

در کارگاه آموزشی « راهکارهای کاهش هزینه و درآمد زایی در تشکل ها » تاکید شد:

تشکل خود را به یک برند تبدیل کنید



در کارگاه آموزشی راهکارهای کاهش هزینه و درآمد زایی در تشکل ها که در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی اصفهان برگزار شد، بر تبدیل کردن تشکل به یک برند تاکید شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان در این کارگاه **جواد الهی نسب**، مدرس و مشاور مرکز علمی صنعتی با تاکید بر اینکه آنچه موجب هوشمندی یک تشکل می شود، توجه به جزئیات و متعادل بودن این جزئیات با یکدیگر است، گفت: تشکل ها به دلیل اینکه پایه و زمینه ایجاد یک اقتصاد آزاد را تشکیل می دهند از اهمیت ویژه ای برخوردارند. وی افزود: افزایش هزینه و کاهش درآمدها برابر است با مرگ یک تشکل و باید برای اجتناب از این امر نگاه سیستماتیکی در تشکل وجود داشته باشد. مدرس این کارگاه با بیان اینکه در یک تشکل لازم است بر سرمایه های فکری متمرکز بود، تصریح کرد: فکر تولید تکنولوژی می کند و با متمرکز شدن بر سرمایه های فیزیکی نمی توان به پیشرفت و تحول مثبتی در یک تشکل دست یافت. الهی نسب داشتن نظم و انضباط فکری را موجب قدرتمند شدن انسان و ذهن وی دانست و گفت: تفکرات باید استراتژیک باشند نه عملیاتی. وی افزود: هیات مدیره یک تشکل، فکر افزای آن است نه ابزار. مدرس مرکز علمی صنعتی تصریح کرد: رسیدن به توسعه هزینه بر بوده و برای توانمند شدن یک تشکل لازم است برای آموزش هیات مدیره آن هزینه نمود. الهی نسب اولین اقدام در مسیر افزایش درآمد را شناسایی مشتریان و دسته بندی آنها بیان کرد و افزود: تولید ارزش برای مشتری، ارتباط با آنها و حفظ و افزایش تعداد مشتریان از گام های بعدی افزایش درآمد است. وی گفت: خلق ارزش و افزایش درآمد نیازمند تفکر استراتژیک منحصر بفردی است و بدین منظور، باید نیت متمرکز داشته باشید، در جستجوی پرسش های ناگفته و پاسخ های نایافته بوده، بر عواملی تمرکز کنید که ممتاز کننده باشند، در هر رخدادی در جستجوی فرصت و منفعت استراتژیک بوده و همیشه تصویر های متعددی از آینده سازمان در ذهن خود داشته باشید. مدرس این کارگاه افزود: نهضت کاهش قیمت تمام شده، کاملا مشارکتی بوده و مستمر، همه جانبه، نظام مند و با حضور کلیه ارکان زنجیره تامین و با همکاری دستگاه های اجرایی و رسانه ها که موجب کاستن از قیمت نهایی تولید و توزیع، همراه با ارتقاء کیفیت شده و به ارتقاء توان رقابتی بنگاه ها در مواجهه با رقبای داخلی و خارجی کمک می کند، امکانپذیر خواهد بود. الهی نسب هزینه های کارکردی، هزینه ها به تفکیک رفتار، هزینه ها به تفکیک نوع و هزینه به تفکیک زمان را از انواع هزینه ها نام برد. الهی نسب در پایان ارزش ویژه برند را مجموعه دارایی ها و بدهی های یک برند که ارزش محصول یا خدمت تولید شده را کم یا زیاد می کند عنوان و تاکید کرد: تشکل خود را به یک برند تبدیل کنید.