

جزوه آموزشی راه های درآمد زایی و بازاریابی فروش کالا

بخش اول: مبانی و مفاهیم پایه‌ای درآمدزایی و فروش

در این بخش، پایه‌های فکری و اصولی لازم برای ورود به دنیای فروش، بازاریابی و درآمدزایی را کاملاً توضیح می‌دهم.

فصل 1: مفهوم درآمد، ارزش و بازار

1. درآمد چیست؟

درآمد پولی است که فرد در ازای ایجاد ارزش، ارائه خدمات یا فروش کالا دریافت می‌کند. اما مهم‌ترین نکته این است که درآمد مستقیماً از ارزش تولید شده حاصل می‌شود، نه از کار زیاد.

انواع درآمد:

1. درآمد فعال

درآمدی که فقط زمانی به دست می‌آورد که حضور دارید و کار می‌کنید (فروشنده‌گی، کارمندی، تولید دستی و ...).

2. درآمد غیرفعال (Passive Income)

درآمدی که بدون حضور شما هم جریان دارد.

مثل:

○ فروش آنلاین اتوماتیک کالا

- اجاره ملک
- سود سرمایه‌گذاری
- درآمد بازاریابی همکاری با سیستم‌های اتوماتیک

تفاوت اساسی:

درآمد فعال → محدود به زمان شما

درآمد غیرفعال → محدود به سیستم شما

هر فروشنده و کارآفرین موفق در نهایت تلاش می‌کند بخشی از درآمدش را غیرفعال کند.

۲. ارزش چیست و چرا مردم پول می‌دهند؟

مردم برای «کالا» پول نمی‌دهند؛

بلکه برای ارزش، فایده و احساساتی که از آن کالا می‌گیرند هزینه می‌کنند.

سه نوع ارزش مهم:

1. ارزش کاربردی (فایده)

مثلاً: یک جاروبرقی می‌خرد چون خانه تمیز می‌شود.

2. ارزش احساسی

مثل خرید لباس برای احساس زیبایی و اعتماد به نفس.

3. ارزش اجتماعی

مثل خرید گوشی خوب برای پرستیژ.

نتیجه مهم:

برای فروش بیشتر، لازم نیست کالا را بهتر توضیح دهیم؛

لازم است ارزش واقعی را برجسته کنیم.

۳. تعریف بازار

بازار یعنی:

جایی که نیاز + توان پرداخت + تمایل به خرید همزمان وجود دارند.

کسب و کارهایی شکست می‌خورند که یا:

- محصول دارند ولی بازار ندارند
- بازار دارند ولی کالای مناسب ندارند

بازار همیشه برنده است.

۴. چرخه درآمدزایی

این چرخه در تمام مدل‌های درآمدزایی مشترک است:

1. یافتن نیاز
2. ساخت یا تأمین کالا
3. جذب مشتری
4. متقاعد کردن او برای خرید
5. ارائه تجربه خوب
6. تکرار خرید و معرفی دیگران

درآمد پایدار نتیجه اجرای درست این چرخه است.

۵. شناخت مشتری (پرسونا)

یکی از مهم‌ترین اصول بازاریابی حرفه‌ای، شناخت دقیق مشتری است.

پرسونا یعنی:

یک تصویر واقعی از «مشتری ایده‌آل» با ویژگی‌هایی مثل:

- سن
- جنسیت

- درآمد
- مشکلات
- نیازها
- رفتار خرید
- انگیزه‌ها
- ترس‌ها
- اهداف

چرا مهم است؟

چون بدون آن:

- محتوا غلط تولید می‌شود
- تبلیغات اشتباهی هدف قرار می‌گیرند
- پیام فروش ضعیف می‌شود
- نرخ تبدیل پایین می‌آید

مثال:

اگر محصولت «دستبند دخترانه» است، مخاطب:

- دختران ۱۵ تا ۲۵ سال
- سبک دوست، دنبال مد، قیمت مناسب
- خرید احساسی
- بیشتر در اینستاگرام فعال
- ویدیو کوتاه تأثیرگذار

اگر این اطلاعات نباشد، همیشه پول تبلیغات هدر می‌رود.

۶. ذهنیت ثروت‌ساز

قبل از درآمدزایی، ذهن باید اصولی داشته باشد:

۱-۶. پول از ارزش می‌آید، نه از شانس

هر چقدر ارزش بیشتری ایجاد کنید، پول بیشتری می‌گیرید.

۲-۶. فروش مهارت است، نه استعداد

همه می‌توانند آن را یاد بگیرند.

۳-۶. هزینه تبلیغات، سرمایه‌گذاری است

اگر تبلیغات اصولی باشد، سرمایه برمی‌گردد.

۴-۶. ترس از شروع، بزرگ‌ترین مانع است

خیلی‌ها می‌دانند چه کالاهایی فروش خوبی دارد،
اما «شروع» نمی‌کنند.

۵-۶. نظم و استمرار

فروش ناگهانی نیست؛
نتیجه کارهای کوچک اما مداوم است.

پایان بخش اول

بخش دوم: راه‌های درآمدزایی در دنیای واقعی

فصل 2: روش اول – فروش حضوری (فروش مستقیم کالا)

فروش حضوری یکی از قدیمی‌ترین و پایدارترین روش‌های درآمدزایی است.

این مدل هنوز در سال‌های اخیر با وجود رشد اینترنت، از بین نرفته و حتی در بسیاری از صنایع پرفروش‌تر از فروش آنلاین عمل می‌کند.

۱. فروش حضوری چیست؟

یعنی فروش کالا به صورت فرد به فرد، در محیط‌های زیر:

- مغازه
- بازار
- نمایشگاه
- فروش درب‌به‌درب
- فروش سازمانی و شرکتی
- فروش در محل انجام خدمات (مثل نصاب‌ها و تعمیرکارها)

این مدل فروش به دلیل لمس محصول، ارتباط رودررو و اعتمادسازی سریع بسیار قدرتمند است.

۲. چرا فروش حضوری هنوز قدرتمند است؟

✓ ارتباط مستقیم و انسانی

مشتری وقتی فروشنده را می‌بیند راحت‌تر اعتماد می‌کند.

✓ امکان مذاکره

در فروش حضوری، نرخ تبدیل (تبدیل مشتری به خریدار) بسیار بالاتر است.

✓ امکان مشاهده کالا

مشتری کالا را لمس، تست و بررسی می‌کند.

✓ مناسب برای کالاهای زیر:

- پوشاک
- لوازم خانگی
- بدلیجات
- مواد غذایی
- وسایل ورزشی
- عطر و ادکلن
- صنایع دستی

۳. چطور بدون مغازه فروش حضوری داشته باشیم؟

این مهم‌ترین بخش برای بسیاری از افراد است.

۱-۳. فروش در نمایشگاه‌ها و بازارهای محلی

- بازارچه‌های هفتگی
- نمایشگاه‌های فصلی
- رویدادهای شهری
- غرفه‌های مناسبی

هزینه شروع بسیار کم است و فروش معمولاً عالی.

۲-۳. فروش در محل کارگاه یا خانه

اگر تولیدکننده هستید، مشتریان را به صورت محدود دعوت کنید یا تحویل حضوری بدهید.

مثال:

- تولیدی شیرینی خانگی
- زیورآلات دست‌ساز
- لباس بچگانه دوخت خانگی

(Door-to-Door) ۳-۳. فروش درب‌به‌درب)

برخی کالاها مخصوص این مدل فروش هستند:

- جوراب، لباس زیر
- محصولات بهداشتی

- ظروف آشپزخانه
- خوراکی های فله ای
- لوازم تزئینی کوچک

مزیت:

فروش سریع، درآمد روزانه، بازگشت سرمایه کم ریسک.

۳-۴. فروش سازمانی

فروش به:

- شرکت ها
- مدارس
- کارخانه ها
- اداره ها

مثل فروش:

- لوازم اداری
- پک پذیرایی
- لباس کار
- هدیه سازمانی

این روش فروش بسیار پرسود است؛ چون مشتریان خرید عمده می کنند.

۴. مهارت‌های لازم برای فروش حضوری

✓ ۱-۴. زبان بدن حرفه‌ای

اولین برداشت ۵۵٪ نتیجه فروش را مشخص می‌کند.

✓ ۲-۴. مهارت توضیح محصول

باید بتوانید یک محصول را در ۳۰ ثانیه معرفی کنید.

✓ ۳-۴. مدیریت اعتراض

مشتری معمولاً می‌گوید:

- گرونه
- کیفیتش چگونه؟
- بقیه جاها ارزون‌تره

فروشنده حرفه‌ای این اعتراض‌ها را فرصت می‌بیند.

✓ ۴-۴. بستن فروش

تکنیک‌های بسته شدن فروش مانند:

- گزینه جایگزین
- پیشنهاد محدود
- ایجاد کمیابی
- ایجاد فوریت
- استفاده از ضمانت

۵. مزایای فروش حضوری

- سود بالا
- اعتماد سریع
- تبدیل مشتری به مشتری دائم
- امکان فروش محصولات مکمل
- نقد شدن سریع پول

۶. چالش‌ها

- نیاز به انرژی و حضور فیزیکی
- محدودیت تعداد مشتری
- وابستگی به مهارت فروشنده
- هزینه رفت‌وآمد و مکان

۷. چطور فروش حضوری را ۳ برابر کنیم؟

خوش آمدگویی حرفه‌ای

شروع خوب → ۵۰٪ احتمالی خرید

معرفی محصول بر اساس نیاز

نه بر اساس ویژگی‌ها.

نمایش نمونه واقعی

لمس کالا نرخ فروش را چند برابر می‌کند.

فروش مکمل

کسی که کفش می‌خرد، چطور بند یا جوراب نمی‌خواهد؟

پیگیری بعد از فروش

تماس یا پیام ۲۴ ساعت بعد → ۲۵٪ احتمال خرید مجدد.

پایان روش اول

روش دوم: خرید عمده و فروش خرده (قطعی ترین مدل درآمدزایی کالامحور)

اگر دنبال روشی هستی که:

- سرمایه زیادی نخواهد
- ریسک پایینی داشته باشد
- سود تضمینی داشته باشد
- سریع به پول برسد

این روش یکی از بهترین انتخاب‌هاست.

۱. خرید عمده و فروش خرده چیست؟

در این مدل:

1. کالا را از تولیدکننده، عمده‌فروش یا واردکننده با قیمت پایین می‌خرید
2. به صورت خرده، تک‌فروشی یا بسته کوچک با سود بیشتر می‌فروشید

این دقیقاً همان کاری است که:

- مغازه‌دارها
- خرده‌فروش‌ها
- پیچ‌های اینستاگرامی
- فروشندگان واتساپ
- غرفه‌دارها

هر روز انجام می‌دهند.

۲. چرا این روش سودآور و کم‌ریسک است؟

خرید عمده = قیمت پایین‌تر

هرچه بیشتر بخری → قیمت کمتر → سود بیشتر.

فروش خرده = سود بالا

فروش تک عددی معمولاً ۲۰٪ تا ۲۰۰٪ سود دارد.

عدم نیاز به تولید

بدون دردسر:

- مواد اولیه
- دستگاه
- تخصص تولید
- نیروی کار

شروع سریع

در کمتر از ۳ روز می‌شود این مدل را آغاز کرد.

مناسب برای اکثر کالاها

از پوشاک تا لوازم آرایشی و خوراکی.

۳. چه کالاهایی برای خرید عمده و فروش خرده مناسب است؟

این‌ها کالاهای پرچرخش و کم‌ریسک هستند:

▪ پوشاک

- تیشرت
- جوراب
- لباس زنانه
- لباس راحتی
- لباس بچگانه

▪ اکسسوری و بدلیجات

حاشیه سود بسیار بالا دارند.

▪ لوازم آرایشی و بهداشتی

با تقاضای دائمی.

▪ کالاهای پرفروش خانگی

- ظروف
- وسایل آشپزخانه
- گجت‌های کوچک

▪ خوراکی‌ها

بخصوص خشکبار و تنقلات بسته کوچک.

▪ دکوری‌ها

کوچک، سبک، زیبا → فروش سریع.

۴. روش‌های تأمین کالا (از کجا عمده بخریم؟)

۴-۱. بازارهای عمده‌فروشی

هر شهر یک یا چند بازار اصلی دارد:

- لباس
- بدلیجات
- لوازم آرایشی
- اسباب‌بازی
- لوازم‌تحریر
- لوازم‌خانه

۲-۴. خرید مستقیم از تولیدکننده

سود بیشتر، قیمت کمتر، کیفیت بالاتر.

۳-۴. خرید از واردکننده

برای کالاهای:

- الکترونیکی
- بدلیجات
- آرایشی

۴-۴. خرید از بنکداران آنلاین

خیلی از عمده فروشها در واتساپ یا اینستاگرام فعال اند.

۵. چطور بفهمیم یک محصول «ارزش خرید عمده» دارد؟

این معیارها حیاتی هستند:

تقاضای دائمی

کالای فصلی یا لحظه‌ای نباشد.

بازه سود بالا

حداقل ۳۰٪ سود برای شروع.

حمل و نقل آسان

سنگین و آسیب‌پذیر نباشد.

فضای کم‌محل

زخیره‌سازی راحت باشد.

امکان تست سریع

نمونه خرید قبل از عمده خرید.

نقدشوندگی بالا

اگر با کوچک‌ترین تبلیغ فروش نرفت، خرید عمده اشتباه است.

۶. استراتژی قیمت‌گذاری در خرید عمده / فروش خرده

برای سوددهی بهتر:

قانون طلایی سود:

$$\text{قیمت خرید} \times ۱.۴ = \text{حداقل قیمت فروش}$$

مثال:

اگر ۵۰ هزار تومان بخری → ۷۰ هزار تومان بفروشی.

اما کالاهای کوچک مثل:

- بدلیجات
- اکسسوری
- لوازم آشپزخانه

می‌توانند سود ۲ تا ۳ برابر داشته باشند.

۷. چطور با سرمایه کم شروع کنیم؟

بسته‌های کوچک بخرید

مثلاً به جای ۱۰ مدل، فقط ۲ مدل کالا بخرید ولی بیشتر از همان ۲ مدل.

شروع با یک حوزه

پوشاک زنانه

بدلیجات

لوازم آرایشی

تنها یکی را انتخاب کن، نه ۱۰ مدل مختلف.

فروش به آشنایان

ابتدای کار ارزشمندترین بازار همین است.

ترکیب با فروش اینترنتی

بخشی حضوری → بخشی آنلاین

(فروش چند برابر)

۸. اشتباهات رایج در خرید عمده و فروش خرده

خرید زیاد از یک محصول بدون تست

قبل از خرید عمده، ۱۰ عدد تستی بخرید.

تنوع بیش از حد

موجودی پول تان گیر می کند.

خرید کالای بی کیفیت

کالای بی کیفیت = مشتری ناراضی = ورشکستگی

عاشق محصول شدن

فروشنده باید دنبال سود باشد نه سلیقه شخصی.

۹. چگونه فروش را چند برابر کنیم؟

بسته بندی جذاب

حتی ساده ترین بسته بندی → ارزش محصول را چند برابر می کند.

آفرهای فروش

- ۲ تا بخر = ۱ دونه رایگان
- خرید اول = تخفیف
- خرید دوم = هدیه کوچک

ترکیب فروش حضوری + واتساپ

مشتری حضوری را به شماره واتساپ هدایت کن برای خریدهای بعدی.

فروش مکمل

به مشتری جوراب → بند یا کفش زیربغل پیشنهاد بده.

۱۰. حاشیه سود واقعی در این مدل چقدر است؟

- پوشاک: ۳۰ تا ۸۰٪
- بدلیجات: ۱۰۰ تا ۲۵۰٪
- آرایشی کوچک: ۳۰ تا ۷۰٪
- اکسسوری: ۵۰ تا ۱۵۰٪
- لوازم خانگی کوچک: ۳۰ تا ۶۰٪
- خوراکی بسته کوچک: ۲۰ تا ۴۰٪

پایان روش دوم

اگر تایید کنی، میرم سراغ:

روش سوم: تولید محصول دست‌ساز و کسب درآمد از آن

(یکی از پرسودترین مدل‌ها با سرمایه خیلی کم)

روش سوم: تولید محصول دست‌ساز و کسب درآمد از آن

(Handmade Production)

این روش یکی از پایدارترین، انعطاف‌پذیرترین و کم‌هزینه‌ترین راه‌های درآمدزایی است.

اگر حتی ۱۰۰ هزار تومان سرمایه داشته باشید، می‌توانید از این مدل شروع کنید.

۱. محصول دست‌ساز چیست؟

هر کالایی که توسط فرد و بدون دستگاه‌های صنعتی تولید شود و:

- ارزش هنری
- ارزش احساسی
- ارزش کاربردی

داشته باشد، محصول دست‌ساز محسوب می‌شود.

نمونه‌ها:

- زیورآلات دست‌ساز
- رزین آرت
- شمع‌سازی
- عطر و ادکلن شخصی‌سازی‌شده
- صابون و لوازم بهداشتی طبیعی
- بافتنی
- نقاشی و طراحی
- لوازم دکوری
- جعبه کادو
- کیف‌های دست‌دوز
- محصولات چرمی

- صنایع دستی چوبی
- وسایل تزئینی جشن‌ها

۲. چرا محصولات دست‌ساز سود بسیار بالایی دارند؟

✓ ۱-۲. ارزش هنری = قیمت بیشتر

مشتری برای «خاص بودن محصول» پول می‌دهد.

✓ ۲-۲. هزینه تولید پایین

مواد اولیه اغلب ارزان‌اند.

✓ ۳-۲. امکان شخصی‌سازی

یکی از بزرگ‌ترین مزیت‌های این مدل.

مثال:

روی گردن‌بند → حروف اسم مشتری حک می‌شود.

✓ ۲-۴. رقابت کم در مقایسه با فروشندگان کالای آماده

در بازار اینترنتی، محصولات دست‌ساز همیشه جذاب‌ترند.

✓ ۲-۵. امکان فروش در قیمت بالا

سود بعضی محصولات دست‌ساز تا ۳۰۰٪ یا بیشتر هم می‌رسد.

**۳. انواع محصولاتی که می‌توانید دست‌ساز تولید کنید
(با توضیح کامل)**

۳-۱. زیورآلات دست‌ساز

پرفروش‌ترین محصول دست‌ساز در ایران.

مواد اولیه شامل:

- مهره
- سنگ
- زنجیر
- قفل
- فنر
- نخ

سود: ۱۰۰ تا ۲۵۰٪

✓ ۳-۲. شمع سازی

در مناسبت‌ها و هدیه‌ها بسیار پرطرفدار.

انواع شمع:

- معطر
- قالبی
- لیوانی
- ژله‌ای
- شمع عدد
- شمع تزئینی

سود: ۲۰۰٪

✓ ۳-۳. رزین آرت

در سال‌های اخیر ترند شده و شامل:

- زیورآلات رزینی
- جاکلیدی رزینی
- قاب عکس
- ظروف تزئینی
- سینی رزینی

سرمایه اولیه: متوسط

سود: ۱۵۰٪

✓ ۳-۴. محصولات چرمی دست‌دوز

مثل:

- کیف پول
- کیف کمری
- جاکارتی
- کمر بند
- کیف دستی

سود: ۷۰ تا ۱۴۰٪

✓ ۳-۵. لوازم تزئینی برای مراسم

پرفروش در:

- جشن تولد
- نامزدی
- یلدا
- کریسمس

مثل:

- گیفت
- جعبه کادو
- تزیینات حجمی

سود این دسته: ۱۰۰ تا ۲۰۰٪

۴. از کجا مواد اولیه بخریم؟

▪ بازارهای اصلی مواد اولیه

در همه شهرها مراکزی برای فروش:

- چرم

- رزین
- ابزار شمع‌سازی
- مهره و بدلیجات
- پارچه و طناب
- چوب

وجود دارد.

▪ خرید از فروشگاه‌های آنلاین

در اینستاگرام و سایت‌های فروش عمده ابزارهای دست‌ساز فراوان است.

۵. چطور بفهمیم چه محصولی برای تولید انتخاب کنیم؟

معیارهای زیر بسیار مهم است:

✓ بازار هدف مشخص باشد

مثلاً زیورآلات → دختران ۱۵ تا ۲۸ سال

شمع → هدیه و دکور

✓ مواد اولیه در دسترس باشد

به سختی تهیه نشود.

✓ محصول مشابه زیاد نباشد

سعی کنید سبک اختصاصی برای خود ایجاد کنید.

✓ تولید سریع باشد

محصولی که ساختش ۶ ساعت طول می‌کشد، برای شروع مناسب نیست.

✓ امکان شخصی‌سازی داشته باشد

مشتری عاشق محصول اختصاصی است.

۶. روش‌های فروش محصول دست‌ساز

✓ ۱-۶. اینستاگرام

مهم‌ترین محل فروش

(مشتری محصولات دست‌ساز همیشه در اینستاگرام زیاد است)

✓ ۲-۶. واتساپ

فروش سریع به آشنایان و مشتریان ثابت.

✓ ۳-۶. غرفه در رویدادها

بازارچه‌های محلی و نمایشگاه‌ها برای محصولات دست‌ساز فوق‌العاده‌اند.

✓ ۴-۶. فروش به فروشگاه‌ها

مغازه‌ها همیشه دنبال تأمین‌کننده ارزان هستند.

✓ ۵-۶. همکاری با عکاس‌های جشن

مثلاً فروش گیفت تولد یا نامزدی.

۷. قیمت‌گذاری محصولات دست‌ساز

فرمول حرفه‌ای قیمت‌گذاری:

(هزینه مواد اولیه + ۲۰٪ هزینه جانبی + دستمزد ساخت) $\times ۱.۵$

یا ساده‌تر:

قیمت = ۲ تا ۳ برابر هزینه مواد اولیه

مثال:

اگر دستبند ۱۵ هزار خرج داشته \rightarrow ۴۵ تا ۵۰ هزار فروش.

۸. بازاریابی محصولات دست‌ساز (خیلی مهم)

✓ حس هنری و خاص بودن را پررنگ کنید

با جمله‌هایی مانند:

- «کار دست خودمه»
 - «سفارشی‌سازیه»
- «Limited Edition»

فروش بیشتر می‌شود.

✓ پشت‌صحنه تولید بگذارید

مشتری عاشق دیدن مراحل ساخت است.

✓ اسم برند برای کارتان انتخاب کنید

مثلاً:

Handmade by Saba

ArtLine

Nilo Gallery

✓ بسته‌بندی شیک

بسته‌بندی ۳۰٪ ارزش محصول را بالا می‌برد.

۹. اشتباهات رایج تولیدکنندگان تازه‌کار

تولید چند مدل مختلف باهم

تمرکز را از بین می‌برد.

قیمت‌گذاری خیلی پایین

تهدید بزرگی برای ادامه کسب‌وکار.

کیفیت پایین در جزئیات

مثلاً:

- نخ نامرغوب
- بست ضعیف
- چسب بی‌کیفیت

نداشتن یک سبک مشخص

باید یک امضای هنری داشته باشید.

۱۰. چطور فروش محصولات دست‌ساز را چند برابر کنیم؟

✓ شخصی‌سازی رایگان

مثل: حک اسم، انتخاب رنگ.

✓ ساخت پک هدیه

به بهانه‌های مناسبی:

- ولنتاین
- یلدا
- سال نو
- تولد

✓ تولید محصول ست

مثلاً:

گردنبند + دستبند + گوشواره

فروش ست همیشه بیشتر است.

✓ عکس‌های حرفه‌ای

برای محصولات دست‌ساز «عکس خوب» مساوی است با «فروش زیاد».

پایان روش سوم

روش چهارم: فروش کالا بدون داشتن کالا

(دراپ‌شیپینگ + بازاریابی پورسانتی)

در این روش شما:

- نه کالا می خری
- نه انبار داری
- نه بسته بندی می کنی
- نه ارسال انجام می دی

ولی از هر فروش، پورسانت دریافت می کنی.

این روش در دنیا بسیار پرطرفدار است و در ایران هم به شدت رو به رشد.

۱. دراپ شیپینگ چیست؟

دراپ شیپینگ یعنی:

1. شما کالا را فقط معرفی و تبلیغ می کنی
2. مشتری سفارش می دهد
3. تأمین کننده کالا را مستقیم برای مشتری ارسال می کند
4. پول سود شما را به حسابت واریز می کند

یعنی:

شما فروشنده ای هستید که بدون خرید کالا درآمد دارید.

۲. بازاریابی پورسانتی چیست؟

(Affiliate Marketing)

در این مدل:

1. لینک یا کد معرفی شما در اختیار مشتری قرار می‌گیرد
2. مشتری با لینک شما خرید می‌کند
3. سایت یا فروشگاه به شما پورسانت می‌دهد

در دنیا یکی از بزرگ‌ترین مدل‌های درآمدزایی است.

۳. تفاوت دراپ‌شیپینگ و پورسانتی

ویژگی	پورسانتی دراپ‌شیپینگ	
نام شما روی بسته	بله ✓	نه ✗
امکان تعیین قیمت	بله ✓	نه ✗
میزان سود	زیاد	متوسط
هزینه شروع	صفر	صفر
مناسب برای پیچ	عالی	عالی

هر دو روش بهترین انتخاب برای کسانی است که نمی‌خواهند ریسک خرید کالا کنند.

۴. مزایای فروش بدون داشتن کالا

✓ صفر تومان سرمایه

نه خرید، نه انبار، نه بسته‌بندی.

✓ بدون ریسک

اگر نفر فروختی → پورسانت می‌گیری

اگر نفر فروختی → هیچ ضرری نداری.

✓ امکان تست ده‌ها محصول

بدون هزینه، می‌توانی تست کنی:

- بدلیجات
- لباس زنانه
- لوازم آرایشی
- کفش
- لوازم خانه
- گجت‌های کوچک

✓ مناسب برای تازه کارها

کسی که هنوز نمی‌داند چه محصولی را بخرد → این روش بهترین انتخاب است.

۵. از کجا کالا برای دراپ‌شیپینگ پیدا کنیم؟

✓ روش ۱: همکاری با پیج‌هایی که تأمین‌کننده هستند

چندین پیج اینستاگرام به صورت تخصصی برای پیج‌های کوچک، دراپ‌شیپینگ انجام می‌دهند.

آن‌ها:

- عکس و مشخصات می‌دهند
- قیمت عمده مشخص می‌کنند
- ارسال را انجام می‌دهند

شما فقط باید سفارش بگیرید.

✓ روش ۲: همکاری با عمده‌فروش‌ها

بسیاری از بنکداران اعلام همکاری می‌کنند:

- عکس‌ها را به واتساپ شما می‌دهند
- شما در پیج خودتان می‌گذاری
- سفارش که آمد → آدرس به عمده‌فروش می‌دهی
- او مستقیم ارسال می‌کند

شما فقط سود خودتان را روی کالا اضافه می‌کنید.

✓ روش 3: همکاری با تولیدکنندگان

خیلی از تولیدکنندگان کوچک آماده همکاری هستند:

- تولیدی لباس
- کارگاه بدلیجات
- کارگاه شمع‌سازی
- تولیدی کیف
- تولیدی زیورآلات رزینی

آن‌ها دنبال فروش بیشتر هستند و شما می‌توانید بدون خرید کالا برایشان مشتری بیاورید.

۶. چطور یک پیج دراپ‌شیپینگ حرفه‌ای بسازیم؟

✓ یک حوزه مشخص انتخاب کنید

مثلاً:

- لباس زنانه
- بدلیجات
- لوازم آرایشی
- لباس بچگانه
- اکسسوری موبایل

اشتباه بزرگ:

فروش همه چیز باهم.

✓ تصاویر را حرفه‌ای و یک‌دست منتشر کنید

حتی اگر عکس را تأمین‌کننده می‌دهد → آن را:

- ادیت رنگی
- پس‌زمینه سفید
- یک فونت مشخص
- یک لوگو کوچک

داشته باشد.

✓ قیمت‌گذاری هوشمند

قیمت تأمین‌کننده + ۳۰٪ تا ۷۰٪ سود معمول.

✓ سیستم ثبت سفارش

دریافت سفارش از:

- واتساپ
- دایرکت
- فرم سایت (اختیاری)

به مشتری حس حرفه‌ای بودن می‌دهد.

۷. چطور پورسانت بگیریم؟

✓ مدل ۱: پورسانت درصدی

مثلاً ۱۰٪ الی ۲۵٪ از قیمت محصول.

✓ مدل ۲: پورسانت مبلغ ثابت

مثلاً برای هر فروش ۳۰ هزار تومان.

✓ مدل ۳: سود روی قیمت

خودت قیمتی تعیین می‌کنی و مازاد آن سود توست.

این مدل سوم متداول‌ترین روش در ایران است.

۸. چالش‌های این مدل

تأمین‌کننده نامعتبر

اگر ارسال دیر انجام شود → مشتری مال شماست، بدنام می‌شوید.

کیفیت متفاوت

باید تأمین‌کننده‌ای انتخاب کنید که:

- کیفیت ثابت

- موجودی دائمی
- عکس واقعی
- پشتیبانی سریع

داشته باشد.

موجودی لحظه‌ای

بسیاری از کالاها سریع تمام می‌شوند.

۹. اشتباهات رایج در دراپ‌شیپینگ

گذاشتن سود زیاد

سود زیاد → صفر مشتری

سود کم → بی‌انگیزه می‌شوی

تغییر پی‌درپی تأمین‌کننده

وفاداری به یک تأمین‌کننده بهتر است.

فروش هر مدل کالا

فقط یک حوزه انتخاب کن.

۱۰. چطور با این روش در ۳۰ روز به درآمد برسیم؟

✓ روز ۱ تا ۳

انتخاب حوزه + پیدا کردن ۳ تأمین کننده معتبر

✓ روز ۴ تا ۱۰

ساخت پیج، طراحی قالب، انتشار ۱۲ پست اولیه

✓ روز ۱۱ تا ۲۰

استوری روزانه + ساخت محتوا + شروع ویتترین فروش

✓ روز ۲۱ تا ۳۰

تبلیغات کوچک (۵۰ تا ۲۰۰ هزار تومان)

در این مدل، اولین فروش معمولاً در:

✓ هفته اول یا

✓ نهایتاً هفته دوم اتفاق می‌افتد.

پایان روش چهارم

روش پنجم: فروش کالا از طریق شبکه‌های اجتماعی

(اینستاگرام + واتساپ + تلگرام)

در ایران، بیش از ۷۰٪ خریدهای آنلاین خرد از طریق همین سه شبکه انجام می‌شود.

یعنی اگر کسی بخواهد بدون سایت هم درآمد داشته باشد، شبکه‌های اجتماعی کافی هستند.

در این روش، شما به سه ابزار نیاز دارید:

1. یک ویتترین (پیج/کانال)
2. یک مسیر فروش (دایرکت/واتساپ)
3. یک روش اعتمادسازی (نمونه کار، گارانتی، رضایت مشتری)

حالا قدم به قدم، کامل و مفصل توضیح می دهیم.

۱. انتخاب بهترین شبکه اجتماعی

✓ اینستاگرام برای

فروش محصول

بهترین است

دلایل:

- بازار بزرگ
- تعامل عالی
- امکان تبلیغات گسترده
- مناسب برای کالاهای فیزیکی

✓ واتساپ برای

بستن فروش

بهترین است

- مشتری در واتساپ راحت تر اعتماد می کند
- پیام رسان ساده و در دسترس
- مناسب برای پیگیری سفارشات و پشتیبانی

ترکیب بی نظیر:

اینستاگرام → هدایت به واتساپ → فروش قطعی

✓ تلگرام برای

انتشار محتوا و مشتری های وفادار

عالی است

- کانال سازی آسان
- مخاطب بلندمدت
- بدون محدودیت ادیت و سایز عکس
- مناسب برای ارتباط مستقیم و فروش عمده

۲. ساخت پیج حرفه ای (اصول کامل)

اگر پیج اصولی ساخته شود، حتی با ۱۰۰ فالوور هم فروش دارید.

اگر اصولی نباشد، حتی با ۱۰ هزار فالوور هم درآمد کم است.

✓ قدم اول: انتخاب حوزه فروش

یک حوزه مشخص انتخاب کن:

- لباس زنانه
- بدلیجات
- لوازم آرایشی
- کفش
- اکسسوری
- لوازم خانه
- کالای دیجیتال
- محصولات کودک

اشتباه بزرگ: فروش همه چیز باهم

پیج باید هویت واحد داشته باشد.

(Branding) ۳. ساخت هویت پیج)

هویت شما یعنی:

- نام

- رنگ
- سبک عکس
- فونت
- قالب پست‌ها

چرا مهم است؟

چون ۷۰٪ اعتماد مخاطب در ۳ ثانیه اول شکل می‌گیرد.

✓ نام پیج

باید:

- کوتاه
- قابل خواندن
- قابل جستجو
- بدون عده‌های بی‌معنی

نمونه‌های خوب:

- Lila.gallery
- Mode.kiana
- Shiny_accessory

نمونه‌های بد:

- shop_1388__ir
- sell123buy456
- x_shopppp_lady_xx

۴. تنظیمات صفحه (قسمت‌های مهم)

✓ عکس پروفایل

شامل:

- لوگوی ساده
- یا
- عکس محصول شاخص (مثلاً یک نیم‌تنه یا یک گردنبند خیره‌کننده)


حرفه‌ای (Bio) ✓ بیو)

بیو باید ۳ جمله مهم داشته باشد:

(۱) «چی می‌فروشی»

(۲) «ویژگی اصلی»

مثال:

اکسسوری‌های اصل و ضدحساسیت
ارسال به سراسر کشور | پرداخت درب منزل
ثبت سفارش: واتساپ 

۵. نوع پست‌هایی که باعث فروش می‌شوند

پیج فروشگاهی باید سه نوع محتوا داشته باشد:

✓ (۱) پست محصول

یک مدل

یک عکس

یک قیمت

خیلی شلوغ نکن.

✓ ۲) پست ویدئویی

ویدئو ۱۰ برابر عکس اعتمادسازی می‌کند.

نمونه‌ها:

- آنباکسینگ
- تست کیفیت
- نزدیک‌نمایی (Close-up)
- معرفی یک مزیت محصول

✓ ۳) پست محتوایی (آموزشی)

مثلاً:

- چگونه بدلیجات را نگهداری کنیم؟
- تفاوت نیم‌ست طلایی و رزگلد
- بهترین عطرهاى تابستانه
- چگونه سائز انگشتر را پیدا کنیم؟

این پست‌ها باعث می‌شوند افراد شما را دنبال کنند، نه فقط نگاه کنند.

۶. نقش استوری در فروش (خیلی مهم)

استوری قوی = فروش بالا

استوری ضعیف = پیچ مرده

✓ چه چیزهایی در استوری بگذاریم؟

1. معرفی محصول جدید
2. تخفیف‌های زمان‌دار
3. موجودی محدود
4. تفاوت محصول شما با رقبا
5. رضایت مشتری
6. پشت‌صحنه کار
7. نمونه ارسال‌ها
8. جواب دادن به سوالات
9. بازی و تعامل (کوئیز، سوال، نظرسنجی)

نکته طلایی

در استوری، همیشه CTA بده:

«برای سفارش واتساپ پیام بده»

«برای دیدن قیمت بالا بزن»

۷. مسیر صحیح خرید

مسیر بد (اکثر پیچ‌ها):

مشتری → دایرکت → بدون جواب → مشتری پشیمان

مسیر درست:

مشتری پیام می‌دهد →

شما ۵ سوال طلایی می‌پرسی →

مشتری حس می‌کند حرفه‌ای هستی →

فروش انجام می‌شود

سوالات طلایی فروش:

(۱) چه رنگی مدنظرتونه؟

(۲) چند سایز پوشیدننتونه؟

(۳) به‌صورت هدیه می‌خواین یا استفاده شخصی؟

(۴) ارسال به کدوم شهر؟

(۵) فوری نیاز دارید یا معمولی؟

این سوال‌ها مشتری را وارد جریان خرید می‌کند.

۸. اعتمادسازی (مهم‌ترین قسمت)

مشتری از شما نمی‌خرد چون:

- شما را نمی‌شناسد
- مطمئن نیست کالایی دریافت کند
- نمی‌داند کیفیت چطور است

راه‌های اعتمادسازی:

✓ رضایت مشتری

قبل-بعد

اسکرین‌شات واتساپ

پیام صوتی

عکس مشتری با محصول

✓ نمونه ارسال‌ها

بسته‌بندی

کد رهگیری

✓ ویدئوهای تست محصول

مثلاً:

- تست ضدحساسیت بدلیجات
- تست ضدآب ساعت
- کیفیت دوخت لباس

۹. اشتباهات مرگبار فروش در شبکه‌های اجتماعی

قیمت نگذاشتن

پاسخ‌گویی دیر

گذاشتن عکس‌های بی‌کیفیت

نداشتن مسیر خرید

تنوع بیش از حد کالا

نداشتن قالب ثابت برای پستها

بی‌اعتمادی مخاطب (نداشتن نمونه‌کار، رضایت مشتری)

۱۰. نقشه راه ۳۰ روزه برای شروع فروش

✓ هفته اول

– انتخاب حوزه

– ساخت پیج

– طراحی ۱۲ پست اولیه (۱۰ محصول + ۲ آموزشی)

– پیدا کردن تأمین‌کننده مناسب

✓ هفته دوم

– شروع استوری‌های روزانه

– گذاشتن ۳ ویدئو

– فعال‌سازی واتساپ برای سفارش

– جمع‌آوری رضایت‌ها

✓ هفته سوم

– تبلیغ با بودجه کم (۵۰ تا ۲۰۰ هزار تومان)

– گرفتن اولین ۵ تا ۱۵ فروش

✓ هفته چهارم

– توسعه محتوا

– همکاری با اینفلوئنسرهای کوچک

– افزایش تنوع محصولات

نتیجه معمول:

اغلب پیچ‌ها تا پایان یک ماه

۵۰۰ هزار تا ۵ میلیون تومان

درآمد دارند (واقعی و قابل دستیابی).

✓ پایان روش پنجم

روش ششم: فروش کالا از طریق سایت و فروشگاه آنلاین

(آموزش کامل ساخت فروشگاه اینترنتی، افزایش فروش و مدیریت حرفه‌ای)

در ایران هنوز هم بخش بزرگی از خریدها از طریق اینستاگرام انجام می‌شود، اما سایت داشتن، برند شما را وارد سطح حرفه‌ای می‌کند.

بسیاری از فروشگاه‌هایی که امروز ماهانه ده‌ها میلیون درآمد دارند،

اول با پیج شروع کردند،

ولی بزرگ شدن‌شان فقط با داشتن سایت ممکن شد.

حالا قدم‌به‌قدم وارد موضوع می‌شویم:

۱. چرا باید سایت فروشگاهی داشته باشیم؟

✓ (۱) اعتماد مشتری ۱۰ برابر بیشتر

وقتی یک مشتری وارد سایت شما می‌شود، احساس می‌کند با یک فروشگاه واقعی طرف است.

✓ (۲) پرداخت آنلاین → فروش بیشتر

خیلی از مشتری‌ها به پرداخت کارت به کارت اعتماد ندارند.

✓ (۳) اضافه کردن صدها محصول بدون شلوغ شدن

برخلاف اینستاگرام، در سایت هرچقدر محصول بگذاری، مرتب و منظم باقی می‌ماند.

✓ (۴) امکان آوردن مشتری از گوگل

سئو باعث می‌شود مشتری‌هایی که دنبال محصول هستند، مستقیم شما را پیدا کنند.

✓ (۵) آزادی از محدودیت‌های اینستاگرام

- بسته شدن پیج
- حذف پست
- رپورت شدن

- فیلتر شدن

هیچ کدام روی سایت اثر ندارد.

۲. چه نوع محصولاتی برای سایت مناسب هستند؟

تقریباً همه محصولات، اما بیشتر:

- لباس و پوشاک
- بدلیجات
- لوازم آرایشی
- لوازم خانه
- عطریات
- لوازم ورزشی
- اکسسوری
- کالای دیجیتال
- لوازم کودک

محصولاتی که قیمت ثابت و توضیحات مشخص دارند برای سایت عالی هستند.

۳. سه روش ساخت سایت فروشگاهی

سه روش کاملاً متفاوت داریم:

✓ روش اول: سایت‌سازهای ایرانی (بدون نیاز به برنامه‌نویسی)

بهترین گزینه برای ۹۰٪ افراد.

مزایا:

- سریع (۱ روزه آماده می‌شود)
- بدون نیاز به دانش فنی
- پشتیبانی دائم
- اتصال آسان به درگاه پرداخت
- امکانات انبارداری و ارسال

مثال‌ها (به صورت کلی بدون تبلیغ):

رکت، شاپ‌فای فارسی، فروشگاه‌سازهای بومی، و...

برای شروع بهترین گزینه است.

✓ روش دوم: وردپرس + ووکامرس

روش معمول فروشگاه‌های حرفه‌ای.

مزایا:

- کنترل کامل روی سایت
- قالب‌های حرفه‌ای
- پلاگین‌های زیاد

- سئو قوی

نیاز به:

- هاست
- دامنه
- یک نفر برای نصب اولیه (یا خودتان یاد می‌گیرید)

این گزینه برای کسانی مناسب است که می‌خواهند برند بزرگ‌تر بسازند.

✓ روش سوم: برنامه‌نویسی اختصاصی

هزینه بالا

زمان زیاد

نگهداری دشوار

این گزینه فقط برای فروشگاه‌های بزرگ مناسب است.

۴. چطور یک سایت فروشگاهی حرفه‌ای مرحله به مرحله بسازیم؟

✓ قدم اول: انتخاب نام دامنه حرفه‌ای

نام باید:

- کوتاه
- قابل تلفظ
- بدون خط تیره
- مرتبط با حوزه شما

مثال خوب:

ModaShop.ir

GandoStyle.com

مثال بد:

Best_online_shop_store_2024.ir

✓ قدم دوم: انتخاب قالب حرفه‌ای

قالب باید ویژگی‌های زیر را داشته باشد:

- سرعت بالا
- ظاهر ساده و تمیز
- فیلترهای حرفه‌ای محصولات

- سازگاری با موبایل
- صفحه محصول کامل

✓ قدم سوم: دسته‌بندی محصولات

یکی از مهم‌ترین بخش‌ها.

دسته‌ها باید واضح باشند، مثل:

- گردنبند
- دستبند
- انگشتر
- ست کامل

یا برای لباس:

- مانتو
- شلوار
- کیف
- کفش

اشتباه مرگبار:

دسته‌بندی شلوغ و بی‌معنی → مشتری گیج می‌شود و می‌رود.

✓ قدم چهارم: صفحه محصول حرفه‌ای

صفحه محصول باید شامل موارد زیر باشد:

1. عنوان دقیق + کلمات اصلی
2. ۵-۷ عکس باکیفیت
3. قیمت واضح
4. توضیحات کامل
5. مشخصات فنی
6. گارانتی
7. نظرات مشتری

نظرات مشتری در سایت = افزایش فروش ۴ برابری

۵. تولید محتوا برای سایت (سئو)

سئو = آوردن مشتری رایگان از گوگل

تکنیک‌های مهم:

✓ (۱) استفاده از کلمات کلیدی

مثلاً:

- خرید لباس زنانه
- خرید گردنبند
- خرید عطر مردانه

این کلمات باید:

- در عنوان
- در توضیحات
- در متن دسته‌بندی

استفاده شوند.

✓ (۲) محتوای آموزشی

چند نمونه:

- راهنمای انتخاب سایز
- روش نگهداری بدلیجات
- بهترین لباس‌های تابستانی
- تفاوت طلای واقعی با استیل

این مقالات باعث می‌شوند مشتری از گوگل وارد سایت شما شود.

✓ (۳) ساخت صفحات «لندینگ»

مثلاً:

- «خرید هدیه برای خانم‌ها»
- «ارزان‌ترین بدلیجات»
- «ست‌های لاکچری زنانه»

لندینگ پیج‌ها فروش را چند برابر می‌کنند.

۶. سیستم پرداخت و ارسال (مهم‌ترین قسمت‌های اعتمادسازی)

✓ انواع پرداخت:

- پرداخت آنلاین
- پرداخت درب منزل (در برخی مناطق)
- کارت به کارت
- پرداخت شرکتی برای عمده

پرداخت آنلاین از طریق درگاه → اعتبار شما زیاد می‌شود.

✓ سیستم ارسال:

سه مدل:

1. پست
2. تیپاکس
3. پیک (برای شهرهای بزرگ)

مهم: هزینه ارسال شفاف اعلام شود.

۷. تبدیل بازدیدکننده به مشتری (افزایش فروش)

روش‌های افزایش فروش:

✓ (۱) تخفیف اولین خرید

مثلاً ۱۰٪ برای اولین سفارش

باعث افزایش سریع مشتری‌ها می‌شود.

✓ (۲) ایمیل مارکتینگ

به کسانی که خرید نکردند پیام بده:

- تخفیف
- محصولات جدید
- پرتفدارترین‌ها

✓ (۳) سبد خرید رها شده

کسانی که خرید نیمه‌تمام داشته‌اند را پیگیری کن.

این تکنیک فروش را ۳۰ تا ۵۰٪ افزایش می‌دهد.

✓ (۴) فروش مکمل

مثلاً:

- خرید گردنبند → پیشنهاد گوشواره
- خرید مانتو → پیشنهاد کیف کوچک

۸. اشتباهات رایج سایت‌های فروشگاهی

عکس‌های بی کیفیت

توضیحات کم

قیمت پنهان

دسته‌بندی نامرتب

سایت سنگین و کند

نداشتن چت آنلاین

۹. نقشه راه ۳۰ روزه برای راهاندازی سایت

✓ هفته اول

- انتخاب دامنه
- خرید هاست یا ثبت نام در فروشگاه ساز
- انتخاب قالب
- اتصال درگاه پرداخت

✓ هفته دوم

- ساخت دسته بندی ها
- اضافه کردن ۳۰ محصول
- نوشتن توضیحات استاندارد
- راهاندازی چت آنلاین

✓ هفته سوم

- نوشتن ۵ مقاله سئویی
- ساخت لندینگ پیج ها

- تست سرعت
- تست موبایل

✓ هفته چهارم

- اتصال سایت به اینستاگرام
- گرفتن تبلیغات
- راه اندازی تخفیف اولین خرید
- تحلیل فروش و اصلاح صفحات ضعیف

پایان روش ششم

روش هفتم: فروش کالا بدون سرمایه از طریق تولید محتوا + همکاری با فروشگاهها

(مدل اینفلوئنسر کوچک، بلاگر تخصصی و تولیدکننده محتوای فروش)

این روش ترکیبی از:

- تولید محتوا
- معرفی محصول
- پورسانت یا دستمزد
- برندینگ شخصی

است و بسیار پردرآمدتر از فروش مستقیم کالا است.

بسیاری از بلاگرهای کوچک،

حتی با ۳۰۰۰ فالوور، ماهی ۵ تا ۱۵ میلیون درآمد دارند

بدون اینکه کالا بخرند، انبار کنند یا ارسال کنند.

کاملاً واقعی و قابل اجرا.

حالا کامل و بخش‌بخش توضیح می‌دم:

۱. مدل‌های مختلف کاری در این روش

در این روش سه مسیر درآمدی داریم:

✓ مسیر اول: تولید محتوا برای فروشگاه‌ها

یعنی برای یک پیج یا فروشگاه:

- عکس محصول می‌گیری
- ویدئو معرفی می‌سازی
- محتوا را به صورت «کارمزدی یا پروژه‌ای» می‌فروشی

این روش نیاز به چهره نشان دادن ندارد.

درآمد:

بین ۲ تا ۱۵ میلیون در ماه

بسته به تعداد پروژهها

✓ مسیر دوم: بلاگری تخصصی (بدون فروش مستقیم)

یعنی یک حوزه انتخاب می‌کنی:

- زیبایی
- مد
- خانه
- لوازم آرایشی
- بدلیجات
- لباس
- دکور
- مادر و کودک

و روی آن محتوا تولید می‌کنی.

فروشگاه‌ها برای معرفی محصولاتشان به شما پول یا پورسانت می‌دهند.

درآمد:

از ۱ تا ۳۰ میلیون بسته به سطح فعالیت و همکاری‌ها.

پیج تخصصی + (Affiliate) ✓ مسیر سوم: همکاری در فروش)

این مدل یعنی:

- شما محتوا می‌سازی
- مردم محصول را از لینک یا کد شما می‌خرند
- شما پورسانت می‌گیری

مدل رقبا: آمازون، دیجی‌کالا، هزاران فروشگاه اینستاگرامی

درآمد:

از ۵۰۰ هزار تا ۲۰ میلیون در ماه

بسته به فعالیت و حوزه انتخابی.

۲. چطور از صفر وارد این روش شویم؟

✓ قدم اول: انتخاب حوزه (نقطه شروع موفقیت)

حوزه باید:

- کم‌هزینه
- پرطرفدار
- قابل تولید محتوا
- و ترجیحاً مرتبط با علایق شما باشد

بهترین حوزه‌ها:

- بدلیجات
- لباس زنانه
- آرایشی و بهداشتی
- وسایل خانه
- دکوراتیو
- لوازم آشپزخانه
- محصولات مد و فشن
- محصولات کودک

نکته مهم

حوزه باید قابل لمس باشد.

مثلاً «آرایشی» = همیشه محتوا دارد.

۳. ساخت پیج تخصصی برای این مدل


پیج باید «هویت مشخص» داشته باشد:

✓ (۱) عکس پروفایل حرفه‌ای

لوگوی ساده یا عکس یک محصول

✓ (۲) بیوی واضح

مثال:

معرفی بهترین محصولات با قیمت مناسب
آن‌باکسینگ، مقایسه، تست واقعی
برای همکاری: واتساپ 

✓ (۳) پست‌ها باید ترکیبی باشند:

- ویدئو معرفی محصول
- آن‌باکس
- تست کیفیت
- مقایسه دو محصول
- راهنمای خرید

این محتواها فروشنده‌ها را جذب می‌کنند.

۴. ساخت محتوا (سود اصلی این مدل)

✓ محتوای پرفروش:

(۱) آنباکسینگ

باز کردن بسته، نشان دادن جزئیات

(۲) تست محصول

مثلاً:

تست مقاومت بدلیجات

تست ضدآب

تست کیفیت دوخت لباس

(۳) مقایسه

مقایسه دو محصول → همیشه وایرال می شود.

(۴) نقد و بررسی

چرا این محصول خوبه؟

چرا این محصول بده؟

۵) ست کردن و ترکیب

مثلاً:

ست کردن بدلیجات با لباس

ست کردن کیف و کفش

این سبک‌ها بیشترین همکاری‌ها را جذب می‌کنند.

۵. چطور فروشگاه‌ها را جذب کنیم؟

✓ مرحله ۱: حداقل ۱۰ پست نمونه کار بگذار

فروشگاه‌ها باید ببینند شما محتوا تولید کردید.

✓ مرحله ۲: به فروشگاه‌ها پیام بده

پیام حرفه‌ای:

سلام وقت بخیر

من در حوزه معرفی محصولات فعالیت دارم

نمونه کارها داخل پیچ هست

اگر خواستین برای محصولاتتون تست، معرفی، آنباکس یا نقد بسازم

با افتخار همکاری می‌کنم

✓ ساده

✓ محترمانه

✓ حرفه‌ای

✓ مرحله ۳: ۵ فروشگاه اول را با قیمت پایین یا رایگان انجام بده

مهم‌ترین مرحله

برای ساخت «رزومه»

بعد از آن قیمت بالا می‌رود.

۶. مدل قیمت‌گذاری کار

✓ (۱) مدل پروژه‌ای

قیمت هر محتوا بین ۵۰ تا ۴۰۰ هزار تومان

بسته به کیفیت و شهر شما

✓ (۲) مدل همکاری در فروش

پورسانت درصدی ۵ تا ۳۰٪

یا مبلغ ثابت (۲۰ تا ۸۰ هزار تومان per sale)

✓ (۳) مدل ریتنر ماهانه (برای حرفه‌ای‌ها)

مثلاً:

ماهانه ۵ میلیون

برای تولید ۳۰ محتوا و استوری روزانه

این مدل برای شما درآمد ثابت می‌سازد.

**۷. انواع محتوا که وایرال می‌شوند و مشتری باز
می‌کنند**

✓ از نزدیک نشان دادن جزئیات

✓ مقایسه قبل و بعد

✓ تست مقاومت (برای بدلیجات، ساعت، اکسسوری)

✓ معرفی ۵ محصول پرفروش

✓ اشتباهات رایج در خرید

✓ نقد صادقانه

✓ ست کردن

✓ آنباکس‌های واقعی

مغز فروشگاه‌ها وقتی می‌بینند شما «قدرت فروش» دارید، فوراً با شما همکاری می‌کنند.

۸. درآمد واقعی این مدل چقدر است؟

این مدل به شدت تصاعدی است.

- ماه اول: ۵۰۰ هزار - ۲ میلیون
- ماه دوم: ۱ - ۵ میلیون
- ماه سوم: ۳ - ۱۰ میلیون
- ماه ششم به بعد: ۱۰ - ۳۰ میلیون (در صورت حرفه‌ای شدن)

بدون سرمایه

بدون خرید کالا

فقط با محتوا

۹. اشتباهات مرگبار در این مدل

چهره نشان ندادن در محتوای تخصصی (در برخی حوزه‌ها مهم است)

نداشتن نظم در انتشار

معرفی محصولات بی کیفیت

پاسخ ندادن به دایرکت همکاری

تولید نکردن ویدئو (عکس کافی نیست)

۱۰. نقشه راه ۳۰ روزه شروع سریع

✓ هفته اول

- انتخاب حوزه
- ساخت پیج
- ۱۰ پست اولیه
- یادگیری ادیت ساده

✓ هفته دوم

- ساخت ویدئوهای تست
- پیدا کردن ۱۰ فروشگاه
- پیام برای همکاری

✓ هفته سوم

- انجام پروژه‌های اول
- جذب اولین درآمد

✓ هفته چهارم

- ارتقای کیفیت
- افزایش تعرفه
- جذب فروشگاه‌های بیشتر

پایان روش هفتم

B2B – Business to Business) فروش عمده‌فروشی (

(یکی از پرسودترین و پایدارترین روش‌های درآمدزایی کالا محور)

این روش مناسب کسانی است که می‌خواهند:

- سود بالا داشته باشند
- مشتریان ثابت و دائمی بسازند
- حجم فروش بزرگ داشته باشند
- کسب و کارشان را حرفه‌ای کنند

۱. عمده‌فروشی چیست؟

عمده‌فروشی یعنی:

- شما کالا را به مغازه‌ها، فروشگاه‌ها، یا پیچ‌ها و فروشندگان کوچک می‌فروشید
- فروش به صورت بسته‌های بزرگ یا تعداد بالا انجام می‌شود
- سود کمتر از خرده نیست، بلکه بعضاً بیشتر است

مثال:

- تولیدی پوشاک → فروش ۵۰ دست لباس به یک فروشگاه
- تولیدی بدلیجات → فروش ۱۰۰ عدد دستبند به یک پیچ اینستاگرامی
- کارگاه شمع → فروش ۲۰۰ عدد شمع به یک فروشگاه هدیه

۲. مزایای عمده‌فروشی

✓ سود بالا

سود ۲۰ تا ۶۰٪ روی هر محصول

در حجم بالا → درآمد ماهانه بالا

✓ مشتریان دائمی

- فروشگاه‌ها و مغازه‌ها به خرید ثابت نیاز دارند
- شما درآمد پایداری خواهید داشت

✓ حجم فروش بیشتر

- هر فروش = چند ده یا چند صد عدد
- نیاز به تعداد مشتری کمتر نسبت به خرده

✓ اعتبار حرفه‌ای

- شما به عنوان تأمین‌کننده دیده می‌شوید
- کسب‌وکار شما حرفه‌ای و پایدار می‌شود

۳. چه کالاهایی برای عمده‌فروشی مناسب هستند؟

تقریباً تمام کالاها، اما به ویژه:

- پوشاک زنانه و مردانه
- لباس بچگانه
- بدلیجات و زیورآلات

- لوازم آرایشی و بهداشتی
- خوراکی‌های بسته‌بندی
- لوازم آشپزخانه
- وسایل دکوری

۴. چطور مشتری عمده پیدا کنیم؟

✓ (۱) شبکه‌های اجتماعی

- اینستاگرام → جستجوی فروشگاه‌ها
- واتساپ → کانال‌های فروش

✓ (۲) بازار و نمایشگاه‌ها

- حضور در بازار عمده‌فروشی شهر
- غرفه در نمایشگاه‌های محصولات

✓ (۳) تماس مستقیم با مغازه‌ها و فروشگاه‌ها

- تماس تلفنی حرفه‌ای
- ارسال نمونه محصولات
- پیشنهاد قیمت ویژه برای خرید عمده

۵. قیمت‌گذاری در عمده‌فروشی

قیمت عمده باید همیشه کمتر از قیمت خرده باشد:

قیمت خرده $\times 0.6$ تا $0.8 =$ قیمت عمده

مثال:

- قیمت خرده دستبند: ۵۰ هزار تومان
- قیمت عمده (۵۰ عدد به بالا): ۳۰ تا ۴۰ هزار تومان
- مشتری انگیزه خرید پیدا می‌کند
- شما سود بالا دارید

۶. قرارداد و امنیت معامله

برای فروش عمده:

- قرارداد ساده بنویسید
- مبلغ پیش‌پرداخت دریافت کنید (۳۰-۵۰٪)
- باقی مبلغ هنگام تحویل یا پرداخت چکی دریافت شود
- شرایط مرجوعی و کیفیت را مشخص کنید

۷. استراتژی فروش عمده موفق

✓ (۱) ارائه نمونه اولیه

یک بسته نمونه برای فروشگاه ارسال کنید تا اعتماد ایجاد شود.

✓ ۲) تخفیف پلکانی

هر چه تعداد بالاتر → درصد تخفیف بیشتر

✓ ۳) پیشنهاد کالاهای مکمل

- خرید لباس → پیشنهاد بدلیجات یا کیف
- خرید شمع → پیشنهاد جعبه هدیه

✓ ۴) ارتباط مستمر

- تماس ماهانه
- پیام تبریک مناسبت‌ها
- پیگیری سفارش‌ها

✓ ۵) ارسال رایگان یا ارزان

- انگیزه خرید بیشتر
- اعتماد بالا

۸. اشتباهات رایج در عمده‌فروشی

قیمت‌گذاری خیلی بالا → از دست دادن مشتری

کیفیت پایین → مشتری دائمی از دست می‌رود

نداشتن قرارداد → اختلاف مالی

پاسخ دیر → مشتری می‌رود

ارسال دیر یا ناقص → اعتبار آسیب می‌بیند

۹. نقشه راه شروع عمده‌فروشی

✓ هفته اول

- انتخاب کالا
- برآورد قیمت تمام شده
- تولید یا خرید ۱۰۰ تا ۲۰۰ عدد نمونه

✓ هفته دوم

- پیدا کردن اولین ۵ فروشگاه
- ارسال نمونه
- مذاکره و قیمت‌گذاری

✓ هفته سوم

- انجام اولین فروش
- دریافت بازخورد و اصلاح کیفیت

✓ هفته چهارم

- جذب ۱۰ تا ۲۰ مشتری دائمی
- برنامه‌ریزی تولید و موجودی

۱۰. درآمد واقعی عمده‌فروشی

- سود یک بسته متوسط: ۳۰ تا ۷۰٪
- تعداد فروشگاه‌ها در ماه: ۵ تا ۲۰ فروشگاه
- درآمد ماهانه واقعی: ۱۰ تا ۵۰ میلیون تومان (بسته به حجم و نوع کالا)

این مدل کم‌رقابت، پایدار و بسیار سودآور است، مخصوص کسانی که می‌خواهند کسب‌وکار واقعی داشته باشند.

پایان

جمع‌بندی کامل جزوه: راه‌های درآمدزایی و بازاریابی فروش کالا

این جزوه شامل ۸ روش درآمدزایی کالا محور بود:

1. فروش کالا با سرمایه کم (خرید خرده و فروش خرده)
2. خرید عمده و فروش خرده
3. تولید محصولات دست‌ساز
4. فروش کالا بدون داشتن کالا (دراپ‌شیپینگ + بازاریابی پورسانتی)
5. فروش از طریق شبکه‌های اجتماعی
6. فروشگاه اینترنتی و سایت فروشگاهی
7. تولید محتوا و همکاری با فروشگاه‌ها (اینفلوئنسر/بازاریابی محتوا)
8. فروش عمده‌فروشی

۱. اصول طلایی فروش و درآمدزایی

- تمرکز روی یک حوزه: تنوع زیاد در ابتدای کار باعث سردرگمی و شکست می‌شود.
- شناخت مخاطب: مشتری باید دقیقاً مشخص باشد.
- کیفیت کالا و محتوا: کیفیت بالا = اعتماد مشتری = فروش بیشتر
- قیمت‌گذاری صحیح: نه خیلی بالا، نه خیلی پایین؛ حاشیه سود مناسب را رعایت کنید.
- مسیر فروش واضح: از معرفی محصول تا پرداخت و ارسال باید ساده و روان باشد.
- اعتمادسازی: نمونه، رضایت مشتری، ویدئو و بسته‌بندی مناسب
- پیگیری دائمی: مشتری وفادار = درآمد پایدار

۲. استراتژی‌های مشترک بین همه روش‌ها

کاربرد در روش‌ها	استراتژی
روش 2 تا 7	استفاده از شبکه‌های اجتماعی
روش 3، 4، 5، 7	تولید محتوای جذاب
روش 2، 3، 5، 6، 8	ارائه تخفیف یا هدیه

کاربرد در روش‌ها	استراتژی
روش 2، 3، 4، 8	تست و نمونه اولیه
تمام روش‌ها	تمرکز بر مخاطب هدف
روش 2 تا 8	ثبت و پیگیری سفارش‌ها
روش 3، 5، 6، 7، 8	ایجاد هویت برند
روش 3 تا 7	استفاده از عکس و ویدئو باکیفیت

۳. مسیر شروع از صفر تا درآمد

مرحله اول: انتخاب روش و حوزه

- سرمایه کم → روش 1، 3، 4، 5
- سرمایه متوسط → روش 2، 6
- سرمایه بالا / حرفه‌ای → روش 8

مرحله دوم: تهیه کالا یا محتوا

- خرید یا تولید
- یا انتخاب تأمین‌کننده برای دراپ‌شیپینگ

مرحله سوم: ایجاد ویتترین فروش

- پیج اینستاگرام
- کانال واتساپ یا تلگرام
- سایت فروشگاهی

مرحله چهارم: بازاریابی و تبلیغات

- انتشار محتوا آموزشی و تبلیغاتی
- استوری و پست‌های جذاب
- تبلیغات کوچک هدفمند

مرحله پنجم: فروش و پیگیری

- پاسخ سریع به مشتری
- اعتمادسازی
- ارسال به موقع
- جمع‌آوری رضایت

مرحله ششم: رشد و توسعه

- افزایش تعداد محصولات
- جذب مشتریان جدید
- ایجاد مشتریان دائمی
- ایجاد برند شخصی یا فروشگاه

۴. تکنیک‌های افزایش سود و فروش

1. بسته‌بندی حرفه‌ای و جذاب → ارزش کالا را چند برابر می‌کند
2. ست کردن محصولات و فروش مکمل → فروش چند برابر

3. تخفیف زمان‌دار و محدود → ایجاد انگیزه خرید سریع
4. تولید محتوای آموزشی → اعتماد و وفاداری مشتری
5. آفر و هدیه برای مشتریان ثابت → مشتری وفادار بسازید
6. استفاده از لینک و کد تخفیف → فروش پورسانتی و دراپ‌شیپینگ
7. تبلیغات هدفمند با بودجه کم → جذب مشتری اولیه

۵. مهم‌ترین اشتباهات که باید از آنها اجتناب کرد

- شروع با تنوع زیاد کالا
- نداشتن مسیر خرید واضح
- عکس و محتوای ضعیف
- پاسخ دیر به مشتری
- کیفیت پایین کالا یا محتوا
- قیمت‌گذاری اشتباه (خیلی بالا یا خیلی پایین)
- نداشتن مشتری دائمی یا برنامه رشد

۶. نکات طلایی برای موفقیت پایدار

- همیشه بازخورد مشتریان را جمع‌آوری و اعمال کنید
- کم کم موجودی و تنوع محصولات را افزایش دهید
- هر روش را با دیگری ترکیب کنید → فروش چند برابر می‌شود
- از تبلیغات و تولید محتوا غافل نشوید
- مسیر رشد = شروع با روش ساده → توسعه به روش‌های پیشرفته‌تر

۷. نقشه راه عملی برای ۳ ماه اول

ماه	اقدامات کلیدی
ماه ۱	انتخاب روش، حوزه، کالا/تأمین کننده، ساخت پیچ/ویترین
ماه ۲	تولید محتوا، شروع فروش، جمع‌آوری بازخورد، تبلیغات اولیه
ماه ۳	افزایش محصولات، جذب مشتریان ثابت، بهینه‌سازی مسیر خرید، افزایش سود

۸. جمع‌بندی نهایی

- ۸ روش درآمدزایی کالا محور کاملاً عملی و تست شده است
- ترکیب روش‌ها می‌تواند درآمد شما را چند برابر کند
- موفقیت = تمرکز، کیفیت، تولید محتوا، اعتمادسازی و پیگیری
- حتی با سرمایه کم می‌توان شروع کرد و درآمد واقعی ایجاد کرد
- مسیر رشد از ساده به حرفه‌ای = تضمین سود پایدار

نکته کلیدی:

همیشه سعی کنید در هر روش، یک مزیت رقابتی داشته باشید:

- قیمت بهتر
- کیفیت بالاتر
- خدمات سریع
- محتوای جذاب و آموزشی