

نیازمندی‌ها

نیازمندی‌ها

مدیرعامل در برابر زمان

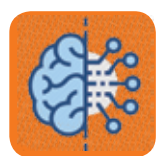
۴

پیام‌هایی که فقط
ذهن می‌شنود!

۲

نگاهی ارزشمند به
تولیدات گذشته تان

۵



قابلیت بزرگ‌گنمایی برای مشاهده جزئیات در اینستا

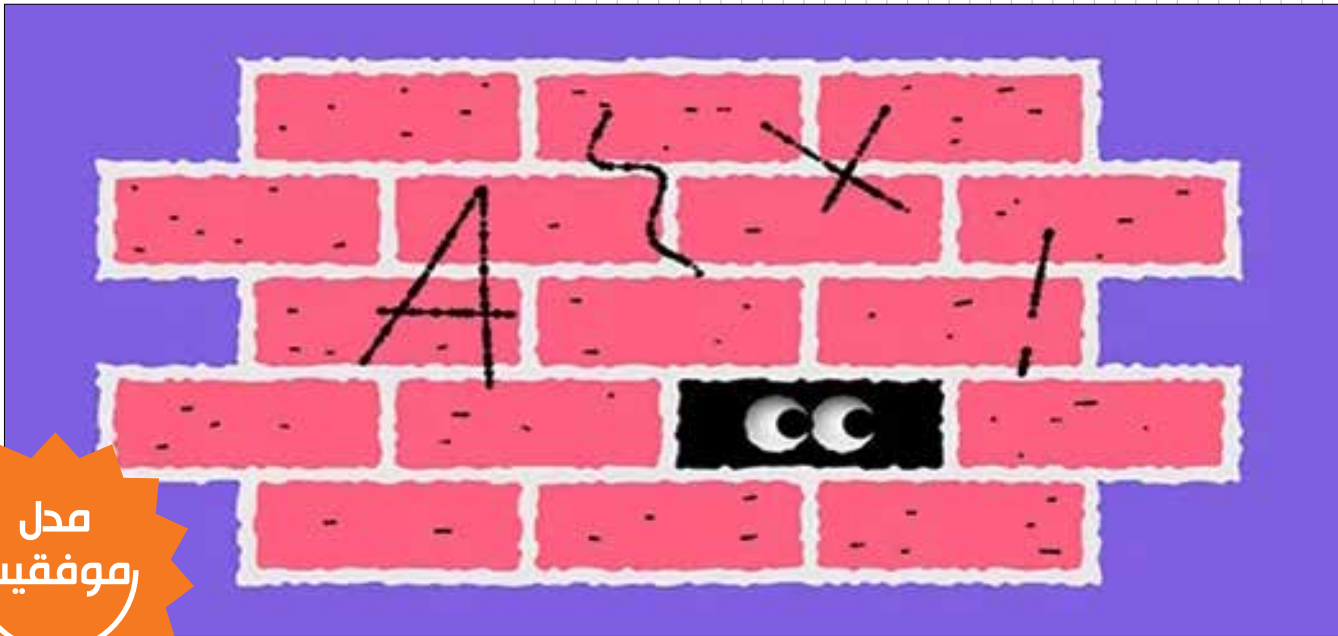
اگر تا کنون توسط صفحات تجاری و یا دوستان‌تان بر روی
عکس‌هایی تگ شده اید ولی تمایلی به این موضوع
ندارید با استفاده از این ویژگی اینستاگرام می‌توانید...

طلایی دست نیافتنی برای آنهایی که برنامه دارند!

رویکرد مدیرعامل‌ها برای تخصیص زمان و مدت
حضورشان [پخش‌هایی که شخصا در آن مداخله
می‌کنند] نه تنها برای بازدهی خود بلکه برای عملکرد...

شست‌وشو با او معنا می‌یابد.

برندهایی که بیشتر از خود آن‌ها، نامشان است که در افکار
عموم باقی مانده و به نوعی نام محصولی شده است



نگاهی به موضوع بازاریابی پنهان؛

پیام‌هایی که فقط ذهن می‌شنود!



صفحه منتظری
روزنامه نگار

دشت اول

ذهن خودآگاه انسان قادر است تصاویری که بیشتر از ۱۳ میلی ثانیه پخش شوند را درک کند در حالی که این پیام‌ها هر چند دقیقه به مدت ۱۰ میلی ثانیه نمایش داده می‌شدند! بنابراین فقط ذهن ناخودآگاه می‌تواند تمامی این فریم‌ها را ثبت و ضبط کند



آزمایش: نوشیدنی آلمانی یا فرانسوی؟

در سال ۱۹۹۹ آدریان نورث و همکارانش تحقیقی روی مشتریان یک فروشگاه انجام دادند تا تأثیر موسیقی بر رفتار مصرف کننده را بررسی کنند! آن‌ها می‌خواستند بدانند نوع موسیقی چه تأثیری در انتخاب نوع نوشیدنی توسط افراد دارد. در این فروشگاه دو نوع مشروبات الکلی آلمانی و فرانسوی وجود داشت! بنابراین در بعضی روزها آهنگ آلمانی و بعضی روزها آهنگ فرانسوی پخش می‌شد!

مشتری‌ها بدون اینکه از چیزی مطلع باشند وارد فروشگاه میشدند، در حالی که موسیقی در حال پخش بود! وقتی به قفسه نوشیدنی‌ها می‌رسیدند، باید از بین دو نوع نوشیدنی با قیمت و مزه یکسان یکی را انتخاب می‌کردند، آلمانی یا فرانسوی!

فکر می‌کنید نتیجه چه بود؟

در روزهایی که موزیک آلمانی پخش شده بود، مردم اغلب افراد تصمیم گرفته بودند نوشیدنی آلمانی بخرند! اما با پخش موزیک فرانسوی افراد خرید نوشیدنی فرانسوی را ترجیح داده بودند! جالب اینکه وقتی بعد از خرید، با مشتریان مصاحبه کردند و از آن‌ها پرسیده بودند، آیا موسیقی پس‌زمینه تأثیری در انتخاب آن‌ها داشته، فقط ۶ نفر از ۴۴ نفر گفتند که شاید مؤثر بوده و بقیه اصلاً از تأثیر موسیقی بی‌خبر بودند و حتی توجهی به آهنگ نکرده بودند. همانطور که دیدید، نتیجه بعضی از تحقیقات مثبت بود و بعضی منفی، بنابراین هیچکس تأثیر پیام‌ها و تبلیغات مخفی را رد یا تایید نمی‌کرد و همچنان توسط برخی از برندها استفاده می‌شدند!

آیا هنوز از بازاریابی مخفی استفاده می‌شود؟

این روزها دیگر مثل سابق بازاریابی خیلی پنهان و مخوف نیست که مثل آن فلش‌های چشمک زن به ناخودآگاه شما وارد شوند و تصمیم شما را عوض کنند! شاید هم می‌شنوند، خدا داند! اما بازاریابی پنهان همچنان برای تبلیغات و انتقال پیام‌ها استفاده می‌شود.

بازاریابی پنهان چگونه به وجود آمد؟

داستان پیام‌های پنهان بازاریابی و دردسرهای آن به بیش از ۶۰ سال پیش بر می‌گردد! آقای جیمز ویکاری، روانشناس و محقق بازاریابی، برای اولین بار جسورانه از پیام‌های پنهان حرف زد. ویکاری گفت آزمایش انجام داده که ثابت می‌کند برندها می‌توانند با پیام‌های پنهان، ذهن افراد را کنترل کنند. یعنی مخاطب اراده‌ای در برابر این پیام‌ها ندارد، پس آن‌ها می‌توانند خیلی ساده پیامشان را در ناخودآگاه ذهن مخاطبان ثبت کنند.

تحقیق آقای ویکاری به این شکل بود که مخاطبان داخل سینما، بدون آنکه روحشان خبر داشته باشد، در معرض بازاریابی پنهان قرار می‌گرفتند. به این شکل که در طول فیلم یک پیام چشمک‌زن با مضمون: «گرسنه‌ای؟ پاپ کرن بخور و کواکولا بنوش» نشان داده شده است؛ بدون هیچ چیز اضافه دیگر. ولی بینندگان به این پیام آگاه نبودند و آن را نمی‌دیدند! حتماً تعجب کردید و با خود گفتید چطور همچین چیزی ممکن است؟

ذهن خودآگاه انسان قادر است تصاویری که بیشتر از ۱۳ میلی ثانیه پخش شوند را درک کند در حالی که این پیام‌ها هر چند دقیقه به مدت ۱۰ میلی ثانیه نمایش داده می‌شدند! بنابراین فقط ذهن ناخودآگاه می‌تواند تمامی این فریم‌ها را ثبت و ضبط کند. جیمز ادعا کرد این آزمایش را بر روی حدود ۴۵۰۰ نفر از افرادی که به سینما آمده بودند انجام داده است و با این پیام‌های مخفی، فروش پاپ کرن ۱۸،۱ درصد و فروش کواکولا ۵۷ درصد افزایش یافته است.

بعد از پخش این خبر موجی از نگرانی و استرس بین مردم پخش شد. خوب معلوم است دیگر، آن‌ها دوست نداشتند مغزشان توسط برندها کنترل شود! روزنامه‌ها و مجلات هم که دنبال اینجور خبرهای عجیب و غریبند، به معرکه دامن زدند! اینقدر همه چیز بهم ریخت که ویکاری بعد از ۵ سال اعتراف کرد که دروغ گفته و نتیجه تحقیقاتش همه فیک بوده است! با این وجود نگرانی مردم در رابطه با تبلیغات پنهان فرضی هیچ‌وقت از بین نرفت!

شاید شما هم از آن دسته افرادی باشید که از اسم بازاریابی بدتان می‌آید و با شنیدن آن چهره‌تان درهم می‌شود. عجیب نیست، خیلی‌ها با شما هم‌نظرند! چون همه از قدیم این ذهنیت را دارند که بازاریاب کسی است که شما را گیر می‌آورد تا بنشیند از کالای خودش تعریف کند و در آخر با تعریف و تمجیدهایش گولتان بزند تا جنسش را به شما بفروشد. اما دیگر زمانه عوض شده! تبلیغات اینقدر حرفه‌ای و زیرپوستی شده که گاهی خودتان هم نمی‌فهمید که چه شد که به فلان برند علاقه‌مند شدید، یا اصلاً چرا فلان مارک را خریدید. امروز می‌خواهیم سراغ مرموزترین و مخفی‌ترین نوع بازاریابی به‌نام «بازاریابی پنهان» برویم و پرده از رازهای برداریم که شاید روزی ذهن شما را هم به بازی گرفته باشند.

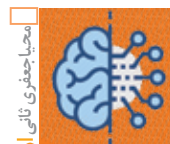
بازاریابی پنهان چیست؟

بیشتر تکنیک‌های تبلیغاتی، مستقیم هستند یعنی تبلیغ به شما نشان داده می‌شود و شما با آگاهی کامل آن را تماشا می‌کنید! حالا اینکه بخرد یا نخرید مهم نیست، بازاریابی انجام شده است. اما گاهی اوقات داستان به این واضحی اتفاق نمی‌افتد.

در بازاریابی پنهان یک برند بدون آن که شما متوجه شوید، پیام بازاریابی مد نظرش را به ضمیر ناخودآگاه شما می‌فروشد، بدون اینکه اصلاً از این پیام خبر داشته باشید یا اصلاً متوجه شوید این یک تبلیغ است. این پیام‌های پنهان مرزهای آگاهی انسان را رد می‌کند و بدون اینکه او متوجه بشود، بر رفتار او اثر می‌گذارد. چگونه؟ با یک موزیک آرام که در پس‌زمینه پخش می‌شود یا عطری ملایم یا حتی رفتار آدم‌هایی که دوروبر ما هستند. همین قدر نامحسوس و دور از انتظار! مثلاً بعضی اوقات ممکن است بعد از خرید از خود پرسیده باشید، من چرا آن کالا را خریدم؟ ما همیشه برای این سوال یک جواب منطقی پیدا می‌کنیم ولی این جواب، همیشه جواب اصلی نیست! شاید شما خیلی نامحسوس پیام بازاریابی فروشندگان را دریافت کرده‌اید. بگذارید اول ببینیم منشاء این پیام‌ها کجا بوده و جرقه این ماجرای مرموز از کجا زده شد!

طلایی دست نیافتنی برای آنهایی که برنامه دارند!

مدیرعامل در برابر زمان



محمّد جعفری تالی روزنامه نگار

رویکرد
مدیرعامل‌ها برای
تخصیص زمان و
مدت حضورشان
لحش‌هایی
که مشخصا
در آن مداخله
می‌کنند لگه‌تنها
برای بازدهی خود
بلکه برای عملکرد
کمپانی‌هایشان هم
ضرورت دارد

زمان همواره یکی از مهمترین فاکتورهای موفقیت در هر کسب و کاری به شمار می‌رود. شاید باورتان نشود اما؛ میزان درخواست‌ها و پیچیدگی هدایت یک کمپانی، دیوانه‌کننده است. مدیرعامل هم بر بخش‌ها و هم بر دستور کار واحدهای مختلف کسب‌وکار نظارت می‌کند و به گستره‌ای از نمایندگان، ذی‌نفعان، مشتریان، کارکنان، هیئت‌مدیره، رسانه‌ها و دولت پاسخگو است. و از آنجایی که مدیرعامل‌ها ربات نیستند، آن‌ها هم باید برای خانواده، دوستان، ورزش و سایر علائق غیرکاری‌شان وقت بگذارند. آن‌ها برای این حجم از کار زمان کافی را در اختیار ندارند.

رویکردی که یک رهبر برای گذران اوقاتش دارد، گویاست. در واقع این انتخاب‌های یک مدیرعامل هستند که در موقعیت‌های مختلف می‌تواند یک کمپانی را به شکست روبه‌رو کند و یا راهبردی به سوی موفقیت باشد. مایکل پورتر و نیتین نوری در مقاله‌ی «مدیرعامل‌ها چگونه زمانشان را مدیریت می‌کنند» می‌نویسند: «برنامه‌ی یک مدیرعامل (و البته برنامه‌ی هر رهبر) می‌تواند رویکرد هدایت او را نشان دهد. همچنین پیام‌های قدرتمندی را به سایر بخش‌های سازمان ارسال می‌کند». نویسندگان این مقاله که مطالعه‌ی ۱۲ ساله‌ی آن‌ها بر نحوه‌ی بهره‌برداری

زمان توسط مدیرعامل‌ها، جامع‌ترین و موشکافانه‌ترین نوع این مطالعه است، ادعا می‌کنند که «رویکرد مدیرعامل‌ها برای تخصیص زمان و مدت حضورشان -بخش‌هایی که مشخصا در آن مداخله می‌کنند- نه تنها برای بازدهی خود بلکه برای عملکرد کمپانی‌هایشان هم ضرورت دارد». هر تصمیم تقویمی می‌تواند میزان مشروعیت مدیرعامل را ارتقا یا کاهش دهد. رهبران باید چگونه درباره‌ی این موضوع بیندیشند؟ پورتر و نوری توصیه می‌کنند که دستورکارهای شخصی خودشان را

بسازند و آن‌ها را با صراحت و شفافیت در اختیار کل سازمان بگذارند. بدون این نوع برنامه‌ریزی و اشتراک‌گذاری گسترده‌ی مقاصد، رهبران می‌توانند به آسانی تحت تاثیر جدیدترین بحران‌ها یا بلندترین صداها قرار بگیرند و هیچ‌گاه نمی‌توانند سراغ مهم‌ترین کارهایشان بروند. همچنین اگر استراتژی شرکت خودش را در قالب تخصیص منابع بیان کند، استراتژی رهبری باید کمپانی‌ترین منبع مدیرعامل - یعنی زمان - را در نظر بگیرد. موفقیت مدیرعامل و موفقیت کمپانی به آن بستگی دارد.

۵- تصاویری را که می‌خواهید در پروفایل شما مشاهده نشوند را انتخاب نمایید و بار دیگر گزینه Hide Photos را انتخاب کنید.

همچنین شما می‌توانید سیستم تگ شدن بر روی تصاویر را تغییر دهید و آن را از حالت اضافه شدن به صورت خودکار در پروفایل را به حالت دستی تغییر دهید. برای انجام این کار مراحل زیر را دنبال کنید:

۱- بر روی آیکون شخص یا آدمک کلیک کنید تا وارد پروفایل خود شوید.
۲- بر روی آیکون آدمک درون کادر در نوار زیر بیوگرافی خود کلیک نمایید.
۳- گزینه سه نقطه در بالای صفحه و سمت راست را انتخاب کنید.
۴- وارد گزینه Tagging Option شوید و گزینه Add Manually را انتخاب نمایید.

حال دیگر دغدغه نخواهید داشت که چه کسی شما را بر روی چه تصویری تگ می‌کند چرا که ظاهر شدن آن در پروفایل شخصی تان دیگر دست خودتان است.



دوستانتان بر روی عکس‌هایی تگ شده اید ولی تمایلی به این موضوع ندارید با استفاده از این ویژگی اینستاگرام می‌توانید تگ خود را از روی پست حذف نمایید.

۱- بر روی آیکون شخص یا آدمک کلیک کنید تا وارد پروفایل خود شوید.
۲- بر روی آیکون آدمک درون کادر در نوار زیر بیوگرافی خود کلیک نمایید.
۳- تصویر مورد نظر را باز کنید و بر روی گزینه سه نقطه در گوشه سمت راست و بالای پست کلیک کنید.
۴- وارد گزینه های پست شوید و گزینه مخفی کردن تصاویر (Hide Photos) را انتخاب نمایید.

اگر پیش از این برای مشاهده جزئیات در تصاویر با مشکل رو به رو بودید و همیشه می‌خواستید جزئیات بیشتری را مشاهده کنید اینستاگرام این مشکل را برای شما حل کرده است. برای استفاده از این ویژگی مراحل زیر را مطالعه کنید.

۱- به پستی که می‌خواهید جزئیات بیشتری در آن ببینید مراجعه نمایید.
۲- دو انگشت خود را بر روی تصویر قرار دهید و به سمت بیرون بکشید.
۳- از جزئیات لذت ببرید!
مخفی کردن عکس‌هایی که در آنها تگ شده اید
اگر تا کنون توسط صفحات تجاری و یا

قابلیت بزرگنمایی برای مشاهده جزئیات در اینستا

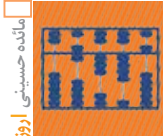


محمد خاکپه

کارشناس شبکه‌های اجتماعی

اگر تا کنون توسط صفحات تجاری و یا دوستانتان بر روی عکس‌هایی تگ شده اید ولی تمایلی به این موضوع ندارید با استفاده از این ویژگی اینستاگرام می‌توانید تگ خود را از روی پست حذف نمایید.

نگاهی ارزشمند به تولیدات گذشته تان



صفحاتی که آمار بازدید بالایی از طریق موتورهای جستجو دارند، مقالاتی که منجر به خرید کاربر شده باشند و یا آنهایی که موفق به کسب بک لینک طبیعی برای وبسایت شده باشند، در دسته محتوای ارزشمند برای وبسایت قرار خواهند گرفت.

شده باشند و یا آنهایی که موفق به کسب بک لینک طبیعی برای وبسایت شده باشند، در دسته محتوای ارزشمند برای وبسایت قرار خواهند گرفت. محتوا به قدر کافی خوب است؟ ممکن است مقالاتی در وبلاگتان وجود داشته باشند که از نظر ارزش محتوایی دارای ارزش افزوده باشند، اما به خوبی تهیه نشده باشند و اصول تولید محتوا در آن ها رعایت نشده باشد. برای مثال مقالاتی که دارای اشکالات نگارشی فراوان هستند در این دسته قرار می گیرند. مقاله مورد نظر با موضوع کسب و کار ارتباط دارد؟ محتوای مقالات مورد نظر باید با وبسایت و حوزه کاری شما مرتبط باشند؛ در غیر این صورت دلیلی برای نگهداری این مقالات وجود ندارد. حتی محتوایی که دارای ارزش افزوده است اگر با حوزه کاری شما در ارتباط نباشد، نگهداری آن درست نیست.

محتوای مفید به کاربر اطلاعات می دهد و او را سرگرم می کند. یک مقاله مفید باید به سوال کاربر پاسخ دهد، باعث حل مشکل کاربر شود یا برای او دارای جذابیت باشد. این محتوا می تواند هر نوعی از محتوا را میکشید باشد. آیا محتوای مورد نظر ارزشمند است؟ صفحاتی که آمار بازدید بالایی از طریق موتورهای جستجو دارند، مقالاتی که منجر به خرید کاربر

جمع آوری آمار و اطلاعات کافی از عملکرد مقالات قدیمی وبلاگ، اولین گامی است که باید در جهت بهبود سئو سایت برداشته شود. با توجه به اینکه از چه سیستم مدیریت محتوایی (CMS) استفاده می کنید می توانید به بانک اطلاعاتی محتوای تولید شده دست یابید. همچنین می توانید URL مقالات را از طریق ابزارهای سرچ کنسول و گوگل آنالیز استخراج کنید. پس از اینکه اطلاعات مورد نیاز را بیدست آوردید باید به بررسی و ارزیابی این مقالات بپردازید. پس از ارزیابی این مقالات باید در مورد نگهداری یا حذف آنها تصمیم بگیرید. ۵ سوال مهم وجود دارد که هنگام ارزیابی مقالات باید به آنها جواب دهید: محتوای مقاله برای کاربر مفید است؟

شستوشو با او معنا می یابد

همان تایید است که بر سر زبانها جاری است و مردم این پودرها را با همان نام می شناسند. سال ۱۹۴۶ بود که این برند به وجود آمد و پس از مدتی بر سر زبانها افتاد. این شرکت و برند که متعلق به شرکت چندملیتی پروکتر اند گمبل است، حوالی سال ۲۰۱۳ حدود ۳۰ درصد از بازارهای پودر رختشویی و لباسشویی را به خود اختصاص داده بود. این برند زمانی که وارد بازار ایران شد، اتفاقی را رقم زد که، هنوز که هنوز درگیر آن هستیم. و آن هم تبدیل شدن نام او به نام کالا بود. تایید نامی شد تا اکثر ما ایرانیها زمانی که می خواهیم از فروشگاه پودر رختشویی و لباسشویی بخریم ابتدا نام تایید را می آوریم و بعد از آن نام برندی که آن پودر را از او می خواهیم. مثلا "تایید لباسشویی ...". و این مدل نامها را ما کم نداریم. بلکه برخی برندهای دیگر هم هستند که نامشان تبدیل به نام محصول و کالا شده است. اما چه شد که باید به این جایگاه رسید؟ از سال ۱۹۴۶ به مدت بیست سال، تایید محصولی را ارائه داد که بیشتر برای از بین بردن لکه های چربی و سهولت در شستشو کاربرد داشت. پس از آن که این ماده شوینده (که شایان ذکر است علاوه بر پودر، مایع شستشو هم داشت) در اروپا و ژاپن محبوبیتی کسب کرد، سایر شرکتها را هم به این تولیدات ترغیب کرد. اما از آن جایی که رقابت رشد می آورد، تایید با تغییراتی در فرمول شستشوی مواد شوینده خود و تولید جدی تر ماده ی پودری آن در آمریکا، خاصیت سفیدکنندگی را به محصولات خود اضافه کرد. و این سیر تکاملی برای رشد روزافزون و پیشرفت را تا به امروز و به شکل های مختلف طی کرد تا به این نام که لیاقتش را دارد برسد.



محمد قدوسی

روزنامه نگار

برندهایی که بیشتر از خود آن ها، نامشان است که در افکار عموم باقی مانده و به نوعی نام محصولی شده است

هر برند داستانی دارد. داستانی که ممکن است شنیدن آن خیلی چیزها را برای ما روشن کند. از اینکه چگونه این برند به وجود آمده و یا اینکه چطور این برند به این جایگاه در عموم افراد رسیده است. در این میان اما برندهایی هم وجود دارند که داستانش فراتر از آن چه است که ما گفتیم. برندهایی که بیشتر از خود آن ها، نامشان است که در افکار عموم باقی مانده و به نوعی نام محصولی شده است که آن برند زمانی عرضه می کرد. و اینگونه برندها را کم نداریم. در کشور خودمان با انواع و اقسام این برندها برخورد داشته ایم و داریم. به طور مثال اسمارت تیز، کلنکس، سامسونت، اسکاچ و ... و اما حال. قرار است تا امروز برایتان از برندی بگویم که داستانش شباهت به همین موضوع دارد؛ برندی که حالا و در این زمان نامش کالا شده است. "تایید" را امروزه پودر لباسشویی و رختشویی می گویند. اما چه فایده که باز هم

نماینده‌های پذیرش آگهی در شهر مشهد

نماینده‌ی الهیه حمیدی‌نیا
۰۹۱۵۴۴۲۲۶۶۸

نماینده‌ی طلاب رحمتی
۰۹۱۵۱۲۰۳۷۵۲

نماینده‌ی راهنمایی سلیمی
۰۹۱۵۳۱۳۷۷۸۷

نماینده‌ی قاسم‌آباد قمی
۰۹۱۵۱۱۴۳۳۰

قالی و مبیل شوئی
ترنج
هیچ شعبه دیگری ندارد

اولین قالی شوئی همراه با ارسال فیلم شستشو
با بیش از ۸ شعبه فعال در مشهد
سرویس دهی رایگان سراسر مشهد
عضو درجه یک اتحادیه فرش دستباف
بدون چروک و شکستگی - کاور به دلخواه

رنگ برداری
شامپو شوئی
رفوگری

بلوار وکیل آباد ۳۸۹۲۸۱۶۱ کلاهدوز ۳۷۲۳۰۹۰۸
احمدآباد ۵-۳۸۴۶۵۷۵۴-۳۲۷۱۳۸۹۰۲-۳ قری
بیسروزی ۱۶-۲۸۷۶۹۰۱۵-۳۳۶۹۵۴۲۱ شهید
عدل خمینی ۱-۳۸۵۸۰۷۲۰-۳۳۴۱۲۱۲۹ نخریسی
بلوار معلم ۲-۳۶۱۰۸۰۹۱-۳۶۲۳۶۵۵۲-۳ قاسم‌آباد
سایر نقاط مشهد: ۰۹۱۵۵۰۳۱۷۱۹ (بدون تعطیلی)

قالی و مبیل شوئی
امین
تحت پوشش بیمه ایران

روغری

ایام تعطیل ۰۹۱۵۳۰۰۰۴۴۳
۳۷۲۹۲۲۹۶-۳۲۲۵۲۳۷۸
تحت پوشش بیمه ایران ۳۶۵۷۰۱۸۴-۳۷۳۴۸۷۰۳

قالی و مبیل شوئی
نمونه
تحت پوشش بیمه ایران

روغری

۳۷۴۹۰۲۳۱-۳۷۳۲۹۷۰۵-۳۷۳۳۶۰۶
ایام تعطیل ۰۹۱۵۵۰۹۲۵۱۸
۳۶۶۱۲۵۸۶-۳۸۸۲۵۰۰
شستشو ۱۰۰٪ اسلامی ۳۲۷۶۵۵۵۱-۳۲۱۳۵۹۵۶

قالی و مبیل شوئی
عدالتیان
تحت پوشش بیمه ایران

روغری

سرویس سراسر شهر
۳۷۴۹۰۲۸۴-۳۶۶۱۲۷۶۶
۳۵۱۳۰۴۷۳-۳۲۷۶۲۸۷۷
۳۲۲۹۸۰۸۰-۳۵۰۲۴۰۴۰

قالی شوئی
ممتاز ایران
سرویس دهی تمام نقاط شهر

ایام تعطیل ۰۹۱۵۵۰۰۴۶۹۳
۳۸۷۰۵۳۴۷-۳۲۷۰۱۳۱۳
۳۳۸۵۱۲۳۵-۳۲۴۲۶۶۳۵
۰۹۱۵۵۰۰۴۶۹۳-۰۹۰۲۵۰۰۴۶۹۳

قالی شوئی نیما
بهترین کیفیت را با ما تجربه کنید
تخصصی در نشتنوی فرشهای گرم، دست باف و ماشینی تراکم بالا

خرید و فروش کارکرده

۰۹۱۵۵۰۹۹۶۷۲
۳۸۴۶۵۴۲۳-۳۷۲۳۶۱۳۵
۳۸۸۱۹۲۱۱-۳۷۴۱۳۱۹۷-۳۲۷۹۳۵۰۲

۸ خدمات منزل و تعمیرات

۷ خرید و فروش لوازم و اثاثیه

قالی شوئی
عدالتیان
تحت پوشش بیمه ایران، سرویس دهی در تمام نقاط شهر

هیچ شعبه دیگری ندارد واحد نمونه سال ۸۹ و ۸۸

مدیریت: سید علی
ایام تعطیل ۰۹۱۵۵۱۵۶۹۵۳
۳۸۸۲۵۷۴۷-۳۸۵۹۵۱۳۶-۳۷۳۲۹۸۵۹
۳۳۴۴۲۲۰۱-۳۳۶۸۰۸۴۱-۳۲۷۳۱۸۹۲
۳۲۴۲۴۹۷۱-۳۲۱۳۵۹۴۸-۹
۰۹۱۵۵۱۵۶۹۵۳

قالیشویی
غزال
عضو درجه یک اتحادیه رفوگری، شستشو با اصول مذهبی تحت پوشش بیمه ایران

۳۸۱۱۲۰۳۰
۳۷۲۸۶۰۵۰
۳۶۲۲۲۲۳
۳۳۶۶۱۱۱۵
۳۳۶۷۰۹۷۶
۰۹۱۵۳۲۱۲۰۳۴
مدیریت روحبخش

قالیشویی
تهران
۳۶۰۴۷۵۷۶
۳۸۴۵۳۸۸۷
۳۲۲۴۳۲۳۹
۰۹۱۵۷۰۰۷۴۱۰
قالیشویی مدرن با ضمانت رنگ ندادن و پاره نشدن به روش کاملاً اسلامی با سرویس رایگان

قالی شوئی
گل افشان
۳۳۷۱۳۳۸۹ ۳۷۳۱۵۷۹۹
۳۲۷۸۷۰۰۶ ۳۷۴۱۱۴۰۴
۳۲۵۶۴۴۴۱ ۳۶۶۱۵۸۵۲
۳۳۴۲۷۵۰۳ ۳۸۷۱۲۲۷۵
۳۳۶۶۶۰۲۱ ۳۷۵۸۳۲۸۳
۳۷۶۸۵۰۱۱-۴

۸۰۲ قالی شوئی

سید
۱۰۰٪ اسلامی
سرویس دهی به تمام نقاط شهر
۳۲۷۷۷۸۹۳
۳۲۵۶۸۵۲۵
۳۷۳۴۱۱۳-
۳۳۴۹۰۸۴۸
۳۲۱۴۱۷۹۷
۳۸۸۴۷۱۵۹
۳۶۰۱۰۹۷۶
ایام تعطیل ۰۹۱۵۵۲۹۱۵۹۸

۷۰۱ خرید و فروش لوازم منزل و اثاثیه

لوازم منزل، ضایعات و خرده ریزی انباری خریداریم محمدی ۰۹۳۵۸۳۴۸۷۲۶

خریدار لوازم منزل ضایعات، کابینت خرده ریز انباری حسن پور ۰۹۱۵۳۲۵۵۶۲۲
۰۹۳۰۲۹۷۸۶۹۸

قالیشویی و مبیل شوئی

تاز
شستشو به روش ۱۰۰٪ اسلامی
۳۸۹۲۴۴۱۸
۳۲۷۱۵۳۷۴
۳۸۴۷۱۵۸۴
۳۷۲۵۵۴۵۴

۷۰۳ فرش و موکت

فرش منصور
خریدار فرش دستباف و ماشینی.. به بالاترین قیمت.. بدون تعطیلی ۳۷۲۴۳۱۲۷
۰۹۱۵۱۱۰۵۰۳۶

قالیشویی
مدرن
رفو پذیرفته می شود

سید رحیم
عدالتیان و پسران ۳۲۱۲۱۴۳۶-۳۲۱۱۸۲۹۵-۳۵۱۳۴۲۱۳
۳۲۱۲۱۴۳۶
۳۵۱۳۴۲۱۳
۳۸۸۴۶۲۶۸

قالیشویی
مدرن
عدالتیان
۳۲۱۲۱۴۳۶
۳۵۱۳۴۲۱۳
۳۸۸۴۶۲۶۸

با کانال سرویس سازمان آگهی‌های روزنامه قدس همراه شوید سفارش آگهی از هر مکانی که هستید!

09020037088

- متن آگهی خود را در سروش به شماره 09020037088 ارسال کنید!
- متن آگهی بررسی و مبلغ قابل پرداخت به شما اعلام می شود!
- وجه آگهی را به حساب سازمان آگهی‌های روزنامه قدس نزد بانک ملت واریز می کنید؛ شماره حساب: 5858483778 شماره کارت: 6104337754465142
- طرح آگهی را برای شما ارسال می کنیم، پس از تایید شما...
- چاپ ارسال برای آگهی می شود.



اقتصاد

قالی شویی جهان آستانه

۳۶۵۱۴۱۸۳
۳۷۱۳۰۲۴۰
۳۶۵۱۹۰۴۹
۳۲۱۳۸۹۶۳
۳۶۶۱۸۶۱۴

سریع، تمیز، ارزان و بیاضمانت
حتی تعطیلات
تحویل ۴۸ ساعته
میل شویی جهان آستانه

۳۶۵۱۴۱۸۳
۰۹۱۵۶۱۷۲۳۰۵
تاسیس: ۱۳۸۴
دفتر مرکزی: آزادی ۱۰۱
سرویس سراسر مشهد
۰۹۱۵۵۳۳۴۰۲۹

قالی شویی ملت

شست و شو به روش اسلامی
تحت پوشش بیمه ایران
دارای مجوز رسمی

تلفن کارخانه:
۳۶۶۶۳۳۰
۳۶۶۵۲۸۲۰
۳۲۲۱۳۴۳۳

تلفن دفاتر:
۳۶۶۱۱۱۱۶
۳۲۲۲۰۲۳۳
۳۶۰۹۸۵۸۴
۰۹۱۵۵۱۳۴۰۰۶
۰۹۱۵۵۰۴۸۵۹۵
۳۶۵۸۰۴۵۷

لوله بازکنی و رفع نم

لوله بازکنی
مشهد الرضا
وصل اگو
تشخیص ترکیدگی
ونم زدگی بادستگاه
ترمیم کف سرویس با مصالح

پیروزی ۳۸۷۶۴۴۶۷
سجاد ۳۸۷۶۴۴۶۸
فردوسی ۳۸۸۲۵۲۶۴
کوهسنگی ۳۸۸۲۵۲۶۴
مطهری ۳۷۲۸۵۶۷۰
معلم ۳۸۷۶۴۴۶۷
وکیل آباد ۳۸۷۶۴۴۶۷
عبادی ۳۷۲۸۵۶۷۰
هاشمیه ۳۸۸۲۵۲۶۴
هفت تیر ۳۸۷۶۴۴۶۷

خدمات نظافتی

نظافتی آیسان

خشکشویی فرش، موکت
مبلمان، نظافت کلی ساختمان
راه پله و پیلوت اعزام کارگر
خانم و آقا (تضمینی)

۳۵۲۲۸۹۳۴ - ۳۵۲۲۸۹۳۵
۰۹۱۵۱۰۲۰۷۶۴
۰۹۱۵۵۵۷۳۷۰۲

پرده و مبلمان

تعمیرات تخصصی

میل در محل
۰۹۱۵۳۰۵۲۵۸۷

مشاور تبلیغاتی

شما کیست؟! ❖❖❖

سم پاشی

۸۰۸

شرکت سمپاشی گلدشت
ضد عفونی و مه پاشی محیط
برعلیه انواع ویروسها، تضمینی
۰۹۱۵۱۱۰۱۸۵۷

پزشکی

سلامت و زیبایی

ترک اعتیاد

۱۱۰۴

مرکز اقامتی

بهبود و بازتوانی
بهار زندگی مشهد

درمان اعتیاد تخصص ماست
با مجوز رسمی از سازمان
بهریستی، کادر مجرب پزشکی،
روانشناسی، مددکاری
سالن مجزا برای نوجوانان دارای
استخر، باشگاه، سالن غذا خوری،
حسینیه و فضای سبز
برگزاری جلسات بهبود و مهارتی
و گروه درمانی و مشاور خانوده
دفتر ۳۶۷۷۵۳۶۱
عاقبت خواه ۰۹۱۵۳۱۸۶۳۵۸۰۸۰۸

لطفا توجه کنید!

چاپ آگهی در نیازمندی های روزنامه قدس
به منزله سخت و تایید آگهی نمی باشد؛ لذا
تازم است همشهریان گرامی نسبت به
سخت و کیفیت کالا و خدمات و همچنین
سلامت محیط کار آگهی دهنده بررسی های
لازم را داشته باشند.

پذیرش تلفنی اشتراک روزنامه

۳۷۶۵۵۷۲۴

پذیرش پیامکی اشتراک روزنامه

۳۰۰۰۷۲۳۰۴

مجالس و مراسم

۱۳

تالار پذیرایی

و باغسرا

۱۳۰۴

باغ تالار فانوس

آماده برگزاری باشکوه ترین
جشن ها و مراسم شما عزیزان
با دو باغ و دو سالن مجزا با
کادری مجرب می باشد
آزادی ۱۵۹ بین گلستان ۳ و ۱

۳۵۴۲۳۸۷۷-۸
۰۹۱۵۱۱۵۳۷۲۴

کرایه چی

۱۳۰۶

اجناس کرایه

مصطفی
سفار نجیب

صندلی، میل، میز، ظروف
فرش Lcd، رقص نور، پاند و...
۰۹۱۵ ۳۰۵ ۵۶۰۰
۰۹۳۹ ۷۳۹ ۵۶۰۰

خدمات چاپ

و تیپتات

۱۵

تابلوسازی

۱۵۰۴

تابلوساز صنعت آذین

چلینوم، استیل، LED
کامپوزیت، بنر، فلکسی، چاپ اجسام، برش
لیزر، هدایت تبلیغاتی
۰۹۱۵۴۲۰۵۷۲۹

کیش

تضمین پایین ترین نرخ تور

۳۲۲۳۵۶۵۶
۳۲۲۳۱۴۱۶

خدمات صنعتی

و کشاورزی

۱۷

خرید و فروش

ضایعات

۱۷۰۱

خرید ضایعات
آهن، آلومینیوم، مس
برنج، کارتن، لاک
۰۹۰۳۵۴۸۰۱۶۲

خرید ضایعات

کارتن، آهن، پلاستیک

۰۹۱۵۵۲۳۴۷۵۲

سبک تبلیغات شما

چیست؟! ❖❖❖

ضایعات فلاح

خرید آهن، آلومینیوم، مس و...
شرکت در مزایده

۰۹۱۵۷۱۳۷۴۹۹-۳۶۶۶۰۸۸۳

آهن الات توس

ساخت، خرید و فروش درب
پنجره، حفاظ (مهرجوب-دای زاده)

۰۹۱۵۱۱۶۶۲۷۳-۰۹۱۵۵۱۳۷۰۲۲

گوناگون

۱۸

مفقود شده

۱۸۰۱

کلیه مدارک اینجانب هادی نیکو
روش مفقود گردیده یابنده با
شماره ۰۹۱۵۱۰۴۳۱۳۴ تماس و
مزدگانی دریافت نمایند

قابل توجه همشهریان گرامی
به اطلاع می رساند آقای مرتضی جوینده دل
دفتر مشاور املاک به شماره عضویت ۸۱۰۶
به نشانی: ابتدای پیروزی روبروی ارغوان ۴
مشار الیه درخواست کناره گیری از شغل خود
را دارند لذا از کلیه متعاملینی که در دفتر
مشار الیه مدارکی دارند خواهشمند است
جهت تسویه حساب حداکثر ظرف مدت ۳۰ روز
از تاریخ نشر آگهی به محل فوق الذکر مراجعه
و مدارک خود را تحویل بگیرند. لازم به توضیح است در صورت
عدم مراجعه در زمان فوق یا عدم اعلام شکایت خود از مشار الیه،
اتحادیه هیچ گونه مسوولیتی در قبال مشکلات و ادعاهای احتمالی
بعدی نخواهد داشت.

تلفن تماس دفتر مشاور املاک: ۰۹۱۵۵۱۸۶۵۸۸
روابط عمومی اتحادیه صنف مشاورین معاملات املاک مشهد

با رعایت

موانع رانندگی
از خسارات
جانی و مالی
جلوگیری کنید.

پذیرش آگهی

در سراسر کشور

۳۷۰۸۸

توزیع در بیش از ۷۰ شهر و شهرستان کشور

نصب در محل رایگان
باتری جواد پور
عرضه کننده انواع باتری اتومبیل ایرانی و خارجی
تلفن: ۳۸۳۸۱۰۰۰
۰۹۱۵۱۰۰۰۱۷۹
آدرس: خیابان امام رضا (ع)، نبش امام رضا ۶۸

خریدار روزنامه باطله در محل ۴۰۰۰ ت
کتاب، دفتر ضایعات کاغذ و ...
۰۹۱۵۴۷۴۷۵۱۱

حفاظ - بوته ای - گمانی
میلگردی - آکار دونی
تولید انبوه و ارزان
۳۸۶۶۱۱۹۴
۰۹۱۵۳۱۲۸۴۱۱

09020037088
سرویس سازمان آگهی‌ها

رفع نم بدون خرابی
۰۹۱۵۴۴۱۴۱۲۷
پشت بام، استخر
آشپزخانه، توالت
ضمانت نامه نامحدود

لوله باز کنی، رفع نم بدون خرابی
تعمیرات روز
تعمیرات با دستگاه دیجیتال ضمانت نامه کتبی

سجاد / فلسطین ۳۷۶۶۳۲۰۲ احمدآباد / کوهسنگی ۳۸۴۰۱۶۶۳
هاشمیه / هنرستان ۳۸۸۱۴۰۳۶ معلم / معلم ۳۶۰۱۲۷۲۷
وکیل آباد / اقبال ۳۵۰۱۱۹۳۵ قاسم آباد / مینا ۳۶۰۱۰۵۷۲
فرامرزی / فردوسی ۳۶۰۹۱۳۷۰ دانشجو / هفت تیر ۳۸۶۴۸۰۴۷
پسروری ۳۸۷۶۶۶۰۲ تمام نقاط ۰۹۱۵۳۰۴۵۵۲۴

تولید و پخش مقوای ۲۵۰ گرمی
قیمت مناسب
۰۹۱۵۱۱۲۶۲۹۹

در بین خطوط برانید

رفع نم بدون خرابی
با ضمانت نامه نامحدود
استخر، پشت بام، سرویس بهداشتی
۰۹۱۵۲۵۰۲۰۰۱

لوله باز کنی
تشخیص ترکیدگی 100%
شیانهروزی
۰۹۱۵۱۰۲۱۳۳۴

پیروزی - احمدآباد - کوهسنگی ۳۸۶۴۶۰۷۰
رضاشهر - آب و برق - سرافرازان ۳۶۶۲۹۲۹۲
قاسم آباد - الهیه - ستو ۳۵۰۱۴۱۵۱
شاهد - طرهبه - شانددیز ۳۷۵۱۳۲۲۲
۱۰۰ متری - مطهری - خواجه ربیع ۳۷۵۱۳۲۲۲

واحد سفارشات
مجموع چاپ و نشر روزنامه قدس

چاپ افست
چاپ/رول
چاپ افسست

ناشر برگزیده سال ۱۳۹۳
فعال برتر حوزه چاپ سال ۱۳۹۴
فعال برتر حوزه چاپ سال ۱۳۹۵

خدمات پیش از چاپ (طراحی - لیتوگرافی)
خدمات پس از چاپ (سلفون - یووی - برش - صحافی)

Quds Publish & Print
E.mail: qqudsnews@yahoo.com
۰۵۱-۳۷۶۷۴۵۹۶

مشهد، بلوار سجاد، نبش سجاد یک، واحد سفارشات مؤسسه فرهنگی قدس
پوستر - بروشور - کاتالوگ - کتاب
مجله - روزنامه - نشریات

۳۷۰۸۸

با درج آگهی در نیازمندی‌های قدس خودتان را به دیگران معرفی کنید!

توانمندی‌ها و تخصص‌های خود را به ادارات، فروشندگان، کارخانجات، صاحبان کسب و کار، پیمانکاران پروژه‌های عمرانی و خدماتی و شرکت‌های تولیدی و خدماتی معرفی کنید.