

کیان نامه

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

کیان نامه شماره ۲۷، تیر ۹۸



- انتقال دانش و تجربه بزرگان خرده فروشی ایران در همایش تجارت طلایی
- درخشش مشتریان کیان در میان برندهای برتر صنعت خرده فروشی
- لازمه های موفقیت مراکز خرید
- تجلیل از مدیران **کیان نور رایانه** به عنوان **بانوان موثر خرده فروشی**
- کروگر، بزرگترین فروشگاه زنجیره ای خواربار دنیا
- صندوق فروشگاه های در بیست و پنجمین نمایشگاه بین المللی الکامپ
- معرفی کتاب، آینده خرید کردن شما



www.kyansoftco.com



(+۹۸) ۲۱ ۸۸ ۷۳ ۶۶ ۶۹



@kyansoftco



@kyansoftco

کیان نامه

چهارمین کارگاه آموزشی
بین المللی بهره‌برداری و
مدیریت مراکز خرید و
بررسی رویکردهای نوین
صنعت خرده‌فروشی و
تجلیل از
۲۰ بانوی برتر در
صنعت خرده‌فروشی



به همت مجموعه وزین **تجارت طلایی** در روز پنج‌شنبه ۳۰ خرداد، چهارمین کارگاه آموزشی بین‌المللی بهره‌برداری و مدیریت مراکز خرید و بررسی رویکردهای نوین صنعت خرده‌فروشی و تجلیل از ۲۰ بانوی برتر در صنعت خرده‌فروشی در سالن همایش ایران مال (بازار بزرگ ایران) با حضور مدیران و صاحبان برترین برندهای خرده‌فروشی کشور برگزار گردید.

از جمله برنامه‌های همایش می‌توان به سخنرانی آقای فریتس زهر از کشور اتریش در خصوص ویژگی‌های مراکز خرید موفق و همین‌طور بررسی مراکز خرید ایران، برگزاری سه پنل پرسش و پاسخ تخصصی با حضور ۲۰ تن از مدیران برندها و مراکز خرید برتر و موفق کشور جهت انتقال دانش و تجربه و همین‌طور تجلیل از ۲۰ بانوی موثر در صنعت خرده‌فروشی اشاره کرد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه



درخشش مشتریان کیان در میان برندهای برتر صنعت خرده‌فروشی

مدیر برند **سفیر**، اولین عطر ایرانی، داشتن باشگاه مشتریان با بیش از ۷۰۰ هزار عضو را از نقاط قوت فروشگاه‌های زنجیره‌ای سفیر عنوان کرد و همچنین بیان نمود در این مجموعه در جهت خدمات‌رسانی بهتر به مشتریان و جلب رضایت آنان ایون‌ها، پروموشن‌ها و کمپین‌هایی به صورت هفتگی، ماهانه و ... در سایت، شبکه‌های اجتماعی و همچنین شعب فروشگاه‌های سفیر برگزار می‌شود.

مدیرعامل قدیمی‌ترین برند چرم ایرانی، **چرم مشهد** کیفیت و عمر بالای محصولات، خدمات پس از فروش مناسب و داشتن باشگاه مشتریان با حضور بیش از ۴۰۰ هزار مشتری را از جمله عوامل

مدیرعامل **فروشگاه‌های زنجیره ای رفاه** ضمن یاد از پروژه ریبندینگ رفاه به عنوان موفق‌ترین پروژه ریبندینگ کشور از برنامه‌های این مجموعه در سال جاری مبنی بر افزایش شعب فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه و فرانچایزهای آن همچون رفاه مارکت، وین مارکت و ... به جهت تسهیل دسترسی عموم جامعه به نیازهای اساسی روزمره، سخن گفتند و اذعان داشتند برای داشتن یک فروشگاه موفق تنها مکان سنجی و استفاده از سخت‌افزار و نرم‌افزار به‌روز و کارآمد کافی نیست بلکه لازم است نیروهای انسانی را نیز در جهت خدمات‌رسانی مناسب به مشتریان تعلیم دهیم.

در این رویداد که با گردهمایی ۸۰۰ مهمان از صاحبان مراکز خرید، برندها و مدیران عامل فروشگاه‌های زنجیره‌ای برگزار شد، سه پنل پرسش و پاسخ با عناوین: پنل اصالت برند، پنل مدیریت مراکز خرید و پنل توسعه با هدف انتقال دانش و تجربه اجرا شد.

در پنل "اصالت برند" مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه، سفیر و چرم مشهد که در شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه افتخار همکاری با آن‌ها را داریم در کنار مدیران فروشگاه‌های زنجیره‌ای هایپراستار، هایپرمی و چرم درساز دانش و تجربیات خود در صنعت خرده‌فروشی سخن گفتند

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

انتقال دانش و تجربه از
طریق پنل‌های پرسش و
پاسخ



موفقیت فروشگاه‌های زنجیره‌ای چرم مشهد عنوان کردند و بر لزوم جدی گرفتن مسئولیت‌های اجتماعی از سوی برندهای ایرانی تاکید داشتند.

در پنل "مدیریت مراکز خرید" مدیران مراکز خرید بام‌لند، کوروش، هایپراستار میکامال، برج مهراد و برج آراد در خصوص ساختار نوین مراکز خرید به پرسش و پاسخ و بیان دانش و تجربیات خود پرداختند.

در پنل "توسعه" مدیران برندهای جوان سارار، جورجیو آرمانی و امپریو آرمانی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای اسپار، برند پنو، برند بادی اسپینر، مارال چرم و برند هلس اند بیوتی هایپراستار از تجربیات ارزشمند خود در فضای کنونی صنعت خرده‌فروشی سخن گفتند.

Kyanc
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

لازمه‌های موفقیت مراکز خرید



از جمله مسائلی که وجود دارد و برای پیشرفت مراکز خرید و مال ها باید آن‌ها را بهبود ببخشیم به موارد زیر اشاره شد:

- ✓ عدم الویت برنامه‌ریزی بر سرمایه‌گذاری
- ✓ عدم وجود مذاکرات کافی میان مجری و سرمایه‌گذار
- ✓ مقاومت در برابر استفاده از مشاور
- ✓ مشکل در حمل و نقل شهری
- ✓ استفاده از آسانسورها با ظرفیت نامناسب در مکان نامناسب
- ✓ مشکل نورپردازی
- ✓ استفاده از فروشگاه‌های نامی و جذاب در طبقه‌های زیرین مراکز خرید
- ✓ عدم همکاری و هویت‌سازی مناسب
- ✓ برون‌سپاری کارهایی چون نظافت و حراست
- ✓ استفاده از فروشندگان بی انگیزه و با رفتار نامناسب

✓ تحلیل درست فروش و رفتار مشتریان با بهره‌گیری از نرم افزارهای فروشگاهی کارآمد

✓ تعلیم و پرورش کارمندان به عنوان مرکز ثقل فروشگاه‌ها و مراکز خرید

✓ احترام‌گذاری و ارزش نهادن به کارمندان در تمامی سطوح (لازمه احترام به مشتری)

✓ احترام به مشتری و خدمات رسانی شایسته

✓ بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغاتی مدرن

وی همچنین بیان داشت مراکز خرید و مال‌های ایرانی در سال های اخیر پیشرفت چشم‌گیری داشته‌اند اما همچنان نقاط ضعفی مشاهده می‌شود که برای موفقیت مجموعه می‌بایست آن‌ها را برطرف ساخت، آقای فریتس زهر نقاط قوت و ضعف را به پیچ و مهره‌های یک ماشین تشبیه کرد که برای حرکت لازم است تمام پیچ و مهره ها در کنار هم به خوبی کار کنند.

سخنران ویژه چهارمین کارگاه آموزشی بین‌المللی بهره‌برداری و مدیریت مراکز خرید و بررسی رویکردهای نوین صنعت خرده فروشی، جناب آقای فریتس زهر یکی از چهره‌های جهانی صنعت خرده‌فروشی و مدیر سابق فروشگاه‌های زنجیره‌ای اسپار بود.

او در سخنرانی خود ضمن تعریف مدل‌های مختلف مراکز خرید و ویژگی‌های هر کدام به بیان عواملی پرداخت که برای موفقیت هر مرکز خریدی باید به آن‌ها توجه داشت و از جمله آن‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره داشت:

✓ مکان‌سنجی مناسب و انتخاب مدل مرکز خرید با توجه به منطقه

✓ بازاریابی مناسب

✓ تعامل مدیران مراکز تجاری با صاحبان فروشگاه‌ها در جهت برطرف‌سازی نیاز مشتری

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

تجلیل از مدیران شرکت
کیان نور رایانه به عنوان
بانوان موثر و برتر در
صنعت خرده‌فروشی



بانوان در صنعت خرده‌فروشی نیز همچون حوزه‌های دیگر، نقش به‌سزایی را ایفا می‌کنند. مجموعه تجارت طلایی در اقدامی ارزشمند در این رویداد به تجلیل از ۲۰ بانوی برتر و موثر در صنعت خرده‌فروشی پرداخت. مفتخریم که نام دو بانو از مدیران شرکت نرم‌افزاری کیان نور رایانه، خانم‌ها سمیرا عطارها و مینا عطارها نیز در میان ۲۰ بانوی موثر در این صنعت حضور دارد و همچنین خرسندیم که سرکار خانم گشایشی مدیر فروشگاه‌های زنجیره‌ای سفیر که از جمله مشتریان فاخر مجموعه کیان است نیز به عنوان یکی از ۲۰ بانوی فعال و برتر در حوزه خرده‌فروشی برگزیده شده‌اند.

چهارمین کارگاه آموزشی بین‌المللی بهره‌برداری و مدیریت مراکز خرید، بررسی رویکردهای نوین صنعت خرده‌فروشی و تجلیل از ۲۰ بانوی فعال در صنعت خرده‌فروشی با تلاش و همت تیم قدرتمند تجارت طلایی با سرپرستی و مدیریت جناب آقای شاهرخ کشاورز، مدیر مسئول ماهنامه اقتصادی فرهنگی «تجارت طلایی» و نماینده رسمی انجمن مراکز خرید خاورمیانه و شمال آفریقا، برگزار گردید. جناب آقای کشاورز و مجموعه تجارت طلایی برگزارچندین ایونت و ورکشاپ دیگر در حوزه خرده‌فروشی و مدیریت مراکز خرید را در کارنامه خود دارند که هر کدام اقدامی ارزشمند در جهت انتقال دانش و تجربه به مدیران و نیروهای جوان آینده‌ساز صنعت خرده‌فروشی کشور محسوب می‌شوند. ضمن تشکر و قدردانی از این مجموعه محترم، امیدواریم بیشتر شاهد اقداماتی این چنین باشیم چراکه بارها در صحبت‌های اکثر مدیران مراکز خرید و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مورد تاکید قرار گرفته شد، "دانش و پرورش نیروی انسانی" اساس و بنیان موفقیت است.

KYAN

soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com



کیان، انتخاب بزرگان صنعت خرده‌فروشی

کیان نامه

کروگر

بزرگترین فروشگاه زنجیره‌ای خواربار



شرکت کروگر، بزرگ‌ترین فروشگاه زنجیره‌ای خواربار

شرکت کروگر، بزرگ‌ترین فروشگاه زنجیره‌ای در زمینه خواربار و دومین فروشگاه زنجیره‌ای بزرگ برحسب حجم فروش در ایالات متحده و پس از والمارت دومین فروشگاه زنجیره‌ای عمده در این کشور است.

اسم این شرکت در کنار والمارت و کارفور در فهرست برترین خرده فروشان و فروشگاه‌های زنجیره‌ای جهان قرار دارد.

کروگر شامل انواع مختلفی از فروشگاه‌ها چون سوپرمارکت، هایپرمارکت، مراکز خرید، خواربار فروشی و جواهرفروشی می‌شود. کمی بیشتر با شرکت کروگر و تاریخچه فعالیت آن آشنا شویم.

کروگر از کجا آغاز شد

شرکت کروگر در سال ۱۸۸۳ توسط برنارد کروگر در سینسیناتی، اوهایو، تاسیس شد. کروگر در واقع در ابتدا «فروشگاه بزرگ چای غرب» (یکی از نخستین فروشگاه‌های زنجیره‌ای در ایالات متحده) را تاسیس کرد.

شرکت خود را با همین نام به ثبت رسمی رساند. کروگر بر کیفیت و خدمات تاکید زیادی می‌کرد و بخشی از موفقیت خود را با حذف واسطه‌ها بین فروشگاه و مشتری بدست آورد. برای مثال در سال ۱۹۰۱، کروگر اولین شرکتی بود که نان تولیدی خود را می‌فروخت و همچنین در سال ۱۹۰۴ شرکت بازار گوشت ناگل و شرکت بسته‌بندی هاوس را خرید و به این شکل اولین فروشگاه خوارباری بود که در آن دپارتمان گوشت وجود داشت. البته انجام این نوآوری‌های مهم آسان هم نبود، مدیریت افراد مختلفی که در دپارتمان‌های مختلف فروشگاه کار می‌کردند خصوصاً قصاب‌ها، کار بسیار دشواری بود. به هر حال برنارد کروگر از همان آغاز به تولید و خرده فروشی علاقه داشت.

برنارد کروگر در سن ۱۳ سالگی، زمانی که پدرش کسب و کار خشکیار خود را از دست داد، مجبور شد تحصیل در مدرسه را رها کرده و با کار کردن کمک خرج خانواده باشد. او در سن ۱۶ سالگی به شکل خانه به خانه به فروش چای و قهوه می‌پرداخت و تا سن ۲۰ سالگی توانست یک خواربار فروشی در سینسیناتی باز کند. وی سپس به عنوان مدیر شرکت چای امپریال استخدام شد. کروگر در سن ۲۴ سالگی «فروشگاه بزرگ چای غرب» را تاسیس کرد. شعار کروگر همواره این بود: «خاص باشید. هیچ وقت نمی‌توانید چیزی را بفروشید که خودتان نمی‌خواهید».

کروگر توانست تا سال ۱۸۸۵ تعداد شعب خود را به چهار فروشگاه برساند و نام فروشگاه‌های زنجیره‌ای خود را به «شرکت نانوایی و خواربار فروشی کروگر» تغییر داد. کروگر که تا سال ۱۹۰۲ توانسته بود در حدود ۴۰ فروشگاه و کارگاه تاسیس کند

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

کیان نامه

کروگر

بزرگترین فروشگاه زنجیره‌ای خواربار



این پس به نام برند کروگر درآمدند و لوگوی جدید آبی و سفید رنگ با نام جدید شرکت به بازار معرفی شد.

زنجیره کروگر همچنان به رشد خود ادامه داد و، بین سال‌های ۱۹۴۸ تا ۱۹۶۳ تعداد سوپر مارکت‌های شرکت تقریباً سه برابر شد. در سال ۱۹۶۰ کسب‌وکار داروخانه‌ها هم به فروشگاه‌ها اضافه شد و بدین شکل اولین سوپرایکس در سال ۱۹۶۱ در نزدیکی یکی از فروشگاه‌های کروگر در اوهایو افتتاح گشت. کروگر در سال ۱۹۶۲ وارد بخش فروشگاه‌های کالاهای تخفیف دار شد.

دوره طلایی کروگر

رییس جدید کروگر در سال ۱۹۷۰ صدها سوپرمارکت کوچک شرکت را تعطیل و آن‌ها را به مراکز خرید بزرگ تبدیل کرد. همچنین در سال ۱۹۷۲ کروگر با همکاری RCA اولین فروشگاه‌های تبدیل شد که از اسکنرهای الکترونیک برای محاسبه قیمت محصولات استفاده می‌کرد.

دهه ۱۹۸۰ دوره‌ای طلایی برای گسترش کروگر بود. در این دوره با خرید شرکت‌های دیگری چون کویک، سوپرمارکت M&M، شرکت فرد میر، شرکت فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ دیلون و ...، کروگر رشد خود را چندین برابر نمود. کروگر همچنین از سال ۱۹۹۸ ساخت در پارکینگ فروشگاه‌های خود را نیز آغاز نمود

در بخش خواربار و نانواپی به جای پیدا کردن کانال‌های توزیع و فروش محصولات، شروع به فرستادن مسوولان خرید خود به مزارع کشاورزی کردند تا بتوانند بر کیفیت مواد اولیه نظارت داشته باشند. این شرکت همچنین به هفتصد و پنجاه فردخانه دار مسئولیت آزمودن نمونه‌های غذایی در خانه‌هایشان را داده بود.

شکل‌گیری کروگر امروزی و معرفی برند به بازار

در اواخر دهه ۱۹۴۰ و پس از جنگ جهانی دوم نام شرکت به طور خلاصه تنها به «کروگر» تغییر پیدا کرد. در همین دوران اولین کارخانه فرآوری تخم مرغ شرکت نیز راه‌اندازی شد و تمام محصولات بدون برندی که در این فروشگاه تا به حال به فروش می‌رسیدند از

کروگر علی‌رغم دیگر شرکت‌ها با خرید کامیون‌های حمل، ناوگان حمل و نقل خود را راه‌اندازی کرد تا شرکت را به ایالات دیگر نیز گسترش دهد و با افتتاح شعبی در دیگر ایالت‌ها، شمار فروشگاه‌های خود را به عدد ۵۵۰ رساند.

راهکارهای جدید کروگر

در سال ۱۹۳۰ کروگر با تغییرات مدیریتی شروع به افتتاح شعب جدید کرد و در عین حال فروشگاه‌هایی که سودآور نبودند را تعطیل نمود و با اتخاذ راهکارهایی جدید، به تشویق مشتریان برای خرید بیشتر پرداخت. در دهه ۱۹۳۰ کروگر پیش‌تاز سوپرمارکت‌هایی بود که پارکینگ اتومبیل داشتند.

با تاسیس بنیاد غذایی کروگر، به اولین شرکتی نیز تبدیل شد که نظارت بر کیفیت مواد غذایی به طور علمی آزمایشاتی انجام می‌داد.

KYAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyansoftco.com

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران | سالن 38A
۲۷ تا ۳۰ تیرماه ۱۳۹۸ | ۱۰ صبح الی ۶ بعد از ظهر



در سالن اختصاصی تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان سخت‌افزار و نرم‌افزار صندوق مکانیزه فروش میزبان حضور گرم شما هستیم.

ZEBRASIA
فنی بازرگانی زیراسیا

BORDAR
Hoshmand Machine Co.

RAH
اساطی رول کر

SAAM TADBIR

سماورایان صنعت

ALLMARKS
ماشینهای اداری المارکز

ORNA
توانا سیستم

KYAN
soft company
شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

حیا
اکتروینگ صبا

IDEH PARDAZ
ایده پرداز

دهیاب رایان فردا
(مهابادی کاسرا)

UNBCO
اتحاد برکت

Tahvilgaran
Aria Barcode

TOZIN Sadr
مهندسی توزین صدر



محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران | سالن 38A
۲۷ تا ۳۰ تیرماه ۱۳۹۸ | ۱۰ صبح الی ۶ بعد از ظهر

کیان نامه

معرفی کتاب



آینده خرید کردن شما

راهکارهایی مدرن برای کارآفرینی و فروش
بهترین کتاب مدیریتی اروپا در سال ۲۰۱۸
نویسندگان: یورگ اسنوک پائولین نیومن
مترجم: رضا شیرازی منفرد
انتشارات نگاه نوین
سال ۱۳۹۸

در بخش‌هایی از این کتاب آمده:

آن خرده‌فروشی که قرن‌هاست آن را می‌شناسیم، مرده است. تحولات اقتصادی، مردم شناسانه و تکنولوژیک آن را کشته‌اند یا تا حدی غیرضروری‌اش کرده‌اند. مهم‌تر اینکه حالا همه می‌توانند یک فروشگاه افتتاح کنند یا حتی به یک تولیدکننده تبدیل شوند و کالاها را مستقیم به مشتریان بفروشند. «فروشگاه‌های» امروزی از معنای اصلی واژه‌ی فروشگاه فراتر رفته‌اند. امروز، فروشگاه یعنی چه؟ شکل‌های مختلف از فروشگاه وجود دارد: فروشگاه فیزیکی، وب‌سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها، پوستره‌های روی دیوار، فضاهای مجازی، هولوگرام‌ها و ترکیب مختلفی از همه‌ی موارد بالا. هر چیزی می‌تواند فروشگاه باشد. مهم نیست ایده‌تان چقدر احمقانه است، احتمالاً کسی همین حالا به آن فکر کرده است. این کتاب به صورت ویژه برای خرده‌فروشان، تولیدکنندگان برند، عمده‌فروشان، توزیع‌کنندگان و هرکسی که رابطه نزدیکی با صنعت دارد، نوشته شده است و در ضمن برای دانشجویان و خریداران، بیدارکننده و آگاهی‌بخش است.

KYIAN
soft company

شرکت نرم افزاری کیان نور رایانه

www.kyiansoftco.com