 2017 می باشد. از سوابق اینجانب در مدت 28 سال فعالیت میتوانم موارد زیر را به حضور اعلام کنم:

- اخذ مدرک IATA از هواپیمایی کشوری در سال 1375
- اخذ دورههای کشتیرانی از سازمان بنادر و دریانوردی 1380
- اولین شرکت خدمات پستی ایرانی در سال 1388 به عنوان شرکت NAVEX CARGO ثبت شده در کشور بریتانیا
- ترانشیپ و ایجاد خط کانتینری به مدت دو سال از بندرعباس به بندر لنگه بصورت هفتگی
- هماهنگ کننده و فورواردری نماینده های کیش به مدت 14 سال از 1380 تا 1394
- اولین شرکت حمل نقل بین المللی و نمایندگی هوایی در منطقه آزاد کیش (مدیرعامل شرکت ناوکیش)
- چارترینگ و خدمات پرسنلی و نماینده شرکت های نفتی ایرانی و خارجی در جزیره کیش جهت سرویس دهی به سکوهای نفتی در سالهای 1382 تا 1387
- حمل دریایی بیش از 1200 دستگاه کانتینر در سال به جزیره کیش

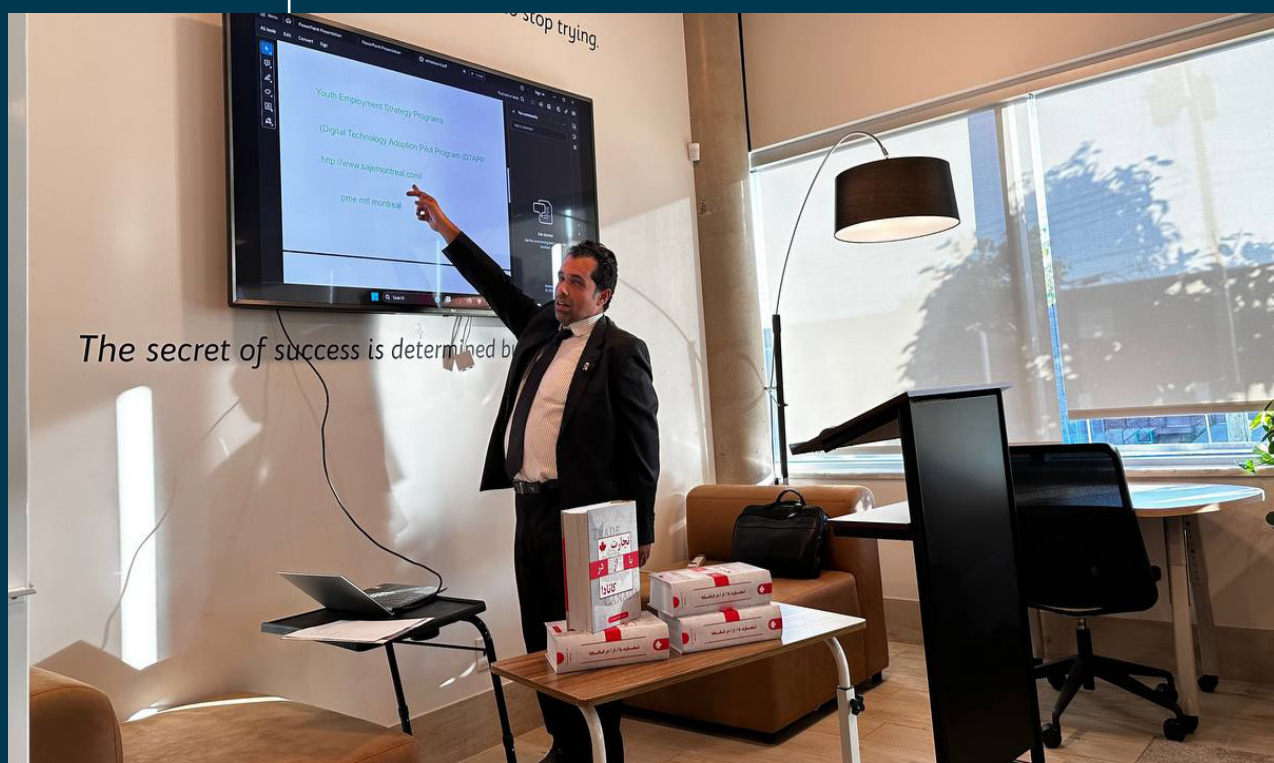
نماینده های فعال در دیگر کشورها: امارات - هند - چین - سریلانکا - ژاپن - استرالیا - نیوزلند - آفریقای جنوبی - تمامی کشورهای اروپایی - کانادا و آمریکا مرکزی - مکزیک و آرژانتین

• خدمات ما :

- خدمات دریایی - و تشریفات گمرکی
- انجام تشریفات گمرکی در ایران (صادرات - واردات و ترانزیت) دارای کارت حق عملکردی هوایی و دریایی در تهران و بنادر عباس و خرمشهر و فرودگاه امام خمینی
- حمل کالا از تهران و دیگر شهرهای آنها به مقصد بندرعباس بصورت زمینی



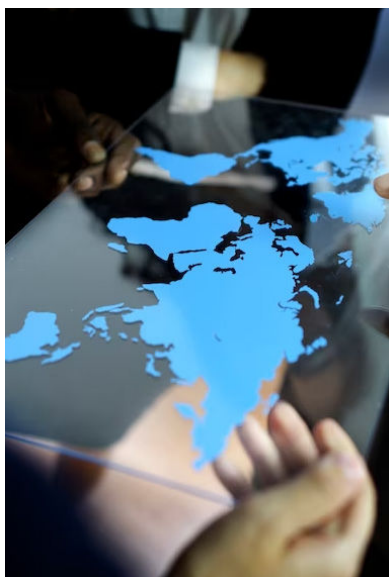
تصاویری از جلسه کارآفرینان ایرانی مونترال به میزبانی آقای محمد وحیدی راد





تصاویری از جلسه
کارآفرینان ایرانی
مونتال
به میزبانی آقای
محمد وحیدی راد





در این روزها، افراد زیادی از اعضای محترم هستند که ویزای کانادا نیز ندارند و صرفاً صاحب کسب و کاری در داخل ایران هستند. وقتی در جلسات مشاوره انجمن هستیم، تصمیم به راهاندازی کسب و کار خود در کانادا می‌گیرند. پس از ثبت شرکتشان در کانادا و بازگشایی کدهای مالیاتی و سپس دریافت کد واردات و صادرات به نام شرکتشان (مانند کارت بازرگانی ایران) و بازگشایی حساب بانکی و آموزش اینکه چگونه از داخل ایران آنها خودشان به حسابشان دسترسی داشته باشند، اقدام به ثبت محصول و ثبت برند در آمریکای شمالی می‌کنند.

آیا میزان سود بالای پانصد درصدی در صادرات ممکن است؟

چقدر دسترسی به بازار ۵۰۰ میلیون نفری آمریکای شمالی ممکن است؟



*از کجا باید شروع کنیم؟

فرایند تجاری سازی محصول ایرانی در آمریکای شمالی چگونه ممکن است؟

تمامی این دست از سوالات نکاتی هستند که ما روزانه با اعضای خود در حال کار بر روی آنها هستیم و هر کدام از آنها ساعت ها بحث و تحلیل دارد.

خوشبختانه امروز جامعه ایرانی به درک بالایی از رشد و جدایی از ساختارهای سنتی محور در صادرات رسیده است.

اما آیا واقعا باید ما بعنوان یک تولید کننده وارد قرارداد با یک شرکت EMC (مدیریت

صادرات) شویم یا خودمان می توانیم؟

خوشبختانه انجمن پس از ۸ سال فعالیت و با وجود رزومه ای که بعنوان یک ایرانی احساس غرور می کنیم که توانستیم سهمی حتی کوچک در خدمت به ایران عزیزمان در حوزه تخصصی خود داشته باشیم، اعلام می کنیم که امروزه انجمن ترکیبی از یک اتاق بازرگانی بخش خصوصی، EMC و شرکت شتاب دهنده شده است و تمامی این سرویس ها و خدمات را انجام می دهد.

اگر علاقمند به آغاز یک حرکت با ما شدید، ما تنها یک قانون ساده داریم، مسیری که شروع می کنیم یک مسیر یک طرفه است، یا نتیجه می گیریم یا باید نتیجه را بگیریم! پس اگر با ما همراه هستید، در جستجوی «یا» دیگری نباشید.

به همین دلیل است که می گوییم: «یک رابطه طولانی بایک درود و سلام آغاز می شود» پس اگر قرار است همراه شوید، ما در انتهای این متن به شما سلام می کنیم و برای شما درود می فرستیم به دلیل این تصمیم مهم.

بامهر

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



ما پس از ثبت برند برای آنها و ارائه مشاوره جهت قوانین لایبلینگ کار خود را تازه با آنان آغاز می کنیم.

* اما اهمیت برند در چیست و برندینگ به ویژه در ساختار OEM در چیست؟

محصول کانادا - ساخت کانادا - به سفارش کانادا - مورد تایید کانادا

* این چهار عبارت روی بسته بندی چه تفاوت هایی دارند؟

اینها مباحثی است که هر روزه کارشناسان انجمن بازرگانی ایران و کانادا درگیر آن هستند. مدل ها و مثال های بسیار موفقی وجود دارد که بنا به دلیل اصل رازداری اعضای محترم امکان بازگو کردن آن را نداریم. اما سؤال اصلی اینجاست؟

آیا واقعا می شود کالایی برای ما در داخل ایران ۲ دلار تمام شود و ۵۰ سنت نیز هزینه گمرک حمل و نقل و... را برای آن در نظر بگیریم، اما قیمت آن در آمریکای شمالی برای مصرف کننده بالای ۲۳ دلار باشد؟

* چگونه امکان دارد بیش پانصد درصد سود کرد؟

چه هزینه ای باید برای سرویس های تبلیغات، پخش و بازاریابی در آمریکای شمالی کنار بذاریم؟

DONYA

STUDIO.

طراح گرافیک

GRAPHIC Designer

Industrial
PHOTOGRAPHER

عکاس صنعتی

دنیا محمدی هستم، کارشناس طراحی گرافیک و عکاس تخصصی تبلیغاتی، با بیش از ۲۳ سال تجربه کار در زمینه گرافیک اکنون مدیر مجموعه دنیا استودیو هستم.
طراحی خدمات مربوط مانند طراحی لوگو، اوراق اداری، طراحی کاتالوگ و بروشور...
و همچنین عکاسی تخصصی از صنایع غذایی و سایر محصولات تولیدی کارخانجات و صنعتی...

Contact Me:



www.donyamohammadi.com



gph@donyamohammadi.com



+98 915 502 0662



+98 915 502 0662



+98 915 502 0662



donya.studio.graphic



donya.studio.photo

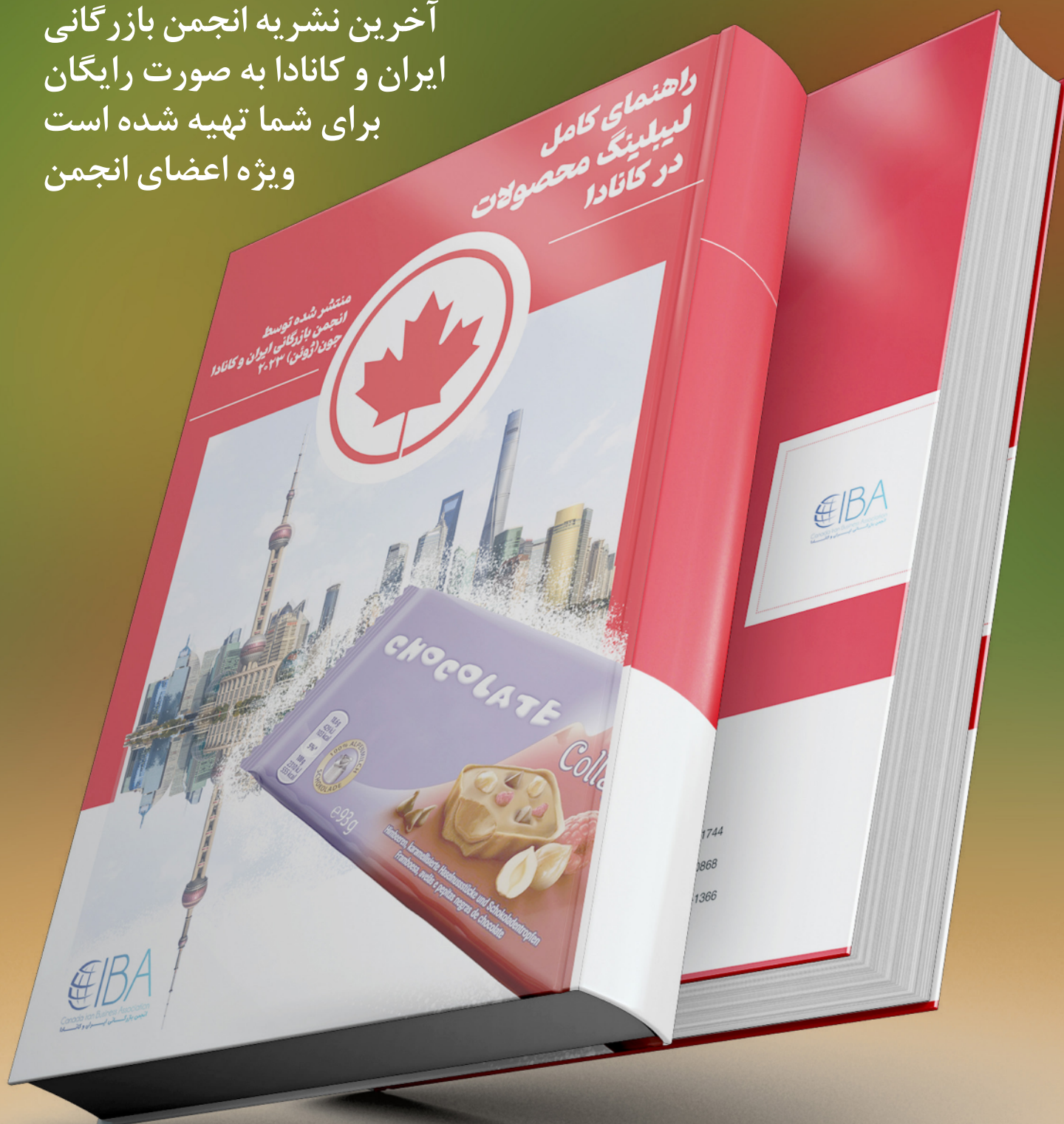


www.linkedin.com/in/donya-mohammadi



راهنمای کامل لیبلینگ محصولات در کانادا

آخرین نشریه انجمن بازرگانی
ایران و کانادا به صورت رایگان
برای شما تهیه شده است
ویژه اعضای انجمن



اهمیت وجود انجمن بازرگانی ایران و کانادا در بخش خصوصی

انجمن‌های بازرگانی به عنوان یک پل ارتباطی بین کسب و کارها و صنایع مختلف در سراسر جهان عمل می‌کنند. این انجمن‌ها نقش مهمی در ترویج تجارت، تسهیل تبادل اطلاعات و تجارب، و تسهیل ارتباطات میان کسب و کارهای مختلف دارند. از جمله انجمن‌های بازرگانی مهم و تاثیرگذار، انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌باشد. در این مقاله، به اهمیت و نقش این انجمن‌ها در بخش خصوصی هر کشور خواهیم پرداخت.



بخش اول: اهمیت انجمن بازرگانی ایران در بخش خصوصی

ایجاد ارتباطات تجاری: انجمن بازرگانی ایران با ایجاد فرصت‌ها برای نشست‌ها، نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و همایش‌های تجاری، امکان برقراری ارتباطات مؤثر بین کسب و کارهای ایرانی را فراهم می‌کند. این ارتباطات افزایش تجارت و صادرات ایران به سایر کشورها را تسهیل می‌کند.

حمایت از کسب و کارها: انجمن بازرگانی ایران با ارائه خدمات مشاوره‌ای، آموزشی و حمایت مالی، کسب و کارها را در بهبود عملکرد و توسعه فعالیت‌های تجاری خود یاری می‌کند.

نقش در تشریعات تجاری: انجمن بازرگانی ایران در تدوین و اصلاح قوانین تجاری نقش بسزایی دارد. این اقدامات باعث می‌شود که شرایط کسب و کار در ایران بهبود یابد و سیاست‌های دولتی نیز با توجه به نیازهای بخش خصوصی شکل‌گیری کند.

بخش دوم: اهمیت انجمن بازرگانی کانادا در بخش خصوصی

تسهیل تجارت بین‌المللی: انجمن بازرگانی کانادا به عنوان یک پل تجاری، ارتباطات و روابط تجاری کانادا با کشورهای دیگر را تسهیل می‌کند. این انجمن با ارتباط مستقیم با سفارت‌ها و کنسولگری‌ها، اطلاعات بازار و موقعیت‌های تجاری مختلف را برای کسب و کارها فراهم می‌آورد.

تقویت نقش کسب و کارها: انجمن بازرگانی کانادا با ایجاد فرصت‌های شبکه سازی، آموزش‌ها و برنامه‌های حمایتی، کسب و کارها را در توسعه و بهبود فعالیت‌های خود یاری می‌کند. همچنین، این انجمن‌ها می‌توانند برای تامین منابع مالی و اعتباری به کمک دولت و سازمان‌های مالی نیز مشارکت کنند.

تسهیل دسترسی به اطلاعات:

انجمن بازرگانی کانادا با ارائه اطلاعات مرتبط با بازارها، روندها و قوانین تجاری، دسترسی به اطلاعات لازم برای کسب و کارها را تسهیل می‌کند و امکان ارزیابی و تحلیل موقعیت‌ها را فراهم می‌سازد.

انجمن بازرگانی ایران و کانادا با نقش‌آفرینی در ترویج تجارت، تسهیل ارتباطات، حمایت از کسب و کارها و تسهیل دسترسی به اطلاعات، نقش مهمی در تقویت بخش خصوصی هر کشور ایفا می‌کنند. تعامل بین این انجمن و کسب و کارها، بهبود شرایط کسب و کار در هر دو کشور را تسهیل و رشد اقتصادی را تحریک می‌کند. این انجمن نقش بنیادی در توسعه تجارت بین‌المللی و تقویت نهادهای اقتصادی هر دو کشور دارد.





کتاب آخرین آمارهای اقتصادی کانادا

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری کشور کانادا

بر اساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲

تعداد صفحات: ۴۴۶ صفحه

ترجمه و گردآوری: انجمن بازرگانی ایران و کانادا

چاپ انتشارات آذر فر

قیمت برای خرید: ۲۴۰ هزار تومان



چاپ کارت عضویت اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا

پیش از این کارت‌های عضویت انجمن بصورت دیجیتالی بود که بعد از این بصورت کاملاً هوشمند هم چاپی است و هم با اسکن کد مربوطه قابلیت بررسی در سایت را نیز دارد.



راهنمای ترخیص کالا: اطلاعات کامل برای صادرات محصولات به کشور کانادا

برای ترخیص کالاها به کشور کانادا، شما باید نکات و مراحل زیر را دنبال کنید. این فرایند ممکن است بسته به نوع کالا و مقدار آن متفاوت باشد، اما این راهنما به طور کلی شما را با مراحل اصلی آشنا می‌کند:

حصول مجوزها و مستندات لازم:
شما باید مجوزها و مستندات لازم را برای ترخیص کالاها از کانادا بدست آورید. این مجوزها ممکن است شامل گواهی‌های صادرات، اقامت‌نامه‌ها، برچسب‌ها و دیگر مستندات مرتبط با محصول باشند.

انجام اظهارنامه صادراتی:
پس از جمع‌آوری مستندات مورد نیاز، باید اظهارنامه صادراتی را تهیه

بگیرید و از آن‌ها اطلاعات دقیقی در این زمینه دریافت کنید.

حصول اطلاعات از مقاصد و تجارت‌های ممنوع:

قبل از شروع فرایند ترخیص، از مقاصد و تجارت‌های ممنوع کشور کانادا آگاه شوید. این اطلاعات ممکن است در وبسایت‌های دولتی یا ارگان‌های مرتبط قابل دسترس باشند.

انتخاب محصول و بررسی مقررات:

ابتدا باید محصولی که قصد صادرات به کانادا دارید را انتخاب کنید. سپس باید مقررات و محدودیت‌های صادراتی مربوط به آن محصول را بررسی کنید. بهتر است با سفارت یا کنسولگری کانادا در کشور خودتان تماس



مقررات کانادایی پرداخت کنید.
انجام مراحل تحویل و توزیع:

پس از ترخیص کالاها و پرداخت هزینه‌های مرتبط، کالاها آماده تحویل و توزیع به مقصد نهایی می‌شوند.

لازم به ذکر است که ترخیص کالاها ممکن است به علت تغییرات قوانین و مقررات تجاری، دستورالعمل‌ها و مراحل برای صادرات به کشورها تغییر کند. بنابراین، همواره بهتر است اطلاعات جدید و روزانه را از منابع معتبر به دست آورید و از مقررات جدید مطلع شوید.

و اطلاعات مربوط به کالاها و جزئیات صادرات را در آن ثبت کنید.

ارسال کالا به کانادا:

کالاها را به کانادا ارسال کنید. از مسیر حمل و نقل مناسب استفاده نموده و از اطلاعات مربوط به شرکت حمل و نقل در جزئیات صادراتی خود یاد کنید.

ترخیص کالا در کانادا:

پس از ورود کالاها به کانادا، شما باید فرآیند ترخیص کالاها را آغاز کنید. این فرآیند شامل ارائه مدارک و اطلاعات مورد نیاز به گمرک کانادا است.

پرداخت مالیات و عوارض:

شما ممکن است مالیات و عوارض وارداتی را بر اساس نوع کالاها و

اعطای نمایندگی دعوت به همکاری

تامین فرش ماشینی ابریشم با بهترین کیفیت و نازلترین قیمت در شهرهای ونکوور، تورنتو، مونترال کانادا
فروش از شما

به دنبال نمایندگان انحصاری یک برند شناخته شده فرش ماشینی ایرانی در سه شهر کانادا بدون نیاز به سرمایه گذاری همین امروز در یک پروژه سود آور شریک شوید.



صادرات به کانادا آسان‌تر از همیشه است

- ♦ امکانی ویژه برای اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا
- ♦ برای اولین بار در تاریخ حمل و نقل بین ایران و آمریکای شمالی
- ♦ گروپاژ خصوصی از طریق حمل دریایی
- ♦ کالای خود را در داخل ایران تحویل دهید و در هر یک از شهرهای کانادا که می‌خواهید بصورت ترخیص شده تحویل بگیرید.
- ♦ فقط ویژه کالاهای صادراتی از مبداء ایران به مقصد کانادا و ایالات متحده امریکا
- ♦ دارای انبار خصوصی جهت تجمع کالا در حومه تهران
- ♦ دارای بارانداز اختصاصی در حومه شهر تورنتو
- ♦ حداقل بار مجاز یک پنجم کانتینر چهل فوتی

توجه: بار شما حتما می‌بایست بصورت پالت لیفتراک باشد

جهت اطلاعات بیشتر با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در ارتباط باشید

📍 4388 St Denis, Suite 200 #100, Montreal
QC H2J 2L1
☎ +1 (514) 812-1744

📍 1370 Don Mills Rd, Toronto, ON M3B 3N7
☎ +1 (647) 619-0868

📍 تهران - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز بعد
از چهار راه کاوه پلاک ۳۱۵ واحد ۱۴ طبقه پنجم
☎ +۹۸ (۹۱۲) ۱۹۴-۱۳۶۶

☎ +۹۸ (۲۱) ۹۱۰۳۵۶۹۵

🌐 WWW.CANADAIRAN.CA





فقط ویژه اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

کسب و کار خودتان را به رایگان
در هفته نامه و ماهنامه
انجمن بازرگانی ایران و کانادا
تبلیغ کنید ...



کدام برند شما را موفق میکند؟

OBM

:(Original Brand Manufacturer)

به شرکتی اطلاق می‌شود که محصولات خود را با نشان تجاری (برند) خود عرضه می‌کند و مسئول تبلیغات، بازاریابی و فروش آن محصولات است. این شرکت‌ها برند خود را توسعه داده و برای محصولات خود استفاده می‌کنند. آنها ممکن است تولید محصولات خود را به شرکت‌های OEM یا ODM بسپارند، اما همچنین می‌توانند به صورت مستقل محصولات خود را تولید کنند.

OEM

:(Original Equipment Manufacturer)

به شرکت یا تولید کننده‌ای اطلاق می‌شود که محصولاتی را برای شرکت دیگری تولید می‌کند. شرکت OEM به طور معمول به عنوان متعهد به تولید محصولات به صورت انحصاری برای شرکت سفارش دهنده (برند) عمل می‌کند، بنابراین برند سفارش دهنده بر روی محصول موجود در بازار، لوگو و نشان خود را قرار می‌دهد. این مدل معمولاً به منظور کاهش هزینه‌های تولید و افزایش انعطاف پذیری برند استفاده می‌شود.

ODM

:(Original Design Manufacturer)

به تولید کننده‌ای اشاره دارد که محصولاتی را بر اساس طراحی‌ها و نیازهای شرکت سفارش دهنده تولید می‌کند. شرکت سفارش دهنده، ایده‌ها، مشخصات فنی و طرح‌های محصول را ارائه می‌دهد و تولید کننده مسئولیت تولید و اجرای طرح‌ها را بر عهده می‌گیرد. این شرکت‌ها به طور معمول در زمینه‌های فناوری و الکترونیکی فعالیت دارند.

نسخه نانوشته جذب مشتری اسم در برابر ساندویچ

برنده اواخر همین ماه اعلام می‌شود. شرکت حتی هزینه روال قانونی تغییر اسم را که حدود ۷۵۰ دلار است نیز تقبل خواهد کرد. برنده چهار ماه وقت دارد اسمش را تغییر دهد و ملزم است پیش از دریافت جایزه مادام‌العمر، مدارک تغییر اسمش را به شرکت ارائه دهد. طبق گزارش نیویورک پست، این جایزه،



مگر یک اسم چقدر اهمیت دارد؟ راستش این روزها، خیلی! در دوران اینفلوئنسرها و سلبریتی‌ها و بلاگرها، نام شما می‌تواند برسد شما و منبع درآمدتان باشد. مثلاً «خابی لامه» (که به اشتباه، خابی لیم خوانده می‌شود)، پسر جوانی است که در اینستاگرام محتوای طنز تولید می‌کند. او حدود ۸۰ میلیون دنبال‌کننده دارد. خیلی بیشتر از مارک زاکربرگ، مالک برنده متا. نام خابی، یک برنده است، مثل اپل و مایکروسافت و البته، سابوی. این روزها سابوی که یکی از بزرگ‌ترین فست‌فودهای زنجیره‌ای دنیاست، مشتری‌هایش را به یک چالش عجیب دعوت کرده: «اسم شناسنامه‌ات را به سابوی تغییر بده، تا آخر عمرت از ما ساندویچ مجانی بگیری.» خبر عجیبی بود اما از آن عجیب‌تر، واکنش مردم بود. در کمتر از ۹۶ ساعت، نزدیک به ۱۰ هزار نفر در چالش شرکت کردند، به این امید که شاید برنده خوش‌شانس مسابقه شوند. برای شرکت در مسابقه، وبسایتی به نام «سابوی چنج نیم» (subway change name) طراحی شده بود که از اول تا چهارم اوت در دسترس بود. البته فقط برای آمریکایی‌ها. کافی بود به وبسایت بروید و برای تغییر نام خود اعلام آمادگی کنید. این چالش در واقع، کمپین تبلیغاتی اخیر این شرکت است که سر و صدای زیادی به پا کرده.

معادل ۵۰ هزار دلار است که به شکل کارت هدیه به برنده اهدا می‌شود. با اینکه جایزه نقدی نیست ولی باز هم رقم بزرگی است. برای آنهایی که سابوی را می‌شناسند، این چالش نه جدید است نه عجیب. در واقع، این اولین بار نیست که سابوی، چنین پیشنهاد غیرمعمولی به مشتری‌هایش داده. پارسال هم اعلام کرده بود به کسی که لوگوی «فوت لانگ» مربوط به یکی از پروموشن‌هایش را روی قفسه سینه یا پشتش تتو کند، تا آخر عمرش ساندویچ مجانی خواهد داد. برنده جایزه، «جیمز کانز»، دانشجوی دکترای اهل کلرادو بود.

او حالا می‌تواند تا آخر عمرش ساندویچ مجانی بخورد و شب‌های طولانی مطالعه را با ساندویچ‌های خوشمزه، راحت‌تر به صبح برساند. او در مصاحبه‌ای گفته بود: «وقتی نوجوان بودم، خیلی تپل بودم. بعدها که تصمیم گرفتم سالم‌تر زندگی کنم، سابوی را انتخاب کردم و جزئی از سبک زندگی جدیدم شد. به همین خاطر، یک جورهایی به این برند وفادارم.» او از تصمیمش پشیمان نبود و گفت خوشحال است که داوطلب شده. و در ادامه گفت که این تجربه برایش خیلی جذاب و هیجان‌انگیز بوده.



تحويل کالا با بهترين کیفیت در ونکوور ، تورنتو و مونترال از ما

قابلیت نصب برنند شما بر روی بسته بندی

دارای کد تایید آمازون و کانادا
(چنانچه در آمازون قصد فروش دارید)





کسی چه می‌داند. شاید او برای برنده خوش‌شانس امسال توصیه‌هایی داشته باشد!

* قدرت رسانه اکتسابی

عرصه بازاریابی امروز، به سرعت در حال تغییر و تکامل است و برای جلب نظر و وفاداری مشتری، چاره‌ای ندارید جز اینکه خلاق باشید. زمانه تغییر کرده. دیگر در دهه ۷۰ نیستیم. اگر صاحب یک برند هستید، لزوماً مجبور نیستید مثل دوران قدیم به رسانه‌های سنتی پول بدهید تا آگهی‌تان را پخش کنند. شما می‌توانید ذهن مشتری را «تسخیر» کنید. درست همان کاری که سابوی کرده. کمپین تغییر اسم، ساده است؛ اما وسوسه‌کننده. آنقدر عجیب و جدید است که رسانه‌ها، خودشان جذب خبر می‌شوند و آن را منعکس می‌کنند. خبر مثل برق پخش می‌شود و سابوی، سوژه اخبار می‌شود، بدون آنکه یک سنت پول خرج کرده باشد. این روش، خیلی بیشتر از تبلیغات سنتی، مشتری جذب می‌کند.

رویکرد جسورانه و مبتکرانه کمپین، باعث ایجاد گفت‌وگوهایی در فضای آنلاین و شبکه‌های اجتماعی و حتی تولید «میم‌ها» می‌شود. همه اینها پیام سابوی را مثل یک بلندگو تقویت می‌کنند. گسترش «ارگانیک» اطلاعات، گواهی بر جذابیت ایده شرکت است. ایده آنقدر جذاب است که ۱۰ هزار نفر حاضرند نامشان را تغییر دهند. اما برای سابوی اهمیتی ندارد که چند نفر واقعاً حاضر به این کارند. این شرکت می‌داند که موفقیت واقعی، پوشش گسترده رسانه‌ای به واسطه کمپین است نه تعداد داوطلبان تغییر اسم. گرچه تغییر نام به خاطر ساندویچ مجانی، شاید از نظر خیلی‌ها مضحک باشد اما سوژه جالبی برای شروع یک گفت‌وگوست. این ایده منحصر به فرد، کنجکاوی و حس شوخ‌طبعی افراد را برمی‌انگیزد. گفت‌وگوهای بسیاری شکل می‌گیرند و تاثیر بلندمدت آن، به

سرویس ویژه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

taxation team

اگر صاحب کسب و کار و یا ایده تجاری هستید

در کوتاه‌ترین زمان ممکن و با برنامه تامین منابع مالی و سیستم

بازاریابی انجمن توسط نیروهای متخصص کسب و کار خود را رونقی

دوباره ببخشید.

دارای تیم مالی حرفه‌ای با تخصص taxation

عضو CPA

تیم تخصصی E-commerce

تیم حقوقی عضو کانون وکلای کبک و فدرال



سرمایه‌ای که صرف ساندویچ مجانی خواهد شد، می‌چربد.

کمپین‌های بازاریابی سنتی، معمولاً هزینه‌های هنگفتی دارند، مثل هزینه تبلیغات تا تولید و توزیع. اما کمپین سابوی، هم مقرون به صرفه است و هم از قدرت «روابط عمومی» به عنوان یک اهرم استفاده می‌کند. به علاوه، ماهیت ساده و غیرمعمول این کمپین، روحی انسانی به آن می‌دمد و باعث می‌شود مشتری‌ها بیشتر با آن ارتباط برقرار کنند. مشتری‌ها با شنیدن این خبر، برای هم کامنت می‌گذارند، گفت‌وگو می‌کنند و سطح مشارکتشان با برند افزایش می‌یابد. در دوره‌ای که مردم در طول روز، زیر رگبار تبلیغات هستند، کمپین سابوی، نمونه بارز نوآوری و تفکر خارج از چارچوب است که می‌تواند استراتژی بازاریابی را به سطوحی غیرقابل تصور ارتقا دهد. این نشان‌دهنده درک عمیق این برند از سازوکارهای تبلیغات مدرن است و نشان

می‌دهد دیگر مثل نسل قبلی تبلیغات، الگوی ثابتی برای این کار وجود ندارد.

*** سوار بر زیردریایی موفقیت**

سال ۱۹۶۵ بود. «فرد دلوکا» که به تازگی وارد دانشگاه شده

قابل توجه شرکت های محترم عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا

امکان خرید گندم کانادا و تحویل در دبی توسط یکی از شرکت های عضو انجمن مهیا شد...

از علاقمندان خواهشمندیم که با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در تماس باشند ...



که بیش از ۳۳ هزار شعبه در اقصی نقاط جهان داشت. حدود هزار شعبه بیشتر از مک‌دونالد. تا سال ۲۰۲۱، فروش جهانی این برند به بیش از ۲۰ میلیارد دلار رسید و آن را به یکی از موفق‌ترین فست‌فودهای زنجیره‌ای جهان بدل کرد. برای افرادی که دنبال غذاهای سالم، فوری اما جذابند، سابوی بهترین گزینه است چرا که توانسته هم نیاز فست‌فودخورها و هم سالم‌خورها را تامین کند.

* همگام با مشتریان

سابوی در این سال‌ها توانسته با درک نیازهای متغیر مشتریان و تطبیق با آنها، جایگاه خود را در بازار رقابت حفظ کند، از جمله با تغییر منو به اقتضای انتظارات، حضور پررنگ در شبکه‌های اجتماعی، طراحی اپلیکیشن و پذیرش مسئولیت اجتماعی. در زمان کرونا که غالب کسب و کارها تعطیل شدند، مشتری‌های سابوی دیگر نمی‌توانستند حضوری خرید کنند. سابوی از این فرصت استفاده کرد تا بار دیگر، آسایش مشتریانش را فراهم کند. ترتیبی داده شد تا مشتری‌ها بتوانند ترکیبات ساندویچ‌ها را آنلاین خریداری کنند و دم در خانه یا فروشگاه، تحویل بگیرند. آنها کرونا را فرصتی برای همدلی بیشتر با مشتریان و کارکنان خود قلمداد می‌کردند. این تنها یکی از اقدامات آنها در راستای تطبیق با شرایط بود.

* بازاریابی چندوجهی

استراتژی بازاریابی سابوی، ترکیبی است از محصول، قیمت، پروموشن و مکان که همگی لحاظ می‌شوند. قابلیت سفارشی‌سازی، یکی از ابزارهای مهم کمپین‌های تبلیغاتی‌شان است که باعث جلب طیف گسترده‌ای از مشتری‌ها شده؛ از افرادی که رژیم دارند

بود، برای شهریه‌اش نیاز به پول داشت. دکتر پیترباک، فیزیکی‌دان هسته‌ای برای حل این مشکل به او گفت: «بیا یک مغازه ساندویچ زیردریایی باز کنیم» (همان ساندویچ‌های پر و پیمان خودمان که در آمریکا، به آنها زیردریایی می‌گویند چون شبیه زیردریایی‌اند). پیترباک هزار دلار سرمایه آورد و همراه با فرد، کسب و کاری راه انداختند که بعدها، صنعت غذا را متحول کرد. آنها نخستین رستوران‌شان را در کنتیکت افتتاح کردند و شروع کردند به فروش ساندویچ‌های تازه و ارزان به نام سابوی. در سال‌های اول، فراز و نشیب‌های فراوانی را پشت سر گذاشتند.

معرفی کلوپ سابوی در سال ۱۹۸۵ و کمپین ساندویچ ۱۲ اینچی ۵ دلاری در سال ۲۰۰۸ باعث شد فروش و سهم بازارشان به طرز چشمگیری افزایش یابد. در اواخر سال ۲۰۱۰، برند آنها به بزرگ‌ترین رستوران زنجیره‌ای دنیا تبدیل شد





ویلیامز برای تبلیغ و تایید سلامت محصولات خود استفاده کرده. برخی معتقدند که راز موفقیت سابوی، مدل کسب و کار فرانچایز است (اعطای حق امتیاز برند به دیگران در ازای دریافت درصد). اما راه اندازی رستوران فست فود درست مثل درست کردن یک ساندویچ است. ابتدا کارت را با یک هدف شروع می کنی. به مغازه می روی با این هدف که ساندویچ درست کنی. داشتن یک مدل کسب و کار مستحکم، مثل نان است که پایه و اساس ساندویچ است. اما نان، برای اینکه مزه دار شود به مخلفات دیگری مثل سبزی و گوشت و سس نیاز دارد.

تا گیاه خوارها و کسانی که دوست دارند روی انتخاب های خود کنترل داشته باشند. مشتری ها به راحتی می توانند ترکیب ساندویچ خود را متناسب با نیاز یا سلیقه خود تغییر دهند. قیمت ها مقرون به صرفه اند اما علاوه بر مقرون به صرفگی، برنامه هایی جهت تشویق مشتریان به خرید مجدد نیز اجرا می شود. سابوی همه جا در دسترس است، هم مراکز شهرها و هم حومه ها. محصولات در هر منطقه، متناسب با ذائقه و فرهنگ مردمان همان منطقه تهیه می شوند اما ساختار منو و سایز ساندویچ ها ثابت است تا یکپارچگی برند حفظ شود. این شرکت طی این سال ها از حمایت سلبریتی هایی مثل سرنا

آیا میدانستید اگر شما صاحب یک کسب و کار فعال شوید و از ابتدا ساختار مالی و مالیاتی آن به شکل حرفه ای و صحیحی ایجاد شده باشد پس از گذشت حداقل سه سال می توانید کسب و کار خود را با قیمت و شرایطی فوق العاده به فروش برسانید و خریدارانی که وقت و زمان کافی برای ایجاد یک کسب و کار حرفه ای به ویژه فرنچایزهای اثبات شده را ندارند بعنوان متقاضی خرید کسب و کار شما از این فرصت استفاده می کنند. برای درک بهتر کافی است عبارت Business for sale in Canada را در موتور جستجوگر گوگل امتحان کنید.

* قابلیت دریافت تسهیلات تجاری حداکثر تا سقف یکصد هزار دلار همراه با شش ماه تنفس جهت دریافت مشاوره در این زمینه با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.



* ثبت شرکت * قرارداد حقوقی فرنچایز * تامین نیروی کار حرفه ای و ارزان

* نگهداری از کسب و کار شما * از نخستین مرحله تا انتها

* توسط تیم حرفه ای ما با سال ها تجربه فعالیت



اینجاست که سابوی از طریق نوآوری، افتتاح فروشگاه در مکان‌های غیرمعمول و مهم‌تر از همه، توجه به مطالبات مشتریان، از منطقه امن خود خارج می‌شود. و در نهایت، عصر دیجیتال و پایداری را به رسمیت می‌شناسد و خود را با هرگونه غافلگیری، تطبیق می‌دهد (مثل کرونا). و این مثل زمانی است که ساندویچ را روی گاز می‌گذارند تا به دمای مناسب برسد. هر وقت برایتان سوال شد که چطور می‌توانیم رستوران خودمان را ارتقا دهیم، به پروسه ساندویچ درست کردن فکر کنید. سابوی می‌گوید «ساندویچ خودت را درست کن.» شما هم همین قانون را اجرا کنید. سفر شما شاید سخت باشد اما طعم موفقیت، ارزشش را دارد.

گروه بازرگانی

C.I.H

با بیش از ده سال تجربه خرید

شرکت فروشنده کالا در آمریکای شمالی،
نوع کالا و میزان درخواستی خود را
برای ما مشخص کنید و کالای خود
را در ایران تحویل بگیرید.





Capital Code Technology

شرکت کاریابی Capital Code Technology

با ریال زندگی کنید و با دلار کسب در آمد داشته باشید
♦ استخدام انواع نیروهای دورکار ساکن در خارج از آمریکای شمالی
برای شرکت‌های داخل کانادا و امریکا
♦ حتی اگر در داخل ایران ساکن هستید، شرط لازم فعالیت شما
دسترسی به اینترنت مناسب است

ویژه اعضای Service provider and commercial
انجمن بازرگانی ایران و کانادا

همچنین این شرکت آمادگی کامل دارد تا در زمینه

تبلیغات

بازاریابی

انبارداری

نگهداری شرکت شما در کانادا خدمات خود را ارائه دهد



Capital Code Technology

Find Your way Fast



آیا علاقمند به ورود در یک تجارت سود آور هستید؟

www.01Learning.ca

با بهترین شرایط می توانید صاحب یکی از پرسودترین کسب و کارهای کانادا شوید

- ◆ می توانید بدون سرمایه گذاری صاحب نمایندگی یکی از بهترین فرانچایزهای کانادا شوید که در آینده ای نزدیک حق امتیاز آن رشد چشمگیری خواهد داشت
- ◆ آموزش برنامه نویسی و کدینگ زیر نظر دانشگاه ام آی تی آمریکا ویژه کودکان 5 تا 16 ساله
- ◆ آموزش رباتیک ویژه کودکان ده سال به بالا
- دارای مجوز ارائه فرانچایز از انجمن فرانچایزهای کانادا
- دارای تاییدیه موقعیت سودآور توسط بانک توسعه مشاغل کانادا جهت دریافت وام بانکی

تامین مالی از طریق پیش پرداخت (Prepayment Finance)

* شمای کلی

اغلب، تولید کنندگان با مشکلات تامین مالی به ویژه در کشوری با مقررات کنترل کننده مبادلات (مبادله مالی) رو به رو می شوند. پیش پرداخت راه حلی ساده برای عبور از این وضع ارایه می دهد که تولید کنندگان را قادر ساخته تا برای ارائه کالاهای خود پیش پرداخت دریافت نمایند.

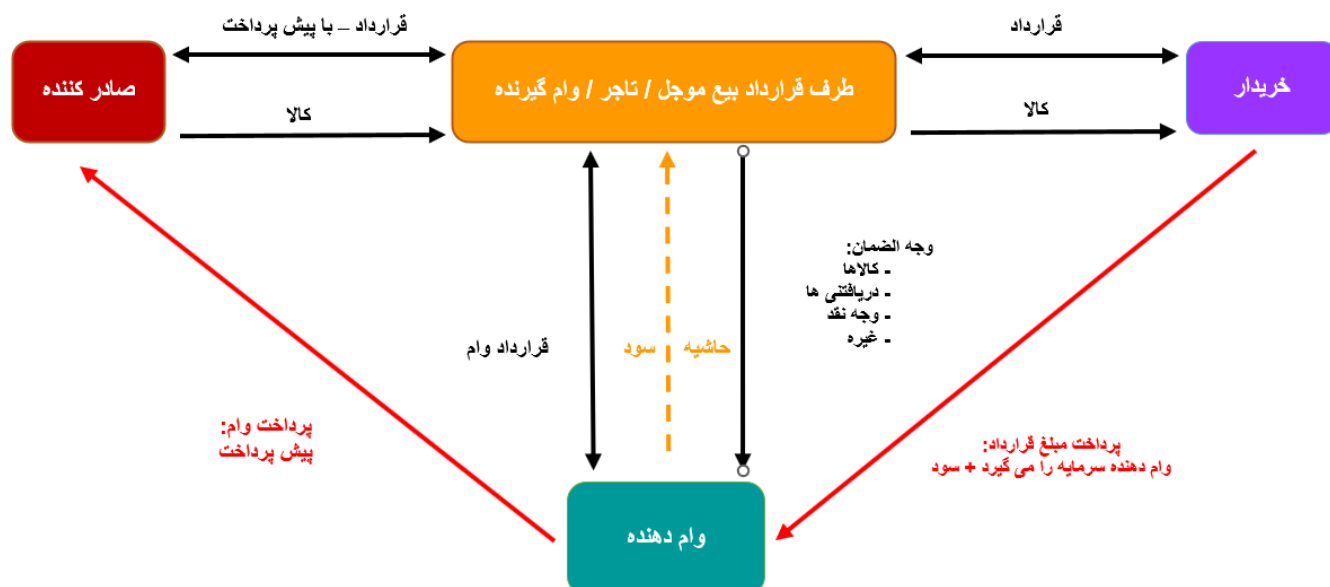
پیش پرداخت ها شامل مواردی همچون پرداخت صورتحساب، هزینه های عملیاتی / هزینه های غیرعملیاتی یا تسویه بدهی ها قبل از سررسید آنها است.



* این کار چگونه انجام می پذیرد؟

با امضای قرارداد پیش پرداخت، وام گیرندگان این امکان را دارند تا مبالغی را برای کالاها و دارایی هایی که تولیدکنندگان خود ارائه کرده اند از پیش پرداخت نمایند. طرفین درگیر، توافقنامه پیش پرداخت و بیع مؤجل را امضا می کنند که بر اساس آن شخص وام گیرنده وجوه را از قبل پرداخت می کند. فروشنده نیز از وجوه به منظور تولید کالا استفاده می نماید و بر اساس این قرارداد بر هر مبلغی که باقیمانده یا معوق است، سود اعمال می

شود. یک معامله تامین مالی از طریق پیش پرداخت عادی، شامل تخصیص حقوق وام دهنده ذیل قرارداد پیش پرداخت بوده و حقوق خریدار نیز بر اساس قرارداد بیع مؤجل خواهد بود. همچنین امکان اخذ وجه الضمان بر روی حساب بانکی که خریدار وجه را به آن و کالایی که وجه را برای آن پرداخت می کند نیز وجود دارد. نمودار زیر نشان دهنده نحوه عملکرد تامین مالی از طریق پیش پرداخت است.



آماده واگذاری یک فرنچایز سود آور در زمینه آموزشی در شهرهای مختلف کانادا

با حداقل فضای ۶۰۰ اسکوارفیت و سرمایه پانزده هزار دلاری همین امروز کسب و کار خود را در یکی از سودآور ترین فرنچایزهای کانادا آغاز کنید.

جهت اطلاعات بیشتر مربوط به این آگهی با ایمیل contact@canirn.com در ارتباط باشید.



شرکت شروع به استفاده از دارایی خریداری شده می نماید، این پیش پرداخت به عنوان هزینه ای عادی محسوب می شود.

● **پیش پرداخت از سوی مودیان مالیاتی:**

مودیان مالیاتی بدون اطلاع مالیات را از پیش پرداخت می کنند چرا که برخی از چک های پرداختی آنان نقد نشده است.. (as some of their pay-check is stuck) برای نمونه، افرادی با مشاغل آزاد (خویش فرما) ملزم به پرداخت مالیات از طریق پیش پرداخت در بازه ی زمانی تقریباً سه ماهه هستند. با این حال، چنانچه مودیان مالیاتی بیش از بدهی مالیاتی واقعی خود را پرداخت نمایند، مشمول استرداد اضافه پرداخت مالیاتی (باز پرداخت مالیاتی - Tax Refund) می شوند.

● ***مزایای تامین مالی از طریق پیش پرداخت**

- این امر فروشنده ی کالا را قادر می سازد تا در ازای تأمین مالی که از سوی خریدار محصول یا کالا انجام می شود با تولید کنندگان قرارداد های بلند مدت تأمین منعقد نماید. این امر فراهم کننده تأمین مالی مورد نیاز تولید کنندگان به منظور تولید کالا است.
- همچنین، پیش پرداخت ممکن است

* **انواع دیگری از تامین مالی از طریق پیش پرداخت**

سه نوع اصلی تامین مالی از طریق پیش پرداخت وجود دارد:

● **پیش پرداخت از سوی افراد:**

افراد نیز می توانند پیش پرداخت را انجام دهند و نکته قابل توجه در این مورد این است که فرآیند حسابداری به شکل قابل ملاحظه ای ساده تر است. برای نمونه، یک مشتری ممکن است پرداخت صورتحساب مربوط به کارت اعتباری خود را ۳۰ روز به تاخیر بیاورد. فرض کنید یک مشتری ۲۰۰۰ دلار برای کارت اعتباری خود خرج می کند و صورتحساب را در همان روز تسویه می کند. اگرچه او ظرف مدت کوتاهی پس از استفاده از کارت اعتباری خود پرداخت را انجام داده است اما این مبلغ همچنان به عنوان پیش پرداخت تلقی می گردد چرا که صورتحساب واقعاً تا ۳۰ روز دیگر به تاریخ سررسید نمی رسد.

● **پیش پرداخت از سوی شرکت ها:**

شرکت ها هزینه های دارایی هایی که در آینده مورد استفاده قرار می گیرد را از پیش پرداخت می کنند. هنگامی که

کارگروه تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا در زمینه امور کمک های دولتی و تامین منابع مالی

کارگروه تخصصی انجمن در حال تکمیل شدن است. اعضای انجمن در این کارگروه تخصصی همراه با کوچ حرفه ای تجاری به خوبی می آموزند که چگونه کمک های دولتی را می توانند بدست آورند.

اگر شما صاحب ایده و یا کسب و کاری کوچک هستید و برای گسترش فعالیت خود نیازمند کوچ مالی بیزینس هستید، عضویت در انجمن مناسبترین گزینه برای شماست!





فروشنده ی انحصاری محصولات فولادی صادر شده بود بلکه ضامن ریسک ۱۰ درصدی ذیل قرارداد امضا شده هم بود. این وام توسط شعبه شانگهای Deutsche Bank (چین) کارسازی شد که متولیان آن به عنوان عوامل تامین وثیقه (security agent) عمل می کردند. Tangsteel این وام پیش پرداخت فولاد را به منظور گسترش تجارت بین الملل خود استفاده نمود.

* سوالات متداول

۱- آیا الزامات افشا برای قرارداد های پیش پرداخت وجود دارد؟

بله، یک شرکت بازرگانی معاملات پیش پرداخت را در صورت های مالی سالانه خود افشا می کند.

۲- آیا پیش پرداخت شامل شرکت های

این امکان را به تولید کنندگان بدهد تا به منظور توسعه بخشی پایه وام دهی خود و کاهش ریسک های مرتبط با تأمین هزینه، به دنبال تأمین مالی تجاری بیشتری باشند.

● همچنین، انگیزه ی پرداخت سود کاهش یافته (re-duced interest payment) در مبلغ اولیه باقی مانده وجود دارد. به عبارتی دیگر، چنانچه در حال پیش پرداخت برای هر وامی هستید، سود پرداختی (in-terest pay-out) شما کمتر می شود.

● شرکت ها می توانند از طریق پیش پرداخت، هزینه های نیروی کار و همچنین هزینه های خود را پرداخت نمایند.

● افراد نیز با تأمین مالی مجدد بدهی ها می توانند بدهی های گذشته خود را از پیش پرداخت نمایند.

* معایب تأمین مالی از طریق پیش پرداخت

● هزینه ی تعرفه های پیش پرداخت، به دلیل هزینه های مرتبط با خدمات رسانی به مشتریان از این طریق، بالاتر از هزینه ی تعرفه های معمولی است.

● ریسک های مرتبط با معاملات را نمی توان به طور کامل حذف نمود و تاجر به ندرت مجاز به انتقال آنها به بانک است.

● به ویژه در امر تأمین مالی کالاها، مسائل و خطرات بالقوه بیشتری حول موضوع پیش پرداخت به تأمین کننده وجود دارد و وام ها نیز باید دقیق نظارت شوند.

* مطالعه موردی

Duferco یک گروه (شرکت) بسیار متنوع و توانمند است. فعالیت های اصلی آن بر بخش های تجاری انرژی، صنعت و کشتیرانی متمرکز بوده و در ۲۲ کشور جهان فعالیت دارد. HBIS Group Tangsteel نیز شرکت بزرگ فولاد چین و یکی از ارکان HBIS است. این شرکت در مرکز دایره ی اقتصادی «بوهای» واقع شده که پکن، تیانجین و هبی را به هم متصل می کند.

در سال ۲۰۱۲، Duferco یک طرح پیش پرداخت را به عنوان بخشی از روابط تجاری و فنی رو به رشد خود با Tangsteel آغاز نمود. Duferco نه تنها

(take / عرضه ی محصول اطمینان حاصل کنند
It also allows them to secure the off-take/supply
of product). بنابراین، آنها درکی از اعتبار، مشکلات
و چالش های مرتبط با انجام یک معامله را دارند.
همچنین، آنها می توانند درصد عمده ای از ریسک های
مالی خود را به بانک هایی که وام های پیش پرداخت
به آنها اختصاص یافته است، منتقل نمایند. بنابراین،
این گونه شرکت ها با تقسیم ریسک های خود با
بانک ها، توانایی مقابله با ریسک های اقتصادی بالقوه
را دارند.

غیربانکی که ریسک های اقتصادی می
پذیرند و آمادگی مقابله با آن را ندارند نیز
می شود؟

اگر بله، پس چنین شرکت هایی چگونه با این
ریسک ها مقابله می کنند؟

- پیش پرداخت واقعا شامل این امر نیست که
شرکت های تجاری ریسک هایی را بپذیرند که نمی
توانند از عهده ی آن برآیند (آن را مدیریت کنند) چرا
که باید دانش مطلوبی از شرکت های تولید کننده
و روابط خوبی با پالایشگاه ها داشته باشند. این امر
همچنین به آنها اجازه می دهد تا از فروش (off-

مستندسازان موفقیت در آمریکای شمالی

کتابی الهام بخش برای سفر به دنیای پیشرفت و سودآوری تجاری >>>





لیشام فقط یک برند معمولی نیست

LishAam یعنی سال‌ها تجربه کار صادرات از ایران به آمریکای شمالی

۱ پخش، بسته بندی و فروش انواع مواد غذایی وارداتی از ایران به آمریکای شمالی

۲ ترخیص مواد خوراکی و غذایی از گمرک کانادا در تخصص ماست

۳ ارائه برنامه PCP محصول به همراه مجوزات CFIA و SFCR

۴ ارتباط مستقیم با صدها فروشگاه زنجیره‌ای

لیشام نماینده فعال فروش در سراسر آمریکای شمالی می‌پذیرد

ویژه اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا

www.LishAam.ca





گروه سرمایه گذاری کپیتال ایده آل هلدینگ کانادا

گروه سرمایه گذاری کپیتال ایده آل هلدینگ کانادا

- ◆ با ده سال سابقه فعالیت مستمر تجاری در آمریکای شمالی
- ◆ سرمایه پذیری دلاری همراه با تضمین بانکی برای اصل و سود سرمایه
- ◆ سپرده 3 ساله، با سود سالانه 5%
- ◆ سپرده 5 ساله، با سود سالانه 7.5%

خرید بیزینس و اداره بیزینس
شما همراه با وام بانکی جهت
سهولت در پرداخت

سرویس ویژه برای اعضای
انجمن بازرگانی ایران و کانادا

Capital Ideal Holdings



پذیرش نماینده فعال فروش در شهرهای مختلف
کانادا، آمریکا و خاورمیانه

دارای استانداردهای بهداشت کانادا و سازمان غذا و داروی ایالات متحده آمریکا

تولید کننده انواع قرص‌های ویتامینی و تقویت قوای جنسی در شهر مونترال کانادا

لیست محصولات ما را در سایت زیر مشاهده کنید
www.canadian-l.ca



همراهان گرامی انجمن بازرگانی ایران و کانادا جهت اطمینان از صحت عضویت افرادی که برای انجام معاملات تجاری و بازرگانی، خود را از اعضای انجمن بازرگانی ایران و کانادا معرفی مینمایند میتوانید روش‌های زیر را مد نظر داشته باشید:

در صورتیکه انجمن بازرگانی ایران و کانادا آگاهی کاملی از نحوه تعاملات شما با اعضایمان نداشته باشد متعاقبا مسئولیتی نیز در این خصوص متوجه انجمن نخواهد بود. موفقیت روز افزون شما را آرزومندیم

* لوگو و برند شرکتهای عضو انجمن در وبسایت قابل مشاهده است و مدام به روز رسانی میشود.

* تمامی اعضای انجمن در وبسایت

CANADAIRAN.INFO پروفایل دارند.

* این وبسایت برای تعاملات درون گروهی اعضا فراهم شده و امکان بازدید از آن برای افراد غیر عضو امکان پذیر نیست.

* کارت عضویت دیجیتال به همراه QR code مخصوص به هر عضو

در آخر چنانچه مایل بودید با یکی از شرکتهای عضو انجمن بازرگانی ایران و کانادا وارد فعالیت شوید، توصیه میکنیم حتما از دفتر انجمن در مورد صحت عضویت افراد استعلام بگیرید تا مورد سو استفاده افراد سودجو واقع نشوید.

اگر شما هم عضو انجمن
هستید و هنوز ایمیلی
دریافت نکرده‌اید،
اطلاع دهید...

شبکه اختصاصی اعضای محترم انجمن بازرگانی
ایران و کانادا تحت محیط وب راه‌اندازی شده است

امکان تامین منابع مالی برای حمایت از کسب و کارها

اگر فکر می‌کنید نیاز به منابع مالی برای کسب
و کار خود دارید با انجمن بازرگانی ایران و کانادا در
ارتباط باشید

توجه: این طرح ویژه اعضای انجمن است،
چنانچه شما عضو انجمن نیستید می
توانید با تکمیل فرم عضویت در تارنمای
CanadaIran.ca جزو شبکه اعضای انجمن
بازرگانی ایران و کانادا شوید.

شبکه انجمن این امکان را دارد که با
تهیه طرح تجاری مشخص و برنامه
ریزی شما را به اهداف خود برساند

مشاوره جهت:

طراحی استراتژی افزایش درآمد
استفاده از کمک‌های دولتی

استفاده از طرح‌های شتاب دهنده
وام‌های کم بهره



انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا موسسه‌ای غیر دولتی و غیر انتفاعی است که با استناد به قوانین بازرگانی کانادا و ایران، به ویژه در حوزه‌های تجاری، بازرگانی، صنایع، کشاورزی و گردشگری با هدف ایجاد و گسترش بستری مناسب برای همکاری متقابل بازرگانان و شرکت‌های تجاری ایران و کانادا و همچنین تبادل سرمایه گذاری در سال ۲۰۱۶ تاسیس شده است.

ارتباط با ما

📍 Montreal: 4388 St Denis, Suite 200 #100, Montreal, QC H2J 2L1

📍 Toronto: 1370 Don Mills Rd, Toronto, ON M3B 3N7

📍 تهران - پاسداران خیابان شهید کلاهدوز - بعد از چهار راه کاوه- پلاک ۳۱۵ واحد ۱۴ - طبقه پنجم

☎ +1(514)812-1744

☎ +1(647)619-0868

☎ +98(912)194-1366

Publisher: Canada Iran Business Association
www.CanadaIran.ca
4388 Saint Denis St Suite 200 #100
Montreal, QC Canada H2J 2L1

Published language: Persian
Signatures is published Monthly, online
ISSN 2564-1069

Monthly Online Magazine

Canada Iran Business Association

September 2023 - Number Thirty-three

To contact the editors:
contact@canirn.com