

پلان تجارتي چه ميباشد ؟

يگ سند آماده شده خوب كه نشان دهنده طرح خريداري اموال ؛ فروشات تخميني ؛ منابع لازمي مالي ؛ يگ ستراتيژي پشبيني شده ماركيت ويا يگ طرح خساره يامفاد بدست آمده در جريان تجارت .



هدف از پلان تجارتي

- هدف اول پلان تجارتي مواد ضروري زراعتي عبارتند از پيش بيني ضروريات مالي و تنظيم ساختن منابع مالي و ديگر ضروريات كه براي تطبيق پلان تجارتي لازم است.



محتویات پلان تجارتي

- پلان تجارتي بايد حاوي مطالب ذيل باشد.
- تخمين درآمد و مصارفات
- مدت پلان
- تخمين تهيه و فروشات.
- تنظيم؛ مارکيت و فروش محصولات با در نظر داشت
نیاتات

محتویات پلان تجارتي

- تعريف نمودن درست شتراتيژي مارکيت
- -کارمحتاطانه در تعيين سيستم قيمت گذاري بشمول تشديد در فروشات، قرضه و تخفيف قيمت در فروش مواد خارج از فصل وغيره .
- ستراتيژي انکشاف فروشات به اساس ضرورت .
- تنظيم دوران پول نقد.
- تخمين ضروريات مالي و ضرورت قرضه در صورتیکه لازم باشد.

محتویات پلان تجارتی

- طرح و پیشبنی منابع قرضه و قیمت قرضه
- پلان لوژستیکی بشمول قیمت ذخیره؛ صورت موجودی و انتقالات.



پلان تجارتي براي فروشنده هاي مواد ضروري زراعتي



محتویات پلان تجارتي

- قیمت ضروریات قوای بشری.
- تخمین فروشات و مالیات بر عایدات
- تخمین عواید مجموعی و در آمد خالص مالی.
- تخمین زیان و مفاد
- فکتورهای خطر و طرح نمودن مقیاس های مصونیت.



ضروریات برای آماده ساختن پلان تجارتي

- تخمین تقاضا برای مواد ضروري زراعتی در مارکیت ساحوی .
- نمونه حاصل دهی
- آخرین نمونه یا سمپل استعمال مواد ضروري زراعتی.
- مارک ها و علامت های مشهور تجارتي مواد ضروري زراعتی و اندازه دسته بندی آن
- زمان اوج فورشات و مدت زمان خارج فصل.
- تعیین ساحه برای مصارف زیاد مواد ضروري زراعتی.

ضروریات برای آماده ساختن پلان تجارتي

- فعالیتهای رقابتي در صورت امکان در پلان تجارتي
- درک اوضاع سياسي و اجتماعي
- خط مشي دولت به ارتباط زراعت.



ضروریات برای آماده ساختن پلان تجارتي

آگاهی کافی از:

- محصولات که باید فروخته شود.
- مشتریان و ضرورت های آنها.
- استراتیژی بازاریابی



ضروریات برای آماده ساختن پلان تجارتي

- تمويل کننده‌های عمده پروژه‌های انكشاف زراعت وساحه فعاليت آنها.
- پلان های دولتي در رابطه به انكشاف سيستم های آبياري ماركيت.



مراحل پلان تجارتي

- تحليل و تجزيه موقع يا فرصت مارکيت
- تحقيق و انتخاب مارکيت هد فمند.
- انکشاف ستراتيژي مارکيت رقا بتي.
- انکشاف کمپا ين ارتقاء فروشات.
- تطبيق پروگرام بازاريابي.
- کنترول سعی و تلاش بازاريابي.

شش د: بخاطر فرشندهای مواد ضروری زراعتی

یک فروشنده باید برای دهاقین مواد عرضه نماید

- محصولات دقیق: ولو که تخم، کود کیمیاوی و یا آفت کش باشد.
- جای دقیق: درجایکه مناسب برای دهاقین باشد.
- وقت دقیق: در وقتیکه دهاقین به آن اشد ضرورت دارند.
- مقدار دقیق: بسته بندی مناسب و کیفیت که دهاقین میخواهند آنرا بدست آرند.
- قیمت دقیق: قیمت مناسب برای فروش
- رهنمایی دقیق: یعنی چطور میتوان مواد ضروری زراعتی را به طریقه های درست و مصوّن ان استعمال کرد.