

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
August 2025 – Issue 56
ISSN 2564-1069



ماهنامه انجمن بازرگانی ایران و کانادا

شماره پنجاه و ششم – اوت (آگوست) ۲۰۲۵



در دل طوفان، ما آینده را می‌سازیم...

راهنمای عملی سرمایه‌گذاری برای ایرانیان در سال ۱۴۰۴

تنش‌های تجاری کانادا و آمریکا: چالش‌ها در دل طوفان تجاری



وقتی دست به دست هم می‌دهند تا تجربه‌ها
و آموخته‌های خود را در اختیار بگذارند،
یعنی قرار است آینده‌ای متفاوت بسازی!

از مهاجرت تا اشتغال – اینجا نقطه شروع قدرتمند تو در کانادا است!



ورود رایگان و برای عموم آزاد
پنجشنبه 7 آگوست، ساعت 18
دانشگاه Concordia – مونترال

اگر می‌خواهی از همان قدم اول مسیر
مهاجرت، حرفه‌ای و هوشمندانه شروع کنی،
این رویداد را از دست نده...

۴	سخن مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا
۱۲	راهنمای عملی سرمایه‌گذاری برای ایرانیان در سال ۱۴۰۴
۱۹	تنش‌های تجاری کانادا و آمریکا: چالش‌ها در دل طوفان تجاری
۲۶	قانون اعداد کوچک در تجارت دیجیتال: چگونه سودهای خرد، ثروت‌های کلان می‌سازند؟
۳۱	ساخت داستان برند (Brand Story) برای جذب بازار کانادا
۳۶	چگونه ارزش افزوده محصولات صادراتی به کانادا را برای قیمت‌گذاری بهتر افزایش‌دهیم
۴۱	نقش بسته‌بندی در برندسازی و قیمت‌گذاری برای بازار کانادا: استانداردها و انتظارات

در دل طوفان، ما آینده را می‌سازیم...

دوستان عزیز، هموطنان گرامی، ایرانیان پرافتخار کانادا، از قلب تهران تا خیابان‌های پر جنب و جوش تورنتو، ونکوور، و مونترال، امروز ما در میانه یکی از پرچالش‌ترین دوره‌های تاریخ اقتصاد جهانی ایستاده‌ایم. جهان در گردابی از تعرفه‌های سنگین، نوسانات ارزی، و بحران‌های زیرساختی گرفتار شده است.

اما من، محمد وحیدی‌راد، به‌عنوان مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا، اینجا هستم تا با صدای بلند بگویم: ما نه‌تنها در برابر این طوفان تسلیم نمی‌شویم، بلکه با قدرت و همدلی، آینده‌ای روشن‌تر می‌سازیم. و شما، ایرانیان عزیز کانادا، قلب این حرکت هستید. ما از تک‌تک شما دعوت می‌کنیم که به ما بپیوندید، با ما همکاری کنید، و در پروژه‌های تحول‌آفرین ما شریک شوید. این یک فراخوان است برای ساختن آینده‌ای که شایسته نام ایران و ایرانی باشد.

طوفان جهانی: نگاهی به ماه گذشته

ماه گذشته، اقتصاد جهانی زیر فشار تحولاتی کم‌سابقه قرار گرفت. تعرفه‌های جدید دولت دونالد ترامپ، که از ۱۰ تا ۱۲۵ درصد بر کالاهای وارداتی از کانادا، مکزیک، چین، و حتی ایران اعمال شدند، بازارهای مالی را به لرزه درآوردند. شاخص‌های بورس آمریکا، از اس‌اند‌پی ۵۰۰ تا داو جونز، افت‌هایی تا ۴.۷ درصد را تجربه کردند، و ارزش بازار سهام در برخی روزها بیش از ۵.۴ تریلیون دلار کاهش یافت. این یعنی از کارخانه‌های خودروسازی در انتاریو تا کارگاه‌های کوچک در شیراز، همه در حال بازتعریف استراتژی‌های خود هستند.

در کانادا، دولت فدرال با تعرفه‌های تلافی‌جویانه به ارزش ۳۰ میلیارد دلار پاسخ داد. داگ فورد، نخست‌وزیر انتاریو، با صراحت تهدید کرد که صادرات برق به آمریکا را قطع می‌کند، اقدامی که می‌تواند قیمت انرژی را در هر دو سوی مرز بالا ببرد. اقتصاد کانادا، که ۷۵ درصد صادراتش به آمریکا وابسته است، حالا در تنگنای یک جنگ تجاری تمام‌عیار قرار دارد. نرخ بیکاری، که در اکتبر ۲۰۲۴ در سطح ۶.۵ درصد ثابت بود، ممکن است با ادامه این فشارها افزایش یابد، به‌ویژه در صنایعی مثل خودروسازی که بیش از ۱۲۰ هزار شغل مستقیم در انتاریو به آن وابسته است.

در ایران، چالش‌ها عمیق‌تر و ملموس‌ترند. تورم بالای ۴۲ درصد، قدرت خرید مردم را به شدت کاهش داده است. ارزش ریال در برابر دلار آمریکا همچنان در حال سقوط است، و هر نوسان ارزی، فشار بیشتری بر خانوارها و کسب‌وکارها وارد می‌کند. قطعی‌های مکرر آب، برق، و اینترنت،





برای پیشرفت پیدا کرده‌ایم. امروز، در کانادا، شما ایرانیان عزیز، که بیش از ۴۰۰ هزار نفر هستید، بخشی از یک جامعه پویا و قدرتمندید. از پزشکان و مهندسان گرفته تا کارآفرینان و هنرمندان، شما نشان داده‌اید که می‌توانید در بالاترین سطوح جهانی بدرخشید. حالا زمان آن است که این استعداد و انرژی را به کار بگیریم و با همکاری یکدیگر، آینده‌ای جدید بسازیم. دعوت به همکاری: شما قلب این حرکت هستید

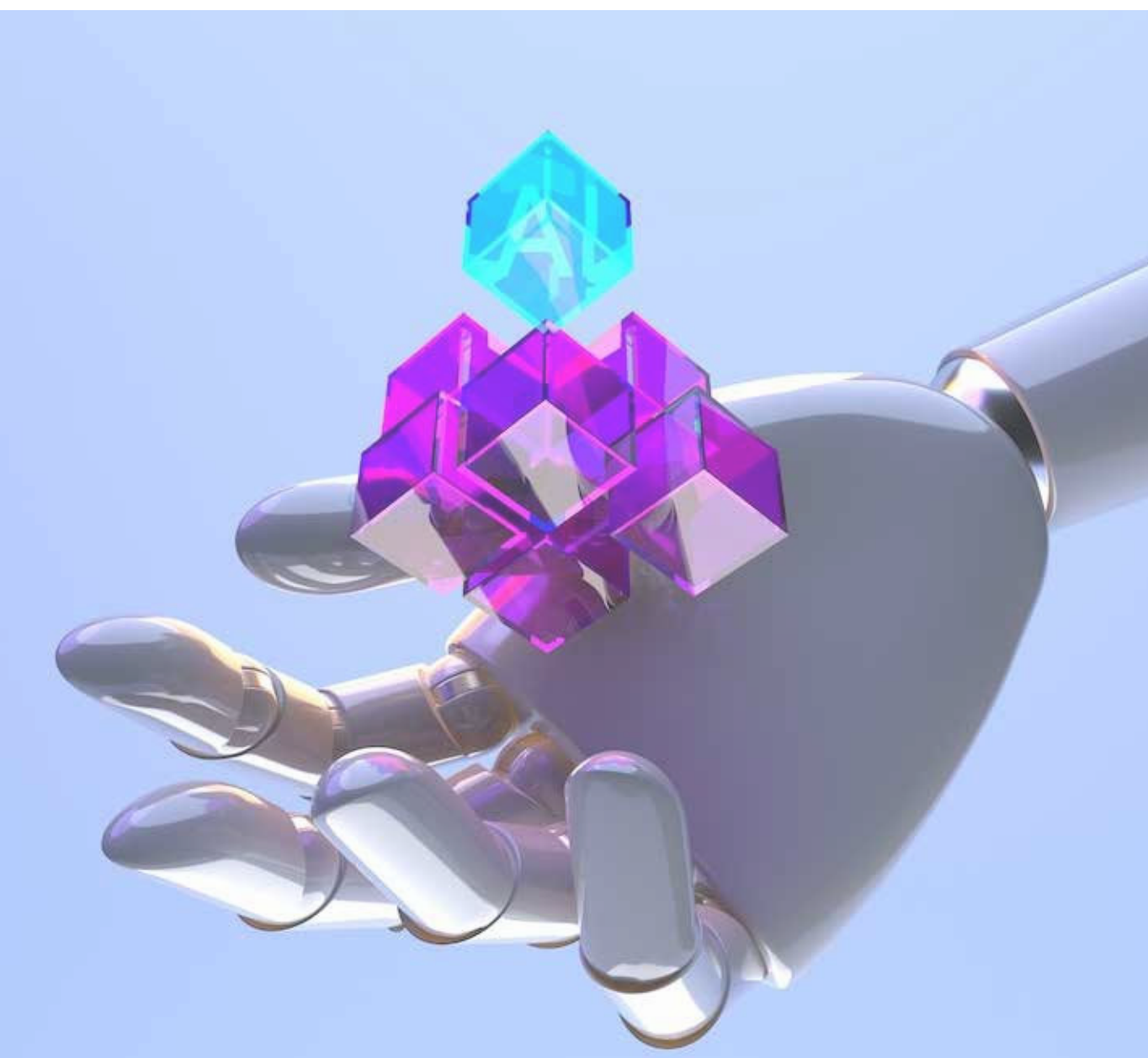
که گاهی به دلیل فرسودگی زیرساخت‌ها و گاهی به دلایل سیاسی رخ می‌دهند، به کابوس کسب‌وکارهای دیجیتال تبدیل شده‌اند. گزارش‌ها نشان می‌دهد که هر ساعت قطعی اینترنت، ۴۵ میلیارد تومان به اقتصاد ایران خسارت می‌زند. این برای استارت‌آپ‌هایی که به پلتفرم‌های آنلاین وابسته‌اند، یک فاجعه است. اما در همین تاریکی، جرقه‌های امید روشن است: جوانان ایرانی با خلاقیت و پشتکار، از استارت‌آپ‌های فناوری در تهران تا کارگاه‌های کشاورزی ارگانیک در مازندران، نشان داده‌اند که هیچ بحرانی نمی‌تواند روح نوآوری آن‌ها را خاموش کند.

در سطح جهانی، بازارهای مالی هم داستان خودشان را دارند. قیمت طلا به رکورد ۳۱۲۸ دلار در هر اونس رسید، و بیت‌کوین با جهشی خیره‌کننده از ۱۱۸ هزار دلار عبور کرد. این نشان‌دهنده هجوم سرمایه‌گذاران به دارایی‌های امن و دیجیتال در برابر نااطمینانی‌های اقتصادی است. چین و اتحادیه اروپا نیز با تعرفه‌های تلافی‌جویانه، به این جنگ تجاری دامن زده‌اند، و حالا اقتصاد جهانی در آستانه یک بازتعریف بزرگ قرار دارد.

این به ما چه می‌گوید؟

این تحولات یک پیام روشن دارند: جهان در حال تغییر است، و ما یا باید با این تغییرات همگام شویم یا عقب بمانیم. اما برای ما ایرانیان، عقب ماندن هرگز گزینه نبوده است. ما ملتی هستیم که در سخت‌ترین شرایط، از انقلاب تا تحریم، از جنگ تا بحران‌های اقتصادی، همیشه راهی

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، برخلاف جریان ناامیدی حرکت می‌کنیم. ما پروژه‌هایی در دست داریم که می‌توانند نه تنها اقتصاد ایران و کانادا را به هم متصل کنند، بلکه شما، ایرانیان کانادا، را به بازیگران اصلی این تحول تبدیل کنند. از تکتک شما دعوت می‌کنیم که به ما بپیوندید، ایده‌هایتان را با ما به اشتراک بگذارید، و در پروژه‌های ما شریک شوید.



اجازه دهید چند نمونه از این فرصت‌ها را با شما در میان بگذارم:

۱. فناوری‌های نوین: ما در حال همکاری با استارت‌آپ‌های ایرانی-کانادایی در حوزه هوش مصنوعی و بلاکچین هستیم. برای مثال، یک استارت‌آپ در تورنتو، که توسط تیمی از مهندسان جوان ایرانی تأسیس شده، پلتفرمی برای مدیریت زنجیره تأمین مبتنی بر بلاکچین توسعه داده که حالا توجه شرکت‌های بزرگی مثل «Shopify» را جلب کرده است.

ما به دنبال کارآفرینان، برنامه‌نویسان، و سرمایه‌گذارانی هستیم که بتوانند این پروژه را به بازارهای جهانی، از خاورمیانه تا آسیا، ببرند. اگر شما در حوزه فناوری تجربه دارید، ما به شما نیاز داریم.



۳. انرژی‌های تجدیدپذیر:

یکی از پروژه‌های هیجان‌انگیز ما، سرمایه‌گذاری در مزارع خورشیدی در مناطق کویری ایران است که با همکاری شرکت‌های کانادایی انجام می‌شود. این پروژه نه تنها به تولید انرژی پاک کمک می‌کند، بلکه فرصت‌های شغلی متعددی در هر دو کشور ایجاد خواهد کرد. اگر شما مهندس، سرمایه‌گذار، یا متخصص انرژی هستید، ما مشتاق همکاری با شما هستیم.

۲. تجارت کالاهای معاف از تحریم:

در بخش تجارت، ما روی صادرات محصولاتی مثل زعفران، پسته، و داروهای گیاهی تمرکز کرده‌ایم که از تحریم‌ها معاف هستند. به عنوان مثال، زعفران ایرانی که توسط تاجران ایرانی در ونکوور توزیع می‌شود، حالا در بیش از ۷۰ فروشگاه در کانادا به فروش می‌رسد و تقاضای آن روزبه‌روز در حال افزایش است. ما از شما دعوت می‌کنیم که به عنوان شریک تجاری، توزیع‌کننده، یا حتی ایده‌پرداز، به این شبکه بپیوندید و بازارهای جدیدی را برای محصولات ایرانی باز کنید.





۴. شبکه‌سازی حرفه‌ای:

ما در حال راه‌اندازی یک پلتفرم شبکه‌سازی برای ایرانیان کانادا هستیم که کارآفرینان، متخصصان، و سرمایه‌گذاران را به هم متصل می‌کند. این پلتفرم به شما امکان می‌دهد ایده‌هایتان را با دیگران به اشتراک بگذارید، شرکای تجاری پیدا کنید، و از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مطلع شوید. ما از شما دعوت می‌کنیم که به این شبکه بپیوندید و صدای خود را به گوش جامعه ایرانی کانادا برسانید.

این پروژه‌ها تنها بخشی از برنامه‌های ماست. ما به دنبال شما هستیم: کارآفرینانی که رویای بزرگی دارند، متخصصانی که تجربه‌شان می‌تواند تغییر ایجاد کند، و سرمایه‌گذارانی که آماده‌اند آینده را شکل دهند. موفقیت‌های ایرانیان در کانادا، مثل شرکت «ApplyBoard» که توسط برادران ایرانی در واترلو تأسیس شد و حالا ارزشی بیش از ۴ میلیارد دلار دارد، یا رستوران‌های زنجیره‌ای ایرانی در تورنتو که فرهنگ و طعم ایران را به کانادایی‌ها معرفی کرده‌اند، نشان می‌دهد که ما توانایی رقابت در بالاترین سطوح را داریم. شما هم می‌توانید بخشی از این داستان موفقیت باشید.

شرایط اقتصادی ایران و کانادا:

نگاهی مردمی در ایران، مردم هر روز با چالش‌های بزرگی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. وقتی قیمت نان و گوشت هر ماه بالا می‌رود، وقتی اینترنت قطع می‌شود و کسب‌وکارهای آنلاین فلج می‌شوند، وقتی برق نیست و کارگاه‌های کوچک نمی‌توانند تولید کنند، این مردم هستند که فشار را حس می‌کنند. اما در همین شرایط، داستان‌هایی از امید و موفقیت هم وجود دارد. برای مثال، یک استارت‌آپ در تبریز اخیراً اپلیکیشنی برای آموزش آنلاین زبان فارسی به غیرفارسی‌زبانان توسعه داده که حالا در کانادا و اروپا مشتری دارد. یا کشاورزان یزدی که با روش‌های نوین، پسته ارگانیک تولید می‌کنند و به بازارهای خلیج فارس صادر می‌کنند. این روحیه مبارزه‌جویانه، همان چیزی است که ما می‌خواهیم در کانادا تقویت کنیم.

در کانادا، اقتصاد با چالش‌های متفاوتی روبه‌روست. تعرفه‌های جدید آمریکا، به‌ویژه بر خودرو و انرژی، می‌تواند

قیمت‌ها را بالا ببرد و مشاغل را تهدید کند. صنعت خودروسازی در انتاریو، که سالانه بیش از ۳۰ میلیارد دلار به اقتصاد کانادا کمک می‌کند، حالا در معرض خطر کاهش تولید قرار دارد. اما کانادا کشوری است که همیشه با انعطاف‌پذیری و نوآوری، از بحران‌ها عبور کرده است. ایرانیان کانادا، که در حوزه‌های مختلفی از فناوری تا پزشکی درخشانده‌اند، می‌توانند نقش کلیدی در این دوره گذار ایفا کنند. ما از شما دعوت می‌کنیم که با پیوستن به پروژه‌های ما، این نقش را پررنگ‌تر کنید.

چرا حالا؟ چرا شما؟

شاید بپرسید: در این شرایط سخت، چرا باید دست به کار شویم؟ پاسخ من ساده است: چون ما ایرانی هستیم.

ما ملتی هستیم که در سخت‌ترین روزها، از خاکستر بحران‌ها فرصت ساخته‌ایم. از تحریم‌ها راه تجارت پیدا کردیم، از قطعی برق، انرژی‌های نو ساختیم، و از محدودیت‌های اینترنت، پلتفرم‌های جدید خلق کردیم. امروز، در کانادا، شما بخشی از یک



جامعه قدرتمند هستید که می‌تواند نه‌تنها برای خودتان، بلکه برای نسل‌های آینده هم تغییر ایجاد کند.

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، باور داریم که این روزها، زمان کنار کشیدن نیست. وقتی جهان درگیر جنگ‌های تجاری است، ما باید هوشمندانه‌تر عمل کنیم. وقتی کسب‌وکارها در ایران به دلیل قطعی اینترنت خاموش می‌شوند، ما باید راه‌های جدیدی برای روشن نگه‌داشتن چراغ اقتصاد پیدا کنیم. وقتی تعرفه‌های سنگین، تجارت بین‌المللی را تهدید می‌کند، ما باید پل‌های جدیدی بسازیم. و شما، ایرانیان کانادا، کلید این پل‌ها هستید.

حرف دل من به شما

من، محمد وحیدی‌راد، به‌عنوان یک بازرگان، یک اقتصاددان، و مهم‌تر از همه، یک ایرانی، از ته قلبم به شما می‌گویم: این روزها، وقتی اخبار پر از ناامیدی است، وقتی قیمت دلار بالا می‌رود، وقتی اینترنت قطع می‌شود یا تعرفه‌های جدید اعلام می‌شود، ممکن است احساس کنیم که همه‌چیز علیه ماست. اما من به شما اطمینان می‌دهم که ما قوی‌تر از این چالش‌ها هستیم. ما نسلی هستیم که در سخت‌ترین شرایط، پل ساخته‌ایم، راه باز کرده‌ایم، و آینده را از نو نوشته‌ایم.

بیایید دست در دست هم، از این فرصت استفاده کنیم. بیایید با همکاری و همدلی، نه‌تنها کسب‌وکارهایمان را نجات دهیم، بلکه آن‌ها را به اوج برسانیم. ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، آماده‌ایم که با شما پروژه‌های بزرگی را آغاز کنیم. از شما دعوت می‌کنم که امروز با ما تماس بگیرید، ایده‌هایتان را به اشتراک بگذارید، و در این مسیر همراهان شوید. بیایید با هم، جهانی بهتر بسازیم. جهانی که در آن، ایرانیان نه‌تنها در ایران، بلکه در کانادا و سراسر دنیا، پرچمدار پیشرفت و موفقیت باشند.

با امید به روزهایی روشن‌تر و با دعوت صمیمانه از شما برای پیوستن به این حرکت بزرگ،
محمد وحیدی‌راد
مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا



دوره تخصصی زبان تجاری:

اگر در دنیای تجارت فعال هستید یا می‌خواهید وارد بازارهای بین‌المللی شوید، این دوره برای شماست!

مناسب برای:

مدیران، کارشناسان، کارآفرینان، جویندگان شغل

دانشجویان و علاقه‌مندان به بازارهای جهانی

تعداد جلسات: ۴۵ جلسه

شروع: مرداد ۱۴۰۴

نحوه برگزاری: آنلاین در بستر اسکای روم

برگزارکننده: دپارتمان آموزش شرکت ساین

+ انجمن بازرگانی ایران و کانادا

ارائه مدرک بین‌المللی معتبر و قابل ترجمه

ویژه ایرانیان داخل کشور، فارسی‌زبانان

مقیم کانادا و سایرکشورها

همراه با بازخورد منظم و پشتیبانی آموزشی

Learn
English

مدرس: چیستا دانشمند

با بیش از ۱۰ سال تجربه

تدریس زبان تجاری،

کانادا TESL دارای مدرک



ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر:



+98 9924009714

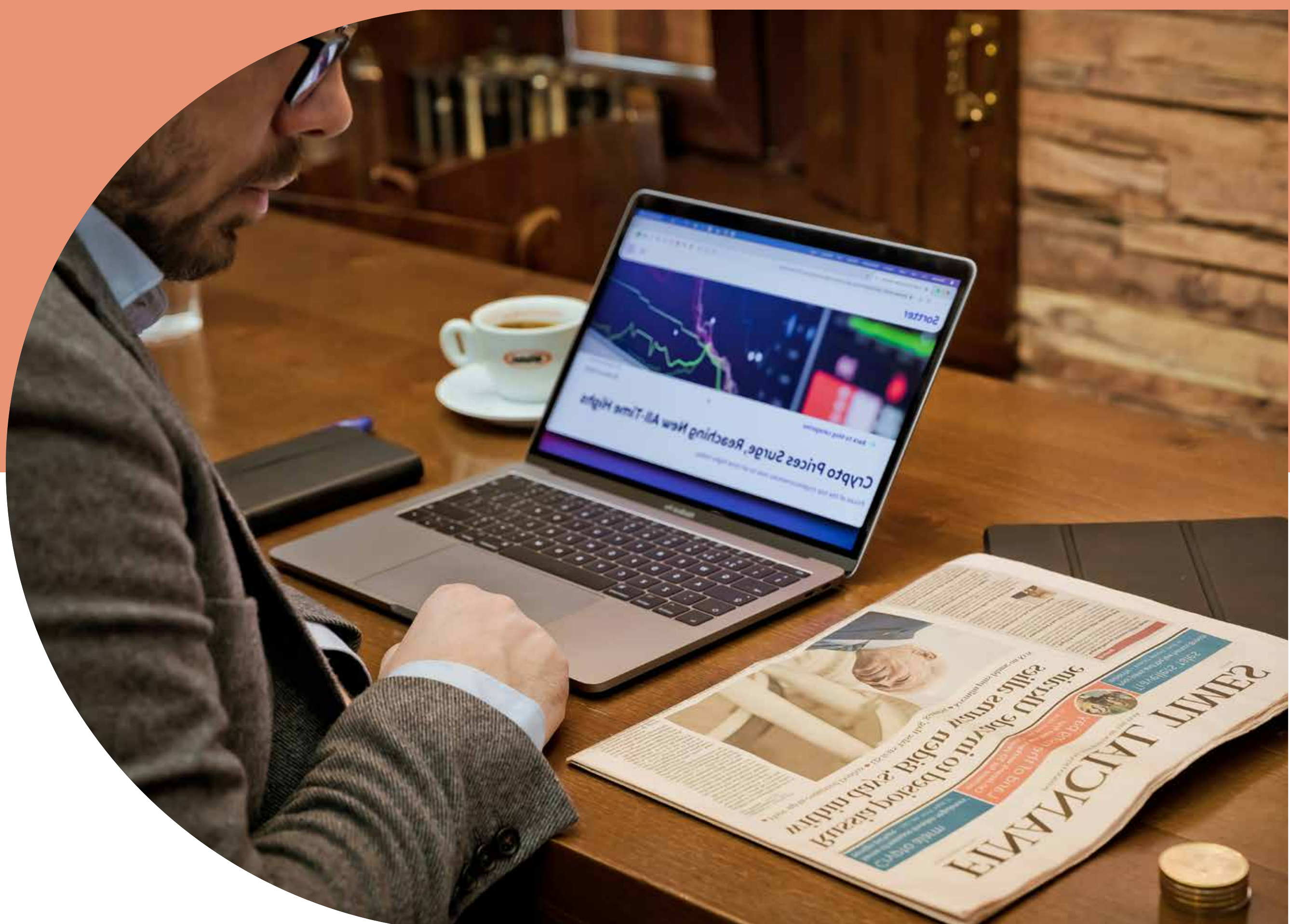


021 22764672



راهنمای عملی سرمایه‌گذاری برای ایرانیان در سال ۱۴۰۴

محمد وحیدی‌راد، مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا
مونترال، ۱۶ جولای ۲۰۲۵



از بحران تا فرصت: فراخوانی برای اقدام

تابستان ۱۴۰۴ برای ایرانیان، چه در ایران و چه در کانادا، میدان نبردی پرچالش است. سایه سنگین مکانیسم ماشه و تهدید تحریم‌های جدید، تورم جهانی که هزینه‌های تولید و زندگی را به اوج رسانده، و افت اعتبار دلار آمریکا که قواعد تجارت بین‌المللی را دگرگون کرده، همگی شرایطی پیچیده را رقم زده‌اند. اما در دل این طوفان اقتصادی، فرصت‌هایی بی‌نظیر برای رشد و پیشرفت نهفته است.

این راهنما برای هر ایرانی نوشته شده است: از کارآفرین جوانی که با سرمایه‌ای کوچک در تهران

کسب‌وکارش را اداره می‌کند تا بازرگان باتجربه‌ای که در تورنتو یا ونکوور به دنبال فرصت‌های جدید است. ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، از شما دعوت می‌کنیم که به پروژه‌های تحول‌آفرین ما بپیوندید، ایده‌هایتان را با ما به اشتراک بگذارید، و با همکاری یکدیگر، آینده‌ای روشن‌تر بسازیم. هدف این مقاله، ارائه راهکارهای عملی و ساده‌ای است که با استفاده از بسترهای تجاری کشورهای با ساختار حقوقی پایدار مانند کانادا، سرمایه شما را حفظ کرده و به رشد آن کمک کند.

پیام کلیدی: در اقتصاد پرتلاطم، توقف یعنی شکست. با قدم‌های هوشمندانه، می‌توانید از بحران، فرصت بسازید.



واقعیت‌های اقتصادی: آنچه باید بدانید

برای سرمایه‌گذاری هوشمند، ابتدا باید واقعیت‌های اقتصادی امروز را به‌خوبی درک کنیم. در ادامه، به مهم‌ترین چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌رو نگاهی می‌اندازیم:

۱. مکانیسم ماشه و سایه تحریم‌ها

مذاکرات هسته‌ای در ژوئیه ۲۰۲۵ به بن‌بست نزدیک شده و احتمال فعال‌سازی مکانیسم ماشه، تجارت ایران را بیش از پیش تهدید می‌کند. برخی کانال‌های بانکی در اروپا از هماکنون فعالیت‌های خود را کاهش داده‌اند، و این محدودیت‌ها، دسترسی به بازارهای جهانی را برای ایرانیان دشوارتر کرده است.

اما فرصت کجاست؟

کشورهایی با ساختار حقوقی پایدار و منعطف، مانند کانادا، می‌توانند به‌عنوان پلی برای دسترسی به بازارهای جهانی عمل کنند. کانادا، با اقتصاد باثبات و سیاست‌های تجاری شفاف، بستری امن برای سرمایه‌گذاری و تجارت بین‌المللی فراهم می‌کند. انجمن بازرگانی ایران و کانادا آماده است تا با راهنمایی و پشتیبانی، شما را به این بازارها متصل کند.

۲. تورم جهانی و فشارهای فدرال رزرو

تورم جهانی در ژوئن ۲۰۲۵ به سطوح نگران‌کننده‌ای رسیده است. تعرفه‌های تجاری دولت جدید آمریکا، همراه با تنش‌های اقتصادی با اروپا، هزینه‌های تولید و حمل‌ونقل را افزایش داده است. فدرال رزرو، که تحت فشارهای سیاسی قرار دارد، در جولای ۲۰۲۵ نرخ‌های بهره را کاهش نداده و این یعنی فشار بیشتری بر تولیدکنندگان ایرانی که با هزینه‌های بالای داخلی دست‌وپنجه نرم می‌کنند.

چه باید کرد؟

تمرکز بر دارایی‌هایی که در برابر تورم مقاوم‌اند، کلید موفقیت است. از کالاهای صادراتی پرتقاضا تا سرمایه‌گذاری در فناوری‌های دیجیتال، فرصت‌های متعددی وجود دارد که در ادامه به آن‌ها خواهیم پرداخت.

۳. افت دلار آمریکا و ظهور ارزهای باثبات

دلار آمریکا در نیمه اول ۲۰۲۵ در برابر ارزهای اصلی افت چشمگیری داشته است. دخالت‌های سیاسی در فدرال رزرو و گمانه‌زنی‌ها درباره تغییر رئیس آن، اعتماد جهانی به دلار را تضعیف کرده است. در مقابل، ارزهایی مانند دلار کانادا با ثبات نسبی، گزینه‌ای امن‌تر برای تجارت و سرمایه‌گذاری هستند.



چرا این مهم است؟

برای ایرانیانی که به دنبال حفظ ارزش دارایی‌هایشان هستند، انتقال سرمایه به ارزهای باثبات یا دارایی‌های غیروابسته به دلار آمریکا، یک استراتژی هوشمندانه است. ما در انجمن، آماده مشاوره به شما برای انتخاب بهترین مسیرها هستیم.

۴. هزینه‌های بالای انرژی، اما قابل مدیریت
تنش‌های اخیر در خلیج فارس، قیمت نفت را به سطوح بالایی رسانده است. اگرچه تهدید بستن تنگه هرمز فروکش کرده، هزینه‌های انرژی همچنان برای تولیدکنندگان ایرانی یک چالش جدی است.

راهکار چیست؟

فعالیت در بازارهای پرتقاضا، مانند صادرات محصولات مصرفی، کشاورزی یا فناوری به کانادا، می‌تواند سودآوری را حفظ کند.

تله انفعال: بزرگ‌ترین ریسک شما

بسیاری از ایرانیان، در برابر این نااطمینانی‌ها، دچار انفعال شده‌اند: پروژه‌ها متوقف شده‌اند.

■ نقدینگی در حساب‌ها بلوکه شده است.

■ صادرات به تعویق افتاده است.
این انفعال، نه احتیاط، بلکه تسلیم شدن به بحران است. سرمایه‌گذار

موفق کسی است که در دل نااطمینانی، با تحلیل و شجاعت، مسیر خود را می‌سازد. ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، از شما دعوت می‌کنیم که این انفعال را کنار بگذارید و با ما در پروژه‌های تحول‌آفرین شریک شوید.

سه راهبرد عملی برای سرمایه‌گذاری

هوشمند

برای عبور از این طوفان اقتصادی، سه راهبرد عملی پیشنهاد می‌کنیم که برای هر ایرانی، چه با سرمایه کوچک و چه با کسب‌وکاری بزرگ، قابل اجرا هستند:

۱. حفظ سرمایه: از نقدینگی به دارایی‌های پویا
در محیط تورمی، پول نقد به سرعت ارزش خود را از دست می‌دهد. برای حفظ سرمایه، باید آن را به دارایی‌هایی



تبدیل کنید که:

■ با تورم رشد می‌کنند.

■ نقدشوندگی بالایی دارند.

■ به دلار آمریکا وابسته نیستند.

حالا در کانادا و اروپا مشتری دارد. شما هم می‌توانید با پیوستن به شبکه صادراتی ما، چنین فرصت‌هایی را خلق کنید.

۲. دسترسی به بازارهای جهانی از

طریق کشورهای کم‌ریسک

تحریم‌ها تجارت را دشوار کرده‌اند، اما کشورهایمانند کانادا با ساختار حقوقی پایدار، می‌توانند پلی به بازارهای جهانی باشند.

چه کار کنید؟

■ کالاهای صادراتی پرتقاضا: محصولات

مصرفی مانند مواد غذایی، آرایشی و بهداشتی یا داروهای گیاهی که در بازارهای جهانی تقاضای بالایی دارند.

■ ارزهای باثبات: مانند دلار کانادا که

در برابر نوسانات جهانی مقاوم‌تر است.

■ بهینه‌سازی کسب‌وکار: سرمایه‌گذاری

در تجهیزات کم‌مصرف یا فناوری‌های جدید برای کاهش هزینه‌های تولید.

■ خدمات دیجیتال صادرات‌پذیر:

مانند طراحی نرم‌افزار، مشاوره آنلاین، یا آموزش دیجیتال که از ایران به بازارهای جهانی قابل عرضه هستند.

■ بخش‌های داخلی مقاوم:

سرمایه‌گذاری در حوزه‌های سلامت، آموزش، یا فناوری که در ایران تقاضای پایدار دارند.

■ مثال موفقیت: یک استارت‌آپ ایرانی

در تهران که پلتفرمی برای آموزش آنلاین به زبان فارسی توسعه داده،

چه کار کنید؟

برای عموم:

■ همکاری غیرمستقیم با صادرکنندگان ایرانی دارای مجوز، مانند شبکه‌های توزیع.

■ شراکت در محموله‌های صادراتی با سرمایه متوسط، مانند سرمایه‌گذاری در کانتینرهای صادراتی محصولات کشاورزی.

■ استفاده از پلتفرم‌های تجارت دیجیتال برای اتصال به خریداران جهانی، مانند پلتفرم‌هایی که انجمن در حال توسعه آن‌هاست.

برای سرمایه‌گذاران حرفه‌ای:

■ ثبت شرکت در کانادا برای دسترسی به بازارهای بین‌المللی.



به قول معروف:
سرمایه‌ای که نقد نشود،
سرمایه نیست؛ قفل است.

مثال موفقیت از گذشته:

در بحران اقتصادی سال ۱۳۸۷، یک شرکت صادرکننده مدارهای الکترونیک با قراردادهای ارزی پویا، بازار جدیدی در آسیا باز کرد. این شرکت نه تنها از بحران جان سالم به در برد، بلکه سود خود را چندبرابر کرد. امروز، ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، پروژه‌هایی مشابه برای شما آماده کرده‌ایم.



■ راه‌اندازی شعبه در کشورهای ثالث مانند عمان یا امارات از طریق شخصیت حقوقی بین‌المللی.

■ سرمایه‌گذاری در قراردادهای صادراتی یا خدمات، مانند پروژه‌های فناوری که انجمن از آن‌ها پشتیبانی می‌کند.

■ **مزیت کانادا:** برخلاف برخی کشورهای منطقه، کانادا در ثبت شرکت به محل تولد مدیران حساس نیست و بستری امن برای فعالیت‌های تجاری فراهم می‌کند. ما در انجمن، آماده راهنمایی شما برای ثبت شرکت یا یافتن شرکای تجاری در کانادا هستیم.

مثال موفقیت: یک شرکت ایرانی-کانادایی در تورنتو که در حوزه بلاکچین فعالیت می‌کند، با حمایت انجمن، قراردادهایی با شرکت‌های کانادایی برای مدیریت زنجیره تأمین امضا کرده است. شما هم می‌توانید با پیوستن به پروژه‌های ما، چنین موفقیت‌هایی را رقم بزنید.

۳. تصمیم‌گیری با داده، نه احساس

موفقیت در سرمایه‌گذاری، نتیجه تحلیل دقیق است، نه حدس و گمان.

سه سؤال کلیدی که باید از خود بپرسید:

■ آیا قیمت محصولاتتان با تورم تولید تطبیق داده شده است؟

■ آیا هنوز همه‌چیز را با دلار آمریکا می‌سنجید؟

■ آیا برای هزینه‌های بالای انرژی برنامه‌ای دارید؟

چرا ملک نخرید؟

بازار مسکن در ایران در سال ۱۴۰۴ در رکود غیرشفاف گرفتار است:

■ نقدشوندگی پایین

■ ریسک‌های قانونی و مالیاتی

■ قفل شدن سرمایه

جایگزین‌های هوشمند:

■ کالاهای صادراتی با تقاضای بالا

■ ارزهای باثبات مانند دلار کانادا

■ خدمات دیجیتال یا بخش‌های داخلی مانند سلامت و آموزش

دعوت به همکاری: ایرانیان کانادا،

آینده را با ما بسازید

ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، از تک تک ایرانیان ساکن کانادا دعوت می‌کنیم که به پروژه‌های ما بپیوندند. چه شما یک کارآفرین جوان باشید که ایده‌ای نو دارد، چه یک سرمایه‌گذار باتجربه که به دنبال فرصت‌های جدید است، و چه یک حرفه‌ای در حوزه فناوری، تجارت، یا انرژی، ما به شما نیاز داریم.

چگونه می‌توانید با ما همکاری

کنید؟

■ ایده‌پردازان: ایده‌هایتان را برای پروژه‌های تجاری، از فناوری تا صادرات، با ما به اشتراک بگذارید.

■ شرکای تجاری: به شبکه توزیع محصولات ایرانی در کانادا، مانند زعفران یا پسته، بپیوندید.

■ سرمایه‌گذاران: در پروژه‌های ما، از مزارع خورشیدی در ایران تا استارت‌آپ‌های فناوری در کانادا، سرمایه‌گذاری کنید.

■ متخصصان: اگر در حوزه‌های مهندسی، فناوری، یا مدیریت تجربه دارید، به تیم‌های پروژه ما ملحق شوید.

آینده را شما می‌سازید

تحریم‌ها، تورم جهانی، و ضعف دلار آمریکا چالش‌های بزرگی هستند، اما بزرگ‌ترین تهدید، ترس از اقدام است.

■ هزینه‌های انرژی بالاست، اما فعالیت در بازارهای پرتقاضا همچنان سودده است.

■ دلار آمریکا ضعیف شده، اما ارزهای باثباتی مانند دلار کانادا وجود دارند.

■ تحریم‌ها تجارت را سخت کرده‌اند، اما کشورهای کم‌ریسک مانند کانادا راه ارتباط با دنیا را باز می‌کنند.

شما ناخدای کشتی خود هستید. طوفان اقتصادی واقعی است، اما با حرکت هوشمندانه و استفاده از بسترهای بین‌المللی، می‌توانید از بحران، آینده‌ای روشن بسازید. اکنون زمان اقدام است. ما در انجمن بازرگانی ایران و کانادا، آماده‌ایم که در این مسیر همراه شما باشیم. با ما تماس بگیرید، ایده‌هایتان را به اشتراک بگذارید، و بیایید با هم، آینده‌ای بسازیم که شایسته نام ایران و ایرانی باشد.

با امید به روزهایی روشن‌تر

محمد وحیدی‌راد

مدیر انجمن بازرگانی ایران و کانادا

RSM Capital

شریک شما در موفقیت تجاری کانادا

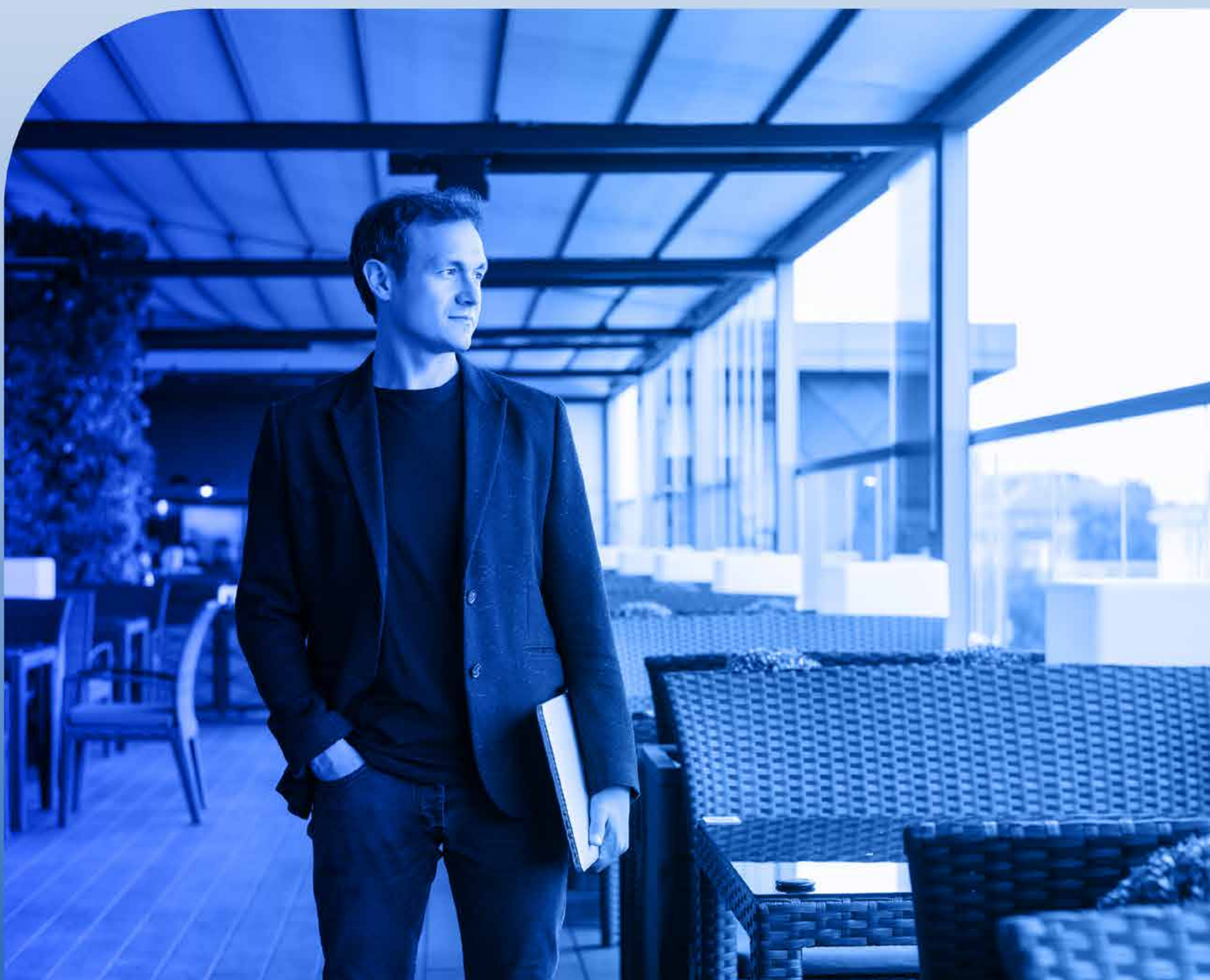
مهاجرت به کانادا یک
اتفاق نیست، یک برآیند پنج
ساله است! رد شدن از مرز تنها
۵٪ مسیر است.

۹۵٪ موفقیت از کسب درآمد دلاری

در کانادا شروع می‌شود.
چقدر آماده‌اید؟

از ایده تا
موفقیت،
با شما
هستیم"

درآمد دلاری با بیزینس‌های پایدار
پشتیبانی کامل برای اقامت دائم
۱۲ سال تجربه در کنار شما



+1-514 8121744

www.rsmcapital.ca

همین حالا تماس بگیرید:

تنش‌های تجاری کانادا و آمریکا: چالش‌ها در دل طوفان تجاری

جهان در تابستان ۱۴۰۴ شاهد تنش‌های بی‌سابقه‌ای در روابط تجاری بین کانادا و ایالات متحده است. تعرفه‌های ۳۵ درصدی دولت دونالد ترامپ بر کالاهای کانادایی، همراه با پاسخ‌های تلافی‌جویانه کانادا، اقتصاد دو سوی مرز را به لرزه درآورده است. مارک کارنی، نخست‌وزیر کانادا، در ۲۲ جولای ۲۰۲۵ هشدار داد که بدون توافقی تجاری با آمریکا، تورم در کانادا ممکن است از ۴.۵ درصد کنونی به ۷ درصد برسد. این تنش‌ها، که با اظهارات جنجالی ترامپ و اقدامات متقابل کانادا تشدید شده، نه تنها اقتصاد دو کشور، بلکه زنجیره‌های تأمین جهانی را تحت تأثیر قرار داده است.



این مقاله، با تکیه بر اخبار و گزارش‌های منتشرشده تا ۲۲ جولای ۲۰۲۵، به بررسی دلایل، پیامدها، و فرصت‌های پیش‌رو در این بحران تجاری می‌پردازد. همچنین، با نگاهی به نقش ایرانیان کانادا، راهکارهایی برای تبدیل این چالش‌ها به فرصت‌های سرمایه‌گذاری و همکاری ارائه می‌دهد.

سیاست‌های تهاجمی از ۴ فوریه ۲۰۲۵، دولت آمریکا تعرفه‌هایی ۳۵ درصدی بر کالاهای وارداتی از کانادا اعمال کرد. این سیاست، که به بهانه کاهش کسری تجاری، مقابله با قاچاق مواد مخدر، و کنترل مهاجرت غیرقانونی اجرایی شد، به صادرات کلیدی کانادا از جمله نفت خام، محصولات کشاورزی، و خودرو ضربه زده است.

طبق گزارش رویترز در ۲۲ جولای ۲۰۲۵، این تعرفه‌ها صادرات کانادا را ۱۲ درصد کاهش داده و قیمت مواد غذایی در این کشور را به‌طور متوسط ۱۰ درصد افزایش داده است. دونالد ترامپ، این تعرفه‌ها را بخشی از سیاست «اول آمریکا» توصیف کرده و در ۲۰ جولای ۲۰۲۵ حتی پیشنهاد داد که کانادا به «ایالت پنجاه‌ویکم» آمریکا تبدیل شود، اظهاراتی که با واکنش تند مقامات کانادایی مواجه شد. داگ فورد، نخست‌وزیر انتاریو، این تعرفه‌ها را به «کامیون سیمانی» تشبیه کرد که به اقتصاد کانادا برخورد کرده و خواستار پاسخ «دلار به دلار» شد.

این تنش‌ها بخشی از تلاش آمریکا برای بازنگری توافق تجارت آزاد آمریکا-مکزیک-کانادا (CUSMA) است. با نزدیک شدن به ضرب‌الاجل ۱ آگوست ۲۰۲۵ برای نهایی‌سازی توافق جدید، مذاکرات همچنان پیچیده و پرچالش باقی مانده است.



پیامدهای اقتصادی:

از تورم تا اختلال در زنجیره‌های تأمین تأثیر بر کانادا

اقتصاد کانادا، که ۷۵ درصد صادراتش به آمریکا وابسته است، تحت فشار شدیدی قرار دارد. تعرفه‌های ۳۵ درصدی، همراه با تحریم‌های تلافی‌جویانه کانادا، هزینه‌های تأمین کالاها را افزایش داده است. به گزارش رویترز (۲۲ جولای ۲۰۲۵)، حذف محصولات آمریکایی مانند مشروبات الکلی و شراب کالیفرنایی از فروشگاه‌های انتاریو و کبک، فروش الکل را ۲۰ درصد کاهش داده است.

مارک کارنی هشدار داده که بدون توافق گمرکی، تورم در کانادا ممکن است به ۷ درصد برسد. این افزایش تورم،



تأثیر بر آمریکا

تعرفه‌های ۳۵ درصدی درآمد قابل‌توجهی برای دولت آمریکا ایجاد کرده، اما به قیمت افزایش هزینه‌های زندگی برای مصرف‌کنندگان آمریکایی تمام شده است. کانادا تأمین‌کننده ۵۲ درصد نفت خام وارداتی آمریکا است، و این تعرفه‌ها قیمت بنزین را در برخی ایالت‌ها تا ۱۵ درصد بالا برده است (گزارش ۲۲ جولای ۲۰۲۵). این موضوع فشار مالی بر خانوارهای آمریکایی را افزایش داده و به نارضایتی عمومی دامن زده است.

بازار سهام نزدک نیز در ۲۲ جولای ۲۰۲۵ با کاهش ۳.۲ درصدی مواجه شد، که نشان‌دهنده نگرانی‌های جهانی از اختلال در زنجیره‌های تأمین است. کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند که بدون پیشرفت در مذاکرات CUSMA تا

ناشی از اختلال در زنجیره‌های تأمین و هزینه‌های بالای واردات از آمریکا، فشار مضاعفی بر مصرف‌کنندگان وارد کرده است. قیمت مواد غذایی از ۱۸ جولای ۲۰۲۵ به‌طور متوسط ۱۰ درصد رشد کرده، و این روند می‌تواند به نارضایتی عمومی، به‌ویژه با نزدیک شدن به انتخابات ۲۰۲۶، دامن بزند.

داگ فورد همچنین تهدید کرده که در صورت تداوم تعرفه‌ها، صادرات برق به ایالت‌های نیویورک، میشیگان، و مینه‌سوتا (که ۸ درصد برقشان از کانادا تأمین می‌شود) ممکن است متوقف شود. این اقدام، اگرچه برگ برنده‌ای برای کانادا محسوب می‌شود، می‌تواند به تلافی‌های سخت‌تر از سوی آمریکا منجر شود.





ما اثرگذار بوده است. از مردم می‌خواهیم با حمایت از تولیدات داخلی و سفر در داخل کشور، این مسیر را ادامه دهند.» تهدید قطع صادرات انرژی: تهدید به قطع صادرات برق به ایالت‌های شمالی آمریکا، که وابستگی قابل‌توجهی به کانادا دارند، اهرم فشاری برای مذاکرات ایجاد کرده است.

استراتژی‌های بلندمدت

مارک کارنی در نشست نخست‌وزیران استانی در هانتس‌ویل، انتاریو (۲۲ جولای ۲۰۲۵)، بر لزوم کاهش وابستگی به آمریکا تأکید کرد. او دو محور اصلی را مطرح کرد:

حمایت از صنایع کلیدی: پشتیبانی هدفمند از بخش‌هایی مانند چوب، فولاد، خودروسازی، و آلومینیوم که از تعرفه‌های ۲۵ تا ۲۰۰ درصدی آمریکا آسیب دیده‌اند. توسعه پروژه‌های ملی: تصویب قانون «اقتصاد واحد کانادا» (C-Bill ۵) برای تسهیل اجرای پروژه‌های زیرساختی

پایان اوت ۲۰۲۵، تولید ناخالص داخلی کانادا ۱.۵ درصد و آمریکا ۰.۸ درصد کاهش یابد.

واکنش کانادا: از اقدامات تلافی‌جویانه تا استراتژی‌های بلندمدت

کانادا در برابر این بحران، ترکیبی از اقدامات تلافی‌جویانه و استراتژی‌های بلندمدت را در پیش گرفته است:

اقدامات تلافی‌جویانه

تحریم محصولات آمریکایی: از ۱۸ جولای ۲۰۲۵، استان‌هایی مانند انتاریو و بریتیش کلمبیا محصولات آمریکایی مانند مشروبات الکلی را از فروشگاه‌ها حذف کرده‌اند. این اقدام، همراه با کاهش سفر کانادایی‌ها به آمریکا برای شش ماه متوالی، به اقتصاد آمریکا فشار وارد کرده است. دیوید ابی، نخست‌وزیر بریتیش کلمبیا، در ۲۲ جولای ۲۰۲۵ اظهار داشت: «تحریم‌های

مانند خطوط لوله، بنادر، و معادن. کارنی همچنین اعلام کرد که «دفتر فدرال پروژه‌ها» تا روز کارگر افتتاح خواهد شد تا هماهنگی بین دولت، شرکت‌ها، و جوامع را تقویت کند.

در همین راستا، داگ فورد، اسکات مو (ساسکاچوان)، و دنیل اسمیت (آلبرتا) تفاهم‌نامه‌ای برای توسعه زیرساخت‌های انرژی داخلی امضا کردند تا وابستگی به خط لوله Line ۵ آمریکا، که روزانه بیش از ۵۴۰ هزار بشکه نفت و گاز مایع به پالایشگاه‌های انتاریو منتقل می‌کند، کاهش یابد. فورد تأکید کرد: «اتکای بیش از حد به آمریکا بس است؛ باید خطوط داخلی خودمان را بسازیم.»

کانادا همچنین از ۱۸ جولای ۲۰۲۵ مذاکراتی با کشورهای مرکوسور (آرژانتین، برزیل، پاراگوئه، و اروگوئه) آغاز کرده تا روابط تجاری خود را متنوع کند. وزیر تجارت کانادا اعلام کرد که این مذاکرات ممکن است تا پایان ۲۰۲۵ به توافق اولیه منجر شود.



کارنی همچنین به تقویت روابط با کشورهای عضو توافق‌نامه ترانس‌پاسیفیک (CPTPP) اشاره کرد تا وابستگی به آمریکا کاهش یابد.

واکنش‌های جنجالی و دیپلماسی پرتنش

اظهارات جنجالی دونالد ترامپ، که در ۲۲ جولای ۲۰۲۵ کانادایی‌ها را «بدجنس و بی‌مروت» خواند، موجی از واکنش‌ها را برانگیخت. این اظهارات در پاسخ به تحریم مشروبات الکلی آمریکایی و کاهش سفر کانادایی‌ها به آمریکا مطرح شد. پیت هوکسترا، سفیر آمریکا در کانادا، با طنز افزود که مأموران مرزی ماشین او را برای حمل مشروبات آمریکایی بازرسی نمی‌کنند.





در مقابل، کارنی در نشست هانتسویل موضعی قاطع گرفت و گفت:

ما توافقی را امضا می‌کنیم که به سود مردم کانادا باشد، نه توافقی به هر قیمت.

نخست‌وزیران استانی نیز هم‌صدا با کارنی، بر کیفیت توافق تأکید کردند: تیم هوستون (نوا اسکوشیا): «توافق خوب از سرعت مهم‌تر است.» فرانسوا لوگو (کبک): «کیفیت را فدا نمی‌کنیم.» سوزان هولت (نیوبرانزویک): «ما توافقی باارزش می‌خواهیم، حتی اگر زمان بیشتری نیاز باشد.»

چشم‌انداز آینده

بدون پیشرفت در مذاکرات CUSMA تا پایان اوت ۲۰۲۵، اقتصاد کانادا و آمریکا با کاهش تولید ناخالص داخلی (۱.۵ درصد برای کانادا و ۰.۸ درصد برای آمریکا) مواجه خواهد شد. افزایش تورم و هزینه‌های زندگی، نارضایتی عمومی را در هر دو کشور تشدید کرده است. باین‌حال، استراتژی‌های کانادا برای کاهش وابستگی به آمریکا، از جمله توسعه زیرساخت‌های داخلی و گسترش روابط تجاری با مرکوسور و CPTPP، می‌تواند افق‌های جدیدی را باز کند.

منابع:

رویترز، تحریم مشروبات الکلی آمریکا و تأثیر بر فروش الکل در کانادا، ۲۲ جولای ۲۰۲۵
رویترز، تلاش کانادا برای توافق تجاری با مرکوسور، ۱۸ جولای ۲۰۲۵
اظهارات داگ فورد درباره تعرفه‌های آمریکا، ۲۲ جولای ۲۰۲۵
اظهارات مارک کارنی در نشست هانتسویل، ۲۲ جولای ۲۰۲۵

وقتی مدیرکل گمرک غرب تهران با 27 سال تجربه، شخصاً رازهای کارت بازرگانی و کارت کارگزاری کامل را با شما به اشتراک می‌گذارد، یعنی با یک **فرصت طلایی روبه‌رو** هستید!

می‌دانید اولین قدم برای ورود حرفه‌ای به تجارت بین‌الملل، داشتن کارت بازرگانی است؟

قصد دارید به‌عنوان ترخیص‌کار رسمی گمرک فعالیت کنید؟



وبینار تخصصی:

آموزش صفر تا صد اخذ
کارت بازرگانی و کارت کارگزاری
گمرک

تاریخ برگزاری: 9 مرداد 1404
ساعت: 17 تا 20

ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر:



+98-9924009714
021-22764672

مدرس: سیروس قهرمانی،

مدیرکل گمرک غرب تهران
با 27 سال سابقه اجرایی در امور
گمرکی و تجارت خارجی

قانون اعداد کوچک در تجارت دیجیتال: چگونه سودهای خرد، ثروت‌های کلان می‌سازند؟



جادوی اعداد کوچک در اقتصاد

امروز

در فضای کسب‌وکار امروز، همه به دنبال «ایده‌های بزرگ» هستند. اما واقعیت این است که ایده‌های کوچک و تکراری، با اجرای درست، می‌توانند ثروت‌های کلان ایجاد کنند.

یک مثال ساده: اگر محصول شما در ماه توسط ۱۰ میلیون نفر دیده شود و تنها ۱ درصد از آن‌ها هر کدام فقط ۱ دلار برایتان سود بسازند، شما به درآمد ۱۰۰ هزار دلار در ماه می‌رسید. این همان اصل ساده‌ای است که استارت‌آپ‌ها، توسعه‌دهندگان اپلیکیشن و بازی‌سازان از آن استفاده می‌کنند و در سکوت، بازارهای میلیاردی می‌سازند.

فرصت‌های پنهان در تجارت آزاد

تجارت جهانی به شکلی بی‌سابقه باز شده است. از کانادا تا خاورمیانه، مرزها دیگر بهانه‌ای برای محدودیت نیستند. ابزارهایی مثل پلتفرم‌های B2B، بازارهای اپلیکیشن و تبلیغات دیجیتال، فرصت‌های تازه‌ای خلق کرده‌اند.

من در سفری به مشهد، در پارک علم و فناوری خراسان با چندین شرکت‌های تک و نرم‌افزاری ملاقات داشتم. همان‌جا با خود گفتم:

«چرا ما با وجود این همه نیروی متخصص، هنوز در صادرات نرم‌افزار به سطح جهانی نرسیده‌ایم؟»

پاسخ، ساده اما تلخ است: ما اغلب به جای دیدن فرصت‌های کوچک و

تکراری، به دنبال پروژه‌های بزرگ و پیچیده هستیم که شروع کردنشان سال‌ها طول می‌کشد.

یک داستان واقعی: اقتصاد خرد در

خانه‌های ما

فرض کنید یک دختر ۴ ساله در خانه دارید که هر روز فقط نیم ساعت با آی‌پد بازی می‌کند. الگوریتم تبلیغات بازی‌ها طوری است که با نصب یک بازی، ده‌ها بازی مشابه به او پیشنهاد می‌شود.

حالا یک بازی دوبعدی ساده اما سرگرم‌کننده می‌خواهد بخرد. می‌توانید خرید؟

قیمت اشتراک سالانه این بازی ۸۰ دلار است. این تنها یکی از صدها بازی ساده‌ای است که تیم‌های ایرانی می‌توانند بسازند و به راحتی در بازار جهانی عرضه کنند.

من خودم برای همین بازی ۸۰ دلار پرداخت می‌کنم، درست همان‌طور که سالانه ۷۵ دلار برای فضای یک ترابایتی OneDrive و مجموعه کامل آفیس ابری به مایکروسافت پرداخت می‌کنم.

راز شرکت‌های کوچک اما

میلیون‌دلاری

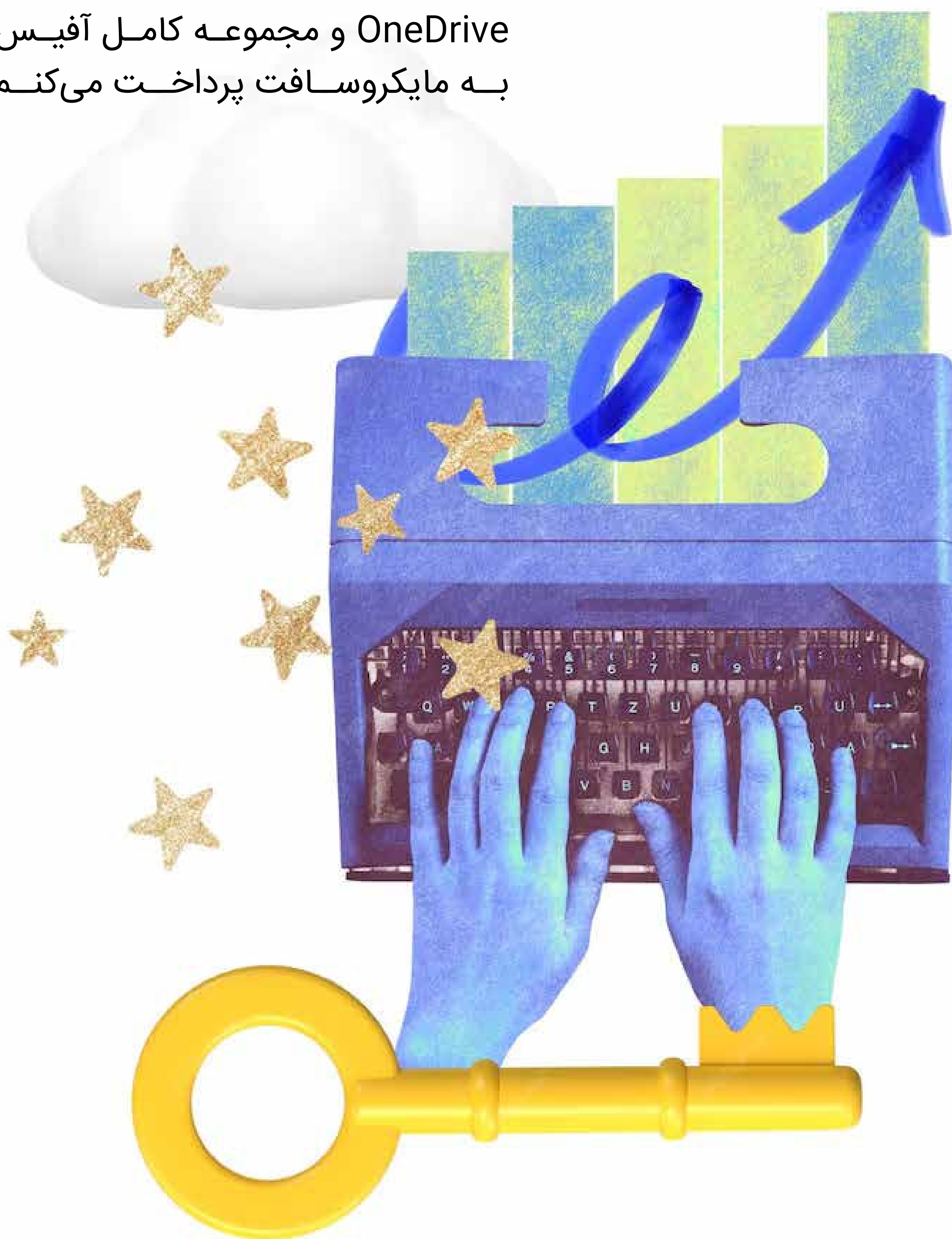
در کانادا شرکت‌های کوچکی وجود دارند که کمتر از ۱۰ نفر نیرو دارند اما هر سه ماه یک بازی ساده موبایلی منتشر می‌کنند.

راز موفقیت این شرکت‌ها در دو اصل طلایی است:

۱. تکرار بی‌وقفه و عرضه محصولات کوچک اما کاربردی.

۲. درک عمیق از ارزش اعداد کوچک و مقیاس‌پذیری آن‌ها.

این شرکت‌ها به دنبال پروژه‌های عظیم و ریسک‌های چند میلیون دلاری نیستند، بلکه با تمرکز بر بازارهای خرد



اما نکته مهم این است که ما اغلب فقط مایکروسافت را می‌بینیم، درحالی‌که صدها شرکت کوچک، در سایه همین مدل کسب‌وکار، درآمدهای چند میلیون دلاری دارند.

بازی‌های رایگان، درآمدهای پنهان

بسیاری از بازی‌های ساده رایگان هستند اما با نمایش تبلیغات (Google Ads) یا خریدهای درون‌برنامه‌ای، سودهای کلانی می‌سازند. حتی برخی به شما پیشنهاد می‌دهند که:

«اگر ۱۰ دوست خود را دعوت کنید، نسخه بدون تبلیغات را رایگان دریافت می‌کنید.» این مدل ساده را می‌توان در اپلیکیشن‌های کاربردی هم پیاده کرد:

■ اپلیکیشن‌های مدیریت مخارج،

■ ابزارهای یادآوری دارو،

■ یا حتی اپ‌های آموزشی روزانه،

که با پرداخت‌های کوچک یا تبلیغات، درآمدهای مستمر ایجاد می‌کنند.

ترس از شروع، دشمن کارآفرین

بزرگ‌ترین مانع ما، نه کمبود سرمایه و نه نبود ایده، بلکه ترس از شروع است. ما به اشتباه فکر می‌کنیم رقابت با غول‌هایی مثل مایکروسافت یا گوگل غیرممکن است، درحالی‌که هزاران استارت‌آپ کوچک در دنیا با ایده‌های ساده و تمرکز روی یک «نیاز کوچک» توانسته‌اند سهمی از بازار بگیرند.

ایده‌های ساده که دنیا را تغییر

دادند

به اطرافمان نگاه کنیم؛ بسیاری از برندهای میلیاردی امروز، از یک ایده بسیار کوچک شروع شدند:

■ واتساپ با هدف ساده «ارسال پیام سریع» آغاز شد.

■ کانوا (Canva) با ایده «طراحی آسان برای همه» متولد شد.

■ Angry Birds یک بازی کوچک دوبعدی بود که میلیون‌ها دلار درآمد ساخت.

اگر این شرکت‌ها منتظر «ایده بزرگ» مانده بودند، شاید هیچ‌وقت شکل نمی‌گرفتند.

پتانسیل انجمن بازرگانی ایران و کانادا

انجمن بازرگانی ایران و کانادا بستری فراهم کرده که تیم‌ها و استارت‌آپ‌های ایرانی بتوانند با کمترین هزینه و سریع‌ترین روش، وارد بازارهای دیجیتال جهانی شوند.

این انجمن می‌تواند نقش یک شتاب‌دهنده واقعی را برای صادرات نرم‌افزار، بازی‌ها و خدمات آنلاین ایفا کند. تنها چیزی که لازم داریم، همت، شجاعت و شروع است.

۵ توصیه طلایی برای کارآفرینان ایرانی

۱. کوچک شروع کنید، اما ادامه دهید.

حتی یک محصول ساده می‌تواند شروع یک برند بین‌المللی باشد.

۲. از تکرار نترسید. درآمدهای کوچک اما تکراری، قابل‌اتکاتر از پروژه‌های بزرگ و پرریسک هستند.

۳. مدل رایگان + تبلیغات را جدی بگیرید. بسیاری از درآمدهای بزرگ از همین استراتژی ساده ساخته شده‌اند.

۴. بازار جهانی را هدف بگیرید. پلتفرم‌های اپ‌استور و گوگل‌پلی برای همه باز هستند، نه فقط شرکت‌های بزرگ.

۵. از قدرت انجمن‌ها استفاده کنید. انجمن بازرگانی ایران و کانادا می‌تواند مسیر ورود شما به بازارهای آمریکای شمالی را کوتاه‌تر کند.

زمان شروع، همین حالا است

بازار دیجیتال به کسانی پاداش می‌دهد که جرئت شروع و ادامه دادن دارند. نیازی نیست از فردا مایکروسافت شوید؛ کافی است یک محصول ساده بسازید، آن را تکرار کنید و از اعداد کوچک نترسید. موفقیت در دنیای امروز، بیشتر از هر چیز، حاصل ترکیب دیدگاه درست و اقدام سریع است.





Veendel Accounting
PRECISION IN TAX, EXCELLENCE IN ACCOUNTING

*Veendel
Accounting*



گروه حسابداری **Veendel**

با بیش از یازده سال تجربه در خدمت
مشاغل کوچک و متوسط کانادا

خدمات ما شامل:

ثبت و مدیریت مالیات شرکتی

آماده سازی مدارک مالیاتی جهت

دریافت وام های تجاری

تهیه صورت های مالی برای بانک ها و

سرمایه گذاران

حسابرسی معاملات روزانه

ثبت الکترونیکی مالیات فروش

مدیریت حقوق و دستمزد کارمندان

با مدیریت ناهید نصیری

با Veendel
دقیق و حرفه ای
باشید!

تلفن تماس از سراسر کانادا:

 **18884848449**

 **www.veendel.ca**

داستان برند (Brand Story) یکی از ابزارهای قدرتمند در بازاریابی است که می‌تواند ارتباط عاطفی با مصرف‌کنندگان ایجاد کند. در بازار کانادا، جایی که مصرف‌کنندگان به اصالت، ارزش‌ها، و شفافیت اهمیت زیادی می‌دهند، یک داستان برند قوی می‌تواند شما را از رقبا متمایز کند. در این مقاله، به آموزش ساخت داستان برند برای جذب بازار کانادا و ارائه نمونه‌های موفق می‌پردازیم.

ساخت داستان برند (Brand Story) برای جذب بازار کانادا: آموزش و نمونه‌های موفق

بخش اول: داستان برند چیست؟

داستان برند، روایتی است که هویت، ارزش‌ها، و مأموریت برند شما را به مخاطبان منتقل می‌کند. این داستان شامل تاریخچه برند، دلیل وجود آن، و تأثیر آن بر زندگی مشتریان است.

چرا داستان برند مهم است؟

۱. ایجاد ارتباط عاطفی: مصرف‌کنندگان کانادایی به برندهایی که با آن‌ها ارتباط عاطفی دارند وفادارترند.

۲. تمایز از رقبا: یک داستان منحصر به فرد شما را از دیگر برندها متمایز می‌کند.
۳. افزایش اعتماد: داستانی که شفاف و صادقانه باشد، اعتماد مصرف‌کننده را جلب می‌کند.

بخش دوم: عناصر کلیدی یک

داستان برند

برای ساخت یک داستان برند موفق، باید عناصر زیر را در نظر بگیرید:





۱. شخصیت اصلی (Hero)

شخصیت اصلی داستان برند شما، مشتری است. داستان باید نشان دهد که چگونه برند شما به مشتری کمک می‌کند تا مشکلات خود را حل کند یا زندگی بهتری داشته باشد.

۲. چالش

چالشی که مشتری با آن مواجه است را تعریف کنید. به عنوان مثال، برای یک برند زعفران ایرانی، چالش می‌تواند "پیدا کردن زعفران باکیفیت و اصیل" باشد.



۳. راه حل

نقش برند شما در حل این چالش چیست؟ چگونه محصول شما زندگی مشتری را بهبود می‌دهد؟

۴. ارزش‌ها

ارزش‌های برند خود (مانند کیفیت، پایداری، یا اصالت) را در داستان بگنجانید.

۵. اصالت

داستان شما باید واقعی و صادقانه باشد. مصرف‌کنندگان کانادایی به داستان‌های ساختگی اعتماد نمی‌کنند.

بخش سوم: مراحل ساخت داستان برند

برای ساخت داستان برند برای بازار کانادا، مراحل زیر را دنبال کنید:

مرحله ۱: شناخت مخاطب

ابتدا باید مخاطب هدف خود در کانادا را بشناسید. مصرف‌کنندگان کانادایی معمولاً به کیفیت، پایداری، و اصالت اهمیت می‌دهند. همچنین، آن‌ها از برندهایی که با فرهنگ و ارزش‌های آن‌ها همخوانی دارد استقبال می‌کنند.



مرحله ۲: تعریف هویت برند

هویت برند خود را مشخص کنید. سؤالاتی مانند "چرا این برند وجود دارد؟"، "چه ارزش‌هایی را دنبال می‌کنیم؟"، و "چه تأثیری روی زندگی مشتریان داریم؟" را پاسخ دهید.

مرحله ۳: نوشتن داستان

داستان خود را بنویسید. داستان باید ساده، جذاب، و صادقانه باشد. از زبانی استفاده کنید که با فرهنگ کانادایی هم‌خوانی دارد (مانند زبانی دوستانه و شفاف).

مرحله ۴: انتشار داستان

داستان برند خود را از طریق وبسایت، شبکه‌های اجتماعی، بسته‌بندی، و تبلیغات منتشر کنید.



بخش چهارم: نمونه‌های موفق

برای درک بهتر، چند نمونه از داستان‌های برند موفق ارائه می‌کنیم:

نمونه ۱: زعفران ایرانی

داستان برند: "ما یک خانواده کشاورز در خراسان هستیم که نسل‌هاست زعفران کشت می‌کنیم. زعفران ما با عشق و دقت پرورش داده می‌شود تا طعم و عطر اصیل ایرانی را به میز غذای شما در کانادا بیاورد. هر بسته زعفران ما، داستان تلاش یک خانواده برای حفظ سنت‌های ایرانی است."

نتیجه: این داستان اصالت و کیفیت را منتقل می‌کند و مصرف‌کنندگان کانادایی را جذب می‌کند.

نمونه ۲: فرش دستباف ایرانی

داستان برند: "هر فرش ما یک اثر هنری است که توسط زنان هنرمند ایرانی بافته شده است. ما داستان هر بافنده را روی برچسب فرش درج می‌کنیم تا شما بدانید که با خرید این فرش، از یک خانواده ایرانی حمایت می‌کنید."

نتیجه: این داستان ارزش‌های اجتماعی و اصالت را منتقل می‌کند و با ارزش‌های کانادایی (مانند حمایت از جوامع محلی) هم‌خوانی دارد.



بخش پنجم: نکات کلیدی

برای موفقیت

۱. صادق باشید:

داستان شما باید واقعی باشد. مصرف‌کنندگان کانادایی به داستان‌های ساختگی اعتماد نمی‌کنند.

۲. با فرهنگ کانادا هم‌خوانی داشته باشید:

از ارزش‌هایی مانند پایداری، تنوع، و شفافیت در داستان خود استفاده کنید.

۳. از تصاویر استفاده کنید:

تصاویر بافندگان، مزارع، یا فرآیند تولید می‌توانند داستان شما را جذاب‌تر کنند.

۴. داستان را به‌روزرسانی کنید:

با گذشت زمان، داستان خود را با دستاوردها و موفقیت‌های جدید به‌روزرسانی کنید.

think -
like a
customer

بخش ششم: نتیجه‌گیری

ساخت داستان برند یک ابزار قدرتمند برای جذب بازار کانادا است. با ایجاد یک داستان صادقانه، جذاب، و متناسب با ارزش‌های کانادایی، می‌توانید ارتباط عاطفی با مصرف‌کنندگان ایجاد کنید و جایگاه برند خود را تقویت کنید. داستان برند نه تنها به افزایش فروش کمک می‌کند، بلکه وفاداری مشتریان را نیز افزایش می‌دهد.

ورک پرمیت به پی آر تنها یک اتفاق نیست،
بلکه حاصل یک پرایند دراز مدت خواهد بود...

انجمن آمادگی کامل خود را در حوزه راه اندازی، استارت آپ و دیگر راه حل های موجود برای کمک به شما در جهت تبدیل وضعیت اقامتی خود را دارد، مسئولیت تبدیل ورک پرمیت به پی آر شما با ماست.

برای دریافت این سرویس، لطفاً با ایمیل contact@canirn.com تماس بگیرید.

STARTUP PLAN



فراهم سازی بستر املاک توسط انجمن بازرگانی ایران و کانادا



توجه: مسئولیت نهایی هرگونه معامله بر عهده مالک است. نقش انجمن، صرفاً تسهیل و هماهنگی برای معرفی و نمایش ملک شما خواهد بود.

با توجه به درخواست های مکرر عزیزانی که در کانادا سکونت دارند و همزمان در ایران املاکی برای فروش دارند، انجمن تصمیم گرفته است بستری مطمئن و حرفه ای برای تسهیل این فرایند فراهم آورد.

اگر شما نیز ملکی در ایران دارید و به دلیل بعد مسافت یا محدودیت های زمانی، امکان مدیریت مستقیم فروش آن را ندارید، انجمن در کنار شماست. با بهره گیری از تیم حقوقی مجرب در ایران و همکاری با متخصصان محلی، تلاش می کنیم روند فروش را برای شما آسان تر کنیم.

در صورت تمایل، مشخصات کامل ملک خود را به دفتر تهران انجمن ارسال فرمایید. با ما همراه باشید تا تجربه ای مطمئن و شفاف در فروش املاک خود داشته باشید.

ارتباط با ما: contact@canirn.com

چگونه ارزش افزوده محصولات صادراتی به کانادا را برای قیمت‌گذاری بهتر افزایش دهیم؟



در بازار رقابتی کانادا، افزایش ارزش افزوده محصولات صادراتی یکی از بهترین راه‌ها برای توجیه قیمت‌های بالاتر و جذب مشتریان است. ارزش افزوده به معنای ایجاد ویژگی‌ها یا مزایایی است که محصول شما را از رقبای متمایز می‌کند. در این مقاله، به بررسی روش‌های افزایش ارزش افزوده برای محصولات صادراتی به کانادا و تأثیر آن بر قیمت‌گذاری می‌پردازیم.

بخش اول: ارزش افزوده چیست؟

ارزش افزوده به هرگونه بهبود یا ویژگی اضافی گفته می‌شود که ارزش محصول را برای مصرف‌کننده افزایش می‌دهد. این می‌تواند شامل کیفیت بالاتر، بسته‌بندی بهتر، گواهی‌نامه‌های خاص، یا خدمات اضافی باشد.

چرا ارزش افزوده مهم است؟

۱. افزایش قیمت:

با افزایش ارزش افزوده، می‌توانید قیمت محصول را بالا ببرید بدون اینکه مشتریان نسبت به قیمت حساس شوند.

۲. جذب مشتریان:

مصرف‌کنندگان کانادایی به محصولات با ارزش افزوده بالا (مانند محصولات ارگانیک یا پایدار) علاقه زیادی دارند.

۳. رقابت‌پذیری:

ارزش افزوده شما را از رقبای متمایز می‌کند و جایگاه قوی‌تری در بازار ایجاد می‌کند.

بخش دوم: روش‌های افزایش ارزش افزوده

برای افزایش ارزش افزوده محصولات صادراتی به کانادا، می‌توانید از روش‌های زیر استفاده کنید:

۱. دریافت گواهی‌نامه‌های بین‌المللی

گواهی‌نامه‌هایی مانند "ارگانیک"، "Fair Trade"، یا "Non-GMO" می‌توانند ارزش محصول شما را افزایش دهند. مصرف‌کنندگان کانادایی به این گواهی‌نامه‌ها اعتماد دارند و حاضرند برای آن‌ها هزینه بیشتری پرداخت کنند.

۲. بهبود بسته‌بندی

همان‌طور که در مقاله قبلی بحث شد، بسته‌بندی باکیفیت و پایدار می‌تواند ارزش محصول را بالا ببرد. استفاده از بسته‌بندی‌های لوکس یا قابل بازیافت یک راه مؤثر است.

۳. ارائه خدمات اضافی

خدماتی مانند ضمانت کیفیت، ارسال رایگان، یا پشتیبانی مشتریان می‌تواند ارزش محصول را افزایش دهند. به‌عنوان مثال، ارائه یک دستور پخت رایگان با محصولات غذایی می‌تواند جذابیت محصول را بالا ببرد.

۴. تأکید بر اصالت و فرهنگ

محصولات ایرانی (مانند زعفران، فرش، یا صنایع‌دستی) دارای اصالت و تاریخچه فرهنگی غنی هستند. با تأکید بر این ویژگی‌ها (مثلاً از طریق بسته‌بندی یا داستان برند)، می‌توانید ارزش محصول را بالا ببرید.

۵. تولید محصولات سفارشی

محصولات سفارشی (مانند زعفران بسته‌بندی‌شده برای رستوران‌ها یا فرش‌های طراحی‌شده برای مشتریان خاص) می‌تواند ارزش بیشتری برای مصرف‌کننده ایجاد کند.

بخش سوم: تأثیر ارزش افزوده

بر قیمت‌گذاری

افزایش ارزش افزوده مستقیماً روی قیمت‌گذاری تأثیر می‌گذارد:

۱. توجیه قیمت بالاتر

محصولی که دارای گواهی‌نامه ارگانیک است یا بسته‌بندی لوکس دارد، می‌تواند با قیمت بالاتری فروخته شود. مصرف‌کنندگان کانادایی حاضرند برای ارزش اضافی هزینه کنند.

۲. کاهش حساسیت به قیمت

وقتی محصول شما ارزش افزوده بالایی دارد، مشتریان کمتر روی قیمت تمرکز می‌کنند و بیشتر به مزایای محصول توجه می‌کنند.



۳. رقابت با برندهای محلی

برندهای کانادایی معمولاً ارزش افزوده بالایی ارائه می‌دهند. با افزایش ارزش افزوده، می‌توانید با آن‌ها رقابت کنید.

بخش چهارم: مثال‌های عملی

برای درک بهتر، چند مثال از افزایش ارزش افزوده ارائه می‌کنیم:

مثال ۱: زعفران ارگانیک

یک صادرکننده زعفران ایرانی گواهینامه ارگانیک از یک نهاد بین‌المللی دریافت کرد. این گواهینامه باعث شد که قیمت هر کیلو زعفران از ۲۰۰۰ دلار به ۲۵۰۰ دلار افزایش یابد و فروش نیز ۴۰٪ بیشتر شود.



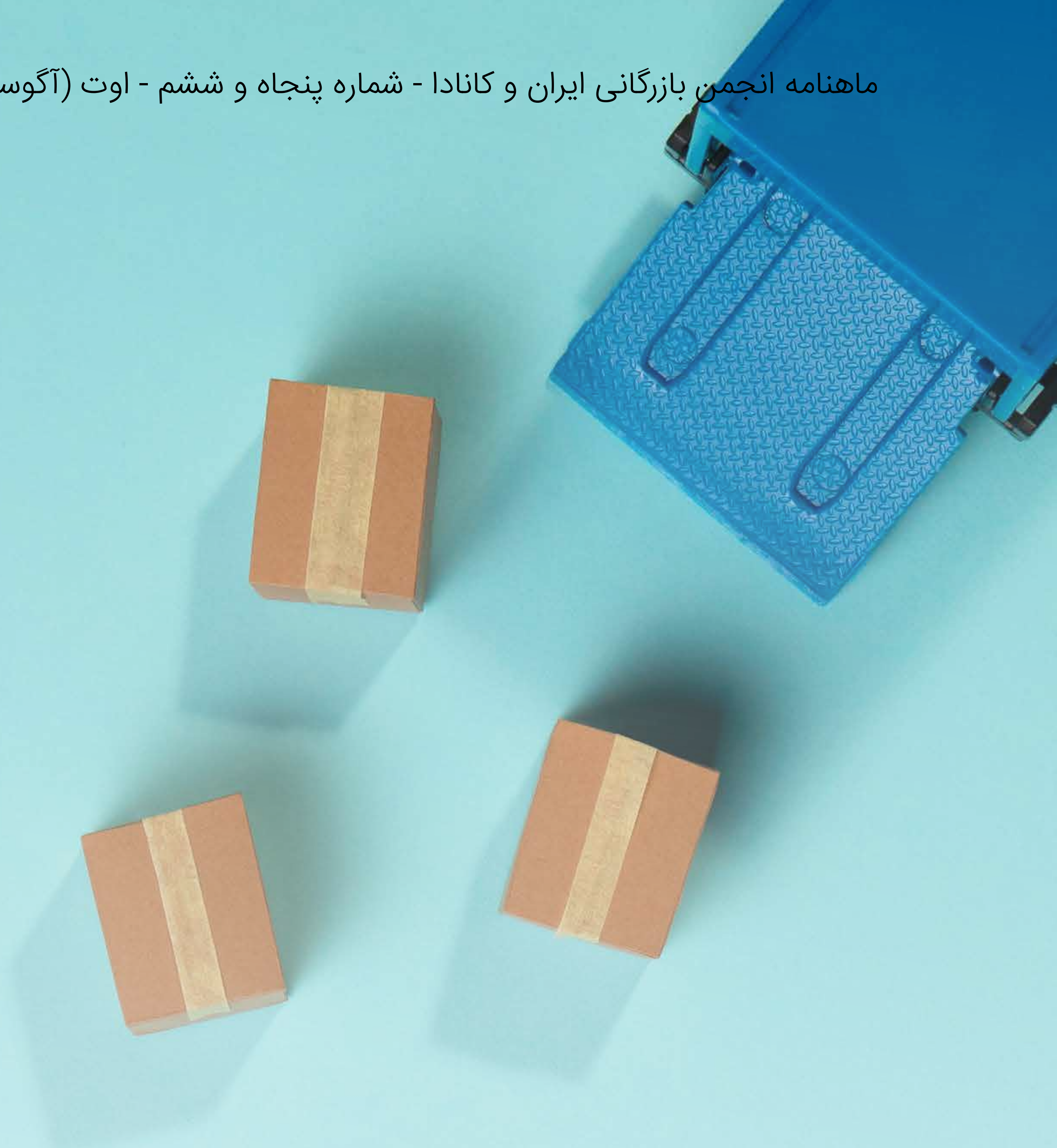
مثال ۲: فرش دستباف با داستان فرهنگی

یک شرکت صادرکننده فرش دستباف، بروشوری به بسته‌بندی اضافه کرد که داستان بافندگان و تاریخچه فرهنگی فرش را توضیح می‌داد. این کار ارزش درک‌شده محصول را افزایش داد و شرکت توانست قیمت هر مترمربع را ۲۰٪ بالا ببرد.



مثال ۳: پسته با بسته‌بندی قابل بازیافت

یک صادرکننده پسته از بسته‌بندی قابل بازیافت استفاده کرد و برچسب "Eco-Friendly" روی محصول درج کرد. این ویژگی باعث شد که مصرف‌کنندگان کانادایی این محصول را به رقبای ترجیح دهند.



بخش پنجم: چالش‌ها و راه‌حل‌ها

افزایش ارزش افزوده با چالش‌هایی همراه است:

چالش ۱: هزینه‌های اضافی

دریافت گواهینامه یا بهبود بسته‌بندی هزینه‌بر است. **راه‌حل:** این هزینه‌ها را به‌عنوان سرمایه‌گذاری در نظر بگیرید. افزایش فروش و قیمت محصول این هزینه‌ها را جبران خواهد کرد.

چالش ۲: رقابت شدید

رقبا ممکن است ارزش افزوده مشابهی ارائه دهند. **راه‌حل:** روی ویژگی‌های منحصر به فرد محصول خود (مانند اصالت ایرانی) تمرکز کنید.

چالش ۳: عدم آگاهی مصرف‌کننده

ممکن است مصرف‌کنندگان از ارزش افزوده محصول شما آگاه نباشند. **راه‌حل:** از طریق بازاریابی (مانند شبکه‌های اجتماعی یا بروشور) ارزش افزوده را به آن‌ها معرفی کنید.

بخش ششم: نتیجه‌گیری

افزایش ارزش افزوده محصولات صادراتی به کانادا یک استراتژی مؤثر برای بهبود قیمت‌گذاری و جذب مشتریان است. با دریافت گواهینامه‌های بین‌المللی، بهبود بسته‌بندی، و تأکید بر اصالت فرهنگی، می‌توانید جایگاه قوی‌تری در بازار کانادا ایجاد کنید. این رویکرد نه تنها سودآوری شما را افزایش می‌دهد، بلکه به توسعه برند شما نیز کمک می‌کند.

فرصتی استثنایی برای اعضای محترم انجمن بازرگانی ایران و کانادا

با توجه به برگزاری جام جهانی فوتبال ۲۰۲۶ به صورت مشترک در کشورهای عضو نفتا (کانادا، ایالات متحده و مکزیک)، انجمن بازرگانی ایران و کانادا در نظر دارد کارگروه تخصصی‌ای تشکیل دهد تا در نمایشگاه‌ها و فستیوال‌های مرتبط در این کشورها شرکت کرده و محصولات اعضای خود را به نمایش بگذارد.

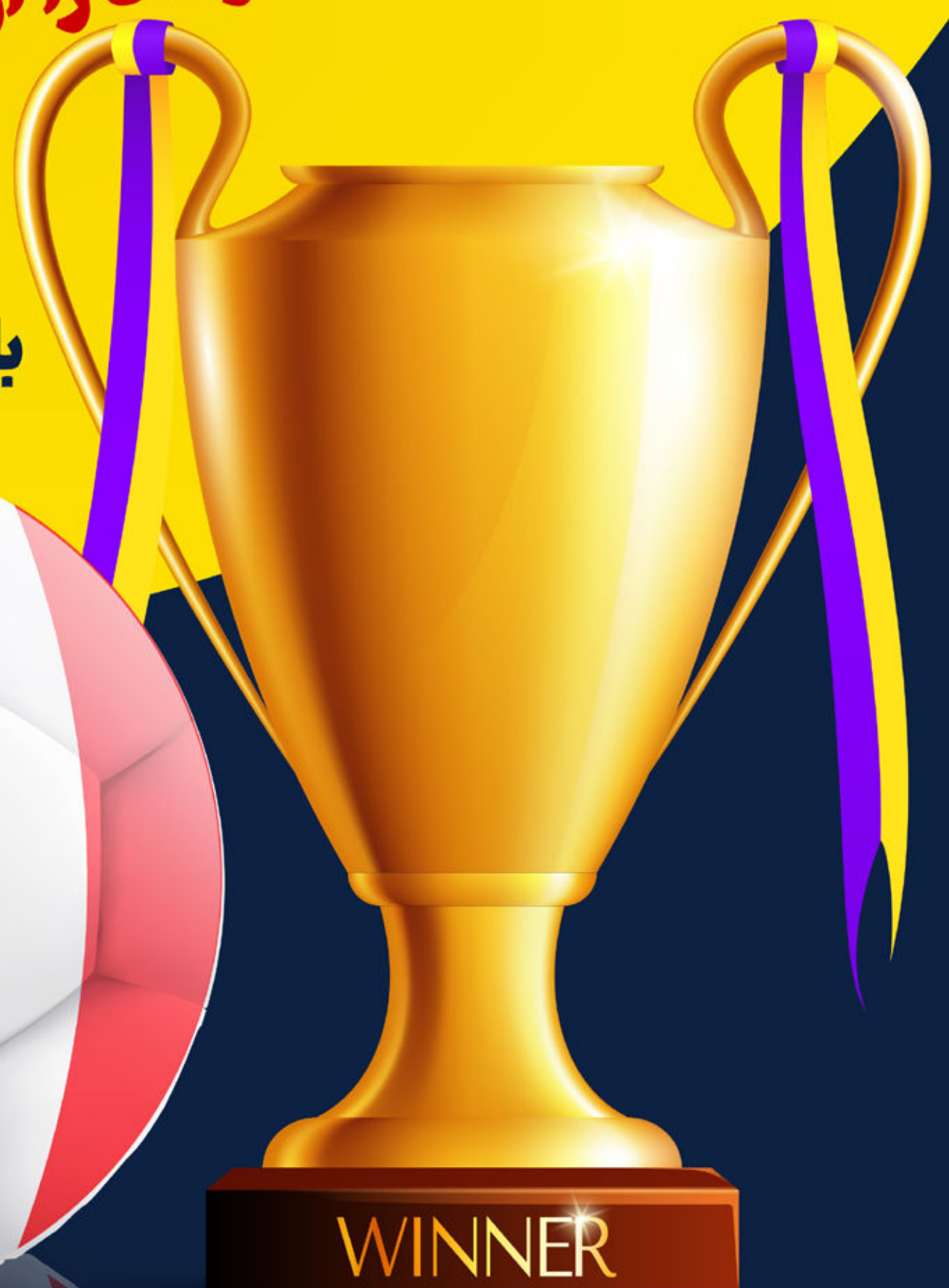
در همین راستا، انجمن موفق به رزرو چهار غرفه اختصاصی در فستیوال **Host City ۲۰۲۶ Vancouver FIFA World Cup** شده است. این فستیوال فرصتی بی‌نظیر برای معرفی محصولات و خدمات شما به بازاری جهانی و متنوع فراهم می‌کند.

از اعضای علاقمند دعوت می‌شود تا آمادگی خود را برای عضویت در این کارگروه تخصصی از طریق ایمیل زیر اعلام نمایند:

contact@canirn.com

مهلت ثبت‌نام محدود است؛ فرصت را از دست ندهید!

با تشکر، انجمن بازرگانی ایران و کانادا





نقش بسته‌بندی در برندسازی و قیمت‌گذاری برای بازار کانادا: استانداردها و انتظارات

در بازار رقابتی کانادا، بسته‌بندی نقش بسیار مهمی در موفقیت محصولات صادراتی ایفا می‌کند. مصرف‌کنندگان کانادایی به کیفیت، پایداری (Sustainability)، و جذابیت بصری بسته‌بندی اهمیت زیادی می‌دهند. بسته‌بندی نه تنها محافظ محصول است، بلکه ابزاری برای برندسازی و توجیه قیمت‌گذاری بالاتر نیز محسوب می‌شود. در این مقاله، به بررسی نقش بسته‌بندی در برندسازی و قیمت‌گذاری برای بازار کانادا، استانداردها و انتظارات مصرف‌کنندگان، و راهکارهای عملی برای صادرکنندگان ایرانی می‌پردازیم.



مصرف‌کنندگان کانادایی حاضرند برای بسته‌بندی باکیفیت و پایدار هزینه بیشتری پرداخت کنند.

بخش دوم: استانداردها و انتظارات بسته‌بندی در بازار کانادا برای موفقیت در بازار کانادا، بسته‌بندی باید با استانداردها و انتظارات این بازار مطابقت داشته باشد. برخی از این استانداردها عبارت‌اند از:

- ۱. پایداری و محیط‌زیست**
کانادایی‌ها به مسائل زیست‌محیطی بسیار اهمیت می‌دهند. بسته‌بندی باید:
 - از مواد قابل بازیافت یا زیست‌تخریب‌پذیر ساخته شده باشد.
 - از پلاستیک‌های غیرضروری اجتناب کند.

بخش اول: چرا بسته‌بندی در بازار کانادا مهم است؟

بازار کانادا یکی از پیشرفته‌ترین بازارهای مصرفی در جهان است. مصرف‌کنندگان کانادایی به جزئیات توجه زیادی دارند و بسته‌بندی اولین نقطه تماس آن‌ها با محصول است. دلایلی که بسته‌بندی در این بازار اهمیت دارد عبارت‌اند از:

- ۱. تأثیر بر تصمیم خرید**
مطالعات نشان می‌دهد که بیش از ۷۰٪ مصرف‌کنندگان کانادایی تصمیم خرید خود را در محل فروش (Point of Sale) می‌گیرند. بسته‌بندی جذاب می‌تواند توجه آن‌ها را جلب نموده و آن‌ها را به خرید ترغیب کند.

- ۲. ایجاد هویت برند**
بسته‌بندی بخشی از هویت برند است. یک بسته‌بندی با طراحی حرفه‌ای و متناسب با ارزش‌های برند می‌تواند اعتماد مصرف‌کننده را جلب کند و وفاداری به برند را افزایش دهد.

- ۳. توجیه قیمت بالاتر**
اگر بسته‌بندی محصول شما کیفیت بالا و طراحی خاصی داشته باشد، می‌توانید قیمت بالاتری برای محصول خود تعیین کنید.



■ دارای برچسب‌هایی مانند "Recyclable" یا "Eco-Friendly" باشد.

۲. اطلاعات شفاف

بسته‌بندی باید اطلاعات کاملی در مورد محصول ارائه دهد، از جمله:

- ترکیبات محصول (به‌ویژه برای مواد غذایی).
- تاریخ تولید و انقضا.
- دستورالعمل استفاده.
- اطلاعات تماس شرکت.

۳. طراحی مینیمال و جذاب

طراحی بسته‌بندی در کانادا معمولاً مینیمال و کاربردی است. مصرف‌کنندگان از بسته‌بندی‌هایی با رنگ‌های ملایم، فونت‌های خوانا، و تصاویر باکیفیت استقبال می‌کنند.

۴. رعایت قوانین

بسته‌بندی باید با قوانین کانادا مطابقت داشته

باشد، از جمله:

■ برچسب‌گذاری به دو زبان انگلیسی و فرانسوی (به‌ویژه در کبک).

■ رعایت استانداردهای Canada Consumer Product Safety (Act)CCPSA.

بخش سوم: نقش

بسته‌بندی در برندسازی
بسته‌بندی ابزاری قدرتمند برای برندسازی است. در ادامه، به روش‌هایی که بسته‌بندی به برندسازی کمک می‌کند می‌پردازیم:

۱. ایجاد تمایز

در قفسه‌های فروشگاه‌های کانادایی، محصولات زیادی با هم رقابت می‌کنند. بسته‌بندی منحصر به فرد (مانند استفاده از رنگ‌های خاص یا طراحی خلاقانه) می‌تواند محصول شما را از رقبای متمایز کند.

۲. انتقال ارزش‌های برند

بسته‌بندی می‌تواند ارزش‌های برند شما را منتقل کند. به‌عنوان مثال، اگر برند شما روی پایداری تمرکز دارد، استفاده از مواد بازیافتی در بسته‌بندی این پیام را به مصرف‌کننده منتقل می‌کند.

۳. جلب اعتماد

بسته‌بندی باکیفیت و حرفه‌ای نشان‌دهنده تعهد برند به کیفیت است. مصرف‌کنندگان کانادایی به بسته‌بندی‌های شلخته یا غیرحرفه‌ای اعتماد نمی‌کنند.





بسته‌بندی شما نیز استانداردهای مشابهی داشته باشد.

بخش پنجم: راهکارهای عملی برای بهبود بسته‌بندی
برای موفقیت در بازار کانادا، صادرکنندگان ایرانی می‌توانند از راهکارهای زیر استفاده کنند:

۱. همکاری با طراحان حرفه‌ای
با یک تیم طراحی حرفه‌ای کار کنید تا بسته‌بندی شما با استانداردهای کانادایی مطابقت داشته باشد. از رنگ‌ها و طرح‌هایی استفاده کنید که با فرهنگ کانادایی همخوانی دارد (مانند رنگ‌های طبیعی و طرح‌های مینیمال).

۲. استفاده از مواد پایدار
از موادی مانند کاغذ بازیافتی، مقوای زیست‌تخریب‌پذیر، یا بسته‌بندی‌های قابل‌استفاده مجدد استفاده کنید. این کار نه تنها به محیط‌زیست کمک می‌کند، بلکه تصویر مثبتی از برند شما ایجاد می‌کند.

بخش چهارم: نقش بسته‌بندی در قیمت‌گذاری

بسته‌بندی می‌تواند مستقیماً روی قیمت‌گذاری محصول تأثیر بگذارد. در ادامه، به این تأثیرات می‌پردازیم:

۱. افزایش ارزش درک‌شده
بسته‌بندی جذاب باعث می‌شود مصرف‌کننده ارزش بیشتری برای محصول قائل شود. به‌عنوان مثال، یک بسته‌بندی لوکس برای زعفران ایرانی می‌تواند قیمت محصول را توجیه کند.

۲. کاهش حساسیت به قیمت
اگر بسته‌بندی شما نشان‌دهنده کیفیت بالا باشد، مصرف‌کنندگان کمتر به قیمت حساس خواهند بود. به‌عنوان مثال، بسته‌بندی با برجسب "ارگانیک" یا "دست‌ساز" می‌تواند قیمت بالاتر را قابل‌قبول کند.

۳. رقابت با برندهای محلی
برندهای کانادایی معمولاً از بسته‌بندی‌های باکیفیت استفاده می‌کنند. برای رقابت با آن‌ها، باید



و شرکت توانست قیمت هر بسته را ۲۰٪ بالا ببرد.

مثال ۲: بسته‌بندی پسته

یک صادرکننده پسته ایرانی از کیسه‌های پارچه‌ای قابل‌استفاده مجدد برای بسته‌بندی استفاده کرد. این بسته‌بندی با استقبال زیادی مواجه شد، زیرا مصرف‌کنندگان کانادایی از رویکرد پایدار آن قدردانی کردند. این شرکت توانست قیمت محصول خود را ۱۵٪ افزایش دهد.

بخش هفتم: نتیجه‌گیری

بسته‌بندی نقش کلیدی در برندسازی و قیمت‌گذاری برای بازار کانادا ایفا می‌کند. با رعایت استانداردها، استفاده از مواد پایدار، و طراحی جذاب، صادرکنندگان ایرانی می‌توانند جایگاه خود را در این بازار تقویت کنند. بسته‌بندی نه تنها ابزاری برای محافظت از محصول است، بلکه فرصتی برای جلب توجه مصرف‌کننده، ایجاد هویت برند، و توجیه قیمت بالاتر می‌باشد.

۳. برچسب‌گذاری مناسب

اطمینان حاصل کنید که تمام اطلاعات موردنیاز (مانند ترکیبات، تاریخ انقضا، و اطلاعات تماس) روی بسته‌بندی درج شده است. برچسب‌ها باید به دو زبان انگلیسی و فرانسوی باشند.

۴. آزمایش بازار

قبل از تولید انبوه، بسته‌بندی خود را در بازار کانادا آزمایش کنید. بازخورد مصرف‌کنندگان را جمع‌آوری نموده و تغییرات لازم را اعمال کنید.

بخش ششم: مثال‌های عملی

برای درک بهتر، چند مثال از نقش بسته‌بندی در بازار کانادا ارائه می‌کنیم:

مثال ۱: بسته‌بندی زعفران ایرانی

یک شرکت ایرانی که زعفران صادر می‌کند، بسته‌بندی خود را از پلاستیک ساده به جعبه‌های مقوایی با طراحی سنتی ایرانی تغییر داد. روی جعبه، برچسب "ارگانیک" و "قابل بازیافت" درج شد و اطلاعات به دو زبان انگلیسی و فرانسوی ارائه شد. نتیجه این بود که فروش محصول ۳۰٪ افزایش یافت.

اشتراک ویژه ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا به صورت چاپ شده

فرصتی بی‌نظیر برای فعالان اقتصادی و تجاری!

ماهنامه‌های تخصصی انجمن بازرگانی ایران و کانادا، منبعی ارزشمند برای تحلیل‌های اقتصادی، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و راهکارهای توسعه کسب‌وکار در ایران و کانادا را به صورت چاپ شده دریافت کنید...

ویژگی‌های اشتراک

۱۲ شماره ماهنامه در یک سال

دسترسی به تحلیل‌های اقتصادی به‌روز

شناسایی فرصت‌های همکاری تجاری

ارتباط مستقیم با شبکه‌های بین‌المللی

هزینه اشتراک سالانه

فقط ۸۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال

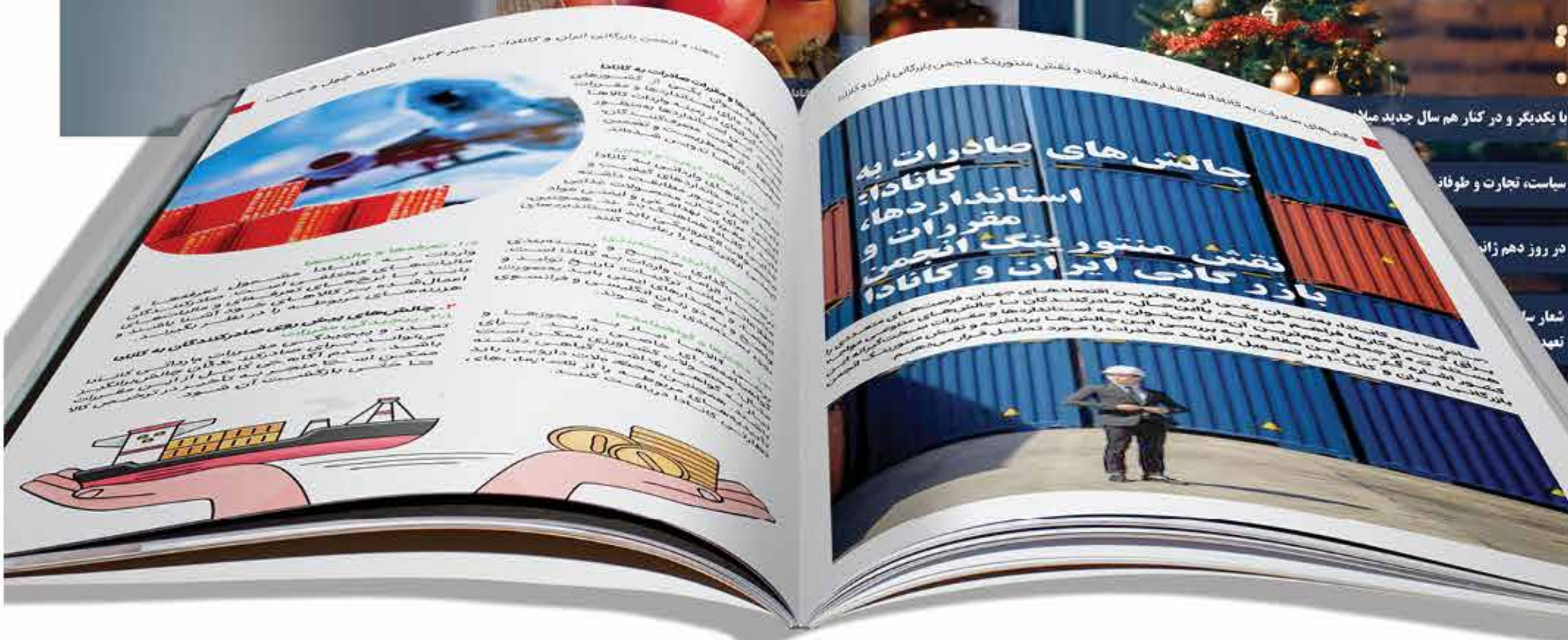
هزینه سالانه: ۸/۵۰۰/۰۰۰ تومان

برای ثبت‌نام و اطلاعات بیشتر

☎ 021-22 76 46 72

☎ 0912-194-13 66

🌐 canadairan.ca



معرفی پنج کتاب منتشر شده در انجمن بازرگانی ایران و کانادا



کتاب پنجم (کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای کانادایی در ایالات متحده آمریکا) در حقیقت تکمیل کننده کتاب های قبلی در آمریکای شمالی است که بعنوان هدیه نوروزی انجمن بازرگانی ایران و کانادا در اختیار همه قرار گرفت.

کتاب اول

کتاب تجارت با / از / در کانادا حاوی تعداد حدودی ۱۴۰۰ صفحه ، انتشارات جاجرمی



کتاب دوم

آخرین آمارهای اقتصادی و تجاری
کشور کانادا
براساس اداره آمار کانادا تا پایان سال ۲۰۲۲
انتشارات آذرفر، ۴۴۶ صفحه



کتاب سوم

راهنمای کامل لیبلینگ در کانادا
انجمن بازرگانی ایران و کانادا
چون (ژوئن) ۲۰۲۳
نحوه انتشار: آنلاین



کتاب چهارم

استراتژی و تئوری های فروش
استراتژی و تئوری های فروش در آمریکای شمالی
تعداد صفحات ۳۲۶
انتشارات آذرفر



کتاب پنجم:

کتاب راهنمای توسعه کسب و کارهای
کانادایی در ایالات متحده آمریکا
نحوه انتشار: آنلاین



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.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

Monthly Online Magazine
Canada Iran Business Association
August 2025 – Issue 56
To contact the editors:
contact@canirn.com

