



عنوان کارآموزی

نام دانشجو: علیرضا شهرآیین، نام استاد کارآموزی: دکتر ایمانی

عکس
دانشجو

خلاصه کارآموزی

- شرکت بازرگانی آریا در سال 1383 با هدف ارائه خدمات و کالاهای مورد نیاز اصناف الکتریکی وبا تاکید بر سبد کالایی محصولات رسانه ای من جمله انواع باتری و نوار کاست، فلاپی، نوار VHS، نوار هندیکم و... فعالیت خود را آغاز نموده و در ادامه با تامین انواع کالاهای برقی من جمله انواع چراغ اضطراری و ابزار، انواع کالاهای جانبی موبایل و کامپیوتر مورد نیاز اصناف موبایل، کامپیوتر، ابزار و... به عنوان اولین شرکت پخش پیشرو در این حوزه جایگاه مناسبی را به خود اختصاص داده است.
- شرکت بازرگانی آریا طی سال های اخیر در راستای گسترش دامنه خدمات و کالاهای قابل عرضه خود اقدام به اخذ نمایندگی های رسمی توزیع و فروش انحصاری تعدادی از تولیدکنندگان داخلی تجهیزات موبایل و کامپیوتر و همچنین تولید کنندگان خارجی باتری های GRUNDIG آلمان نموده است . همکاری با این تولید کنندگان خارجی و داخلی به شرکت این امکان را داده تا از ابتدای سال 99 لاین توزیع و فروش موادغذایی خود را با برند هایی معتبر آغاز کرده و دوربرد معتبری را برای خود در این صنعت درنظر دارد
- ما با باور به کار تیمی و با اتکا بر سرمایه انسانی وفادار، متعهد و مسئولیت‌پذیر خود و با آشنایی عمیق نسبت به خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان و مشتریان، توزیع محصولات رسانه ای در زمان و شرایط مناسب به سراسر ایران را رسالت خود می‌دانیم. در این مسیر، با به کارگیری دانش و فناوری‌های نوین، توانمندسازی منابع انسانی و ارتقای سرمایه‌های دانشی در راستای حصول ارزش‌افزینی پایا و تامین منافع کلیه ذینفعان خود اهتمام ورزد.

معرفی محل کارآموزی

- نام شرکت: آریا پخش رایکا
- تولیدکننده : محصولات رسانه ای

اهد فروش

واحد فروش

اخذ گزارشات و بررسی روندها و مقایسه فروش از دیگر فعالیت های این بخش بوده است که همچنان در حال اجراست و جزییات آن در زیر آمده است.

- مانیتورینگ فعالیت های ویزیتورها
 - بررسی دلایل عدم توفیق در ویزیت و در صورت امکان همراهی با ویزیتور برای برطرف نمودن موارد قابل حل
 - اطلاع رسائی مستمر روزانه از عملکرد ویزیتور به وی و نشان دادن انحراف از برنامه و تحریک ایشان به جبران عقب ماندگی
- ایجاد فضای رقابتی در شرکت و تزریق هیجان و تهییج عوامل فروش به دستیابی به اهداف

واحد مالی و گارانتی و لجستیک

در این بخش انجام امور مالی، پیگیری وصول مطالبات، ارتباط با سایر سازمان‌ها در خصوص مسائل مالی و ارائه راهکاری مالی، طرح و پیشنهادهای جدید و تهیه گزارش‌های مالی به‌صورت منظم به هیئت‌مدیره و مدیرعامل صورت می‌گیرد. به طور خلاصه، مدیر مالی شرکت بازرگانی آریا مسئول سلامت مالی این سازمان است.

این بخش گزارش‌های مربوط به مسائل مالی و فعالیت‌های سرمایه‌گذاری مستقیم را تهیه می‌کند و در راستای اهداف مالی بلند مدت سازمان خود، استراتژی و برنامه ارائه می‌دهد. فعالیت مدیران این بخش از جمله بانک‌ها و شرکت‌های بیمه است که اعداد و ارقام در آنها حرف اول را می‌زنند.در این بخش مدیران مالی به مدیر در تصمیم‌گیری‌هایی که در سازمان تأثیرگذار هستند و به توانایی تحلیل نیاز دارند، کمک می‌کنند.

گذشته از کار با اعداد و ارقام، کارکنان این بخش به سایر اعضای شرکت خود نیز کمک کنند تا بتوانند به راحتی از پس گزارش‌های پیچیده بربیایند. مهم‌ترین کار این بخش همگام شدن با پیشرفت تکنولوژی و فناوری است که باعث کم شدن زمان ارائه گزارش می‌شود. کارکنان بخش مالی با آنالیز گردش مالی شرکت، تجزیه و تحلیل داده ها، پیش بینی درآمد و هزینه ها، نظارت بر فروشندگان و قراردادهای دولتی و... به هر چه بهتر شدن شرکت و پیشبرد اهداف آن کمک می‌کنند.

اولین محصول را واحد فروش می‌فروشد و محصولات بعدی را خدمات پس از فروش"

واحد گارانتی شرکت بازرگانی آریا تاکنون با پافشاری بر شعار فوق‌ترین ها را برای خود رقم زده است. پس از آنکه محصول فروش و تحویل مشتری می‌شود، واحد خدمات پس از فروش با ارائه خدمات فنی و غیره به اکثر محصولات در حوزه گارانتی و بعد وارانتي را به نحوه مطلوب و با کیفیت مناسب به‌طوریکه رضایت مشتری حاصل شود را انجام می‌دهد.

- ما در شرکت بازرگانی آریا به این نکته واقفیم که خدمات پس از فروش موجب وفاداری و تکرار خرید می‌گردد؛ خدماتی که ارائه می‌شود باید در جهت تأمین انتظارات مشتری باشد، چرا که آمار در دنیای صنعتی نشان می‌دهد یک مشتری ناراضی نظارت خود را به یازده نفر و یک مشتری راضی نظرات خود را به سه نفر منتقل می‌کند و نیز در دنیای امروز اگر یک مشتری دو کالا که یکی کیفیت مطلوب و دیگری خدمات پس از فروش مناسب دارد را تجربه نماید، تمایل مشتری برای خرید مجدد محصولی که خدمات پس از فروش بهتر داشته است بیشتر است
- مدیریت تجزیه و تحلیل/تحقیق در عملیات (Operations Research Analysis Manager)

کارکنان این بخش در زمینه ترابری و لجستیک، یکی از مهم‌ترین وظایف را انجام می‌دهند. این افراد به‌طور موثر، برنامه‌ریزی موجودی‌ها و سیستم‌های توزیع را انجام داده و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. این افراد به‌طورکلی، تمام فاکتور هایی که بر عملکرد مجموعه لجستیکی، اثر داشته باشد را شناسایی می‌کنند.

- مدیریت لجستیک (Logistics Manager)
- این بخش نظارت بر عملیات لجستیکی انجام‌شده را به عهده دارد. آن‌ها مسئول نظارت بر کارکنان بخش لجستیک و شناسایی و رفع مشکلات ایجاد شده در تحویل کالا می‌باشند.

- مدیریت زنجیره تأمین (Supply Chain Manager)
- کارکنان این بخش، خرید موجودی و تأمین منابع را مدیریت می‌کنند. آن‌ها مسئول انتخاب تأمین‌کنندگان و برآورده‌سازی نیاز مشتریان در سطح قابل اطمینان می‌باشند. در این بخش بر روی بهبود مستمر و افزایش کیفیت و اثربخشی نظارت دائمی صورت می‌گیرد.

- مدیریت توزیع (Distribution Manager)
- این قسمت بر رعایت توالی سفارش‌ها و توزیع موجودی، مواد و محصولات نظارت دارد تا همواره تحویل‌ها به هنگام انجام شود و سود خالص مجموعه افزایش داشته باشد. ارتباط با خردفروش‌ها در خصوص حمل محصولات نیز در حوزه وظایف این گروه می‌باشد

شرح فعالیت انجام شده و نتایج

آموخته ها و فعالیت های انجام شده در کارآموزی

فروش

طی تجربه ویزیت حضوری و فروش مستقیم به اصناف مغازه دار در سطح شهر آموختم که برای فروش باید نوعی ارتباط ایجاد کرد و این ارتباط فرق بین ارائه محصول انسانی و ارائه محصول رباتیک یا دیداری ساده است و برای ایجاد ارتباطی موثر که منجر به فروش شود لازم هست که خریدار حس کند شما در کنار او هستید نه در مقابل او و فقط برای فروش کالا ، همین که خریدار احساس کند که شما به فکر سود او و خروجی او نیز هستید تا نصف بیشتر پروسه فروش نیز انجام شده و در ادامه با قطعی کردن و دریافت کامل وصولی در اصل شما فرایند یک مرتله فروش کامل را تجربه کرده اید .

خدمات

در ابتدا باید این ذهنیت در واحد خدمتی من جمله واحد گارانتی شکل بگیرد که رسالت این واحد جذب رضایت حداکثری مشتری و انتقال حس مثبت از تجربه خرید از سازمان می‌باشد نه به این معنی که 100 درصد رضایت مشتری حاصل شود چون گاها درخواست های خارج از چهارچوب از طرف مشتری بیان می‌شود .

بازاریابی

بنده طی مدت فعالیت خود در این سازمان بازاریابی را در یافتن نیاز مشتریان هدف میدانم که هرچه سازمان ورودی های خود بر این نیاز های یافت شده سرعت بخشد قطعا با بازده ای بیشتری به فعالیت خود ادامه خواهد داد .

کاستی ها/ چالش های صنعتی موجود

1- مشکل دیگر این سازمان این است که به علت عدم سیستمی بودن نقطه سفارشات گاها سبد فروش با کسری کالایی مواجه می‌شود که البته با وجود ایجاد عطش در بازاریابان نسبت به فروش ، سرعت خروجی کالاها را بیشتر خواهد کرد

2با توجه به عدم اطمینان بنده نسبت به رویه غلط قدیم شرکت سیستم سازی و واسپاری سرعت کندی را دارد تا نیروی مورد اطمینان و کارشناس یافت شود و تماما واسپاری اتفاق افتد ولیکن این درگیری زیاد بنده باعث ارتباط کمتر من با بنادر و تامین کنندگان دست اول و حتی پیگیری را هندازای فروش آنلاین مجموعه گردیده است

در شرکت های پخش با توجه به خرد بودن و متعدد بودن فاکتور های سفارش مهم ترین رکن ساختار سازی منظم و محکم است به قسمی که با خروج یا ورود عوامل سازمان تغییرات عمده ای در رویه رخ ندهد و افراد صرفا در جایگاه مد نظر ساختار قرارگیرند و سازمان با چرخنده هایی که دارد به فعالیت خود ادامه دهد پس ایجاد نظم و شرح وضایف دقیق برای هریک از اعضای فروش و تامین و انبار از جمله پیشنهادات مهم بنده به شرکت های پخش می‌باشد