یادداشت

معرفی ۵ نگرش پرطرفدار فروش در سال ۲۰۲۰

بنیان‌گـذاران و صاحبان مشـاغل باید بدانند که سـال ۲۰۲۰ رقابت و هیجانات بازار به اوج خود خواهد رسید این تغییرات به دلیل رسیدن بازار به سریع‌ترین تحولات ممکن خود است. بنابراین مشاغل و افراد فعال در این حوزه باید در خصوص چگونگی تحلیل داده‌ها و البته برنامه‌ریزی و طرح‌ریزی استراتژی‌های فروش در این سال دقیق‌تر عمل کنند. در این نوشته سعی داریم شما را با برخی نگرش‌های افزایش فروش در سال ۲۰۲۰ برای تغلبه بر رقبا در یک بازار متمرکز آشنا کنیم.

مشتریان همیشه به دنبال دریافت ارزش از شما هستند. به عبارت دیگر آنها از شما ارزش می‌خرند و نه محصول یا خدمت. اتفاق بزرگی که به مرور زمان شروع شده و احتمالاً در سال ۲۰۲۰ به اوج خود خواهد رسید این است که مشتریان به حداکثر آگاهی خود از نیازها رسیده و آنها را تبدیل به خواسته کردهاند. اما نکته مهم‌تر این است که مشتریان در سال‌های اخیر و با توجه به تغییرات اقتصادی کشور، درآمد خود را با دقت بیشتری خرج می‌کنند. علاوه بر ارزش، مشتریان به دنبال خرید راه‌حل‌ها هستند. راه‌حل‌هایی که محصولات و خدمات ما برای رفع مشکلات آنها کاربرد دارند. توجه به این دو موضوع مهم در طرح‌ریزی استراتژی فروش در کنار توجه به بهبود روند تجربه مشتری، افزایش فروش شما را به همراه خواهد داشت. این نگرش‌ها با بررسی مقالات تخصصی این حوزه بوده است و بر اساس همین مقالات و همسان‌سازی آنها با رفتار مشتریان در ایران نگرش‌های زیر مورد توجه قرار گرفتند:

۱- مزیت رقابتی خود را بیجاد یا تقویت کنید: مزیت رقابتی شما همان دلیل اصلی خرید خدمات و محصولات شما، ارزش و راه‌کار شما برای مشکلات و خواسته‌های بازار هدف است. بنابراین اگر مزیت رقابتی مناسبی ندارید نسبت به تقویت و بهبود مستمر آن اقدام کنید و اگر ندارید به دنبال یک مزیت رقابتی خاص باشید. متاسفانه مشکل بزرگ کسب‌وکارهای ایرانی، نه تنها توجه نداشتن به مزیت رقابتی است، بلکه تکاملی را به عنوان مزیت رقابتی بیان می‌کنند که به هیچ‌وجه یک مزیت محسوب نمی‌شود و حتی ممکن است آسیب‌زننده نیز باشد. در بازار رقابتی ۲۰۲۰ نه تنها وفاداری مشتریان کار بسیار سختی است، بلکه نگهداشت مشتریان و تقدیم نکردن آنها به رقبا نیز یک چالش پر تکرار است. یکی از مزیت‌های رقابتی مهم در بازار فعلی ایران، تداوم ارتباط موثر با مشتریان است و این ارتباط منجر به دریافت اطلاعات بیشتر از آنها طی تحقیقات بازار خواهد شد.

۲- از بازاریابی شـبکه‌های اجتماعی به نفع خود اسـتفاده کنید در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای مهم فروش هستند بر اساس پیش‌بینی‌ها در آینده این شـبکه‌ها احتمالا وارد فاز جدیدی شدند که از کسب‌وکارها بابت لینک‌های خود در این شبکه‌ها مالیات دریافت کنند. با توجه به محدودیت‌های موجود بر اساس قوانین جاری کشور و احتمال تغییراتی که در آینده وجود خواهد داشت حداکثر استفاده خود را در شرایط فعلی از شبکه‌های اجتماعی داشته باشید.

۳- قیمت‌گذاری خود را بررسـی و قیمت مناسب انتخاب کنید: به خاطر داشته باشید که پیچیده‌ترین مرحله برنامه‌ریزی برای افزایش فروش، مسأله قیمت‌گذاری خواهد بود. دو وجه مهم این نگرش شـامل تحقیقات بازار از جمله شناسـایی وضعیت رقبا و ارزش درک شده مشتری از خدمات یا محصول شـما خواهد بود. اگر قیمت قرار داده شده نسبت به ارزشی که مشتری از آن درک کرده بالاتر است، معطمئنا حاضر نخواهد شد این خرید را انجام دهد.

۴- برای حفظ و نگهداشت مشتری برنامه‌ریزی کنید: پس از پایان عملیات فروش، کار شما با مشتری تمام نمی‌شود. به مشتری نشان دهید که خدمات و محصولات شـما برای او سـودمند و دارای ارزش بسیار بالا بوده است و توانسته مشکلات او را حل کند. حفظ ارتباط با مشتریان از طریق برنامه‌های وفادارسازی، باشگاه مشتریان، برنامه‌های جامع تجربه مشتری و بهبود آن، برنامه‌های انگیزشی و سایر مواردی از این دست می‌تواند کمک شایانی به نگهداشـت و وفاداری آنها بکند و باعث شود که آنها برای رفع مشکلات و خواسته‌های اجتماعی خود که مربوط به کسـب‌وکار شماسـت، ابتدا به شما فکر کنند. متاسفانه برنامه‌ریزی اکثر سازمان‌های کشور در راستای افزایش رضایت، وفاداری و نگهداشـت مشتریان در برنامه‌های خرد و ساده باشگاه مشتریان خلاصه شده که عملا هیچ انگیزه‌ای برای مشتریان ایجاد نمی‌کند و دلیل حسی خوبی برای انتخاب مجدد آنها نخواهد بود.

۵- چابکسـازی و مدیریت تغییر: بر اساس تحقیقی که در سال ۲۰۱۹ توسط CA Technologies مربوط به دانشگاه هاروارد صورت گرفته، ۷۸ درصد از رهبران و مدیران دنیا از چابکسـازی برای افزایش فروش و ارتباطات خود اسـتفاده می‌کنند. این در حالی اسـت که چابکسـازی مدت‌هاسـت که در محافل توسعه محصول محبوبیت داشته است. از افراد تیم خود بخواهید کارهای نوآورانه‌ای انجام دهند؛ بر اساس نتایج تحقیقات بازار برای تغییرات و بهبود روندها اسـتفاده کنند و سـبستم‌ها را به سمت چابکسازی پیش ببرند. تغییراتی که عمدتا مبتنی بر داده‌ها و مشاهدات است و باید نتایج بررسی‌ها قابل اندازه‌گیری باشند

این موارد تنها مواردی نخواهند بود که در سـال ۲۰۲۰ به رشـد فروش شما کمک شایانی خواهند کرد. برای تکنک آنها برنامه‌ریزی کنید و اگر متخصصان مربوط به آن را ندارید می‌توانید با اسـتخدام متخصصان چه بصورت مشاور و چه بصورت همکار تعاونت روی تکنک این موارد کار کنید. مواردی که در سـال ۲۰۲۰ به عنوان ترندهای فروش به کار می‌روند شاید خیلی بیشتر از اینها باشند اما برای شروع، توجه خود را از ۵ پیشنهاد گفته شده دور نکنید.

وحید محمدی

دریافت عوارض بیشتر از مال‌ها و مراکز تجاری پر تردد شهر

اعضای شورای اسلامی شهر تهران به اخذ عوارض بیشـتر از مال‌ها و مراکز تجاری پر تردد به دلیل عارضه‌هایی که بر شهر ایجاد می‌کنند رای مثبت دادند.

به گزارش پیام آشـنا به نقل از ایسنا، اعضای شورای اسلامی شهر تهران صبح دیروز پیشنهادات خود در خصوص لایحه پارک حاشیه‌ای که کلیات آن در جلسه قبل تصویب شده بود را مطرح کردند و زهرا صدراعظم‌نوری پیشنهاد داد که برای مال‌ها و مراکز پر تردد تجاری عوارض دیگری در نظر گرفته شود و گفت: دقت داشته باشید که مال‌ها و مراکز تجاری پر تردد عارضه‌ای بر شهر ایجاد می‌کنند.

وی بـا بیان این که اطلس مال در خیابان نیاوران احداث شـده و این در حالی است که عرض این خیابان اصلا ظرفیت این حجم تردد را ندارد گفت: اپل ۴ الی ۵ ماه است که افتتاح شده و می‌بینید که از آن زمان تاکنون ترافیک در خیابان‌های اطراف این مرکز تجاری قفل شده است.

وی بـا بیان این که چرا باید یک مرکز تجاری پر تردد تنها برای ۵۰ الی ۱۰۰ متر رو به روی مرکز تجاری‌ش عوارض بدهد در حالی که عارضه‌های بیشـتری از لحاظ ترافیکی و آلودگی هوا بر شهر ایجاد می‌کند اظهار کرد: پیشنهاد ما این است که شورای شهر مال‌ها و مراکز تجاری پر تردد را موظف کند که عوارض دیگری پرداخت کنند.

وی ادامه داد: این عوارض و درصد آن باید در یک آیین‌نامه که در شـورا تصویب می‌شود مشخص شود.

محمد علیخانی رئیس کمیسـیون حمل و نقل پیشنهاد داد که کمیسیونش در تدوین آیین‌نامه حضور داشته باشد که با موافقت اعضای شورا مواجه شد

نهایتا اعضای شورای اسلامی شهر تهران به این پیشـنهاد نوری مبنی بر اخذ عوارض از مال‌ها و مراکز پر تردد تجاری رای مثبت دادند.

بنـای ساختمان سینما هجرت ماندگار ماند

ساختمان سینما هجرت که یکی از بناهای فرهنگی و تاریخی شهر کرج می‌باشد و برای بسیاری از شهروندان توسـتالژی است سالهاست که با قرار گرفتن در طرح تفصیلی شهرداری کرج دل نگرانیهایی برای شهروندان و اهالی حوزه هنر و فرهنگ ایجاد کرده اسـت که با تلاش شورای شهر این بنا ماندگار ماند.

به گزارش پیام آشـنا، سیزدهمین جلسه کمیسیون هنر و ارتباطات شورای اسلامی شهر کرج به ریاست رحیم خسـتو و اعضای کمیسـیون تشکیل و لوایح ارسالی از سوی شهرداری به شورا مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

درخواست حوزه هنری شهر کرج و مدیر سینما هجرت مبنی بر حفظ بنای سینما هجرت از جمله مواردی بود که پس از قرائت مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

رحیم خسـتو رئیس کمیسیون هنر و ارتباطات با بیان اینکه سینما هجرت جزء سینماهای کلاسیک محسـوب می شود. گفت: این مکان از لحاظ تاریخی تیز دارای قدمت بالایی است و با توجه به استقبال شهروندان از این مکان فرهنگی، حفظ بافت سنتی آن ضرورت دارد.

وی تاکید کرد که این مجموعه می تواند به عنوان یک مجموعه فرهنگی حفظ شود.

در پایـان مذاکرات و با رای اعضای شـورا مبنی بر حفظ بنای ساختمان سینما هجرت مقرر شد جلسه ای با مدیران مربوطه در خصوص چگونگی حفظ بنا بازسـازی و تامین پارکینگ برای این مکان تصمیم گیری شود.

شهرداران باید از فرهنگ پشت میز نشینی و بستن در اتاق فاصله بگیرند

معاون هماهنگی امور عمرانی اسـتاندری تهران با تاکید بر داشتن روحیه مردمی و جهادی برای حل مسائل مردم توسط مسئولان گفت: پشت میز نشینی و بستن در اتاق یکی از عارضه‌های مدیریتی است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، محمد تقی زاده پیش از ظهر دیروز در مراسـم معارفه بهروز کاویانی به عنوان شهردار جدید شهریار اظهار کرد: در دهه فجر بیش از ۹۰۹ پروژه عمرانی، فرهنگی، بهداشتی و زیرساختی را با بودجه ۵ هزار میلیارد تومان در استان تهران افتتاح خواهیم کرد؛ البته این به استثنای پروژه‌هایی بوده که با مشارکت بخش خصوصی و حمایت‌های دولت و سایر دستگاه‌ها است.

تقـی زاده یکـی از ویژگی‌های مهم شـهرها را شـهری ایمن برای شهروندان برشمرد و افزود: از دیگر ویژگی‌هایی که می‌توان اشـاره کرد شهری با مقیاس‌های انسانی است؛ بطوری که شهروندان احسـاس آسایش و آرامش را در شهر داشته باشند. این در حالیست که ما در مدیریت شهری، شهر را برای ماشین‌ها ساخته‌ایم.

وی درباره نقش تکنولوژی‌های نوین در مدیریت شـهری گفت: گرچه می‌بایست برای رسیدن به اهداف از تکنولوژی‌هـای نوین بهره بگیریم ولی لازمه اش این اسـت که بتوانیم آن را در شرایط منطقه‌ای و محلی، بومی سازی کنیم؛ وگرنه صرف تکنولوژی نوین ممکن است از هدف و مقصد دور شویم.

تقی زاده در ادامه بیان کرد: مدیریت شهری باید بتواند از ساکنان شهر یک شهروند خوب بسازد. یعنی شهروندی که بتواند در شهر احساس تعلق خاطر کند و خودش را متعلق به آن شـهر بداند. اگر این اتفاق افتاد مشارکت مردم در شهر معنادار خواهد شد.

معاون اسـتاندار تهران در بخـش دیگری از این مراسم درباره رویکرد تخصصی و فنی موضوعات مدیریت شهری اذعان کرد: شهرداری باید خود را مجهز به دانش فنی و استفاده از فناوری‌های نوین برای رسیدن به اهداف کند.

وی درباره روحیه مردمی و جهادی و حل مسائل مردم به شـکل میدانی گفت: یکی از عارضه‌های مسئولان پشت میز نشـینی و بستن درب اتاق است، یکی از انتظارات ما از همه دستگاه‌ها به ویژه مدیریت شهری که در خط مقدم خدمت رسانی به مردم هستند این است که در دل مردم باشند و مسائل و مشکلات مردم را به صورت میدانی حل کنند

تقی زاده افزود: با شـناختی که از شهردار جدید شـهریار، به لحاظ تجارب ارزشمندشان و تسلط بـه قوانین و مقـررات در حوزه شـهری داریم، رضایتمندی نسبی شهروندان محقق خواهد شد.

امکان رزرو پارک حاشیه‌ای توسط اپلیکیشن

اعضای شورای اسلامی شهر تهران امکان رزرو پارک حاشیه‌ای توسط اپلیکیشن را به تصویب رساندند.

به گزارش پیام آشـنا به نقل از ایسنا، صبح دیروز بررسـی جزئیات لایحه پارک حاشیه‌ای روی میز شورای اسلامی شـهر تهران قرار گرفت و اعضای شورای شهر پیشنهادهای خود را مطرح کردند و زهرا نژاد بهرام با ارائه پیشنهادی گفت: پیشنهاد من این است که امکان رزرو پارک حاشیه‌ای با استفاده از اپلیکیشن به مدت سه ساعت در محدوده‌های شهری امکان پذیر باشد.

وی با بیان این که شهرداری تهران می‌تواند براساس این پیشنهاد با استارت‌آپ‌های مختلف وارد مذاکره شود و یک اپلیکیشن برای رزرو پارک حاشیه‌ای ارائه کند، ادامه داد: با این روش می‌توانیم پارک حاشیه‌ای را بهتر مدیریت کنیم و از تردد مدام خودروها برای پیدا کردن جای پارک کاسته می‌شود.

حجت نظری در واکنش به این پیشـنهاد گفت: این که تهمیدداتی اندیشـیده شود تا فضای پارک حاشیه‌ای از قبل مشخص شود می‌تواند ترافیک را کم کند و حتی شاید پدیده پارک دوبل را نیز بتوانیم کنترل کنیم.

محسن هاشـمی نیز در واکنش به این پیشنهاد گفت: اگر یک شهروند توسط اپلیکیشن جای پارک را رزرو کرد اما فرد دیگری خودروی خود را در آن محل پارک کرد تکلیف چه می‌شود؟ ممکن است دعوا شـود مگر این که المانی طراحی شود که به محض رزرو جای پارک، این فضا فریز شـود وگرنه آقای امینی مجبور است در کمیسـیون حقوقی یک کمیته تشـکیل دهد تا دعواهایی که بر سر جای پارک انجام می‌شود را بررسی کند.

نژاد بهرام در واکنش به این سـخنان هاشمی گفت: خودروهای دوبیین داری که در حال حاضر فضای پارک حاشیه‌ای را کنترل می‌کنند، می‌توانند به گونه دیگری طراحی شوند تا خودروهایی که به صورت غیر مجاز در محل‌های از پیش رزرو شـده توقف کرده‌اند نیز شناسایی شوند.

نهایتا این پیشنهاد با دریافت اکثریت آرا به تصویب رسید.

اخبار

علت نایاب شدن «رهن کامل» در بازار اجاره

بررسـی آخرین موجـودی فایل‌های اجـاره در موتورهای جسـتجوی اینترنتی و نزد بنگاه‌های ملکی نشان می‌دهد، فایل‌های «رهن کامل» در این بازار نایاب شده است.

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، در حالی که تعداد آپارتمان‌های عرضه شده به‌صورت رهن کامل در بازار اجاره‌ها در نیمه اول امسـال نسبت به سال گذشته تغییری نداشت و در یک حد قابل قبول برای پاسخگویی به تقاضای رهن کامل، فایل در بازار وجود داشـت، اما در نیمه دوم سال شرایط به کلی تغییر کرد و در نیمه زمستان عملاً آپارتمان‌های رهن کامل نایاب شده است.

واسطه‌های ملکی می‌گویند تمایل به عرضه آپارتمان به‌صورت رهن کامل دست‌کم به دو دلیل در میان موجران کاهش یافته است. علت اول این است که ارقام رهن کامل پیشنهادی در مناطق متوسط و بخش‌های مصرفی مناطق شمال شهر عموما بین ۲ تا ۳ میلیون تومان به ازای هر مترمربع است و به این ترتیب برای رهن کامل یـک واحد آپارتمان ۸۰ مترمربعی در ایـن مناطق، باید بین ۱۶۰ تا ۲۴۰ میلیون تومان ودیعه پرداخت شـود که برای بسیاری از مستاجران رقم سنگینی است. در نتیجه حتی آن‌دسته از موجرانی که به رهن کامل تمایل داشـته‌اند، مدت زیادی در صـف انتظار اجاره ملک خـود باقی مانده و گروهی از آنها در نهایت ناگزیر به تغییر رویه قیمت‌گذاری و تبدیل بخشـی از ودیعه به اجاره ماهانه شدند تا مبلغ رهن پرداختی با استطاعت مستاجران در حال جسـتوجو هماهنگ شود.

علت دوم تقریبا نایاب شدن آپارتمان‌های رهن کامل در بازار اجاره نیز نشات گرفته از ناامنی بازارهای سرمایه‌گذاری در دسترس و مورد رجوع عموم مردم نظیر ارز و طلاست. هرچند بازار ارز نوسان افزایشی را در هفته‌های اخیر تجربه کـرد، اما با توجه به افت یکبـاره قیمت ارز در نیمه دوم سال گذشـته پس از ماهها تلاطم قیمتی، این بازار و نیز بازار طلا و سـکه که به تبع وضعیت بازار ارز پس از یک دوره جهش، دچار افت قیمت شدند، بازارهای امنی برای سـرمایه‌گذاری ارزیابی نمی‌شوند. در واقع این نگرانی در میان موجران وجود دارد که مبالغ ودیعه را در این بازارها سرمایه‌گذاری کنند، اما پس از مدتی با افت قیمت رویه‌رو شوند و سـرمایه‌گذاری آنها به نتیجه مطلوب نرسد. در نتیجه ترجیح می‌دهند از ابتدا بخشـی از مبلغ قرارداد را متناسب با توان مسـتاجران در حال جسـتوجو، به‌صورت اجاره ماهانه دریافت کنند.

پلیس شریک درآمدهای پارک حاشیه‌ای شد

اعضای شـورای شـهر تهران تصویب کردند که ۵ درصد درآمد شهرداری از محل پارک حاشیه‌ای در دستگاه‌های دخیل در امر پارک حاشیه‌ای و نه صرفا پلیس هزینه شود.

به گزارش پیام آشـنا به نقل از همشهری آنلاین، اعضای شـورای اسلامی شـهر تهران روز یکشنبه ۱۳ بهمن ماه در جریان بررسـی لایحه نرخ ورودی پارکینگ‌ها و پارک حاشیه‌ای، تصویب کردند که ۵ درصد درآمد شهرداری از محل پارک حاشیه‌ای در دستگاه‌های دخیل در امر پارک حاشیه‌ای و نه صرفا پلیس هزینه شود.

شهرداری تهران در پی این مصوبه شورای شهر، از این پس مجاز به کمک به پلیس راهور می‌شود.

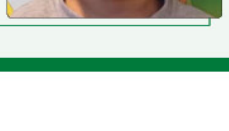
جویندگان عاطفه (۰۲۶ ۳۲۵۴۰۰۹۹ روابط عمومی اداره کل بهزیستی البرز)

اینجا بهشت کودکان است! شاید دیوارهای رنگارنگی دارد و کودکان لباس های شیک و اسباب بازیهای خوبی دارند و می خندند اما... آغوش مادر و دستان نوازشگر پدر را گم کرده اند. در عمق چشمان مربیان شیرخوارگاه بهزیستی استان البرز غم موج می زند و همیشه چشم انتظار ند ما در و پدر یکی از این کودکان شیرین زبان با دلتنگی به سراغ کوچولوهایشان بروند... برای آنها که از خانواده این کودکان اطلاعی در دست دارند.

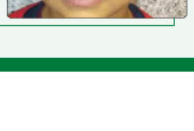
فرزند گرشاد در مورخ ۹۸/۰۹/۱۰ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۰/۱۷ از طریق بیمارستان کمالی تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند فریبرز در مورخ ۹۸/۱۰/۱۶ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۰/۲۳ از طریق مددکار بیمارستان کمالی تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

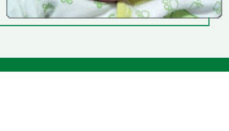
فرزند ابوالفضل حدوداً ۱۰ ماهه و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۱/۰۳ از طریق اورژانس اجتماعی ساوجبلاغ تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند دارا در مورخ ۹۸/۱۰/۱۷ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۱/۰۵ از طریق بیمارستان کمالی تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند ماهان در مورخ ۹۳/۰۴/۲۱ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۰/۲۸ از طریق اورژانس اجتماعی ساوجبلاغ تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.



فرزند رضا در مورخ ۹۸/۰۹/۱۶ در بیمارستان کمالی متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی در مورخ ۹۸/۱۰/۱۴ از طریق مددکار بیمارستان کمالی تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.

فرزند پردیا در مورخ ۹۳/۱۱/۲۳ متولد و به علت نداشتن سرپرست موثر و حسب دستور مقام محترم قضایی به صورت خود معرف در مورخ ۹۸/۰۵/۲۳ تحویل بهزیستی شده است. این آگهی جهت شناسایی والدین و سایر بستگان طفل چاپ شده است. در صورت اطلاع از خانواده وی با شماره ۰۲۶-۳۲۵۱۸۱۸۸ تماس حاصل فرمایید.