



امارت اسلامی افغانستان
وزارت مالیه
شرکت دولتی ارزاق



Islamic Emirate of Afghanistan
Ministry of Finance
State-Owned Corporation of ARZAQ



د افغانستان اسلامی امارت
د مالیې وزارت
دارزاقو دولتی شرکت

پلان بازار یابی شرکت دولتی ارزاق

برای سال 1402

فهرست:

- معرفی مختصر شرکت دولتی ارزاق
- اهداف اساسی شرکت دولتی ارزاق
- دور نمای کمپنی (Vision)
- ماموریت (Mission)
- مشتریان (Customer)
- محصولات و خدمات
- تحلیل عمومی (SWOT Analysis)
- پلان عملیاتی سال مالی 1402
- سایر پروژه ها و برنامه های انکشافی طویل المدت شرکت دولتی ارزاق
- فرصت های سرمایه گذاری در شرکت دولتی ارزاق
- فرصت های سرمایه گذاری در جایداد های شرکت دولتی ارزاق
- فرصت های سرمایه گذاری در پروژه های مواد ارتزاقی شرکت دولتی ارزاق
- استراتیژی بازاریابی
- برنامه های بازاریابی

❖ معرفی مختصر شرکت دولتی ارزاق :

شرکت دولتی ارزاق در سال 1316 تحت نام مدیریت عمومی تهیه غله در چوکات حکومت وقت ایجاد و بنابر ضرورت در مقاطع مختلف توسعه یافته و نمایندگی های آن در ولایات ایجاد و بنابر نیازمندی این اداره جایداد های از قبیل مغازه ها، گدام ها، تعمیر اداری، تعمیر رهائشی و زمین های زراعتی به اختیار قرارداده شده و الی سال 1333 به همان نام به فعالیت خویش ادامه داده است. در سال 1343 بنام واحد اداری ارزاق و تامین احتیاجات عامه فعالیت نموده در سال 1346 بنام دافغانستان خوراکی مواد او عامه ارتیاء موسسه به فعالیت خویش ادامه داده و در سال 1350 با در نظرداشت اساسنامه منظور شده بنام ریاست عمومی تصدی ارزاق و تامین احتیاجات عامه با داشتن دپیو ها، گدام ها و مغازه ها و سیلوهای پنج گانه کشور توانسته است اعاشه قطعات قوای مسلح، شفاخانه ها و لیلیه ها را اکمال و برای حدوداً 450000 نفر کارکنان دولت کوپون و مواد اولیه توزیع نماید. این روند الی اوایل سال 1371 فعالیت اساسی این اداره را تشکیل داده و با روی کار آمدن حکومت مجاهدین در اثر جنگ های داخلی ذخایر، مغازه ها و اموال موجوده گدام ها و حتی وسایط ترانسپورتی و سایر امکانات آن بنابر عدم توانمندی حکومت وقت افغانستان به یغما رفته و بعداً با فراهم شدن زمینه ریاست تصدی ارزاق طرح فعالیت خویش را با در نظرداشت اساسنامه تدوین و در مقاطع تاریخی بار بار به مقامات محترم عالییه تقدیم نموده است که بنابر لزوم دید مقامات محترم عالییه زمینه فعالیت اساسی دوباره به این تصدی مهیا نشد و بر مبنی احکام متعدد مقام ریاست جمهوری اسلامی افغانستان تا الحال معاش و مصارف اداری این شرکت از عواید غیر اساسی (کرایه جایداد ها) تمویل میگردد و مکلفیت های مالیاتی و مازاد مفاد را نیز به وزارت محترم مالیه پرداخت مینماید.

با انفاذ قانون شرکت های دولتی، تصدی ارزاق به شرکت دولتی تعدیل و تغیر شخصیت حقوقی نموده و به اساس فرمان شماره 28 مورخ 15/11/1398 مقام عالی ریاست جمهوری اسلامی افغانستان با ایجاد شرکت انکشاف ملی در چوکات دولت در زمره ده تصدی، ریاست ارزاق نیز به آن شرکت محترم ادغام و انتقال گردیده بود و زیر چتر آن شرکت به فعالیت خویش ادامه داده است. بعداً، به اساس هدایت شماره 4988 مورخ 18/11/1399 مقام عالی ریاست جمهوری اسلامی افغانستان زمینه ایجاد شرکت مستقل ارزاق فراهم شده و اساسنامه شرکت دولتی ارزاق را از طریق وزارت محترم مالیه و عدلیه طی مراحل شده است.

در سال 1400 از اثر سعی و تلاش خستگی ناپذیر رهبری شرکت دولتی ارزاق و به همکاری اداره محترم پالیسی و استراتژی دولت وقت از کمیسیون تدارکات ملی احکام اعطای قرارداد های اکمال مواد اعاشوی مورد ضرورت وزارت در چوکات دولتی (وزارت دفاع ، وزارت داخله، وزارت تحصیلات عالی وزارت معارف و وزارت صحت عامه) را بدست آورد که با آمدن تحول سیاسی در کشور و نسبت مسدود شان حسابات بانکی پروسه فعالیت شرکت دولتی ارزاق معطل گردید.

در سال مالی 1402 بعد از تحول سیاسی شرکت دولتی ارزاق با ارگان های محترم (وزارت تحصیلات عالی ، وزارت دفاع ، وزارت داخله) وسایر وزارت های دولت که نیازمندی مواد اعاشوی دارند به تماس شده و فعلا پروژه اکمال مواد اعاشوی لیلیه پوهنتون ها و شفاخانه های کادری وزارت محترم تحصیلات عالی را در مرکز و ولایات با عقد قرارداد بدست آورده و عملا در حالت تطبیق میباشد. قابل ذکر است که با وزارت های محترم دفاع، داخله ، صحت عامه و معارف تفاهم صورت گرفته پروسه های تدارکاتی شان در جریان است و عنقریب عقد قرارداد تکمیل خواهد شد.

❖ **شرکت دولتی ارزاق، طبق اساسنامه جدید به منظور تحقق اهداف ذیل، فعالیت مینماید:**

1. رشد و توسعه خدمات جمع آوری، توريد و تذخیر و فروش مواد غذایی و سایر اقلام مورد نیاز مبتنی بر اصل مفیدیت، مؤثریت و مصونیت.
2. انجام خدمات معیاری تهیه، تذخیر و عرضه مواد غذایی و سایر اقلام مورد نیاز جامعه و تقاضای بازار.
3. فراهم نمودن زمینه سهمگیری شرکت، جهت تحقق اهداف انکشاف ملی، رشد اقتصادی، توسعه اجتماعی و ایجاد شغل.
4. فراهم نمودن زمینه جذب سرمایه گذاری خصوصی در شرکت.
5. کسب منفعت و تقویت بنیه مالی شرکت.

❖ **دور نمای کمپنی (Vision) :**

یگانه مرجع معتبر، موثر و مصون کشور در تأمین مواد غذایی به ارگان های دولتی و غیر دولتی.

❖ ماموریت: Mission

شرکت دولتی ارزاق تامین کننده مواد اعاشوی مورد ضرورت دواير دولتی، غير دولتی و اقشار مختلف جامعه با عرضه خدمات معتبر، سريع، مثمر و مصون بوده. و در هر عصر و زمان در اين راستا خدمات ارزنده را با شیوه های مختلف انجام داده است. همچنان ادارات دولتي از چند دستي در رابطه به تهیه مواد اولیه طرف ضرورت رهایی یافته و شرکت دولتی ارزاق وظیفه دارد تا تمامی ضروریات ادارات و سایر نهاد های مربوط را حسب اخذ احصائیه تهیه و توريد و تذخیر نماید. در مواقع معین و لازم با موجودیت ذخایر ثابت و استراتیژیک میتواند با توزیع مواد به مارکیت از صعود قیم در بازار جلوگیری نماید. همچنان با توزیع مواد اولیه به کارکنان دولت میتواند کمیت قابل ملاحظه از افراد را که به بازار مراجعه می نمایند تمویل نماید. که مانع صعود قیم در مارکیت شده میتواند .

❖ مشتریان: Customer

شرکت دولتی ارزاق در حال حاضر طبق پلان تجارتي به مشتریان ذیل خدمات را ارایه مینماید.

❖ دواير دولتی که مصرف کننده مواد غذائی هستند.

❖ دواير غير دولتی که در بخش های مواد غذائی فعالیت دارند.

❖ بازار های آزاد کشور

❖ شرکت های خصوصی مواد غذائی

❖ قشر های مختلف جامعه

❖ محصولات/ خدمات:

❖ برنج، روغن، حبوبات، آرد، گندم و سایر مواد غذائی

❖ توزیع مواد غذائی با کیفیت به قیمت مناسب

❖ دستیابی مواد اعاشوی در تمام کشور به فرمایش مشتری

- ❖ خریداری و واردات گندم و سایر مواد اولیه غذایی از کشورهای آسیای میانه برای استحکام قیمت بازار.
- ❖ تهیه و خریداری مواد ارتزاقی دهاقین در زمان حاصل گیری و ذخیره این مواد در گدام های شرکت برای تنظیم وکنترول قیمت در بازار

تحلیل عمومی (SWOT Analysis) شرکت دولتی ارزاق

قوت ها (Strengths)

- ❖ موجودیت جایداد های با ارزش و پر درآمد در مرکز و ولایات.
- ❖ موجودیت تجارب، اساسات و آگاهی در مورد تهیه و توزیع مواد غذایی.
- ❖ موجودیت شبکه و تسهیل تشکیلاتی ولایتی.
- ❖ موجودیت پول فزیکی در حسابات بانکی.
- ❖ حیثیت خوب و باورمند به خاطر بودن یک اداره صد فیصد دولتی
- ❖ تصویر روشن تاریخی شرکت دولتی ارزاق در اذهان عامه.
- ❖ استفاده از تکنالوژی عصری جهت فعالیت اساسی شرکت.
- ❖ تجربه از تطبیق بهتر پروژه های توزیع مواد غذایی مربوط وزارت محترم تحصیلات عالی و قوماندانی ها و جزوتام های وزارت امور داخله.

ضعف ها (Weaknesses)

- ❖ عدم فعالیت اساسی در سالهای قبل از اثر بی توجهی دولت.
- ❖ تخریب و انهدام اکثر جایداد ها در مرکز و ولایات از اثر جنگ های داخلی در سه دهه اخیر.
- ❖ نداشتن اسناد از جایداد های شرکت و غصب تعداد از جایداد ها در مرکز و ولایات.
- ❖ نبود امکانات مالی مناسب جهت احیاً مجدد و ترمیم جایداد ها در مرکز و ولایات.
- ❖ ناتوانی در مورد جمع آوری طلبات صعب الحصول سال های ماضیه.
- ❖ کمبود بودجه و سرمایه برای تطبیق پروژه های مواد غذایی و در بخش واردات مواد غذایی
- ❖ نبود امکانات مالی جهت ایجاد و بازسازی مغازه های تیپک در شهر و در بخش واردات مواد غذایی

فرصت ها (Opportunities)

- ❖ خریداری و واردات گندم و سایر مواد اولیه غذایی از کشور های آسیای میانه برای استحکام قیم بازار.
- ❖ تهیه و خریداری مواد ارتزاقی دهاقین در زمان حاصل گیری و ذخیره آن در گدام های شرکت برای تنظیم وکنترول قیم در بازار
- ❖ تحقیق و جستجو در مورد بازار های ارزان منطقه و تهیه اسناد برای امضای تفاهم نامه های دولت به دولت.
- ❖ هماهنگی با موسسه غذایی جهان (WFP) برای بدست آوردن پروژه های توزیع مواد اولیه غذایی در سراسر کشور .
- ❖ ایجاد ذخایر (گدام و هنگر) در مرکز، ولایات.
- ❖ ایجاد مغازه های زنجیره ئی در شهر کابل و بعداً در زون ها.
- ❖ جلب و حمایت سکتور های خصوصی در بخش های مختلف.
- ❖ موجودیت جایداد های اساسی در شرکت با استفاده از قانون مشارکت بالای آن ساختمانها اعمار و به نفع دولت مورد بهره برداری قرار گیرد.

خطرات (Threats)

- ❖ معلق بودن پروسه حقوقی بدست آوردن جایداد های غصب شده و زمانگیر بودن آن.
- ❖ عدم دلچسپی تاجران سکتور خصوصی در پروسه های مشارکت عامه و خصوصی بخاطر معلق بودن این برنامه ها
- ❖ مشکلات پروسه تخلیه جایداد های کرایه سپرده شده از وجود قراردادیان سابقه و غاصبین
- ❖ رقابت نا مشروع از طرف سکتور خصوصی و خراب ساختن بازار
- ❖ کمبود سرمایه برای تطبیق پروژه های مواد غذایی
- ❖ تطبیق پروسه ها، طرز العمل ها و قوانین معلق و زمانگیر تدارکات ملی
- ❖ از بین رفتن اصالت تاریخی شرکت دولتی ارزاق.

پلان عملیاتی سال 1402

برنامه های پلان شده سال مالی 1402:

- ❖ مدیریت درست املاک شرکت ارزاق جهت استفاده اعظمی برای بلند بردن عواید
- ❖ تدارک، تورید، تذخیر و فروش مواد غذائی اولیه از داخل و خارج کشور
- ❖ پروژه های اکمال مواد اعاشوی لیلیه های پوهنتون و شفاخانه های کادری مربوط وزارت محترم تحصیلات عالی
- ❖ پروژه اکمال مواد اعاشوی لیلیه ها مربوط مکاتیب و مدارس وزارت محترم معارف
- ❖ پروژه اکمال مواد اعاشوی خشکه به وزارت های محترم داخله و دفاع ملی
- ❖ تدارک فند و تشویق دونر ها برای حمایت مالی از پروژه های تولیداتی شرکت دولتی ارزاق
- ❖ تهیه پلان ها برای عملی ساختن برنامه مغازه های زنجیره یی در مرکز شهر کابل و زون ها شامل ولایات (کندهار، هرات، ننگرهار و بلخ)

سایر پروژه ها و برنامه های انکشافی طویل المدت

- ❖ پلان برای ایجاد فابریکه تولیدی روغن نباتی
- ❖ پلان برای ایجاد فابریکه تولید هینگ
- ❖ پلان برای ایجاد فابریکه تولید شکر
- ❖ پلان برای ایجاد آسیاب های بزرگ آرد
- ❖ پلان برای ایجاد فابریکه تولید روب
- ❖ ایجاد سردخانه های بزرگ در دو نقطه شهر کابل جهت حفاظت از میوه جات و سبزیجات سکتور خصوصی
- ❖ پلان برای استفاده بهتر عایداتی روی زمین گدام های دوراهی پغمان ملکیت شرکت دولتی ارزاق

فرصت های سرمایه گذاری در شرکت دولتی ارزاق

شرکت دولتی ارزاق زیر چتر وزارت مالیه در چوکات دولت امارت اسلامی افغانستان مطابق قانون شرکت های دولتی، اساسنامه منظور شده و قوانین نافذ کشور فعالیت های تجارتي خویش را به پیش میبرد. شرکت دولتی ارزاق طبق پلان استراتیژیک و پلان های سالانه خویش سایر برنامه ها و پروژه ها را در نظر دارد تطبیق نماید. در این برنامه ها و پروژه ها فرصت های سرمایه گذاری برای سکتور خصوصی داخلی و خارجی طبق قانون مشارکت عامه و خصوصی (PPP) مهیا میباشند. سرمایه گذاران سکتور خصوصی داخلی و خارجی میتوانند در برنامه ها و پروژه های ذیل با شرکت ارزاق از طریق مشارکت با شرایط تعیین شده سرمایه گذاری نمایند:

❖ فرصت های سرمایه گذاری در جایداد های شرکت دولتی ارزاق

❖ فرصت های سرمایه گذاری در پروژه های مواد ارتزاقی

❖ فرصت های سرمایه گذاری در برنامه مغازه های زنجیره ئی (Chain of Super Stores)

❖ فرصت های سرمایه گذاری در ایجاد فابریکه تولید روب

❖ فرصت های سرمایه گذاری در ایجاد فابریکه تولید روغن نباتی

❖ فرصت های سرمایه گذاری در تأسیس سرد خانه ها

فرصت های سرمایه گذاری در جایداد های شرکت

شرکت دولتی ارزاق دارای جایداد های ثابت و اساسی در مرکز و ولایات کشور میباشد و در 30 ولایت کشور نمایندگی فعال با پرسونل دارد و به تعداد 181 قطعه جایداد ها از قبیل (گدام های سنگی، هنگر ها، گراج ها، مغازه های تپیک، دکاکین و زمین سفید) بدست دارد و آماده سرمایه گذاری بالای جایداد با مشارکت عامه و خصوصی میباشد. و جایداد های شرکت در تمام ولایات و بخصوص در ولایات کابل، بلخ، هرات، کندز، ننگرهار، کندهار و سایر شهر های بزرگ کشور در مراکز تجارتي با موقعیت خوبی قرار دارد میتوان با سرمایه گذاری با سکتور خصوصی بالای جایداد بلند منزل تجارتي، رهایشی، فابریکات تولیدی، سردخانه، مغازه های بزرگ فروش اموال و سایر اموال مراکز تجارتي اعمار و به بهره برداری قرار گیرد و با سکتور خصوصی مطابق قانون شرکت های دولتی، قانون تدارکات، قانون مشارکت عامه و خصوصی و قانون امور زمینداری و اساسنامه منظور شده شرکت در چوکات دولت عادلانه و منصفانه مشارکت نماید.

فرصت های سرمایه گذاری در پروژه های مواد ارتزاقی

شرکت دولتی ارزاق قرارداد پروژه های اکمال اعاشه لیلیه های پوهنتون های وزارت تحصیلات عالی را بدست آورده و همچنان سعی و تلاش دارد تا پروژه های اکمال اعاشه وزارت های دفاع، داخله، هتل انتر کانتیننتال و سایر پروژه های مواد غذایی مورد نیاز ادارات دولتی و غیر دولتی را بدست گیرد. که در زمینه با ادارات فوق الذکر هماهنگی و تعقیب جدی وجود دارد. شرکت دولتی ارزاق حاضر است در پروژه های مواد ارتزاقی خویش با سرمایه گذاری سکتور خصوصی طبق قانون نافذ کشور برای سکتور خصوصی فراهم سازد و یک فرصت خوبی است برای سرمایه گذاران با شرکت دولتی ارزاق جهت انکشاف خدمات توزیع مواد غذایی فعالیت نماید.

فرصت های سرمایه گذاری در برنامه مغازه های زنجیره ئی (Chain of Super Stores)

شرکت دولتی ارزاق در نظر دارد در قدم اول در شهر کابل و بعداً در شهر های بزرگ مغازه های تپیک فروش مواد غذایی را اعمار و فعال نماید. در شهر کابل در 5 موقعیت و در شهر های بزرگ (کندهار، مزارشریف، هرات و جلال آباد) در ساحات تجارتي یک یک باب مغازه تپیک اعمار و فعال نماید. در آن مغازه های که یک نمای خاص میداشته باشد و از یک طرف نمای شهر تاثیر گذار خواهد بود. از طرف دیگر مواد غذایی به قیمت تخفیف از بازار در خدمت همشهريان محترم ارایه مینماید. طرح اعمار و پلان تجارتي در جریان است سکتور خصوصی میتوانند تا در این برنامه با شرکت دولتی ارزاق همدست و شریک باشند.

استراتیژی بازاریابی:

❖ تحلیل بازار:

شروع استراتیژی با تحلیل دقیق بازار، شناخت رقیبان، مشتریان هدف و فرصت های بازار است. برای این منظور باید اطلاعات جامع از بازار، رقیبان، مشتریان هدف و روندهای تجارتي جمع آوری شود.

❖ تعیین هدف:

بر اساس تحلیل بازار، هدف گذاری درست انجام شود. اهداف باید قابل اندازه گیری، و متناسب با استراتژی های شرکت باشند. به عنوان مثال، افزایش سهم بازار، افزایش فروش یا افزایش آگاهی برند شرکت.

❖ استراتژی تولید و خدمات:

برنامه ریزی برای توسعه و بهبود محصولات و خدمات شرکت صورت گیرد. که شامل تعیین اهداف رقابتی، نو آوری، نوع محصولات و بهبود کیفیت میباشد.

❖ استراتژی قیمت گذاری:

تعیین قیمت مناسب برای محصولات و خدمات شرکت، که شامل استراتژی قیمت گذاری رقابتی، قیمت گذاری بر اساس ارزش و استراتژی تخفیف ها و پیشنهادهای خاص میباشد.

❖ استراتژی توزیع:

برنامه ریزی برای توزیع محصولات و خدمات به مشتریان

❖ استراتژی بازاریابی مستقیم:

ایجاد روابط با مشتریان از طریق تبلیغات، فروش مستقیم و روابط عمومی. که شامل استراتژی تبلیغات، استفاده از رسانه های اجتماعی و ارتباطات عمومی میباشد.

❖ استراتژی بازاریابی آنلاین:

استفاده از وسایل و روش های بازاریابی آنلاین برای جذب مشتریان. که شامل وبسایت، جستجو در شبکه های اجتماعی، تبلیغات آنلاین، بازاریابی و روش های دیگر میباشد.

برنامه های بازاریابی:

❖ تحقیقات بازار:

انجام تحقیقات جامع درباره نیازمندی مشتریان و روندهای تجاری، استفاده از روش های تحقیقاتی مانند نظرسنجی، مصاحبه و تحلیل ارقام.

❖ تبلیغات و ترویج:

طراحی و اجرای استراتژی‌های تبلیغاتی مناسب برای افزایش آگاهی و شناخت برند. استفاده از رسانه‌های مختلف مانند تلویزیون، رادیو، روزنامه، مجلات و رسانه‌های آنلاین.

❖ روابط عمومی:

برنامه‌ریزی و ایجاد روابط عمومی برای ارتقاء تصویر و شهرت شرکت، ایجاد ارتباط با رسانه‌ها، برگزاری رویدادها و انتشار اخبار مرتبط.

❖ هدف از بازاریابی:

ایجاد و انتشار اهداف مناسب برای جذب مشتریان، استفاده از اعلانات، مقالات، ویدیوها و محتوای ارزشمند دیگر برای ارائه اطلاعات برای مشتریان.

❖ حضور در رسانه‌های اجتماعی:

استفاده از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با مشتریان، ارائه معلومات، پاسخگویی به سوالات و دریافت فیدبک.

❖ روابط عمومی آنلاین:

ایجاد و حفظ رابطه با مشتریان و عموم مخاطبان از طریق ارسال ایمیل‌های اطلاع رسانی، خبرنامه‌ها و ارتباطات مستقیم.

❖ پیگیری و ارزیابی:

پیگیری و اندازه‌گیری عملکرد استراتژی‌های بازاریابی و بهبود بر اساس نتایج به دست آمده، استفاده از ابزارها و معیارهای مناسب برای اندازه‌گیری و عملکرد بازاریابی.

❖ بازاریابی مستقیم:

استفاده از روش‌های مستقیم برای جذب و ارتباط مستقیم با مشتریان که می‌تواند شامل ارسال نامه‌های تبلیغاتی، تماس تلفونی، تبلیغات در محل فروش و فروش مستقیم به مشتریان باشد.

❖ ترویج فروش:

استفاده از روش‌های ترویج فروش برای افزایش فروش و جذب مشتریان جدید. که می‌تواند شامل تخفیف‌های ویژه، بسته‌های تخفیفی، قرعه‌کشی‌ها و جوایز باشد.

❖ تحقیق و توسعه:

سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای بهبود محصولات و خدمات شرکت که شامل نوآوری، بهبود فعالیت‌ها و ارتقاء کیفیت خدمات می‌باشد.

❖ ارتباط با مشتریان:

ایجاد رابطه نزدیک با مشتریان و ارائه خدمات پس از فروش مناسب. که شامل پاسخگویی به سوالات و مشکلات مشتریان، ارائه آموزش و راهنمایی و ارائه خدمات پس از فروش قابل اعتماد بوده.

❖ همکاری با سایر نهادها:

برقراری همکاری با سایر شرکت‌ها، موسسات و نهادها برای تبادل معلومات، تبلیغات مشترک و توسعه بازارهای جدید.

❖ تحلیل ارقام‌ها:

استفاده از تحلیل ارقام و ابزارهای تحلیلی برای درک بهتر از عملکرد بازاریابی و بهبود تصمیم‌گیری‌های استراتژیک.

❖ توسعه برند:

سرمایه‌گذاری در توسعه و بهبود برند شرکت، ایجاد شناخت و شهرت برند در بازار، ساختن هویت برند قوی و ارائه تجربه مشتری برتر از جمله اقدامات مهم در این بخش می‌باشد.

❖ ارزیابی رقابت:

بررسی و ارزیابی رقیبان، تحلیل نقاط قوت و ضعف‌ها و برنامه ریزی برای مقابله با رقیبان و جذب مشتریان.

❖ پیش‌بینی بازار:

تحلیل روندهای بازار، پیش‌بینی تغییرات و تطبیق استراتژی بازاریابی با شرایط آینده.

❖ مدیریت مالی:

مدیریت منابع مالی و بودجه بندی برای استراتژی‌های بازاریابی و برنامه‌های تبلیغاتی.

❖ بازاریابی اینترنتی:

استفاده از ابزارها و روش‌های اینترنتی برای تبلیغات، بهبود دسترسی مشتریان به محصولات و خدمات.

❖ بازاریابی موبایل:

بهره‌برداری از تکنولوژی‌های موبایل برای تبلیغات و ارتباط با مشتریان که شامل استفاده از برنامه‌ها و وب سایت های موبایل، پیام‌های تبلیغاتی و تبلیغات در برنامه‌ها و بازی‌های موبایلی می‌باشد.

❖ بازاریابی اجتماعی:

استراتژی‌های بازاریابی بر اساس شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی. ایجاد حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی، اشتراک‌گذاری محتوا، جذب تأیید و نظرات مشتریان، و مدیریت ارتباط با جامعه مشتریان.

❖ بازاریابی متقاضیان:

استراتژی‌های بازاریابی برای جلب و جذب مشتریان جدید. که شامل تبلیغات جذاب و موثر می‌شود.

شرکت دولتی ارزاق

شماره تیلیفون‌ها: 020-2500041-42-43

ایمیل آدرس: info@arzaq.af

وب سایت: www.arzaq.af

آدرس دفتر: جوار سیلوی مرکز، ناحیه سوم شهر کابل افغانستان