

فهرست

5	افزایش سیستم امنیتی
6	چگونه می توان یک طلافروشی را با سیستم های امنیتی امن کرد
7	سیستم دزدگیر
7	سیستم اعلام حریق
8	دوربین های مدار بسته
8	سیستم کنترل بیومتریک (Biometric)
9	دستگاه مه ساز امنیتی
10	افزایش ایمنی طلافروشی
10	رعایت نکات ایمنی طلافروشی در باز کردن فروشگاه جواهرات
12	موارد امنیت طلافروشی
12	مواردی که باید تمرین کنید
13	امنیت دیجیتال طلا فروشی
14	نحوه مدیریت موجودی و حفظ ایمنی طلافروشی
14	مراحل بستن مغازه طلافروشی و امنیت آن
15	زنگ هشدار
16	نحوه دریافت هشدار و پاسخ به سیگنال های آلام
17	دستورالعمل های امنیتی
17	اقدامات قبل از سرقت
21	اقدامات در حین سرقت
22	اقدامات بعد از سرقت
23	از بروز اتفاقات منجر به سرقت و خطر آفرین جلوگیری کنید
27	7 راه برای حفظ ایمنی در برابر آتش سوزی
27	قابلیت دسترسی مناسب
27	خلوت و منظم بودن محل کار
27	دفع اصولی زباله ها راهی برای حفظ ایمنی در برابر آتش سوزی
27	سرویس دوره ای و تعمیر ماشین آلات صنعتی

28 رعایت ایمنی در هنگام کار با مواد شیمیایی
28 اتاق مخصوص افراد سیگاری
28 شارژ به موقع کپسول آتش نشانی
29 در صورت مشاهده ی دود و آتش
29 نکات ایمنی دیگر
30 باید ها
30 نباید ها
31 تشخیص طلای اصل از بدل
31 اعداد حک شده بر روی طلا را چک کنید
32 برای تشخیص طلا از بدل، رنگ آن را کنترل کنید
32 طلا را بر روی سطح سرامیکی بکشید
32 تشخیص طلای اصل از طریق خاصیت آهنربایی
33 تشخیص طلای اصل با سرکه
33 برای تشخیص طلا از بدلجات، آن را گاز بگیرید
33 آمونیاک در تشخیص طلا کاربرد دارد
34 تشخیص طلا با وایتکس را نیز تست کنید
34 آب نیز از راه‌های تشخیص طلا به شمار می‌رود
34 تشخیص طلای اصل با ید
34 تشخیص طلای اصل با یخ
35 تشخیص طلا با وزن کردن
35 تشخیص طلا با اسید نیتریک
35 روش تشخیص طلا از بدل با پوست بدن
36 تشخیص طلا با الکل
37 تشخیص طلا با سوزاندن
38 تشخیص عیار طلا با سنگ محک
38 اگر به صورت آنلاین طلا بخریم چطور از اصالت آن اطمینان حاصل کنیم
40 گوهر شناسی
40 مقدمه ای بر گوهرشناسی

40	گوهرشناس چگونه سنگ های قیمتی را ارزش گذاری می کند
41	گوهر های قیمتی
41	گوهر های نیمه قیمتی
41	سنگ های مصنوعی
42	جواهرات چگونه شناسایی می شوند
42	شناسایی از طریق ضریب شکست
43	شناسایی از طریق وزن مخصوص
43	معرفی انواع برش نگین و تراش سنگ های قیمتی
43	آشنایی با انواع تراش سنگ های قیمتی
44	تراش مربعی (Asscher)
45	تراش مستطیل باریک (Baguette)
46	تراش بدون وجه (Cabachon)
47	تراش مستطیل یا کوسنی (Antique or Cushion)
48	تراش زمردی (Emerald)
49	تراش قلبی (Heart)
50	تراش قایقی (Marquise)
51	تراش هشت وجهی (Octagon)
52	تراش بیضی (Oval)
53	تراش اشک (Pear)
54	تراش مربع (Princess)
55	نوعی تراش مربع (Radiant)
56	تراش گرد (Round)
57	تراش مثلثی (Trillion / Trilliant)
58	تراش ترکیبی کبوچان و وجهی (Buff-Top)
59	لوازم و ابزارآلات طلا فروشی
59	ترازوی طلا فروشی
59	ماشین حساب مخصوص طلا فروشی
59	نرم افزار حسابداری طلا فروشی

60	حلقه نمره
60	کالیبراسیون
61	CRM
62	فضای مجازی
62	کلاب هاوس
63	تیک تاک
63	یوتیوب
64	لینکدین
64	اینستاگرام
64	توییتر
65	فیس بوک
65	نتایج کاربردی
66	روانشناسی فروش، نیاز سنجی، فرصت شناسی، روش ارتباط موثر با مشتری
66	روانشناسی پشت تصمیمات مشتری
67	احساسات کوتاه مدت تصمیمات بلند مدت را میسازد
69	پیش فرض ها بر تصمیم گیری تأثیر می گذارند
70	ترس از دست دادن بر سودهای مورد انتظار غلبه می کند
72	هویت بر ذینفعان شکاک تأثیر می گذارد
74	انتخاب ها با ترجیحات متفاوت است
75	مهارت مذاکره فروش
76	در صورتی که خریدار اصرار به تخفیف داشته باشد چه باید کرد
76	مشتری راغب
77	قاطعیت به همراه صداقت



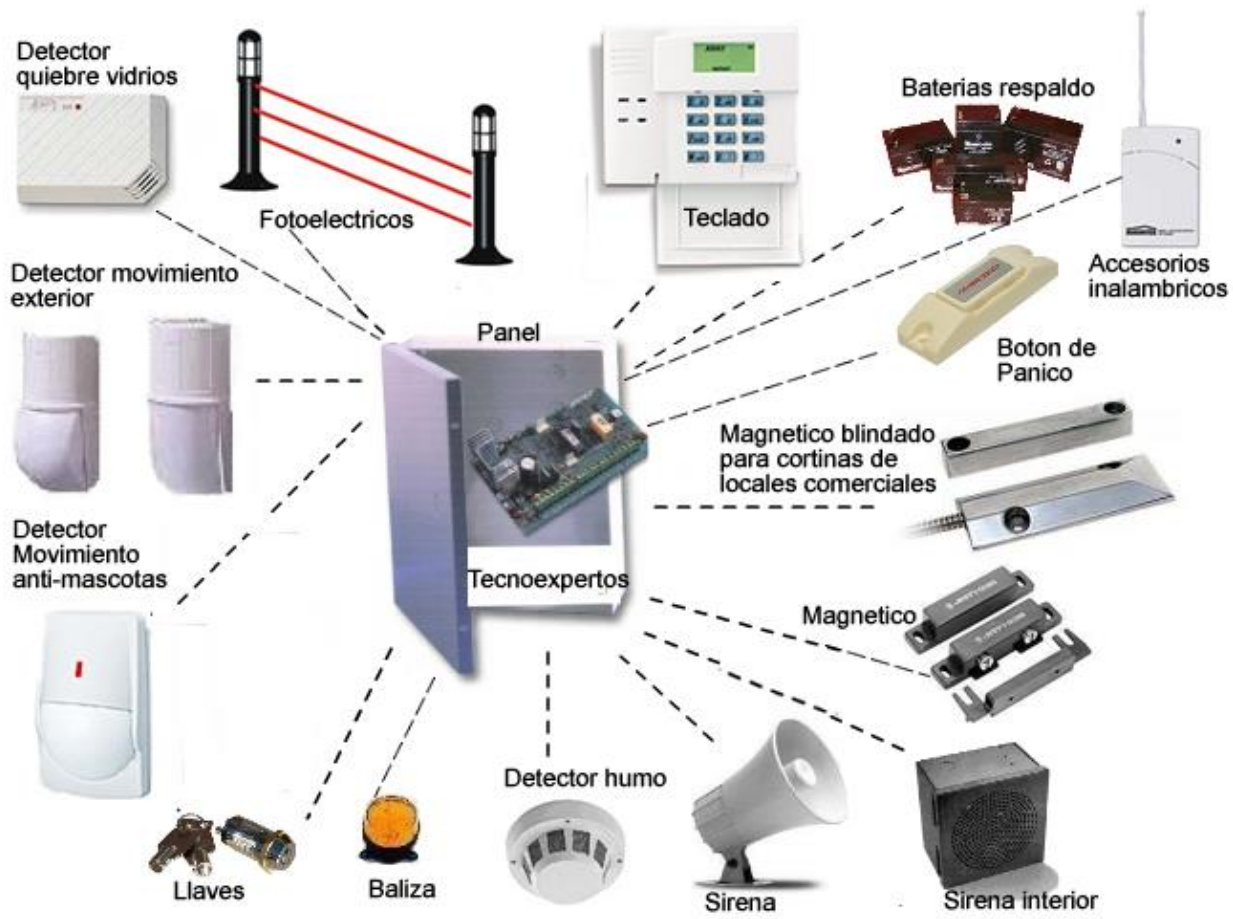
افزایش سیستم امنیتی

امنیت طلافروشی، صرافی و کسب و کارهای این چنینی در اولویت قرار دارد. اگر شما صاحب کسب و کاری مانند طلافروشی یا صرافی هستید و یا به فکر راه انداختن یک کسب و کار این چنینی می باشید، قبل از اینکه هر کاری را اجرایی کنید باید به فکر تامین امنیت مغازه و محل کار خود باشید.

در سال گذشته از طرفی با کاهش 17 درصدی سرقت از طلافروشی ها مواجه بودیم و از سوی دیگر با افزایش 3 برابری قیمت طلا. شاید این افزایش 3 برابری وسوسه ای برای سارقانی باشد که علاقه ای زیادی به سرقت از طلافروشی ها دارند که البته دور از انتظار هم نیست. شاید در همین مرحله اول قبل از اینکه نیاز باشد آمار سرقت ها را بررسی کنیم به اهمیت تامین امنیت طلافروشی و صرافی ها پی برده باشید.

سیستم امنیتی فروشگاه طلا و جواهر بسیار ساده تر از مقابله با عواقب پس از آن است، مانند شناسایی مظنون، دادرسی و غیره. شما می توانید سیستم های مختلف پیشگیری از سرقت جواهرات را برای اندازه های مختلف فروشگاه انتخاب کنید.

چگونه می توان یک طلافروشی را با سیستم های امنیتی امن کرد



خواه یک فروشگاه جواهرات کوچک باشد یا یک فروشگاه طلا و جواهر چند طبقه، مهم است که از فروشگاه، پول نقد و سایر اشیا با ارزش خود در فروشگاه محافظت کنید. اگرچه بیمه سرقت از بین رفتن هرگونه اشیا با ارزش از جواهرات فروشی شما را پوشش می دهد، اما بیمه روندی آهسته و طولانی است. به همین دلیل، جلوگیری از سرقت یا حتی آتش سوزی در فروشگاه شما، یک تصمیم امنیتی هوشمندانه تر است.

سیستم دزدگیر

این راه حل امنیتی فروشگاه جواهرات شامل انواع حسگرها، حرکت، ضربه، شکستن شیشه، گرما و دود است. هنگامی که این سنسورها فعال می شوند، سیستم کنترل پنل صدایی بلند را فعال می کند که مزاحم/سارق را از ادامه کار یا سرقت باز می دارد و بلافاصله پیامی را به ایستگاه نظارت مرکزی می رساند که مقامات مربوطه مانند پلیس و صاحبان را مطلع می کند.

سیستم اعلام حریق

یکی از سیستم های ضروری فروشگاه های طلا و جواهرات شامل سیستم اعلام حریق است که در صورت آتش سوزی در فروشگاه؛ مالکان، نیروهای آتش نشانی، آمبولانس و سایر مقامات مربوطه را از این امر مطلع می کند. این سیستم امنیتی شامل ردیاب های گرما، دود و آتش سوزی است که بطور خودکار سیگنالی را به صفحه کنترل منتقل میکند و در نتیجه طرفین مربوطه را از وضعیت آگاه می کند. یکی از کارمندان فروشگاه می تواند زنگ هشدار را بزند تا هشدار داده و به مقامات پیام دهد.

دوربین های مدار بسته



دوربین های مدار بسته چشمان شما هستند که همه چیز را ضبط می کنند. دوربین مدار بسته برای طلافروشی کاملاً یک ابزار چند منظوره است زیرا به مالک/مدیر کمک می کند تا کارمندان سایر قسمتهای فروشگاه را تحت نظر داشته باشد. تا در صورتی که هر یک از مشتریان سعی می کند دزدکی حرکتی کند، او را تحت نظر داشته باشید. در صورت بروز هرگونه دزدی که توسط دوربین ضبط شده باشد، میتوانید شواهد را ارائه دهید.

سیستم کنترل بیومتریک (Biometric)

یکی دیگر از مهمترین سیستمهای امنیتی جواهرات، سیستم کنترل دسترسی بیومتریک است که اساساً یک فرم پیشرفته و بسیار امن تر از اعطای دسترسی درب ورودی است. این سیستم امنیتی فقط به کسانی که اثر انگشت آن ها در سیستم ثبت شده اجازه باز کردن درب را می دهد. متناوباً، کسی که رمز عبور دارد نیز می تواند از طریق این درب ورود پیدا کند. سیستم کنترل دسترسی می تواند با محدود کردن

دسترسی کارمندان به ورودی اصلی ذخیره سازی یا محدود کردن دسترسی به ورودی اول برای یک سارق بالقوه، فروشگاه جواهرات شما را ایمن کند.

گزینه های متعددی برای امنیت فروشگاه جواهرات شما در دسترس است. بهترین راه استفاده از ترکیبی از چندین ابزار امنیتی برای دستیابی به بهترین راه حل کلی امنیتی است.

دستگاه مه ساز امنیتی



دستگاه مه ساز قابلیت این را دارد که به محض ورود سارق و احساس خطر دستگاه فعال شده و با تولید حجم متراکمی از مه غلیظ با ماندگاری بالا در کمترین زمان

ممکن، باعث از بین بردن دید سارق و سلب امکان هرگونه عکس العمل بعدی از وی می‌گردد. بطوریکه تنها راه ممکن برای سارق خروج از محل خواهد بود.

افزایش ایمنی طلافروشی

رعایت نکات ایمنی طلافروشی در باز کردن فروشگاه جواهرات



بعد از اینکه کارهای شخصی خود را انجام دادید دیگر زمان باز کردن فروشگاه می رسد. این لحظه نیازمند مراقبت های ویژه ای ست تا شما را از سر دزدی حفظ کند.

با وجود اینکه مراقب هستید، شاید یک جنایتکار منتظر باز شدن مغازه شما باشد زیرا آن ها می دانند که شما تنها خواهید بود و ورودی شما دید کمی دارد. فرصت برای یک جنایتکار کوتاه است، اما به طرز تکان دهنده ای سریع است. جالب است بدانید که بیشتر سرقت های طلافروشیها صبح ها اتفاق می افتد.

نکته کلیدی برای ایمن ماندن این است که رویه بازگشایی صحیحی داشته باشید که به طور مداوم توسط هرکسی که مسئول افتتاح کسب و کار شما است، اجرا شود.

- هنگام باز کردن صبح، خود و کالاهایتان که به همراه دارید را ایمن نگه دارید.
- در طی مراحل باز کردن از دو یا چند نفر استفاده کنید.
- محیط اطراف را از نظر فعالیت مشکوک بازرسی کنید.
- از یک نفر بخواهید به امکانات امنیتی (مثل قفل و دزدگیر) شما دسترسی داشته باشد در حالی که دیگری به تماشای ورودی بپردازد.
- درب را قفل کنید و فضای داخلی را برای جلوگیری از نفوذ مجرم بازرسی کنید.
- اجناس و نمایشگرها را از گاو صندوق یا انبار خارج کنید و موجودی را در ویتترین ها و پیشخوان قرار دهید.
- در طول فرآیند راه اندازی به هیچ کس (حتی مشتری) اجازه ندهید که داخل شود.
- قبل از باز کردن رسمی اطمینان حاصل کنید که تمام صفحه نمایشها فعال شده است.

موارد امنیت طلافروشی

به افرادی که، سوالات غیرعادی میپرسند، به عنوان مثال؛

"امروز چند نفر کار می کنند؟ گران ترین کالایی که حمل می کنید چیست؟
گاو صندوق شما کجاست؟ آیا گواهی اوراق بهادر در فروشگاه ارائه می دهید؟"

پاسخ نداده و او را به همکاران خود نشان دهید تا هویت او برای دیگران هم آشکار باشد. همکاران خود را برای مقابله با این موارد آماده سازید. اگر شخص مشکوکی وارد فروشگاه شد به یکدیگر سیگنال بدهید. سارقین ممکن است به نظر برسد جلوی درب مغازه با تلفن صحبت می کنند، سارقین ممکن است ظاهرشان را پنهان کنند به عنوان مثال ماسک صورت، لباس های یکسره و کلاه های ایمنی بنابراین لازم است برای تمام این موارد آمادگی لازم را داشته باشید.

مواردی که باید تمرین کنید

- با برقراری ارتباط چشمی و درگیر کردن آنها در مکالمه، با هر مشتری دیدار و احوالپرسی کنید.
- در حین خرید فقط به یک مشتری پاسخ دهید و به دیگری که منتظر هستند یا در حال بررسی هستند بگویید که سریعاً کسی به آنها کمک خواهد کرد، اما مراقب آنها باشید.
- جعبه اقلام قبل و بعد از نشان دادن آنها به مشتری بررسی شود.
- بلافاصله پس از بازگرداندن کالا به ویتترین، ویتترین ها را قفل کنید.

- هنگام نمایش کالاها فقط یک کالا را نشان داده و از بیرون آوردن کل محصولات خودداری کنید. متمرکز باشید.
- هنگام نشان دادن کالاهای با ارزش و شناسنامه دار، از بیرون آوردن شناسنامه کالا خودداری کنید.
- از یک نمایشگاه خصوصی برای نمایش اقلام با ارزش بالا استفاده کنید.
- هرگز مشتریان را با کالا تنها نگذارید.
- هرگز نمایشگاه را بدون مراقبت ترک نکنید.
- همیشه کلیدهای ویتترین را با استفاده از جا کلیدی همراه خود داشته باشید.

امنیت دیجیتال طلا فروشی

ایمنی طلافروشی را همه جانبه رعایت کنید. به پایان روز نزدیک می شوید و تا اینجا همه چیز خیلی خوب است. شما برخی از تهدیدات امنیتی را خنثی کرده اید و از فروش هایی که انجام داده اید راضی هستید.

با آرامش کامل، تصمیم می گیرید به چند ایمیل پاسخ دهید. با اخطار ایمیل های فیشینگ تقلبی (Spam) در ایمیل روبرو میشوید، مهم است که آگاه باشید که این ایمیل ها تازه شروع کار مجرمین در حوزه امنیت دیجیتال هستند. ممکن است به نظر برسد این ایمیل از طرف یکی از دوستان یا همکاران با ضمیمه تصویری از یک الماس که فکر می کنند شما علاقه مند به خرید آن هستید، آمده باشد. اما نمی دانید که ایمیل از طرف یک هکر آمده است و پیوست حاوی محتوای مخربی است که سیستم رایانه شما را مسدود می کند و از شما می خواهد برای باز کردن قفل آن باج بپردازید.

"باچ افزار" تهدید دیگری برای امنیت دیجیتال شماست، اما به همین جا ختم نمی شود. همچنین باید از سایت هایی که بازدید می کنید و با آنها تعامل دارید، آگاه باشید، به ویژه اگر در حال خرید چیزی هستید.

محافظت نکردن از داده های خود (به خصوص اگر اطلاعات مشتری را مدیریت میکنید) می تواند بسیار خطرناک باشد. شدیداً پیشنهاد میشود سیستمی که حسابداری های خود را با آن انجام میدهید برای کارهای شخصی استفاده نکنید.

نحوه مدیریت موجودی و حفظ ایمنی طلافروشی

روزانه به صورت تصادفی (هر روز یک محصول متفاوت)، هفتگی و ماهانه شمارش و وزن کشی انجام دهید.

جلسات منظم برای کارکنان برگزار کنید تا در مورد کنترل های امنیتی خود صحبت کنید.

مراحل بستن مغازه طلافروشی و امنیت آن

شروع مراحل بستن فروشگاه در حالی که هنوز باز هستید سخت است، اما این آخرین کاری است که می خواهید انجام دهید. درست مانند باز کردن، بسته شدن زمان بسیار آسیب پذیری برای طلافروشی ها است زیرا مجرمان می دانند که احتمال نا امن شدن کالا وجود دارد. بعلاوه، آنها اطمینان دارند شما بیشتر بر ترک فروشگاه متمرکز هستید و کمتر بر روی اقدامات امنیتی متمرکز هستید.

تا زمانی که درهای خود را قفل نکرده اید، روند بسته شدن نباید انجام شود. به ترتیب مراحل باز کردن خود را معکوس کنید.

- با دو یا چند نفر شروع به جمع آوری و بستن مغازه کنید.
- فضای داخلی کسب و کار خود را برای هر کسی که در سرویس و دیگر مکان ها ممکن است پنهان شده باشد، بررسی کنید.
- همه نمایشگرها را به گاوصندوق یا ورودی بازگردانید و پس از قفل کردن به دیگران اجازه ندهید وارد شوند.
- از یک نفر بخواهید نمای بیرونی مرکز شما را ارزیابی کند.
- کارمند دوم باید زنگ ساعت را تنظیم کند و در را پشت سر خود قفل کند.
- کارمند اول باید خروج کارمند دوم از فروشگاه را تماشا کند، وسیله نقلیه خود را بازرسی کرده و وارد شود، وسیله نقلیه خود را قفل و روشن کند.

زنگ هشدار

هنگامی که به سلامت به خانه رسیدید، همچنان مهم است که به یاد داشته باشید که سارقان ممکن است کسب و کار شما را در زمانی که شما دور هستید هدف قرار دهند. حفاظت فیزیکی کافی گاوصندوق ها، خزانه ها و آلازم های لیست شده توسط امنیت هوشمند مغازه به شما آرامش می دهد، اما موارد بیشتری وجود دارد که باید در نظر بگیرید. اگر با یک تماس تلفنی در ساعت 2 بامداد در مورد زنگ هشدار خود از خواب بیدار شوید و با سهل انگاری پاسخ دهید، ممکن است پشیمان شوید که چرا حواستان نبوده است. با توجه به زمان کافی، هر گاوصندوق یا خزانه ای می تواند به خطر بیفتد. به همین دلیل مهم است که به محض وقوع سیگنال های آلازم مطلع شوید و به هر کدام با همان حس فوریت پاسخ دهید. یکی از تاکتیک هایی که مجرمان استفاده

می‌کنند این است که چندین آلام کاذب را به شما نشان می‌دهد تا فکر کنید سیستم شما دچار مشکل شده است. آنها ممکن است این کار را در طی چند هفته یا چند روز انجام دهند تا پاسخ شما را زیر نظر بگیرند و به محض اینکه نقص‌هایی را در الگوی شما تشخیص دهند، ضربه می‌زنند.

نحوه دریافت هشدار و پاسخ به سیگنال‌های آلام

- ویژگی‌های سیستم دزدگیر خود را با ارائه دهنده خود به صورت سالانه بررسی کنید.
- هر سیگنال هشدار را با شرکت نظارت بر زنگ خود بررسی کنید.
- برای بررسی هر سیگنال هشدار به کسب و کار خود بروید.
- قبل از ورود به فروشگاه منتظر رسیدن پلیس باشید.
- به پلیس اجازه دهید محل را برای شما بازرسی کند، سپس با پلیس سایت را بگردید تا هر چیزی را که ممکن است نشان دهنده وقوع دزدی باشد یا در حال انجام باشد شناسایی کنند.
- برای تعیین علت سیگنال با شرکت دزدگیر تماس بگیرید، در صورت نیاز به تعمیرات سیستم، ترتیبی دهید که بلافاصله انجام شود.

دستورالعمل های امنیتی

اقدامات قبل از سرقت



- رعایت کلیه نکات مندرج در چک لیست نظارت و ارزیابی طلافروشی ها که توسط پلیس پیشگیری تهیه شده است.
- الزام طلافروشی ها و کارگاه های طلاسازی در هماهنگی با اتحادیه ، قبل از اجاره یا خرید مکانی جهت طلافروشی و اعلام اتحادیه به اداره نظارت بر اماکن عمومی جهت بازدید کارشناسان و اخذ تایید نهایی.
- الزام اتحادیه به برگزاری حداقل 2 دوره آموزشی و توجیهی در طول سال با دعوت از کارشناسان قضایی و انتظامی و الزام اعضاء اتحادیه به شرکت در این دوره های آموزشی جهت آشنایی با آخرین شگردهای سارقین و کسب مهارتهای لازم در مواجهه با سرقت و اخذ گواهی شرکت در دوره آموزشی.
- ضرورت تجمع طلافروشی ها در مجتمع های تجاری خاص طلافروشان بویژه طلافروشی های پراکنده و کارگاه های طلاسازی، همچنین عدم اعطای مجوز

در مناطق آلوده و حاشیه‌ای شهر (هماهنگی و اخذ تأییدیه پلیس به منظور رعایت اصول انتظامی)

- لزوم استفاده از نگهبان مسلح در محل‌های تجمع واحدهای صنفی طلافروشان و مجتمع‌های طلافروشان
- الزام به نصب درب قفل دار و مناسب جهت جلوگیری از دسترسی آسان سارقین به محتویات و طلاجات داخل ویترین‌ها
- ضرورت استفاده از گاو صندوق‌های مستحکم و ثابت رمزدار و دارای سنسور لرزشی و توصیه به استفاده از گاو صندوق‌های ویترینی (توجه و آموزش متصدیان مبنی بر عدم استقرار کلید بر روی گاو صندوق‌ها)
- ضرورت قفل بودن مخازن فرعی داخل گاو صندوق‌ها و استفاده از سیستم‌های جدید پرداخت الکترونیکی
- ضرورت نصب درب مناسب یا حائل بازدارنده به منظور جلوگیری از ورود یا تردد مشتریان به پشت پیشخوان
- ضرورت استفاده از شیشه ضد گلوله، آژیر اعلام خطر (متصل به کلانتری محل و 110) آیفون تصویری، زنگ اخبار همسایه، قفل هوشمند درب ورودی و سنسورهای حسی و ... توسط تمامی متصدیان طلافروشی
- الزام به استفاده از پدال اعلام خطر، شاسی دستی و ریموت‌های سیار در اختیار متصدیان، جهت برقراری آژیر اعلام خطر
- ضرورت نصب و جانمایی مناسب دوربین‌های مدار بسته با کیفیت بالا در زوایای مختلف در داخل و بیرون واحدهای صنفی با امکان ذخیره سازی طولانی مدت با اخذ مجوز بهره برداری از کمیته پایش تصویری شورای تأمین

- استان(ضمن نظافت مستمر لنز، دوربین ها به نحوی تنظیم شوند که فضای کامل پیرامون و حتی الامکان وسایل نقلیه پارک شده را پوشش دهند)
- استفاده و بهره گیری از برق اضطراری برای بهره برداری از دوربین ها و روشنایی مناسب و آژیر اعلام خطر در زمان قطعی برق
- ضرورت جایابی و استتار مناسب دستگاه U.P.S به منظور عدم دسترسی افراد متفرقه یا سارقین احتمالی به دستگاه ذخیره سازی دوربین های مداربسته
- نیاز به استفاده از تراشه های ردیاب (G P S) در بین طلاجات جهت امکان بهره برداری و ردیابی در مواقع خاص(بعد از سرقت) در صورت فراهم شدن و در دسترس بودن فناوری لازم
- لزوم جمع آوری طلاجات در ساعات بین روز (ظهر) به منظور مراقبت از اموال و رعایت ملاحظات حفاظتی لازم(پیشنهاد به استفاده از گاو صندوق های ویترونی)
- لزوم دو یا چند نفره بودن طلافروشان در فعالیتهای روزانه
- الزام طلافروشان به رعایت ایام کاری و ساعت مصوب ابلاغی از سوی اتحادیه طلافروشان و تعلیق موقت فعالیت طلافروسانی که به این مهم توجهی ندارند
- طلافروشان به صورت قانون مند مجهز به تجهیزات دفاع شخصی و افشانه و شوکر گردند(لزوم آموزش زمان کاربرد این ابزار و تفکیک سرقت های به عنف و مسلحانه با سرقت های کیفی)
- ضرورت بررسی صلاحیت اخلاقی و وضعیت سوء پیشینه کیفری شاگردان و متصدیان طلافروشی
- احراز تعادل روحی و روانی و داشتن سلامت جسمانی متناسب جهت متصدیان طلافروشی ها

- تشکیل شناسنامه اطلاعاتی جهت فروشندگان طلاجات سیار(کیفی) و تعامل و هماهنگی مناسب با واحدهای انتظامی(اتخاذ تدابیر و ارائه راهکار نهایی توسط اتحادیه و پلیس)
- افزایش همکاری و تعامل طلافروشان با پلیس در معرفی افراد مشکوک و مضمون اطراف طلافروشی
- ضرورت ارتباط و هماهنگی لازم بنکداران عمده و همچنین طلافروشان سیار (کیفی) با مسولین کلانتری و پاسگاه های مرتبط در زمان انتقال طلاجات و لزوم اخذ کارت تردد از اتحادیه طلافروشان
- لزوم توجه طلافروشی ها به عدم خرید و انجام معامله طلاجات فاقد فاکتور خصوصا از افراد ناشناس که غالبا مسروقه می باشد
- لزوم توجه به توصیه و تذکرات پلیس در رعایت ملاحظات حفاظتی و مراقبتی (همچون ریموت و پدال و دوربین ها...) و تداوم بازدید بازرسی های میدانی توسط پلیس و اتحادیه به منظور احصا معایب و نواقص و رفع آن که در صورت عدم رفع نواقص توسط طلافروشی، اقدام به تعلیق موقت فعالیت ایشان می گردد.
- سیستم و تجهیزات فنی از قبیل آژیر خطر و دوربین ها به صورت مستمر و روزانه توسط متصدیان طلافروشی ها چک و بررسی گردد
- الزام طلافروشان به اینکه هنگام فروش طلا تصویر از فاکتور فروش به خریدار را به عنوان مستند عکس برداری نمایند
- هنگام جمع آوری و چیدن جواهرات الزامیست درب الکترونیکی ورودی قفل باشد و کسی غیر از طلافروش حضور نداشته باشد

- ممنوعیت ورود افراد با ماسک و کلاه کاسکت یا پوششی که صورت را پنهان کرده باشد. در صورت ورود افراد با کلاه کاسکت، کلاه کشی، ماسک بهداشتی و یا هرگونه پوشش مشابه موضوع به عنوان موارد مشکوک سریعاً از طریق زنگ اخبار همسایه یا مرکز 110 اطلاع رسانی گردد.

اقدامات در حین سرقت

- حفظ خونسردی متصدیان طلافروشی در هنگام مواجهه با سارقین و فعال کردن آژیر اعلام خطر به قید فوریت
- از هرگونه اقدام تحریک کننده و درگیری فیزیکی با سارقین مسلح پرهیز گردد و اقدامات تاخیری هوشمندانه از قبیل صحبت با سارقین و حواس پرتی جهت خرید زمان برای رسیدن پلیس به محل وقوع سرقت صورت پذیرد
- توجه و ثبت مشخصات ظاهری سارقین اعم از تعداد نفرات، صدا، لهجه، تیپ، علائم مشخصه، نوع اسلحه، لباس و اسامی که احیاناً سارقین همدیگر را خطاب می کنند توسط متصدیان طلافروشی
- حتی الامکان ثبت و اعلام مشخصات پلاک، رنگ، نوع خودرو و سایر مشخصات خودروی سارقین

اقدامات بعد از سرقت

- با پلیس 110 تماس بگیرید.
- برای حفظ اثر انگشت سارقان و سایر آثار جرم، به هیچ چیز دست نزنید و جای چیزی را تغییر ندهید.
- به افراد غیر مسوول اجازه دست زدن به صحنه سرقت را ندهید.
- تا آمدن پلیس، به هیچ کس اجازه خروج از فروشگاه را ندهید.
- از تجمع افراد در محل سرقت خودداری کنید.
- مراحل پیگیری سرقت توسط پلیس را برای هیچ کس، حتی کارکنان اداره یا شرکت بازگو نکنید.
- کلیه مدارکی که از اموال سرقتی در دست دارید، نظیر عکس، فاکتورهای خرید، شماره سریال و... را در اختیار پلیس قرار دهید.
- اگر اموال سرقتی دارای مشخصات ویژه و منحصر به فردی هستند، آنها را به پلیس اطلاع دهید.

از بروز اتفاقات منجر به سرقت و خطر آفرین جلوگیری کنید



- هنگام ساخت و ساز، خرید یا اجاره محل، به استحکام و ایمنی فروشگاه به اندازه زیبایی آن اهمیت دهید.
- راه‌های ورودی به فروشگاه را ایمن بسازید. مثل درب‌ها و شیشه‌های ضد گلوله
- مقابل پنجره‌ها، نورگیر، پاسیو و روی دیوارهای کوتاه، حفاظ مقاوم و مطمئن نصب کنید.
- برای کلیه درهای فروشگاه، به ویژه درب ورودی، از قفل‌های مطمئن استفاده کنید.
- برای اتاق‌هایی که اموال با ارزشی نظیر مدارک مهم، اسناد مالی، تجهیزات گران قیمت و ... در آنها نگهداری می‌شوند، درهای ضد سرقت نصب کنید.

- چنانچه از آژیر خطر استفاده می کنید، محل نصب آن را جایی قرار دهید که سارقان نتوانند به راحتی آن را تشخیص دهند.
- اطلاعات مربوط به تجهیزات امنیتی تنها باید در اختیار مسوول آن و در صورت لزوم مدیریت قرار داشته باشند.
- کابل های مربوط به دوربین و دزدگیر، نباید به نحوی در دسترس باشند که به راحتی بتوان آنها را قطع کرد.
- از فایل های اطلاعاتی ضبط شده توسط دوربین های مداربسته، قبل از پرسدن حافظه آن، فایل پشتیبان تهیه کنید تا در صورت لزوم بتوانید به آن مراجعه کنید.
- هنگام پایان یافتن ساعت کار و خروج از فروشگاه، دزدگیر را روشن کنید.
- در صورت بروز عیب در سیستم های حفاظتی، فوراً آن را برطرف کنید.
- مطمئن شوید که کلید فروشگاه در اختیار افراد ناشناس یا غیرمطمئن قرار ندارد.
- از دادن کلید به افراد غیرمطمئن، شرکت های خدماتی و کارگرانی که برای تعمیر مراجعه می کنند، خودداری کنید.
- قفل هایی را که کلید یدکی آنها گم شده و یا برای مدتی در اختیار دیگران بوده است، سریعاً تعویض کنید.
- از روشن و سالم بودن سیستم حفاظتی، اطمینان حاصل کنید.
- شیفیت های کاری نگهبانان را طوری تنظیم کنید که همیشه حداقل یکی از آنها در محل کار خود حضور داشته باشد.

- نگهبان‌ها را موظف کنید که به طور روزانه داخل فروشگاه و دربها و پنجره‌ها را کنترل کنند.
- هنگام تعطیلات بلند مدت، وجوه نقد و اسناد مالی با ارزش را به بانک، صندوق و امانات یا سایر مکان‌های امن بسپارید یا حداقل داخل گاوصندوق امن مطمئن قرار دهید.
- برای پاسخگویی به مراجعین، فضای جداگانه‌ای در نظر بگیرید تا به سایر بخش‌ها دسترسی نداشته باشند.
- هنگام به کار گرفتن افراد، به ویژه نیروی خدماتی مثل نظافتچی و ... با احتیاط عمل کنید.
- هنگام استخدام افراد، به ویژه سرایدار و نگهبان برای فروشگاه، از آنها ضامن و معرف معتبر بخواهید و با استعلام از مراکز انتظامی، از عدم سوء پیشینه آنان مطمئن شوید.
- استفاده از چراغ‌های دارای حسگر که با حرکت افراد روشن می‌شوند، توصیه می‌شود.
- به ایمنی فروشگاه‌هایی که کنار خرابه‌ها، گاراژها، بوستان‌ها و مکان‌های خلوت، تاریک و کم تردد قرار دارند، بیشتر اهمیت دهید.
- در صورتی که کنار فروشگاه شما، ملک مخروبه‌ای وجود دارد، دیوارهای فروشگاه را با آهن یا بتون، محکم و غیرقابل نفوذ کنید.
- همیشه و هنگامی که کارتان با گاو صندوق تمام شد، درب آن را ببندید و کلیدش را از روی آن بردارید. از به کار بردن گاو صندوق‌های قابل حمل خودداری کنید.

- گاو صندوق را به حسگرهای هشداردهنده مجهز کنید.
- قبل از پایان ساعت اداری، کلیه اسناد مالی را به واحد مربوطه تحویل دهید تا در گاو صندوق مطمئن گذاشته شوند.
- کلید و رمز گاو صندوق را به هیچ وجه در اختیار دیگران قرار ندهید.
- روی اموال و تجهیزات اداری برچسب اموال بزنید و مشخصات آنها، به ویژه مشخصات خاص و منحصر به فردشان را به طور دقیق در فرم‌های مخصوص ثبت کنید و در صورت امکان از آنها عکس تهیه کنید تا در صورت وقوع سرقت، شناسایی و دستیابی مجدد به آنها امکان پذیر باشد.
- هر چند وقت یک بار، برای کنترل موجودی اموال خود، انبارگردانی کنید.
- ورود و خروج کلیه اموال، باید با اجازه مدیریت یا فرد مسوول صورت پذیرد.
- نگهبان نباید به هیچ وجه اجازه خروج اموال و تجهیزات را بدون مجوز فرد مسؤل بدهد؛ حتی به کارکنان اداره یا شرکت.
- شماره تلفن‌های پایگاه آگاهی منطقه و کلانتری محل را در دسترس داشته باشید.

7 راه برای حفظ ایمنی در برابر آتش سوزی

قابلیت دسترسی مناسب

جعبه های کنترل برق و جعبه آتش نشانی و کپسول آتش نشانی باید در نقطه مناسب و در دسترس همه باشد. علاوه بر دسترسی مناسب نحوه استفاده صحیح از کپسول و جعبه آتش نشانی را باید به پرسنل محل کار بیاموزید.

خلوت و منظم بودن محل کار

شلوغی و بی نظمی در محل کار می تواند باعث آتش سوزی شود و همچنین دسترسی و خروجی ها و ابزار ایمنی در برابر آتش سوزی می شود. بنابراین به نظم و خلوت بودن محیط کار بسیار دقت کنید.

دفع اصولی زباله ها راهی برای حفظ ایمنی در برابر آتش سوزی

زباله هایی مانند پارچه های روغنی و پلی استر به شدت اشتعال پذیر هستند. این پارچه ها در محیط های صنعتی مانند کارگاه های تولیدی بسیار دیده می شود. برای دفع آنها باید باقی مانده این نوع از پارچه ها را در سطل های زباله فلزی در بسته بیاندازید و به صورت روزانه آن را دفع کنید.

سرویس دوره ای و تعمیر ماشین آلات صنعتی

یکی از دلایلی که باعث آتش سوزی می شود اتصالی ماشین آلات صنعتی در هنگام کار است. این وسایل به دلیل اینکه دفعات استفاده از آن بالا است، ممکن است دچار خرابی

شود. برای جلوگیری از اتفاقات ناگوار و حفظ ایمنی در برابر آتش سوزی باید این وسایل به صورت دوره ای سرویس شوند و اگر خرابی دارند هر چه سریع تر تعمیر شود.

رعایت ایمنی در هنگام کار با مواد شیمیایی

در محیط هایی که با مواد شیمیایی سروکار دارید رعایت موارد ایمنی باید با شدت بیشتری جدی گرفته شود. در چنین محیط هایی باید تهویه مناسب وجود داشته باشد. حمل این مواد باید بسیار با دقت و رعایت تمام نکات ایمنی انجام شود. در چنین محیط هایی کوچکترین سهل انگاری می تواند سبب شود که خسارات جبران ناپذیری رخ دهد.

اتاق مخصوص افراد سیگاری

یکی از مواردی که باید به آن توجه کنید این است که از افراد بخواهید تنها در محیط هایی که مخصوص سیگار کشیدن است، سیگار بکشند و پیش از وارد شدن به محل کار سیگار خود را خاموش کنند.

شارژ به موقع کپسول آتش نشانی

مدیران فروشگاه ها و مسئولین ایمنی باید به تاریخی که باید کپسول آتش نشانی را شارژ کنند توجه کنند. علاوه بر شارژ به موقع نحوه صحیح و اصولی استفاده از کپسول آتش نشانی را باید یاد بگیرند.

در صورت مشاهده ی دود و آتش

نترسید، و سریعا اقدامات لازم را انجام دهید. به موارد زیر توجه کنید؛

خود را به جای امن برسانید و در حین دویدن با فریاد زدن دیگران را مطلع کنید.

اگر برایتان امکان دارد با آتش نشانی تماس بگیرید. در غیر این صورت از کسی دیگری بخواهید که این کار را انجام دهد.

اگر در محیط بسته ایی به دام افتاده اید که در خروجی آن داغ است، در پی مسیر خروج دیگری باشید و کمک بخواهید.

در هنگام خارج شدن از فروشگاه حریق زده، بدن خود را پایین نگه دارید. این کار باعث می شود به راحتی تنفس کنید و دود نزدیک سقف با عمل تنفس وارد سینه ی شما نشود.

نکات ایمنی دیگر

از محل نگه داری کپسول های آتشنشانی اطلاع پیدا کنید.

در صورت پیدا کردن کپسول اضطراری خالی و بدون ضامن، مورد را به اطلاع سرپرست کار برسانید.

اگر محل کارتان نزدیک شعله ها و جرقه های باز آتش هست، از لباس کار مناسب استفاده کنید و برای انتخاب لباس خوب، می توانید با سر پرست کار خود مشورت کنید.

هیچ گاه به تنهایی اقدام به مقابله با آتش نکنید مگر اینکه:
برای استفاده از کپسول آتش خاموش کن به خوبی آموزش دیده باشید و می توانید از آن استفاده کنید.

کسی دیگری در محل حریق زده وجود نداشته باشد.
راهی برای گریز وجود داشته باشد و بتوانید به راحتی از محل دور شوید.
با آتش نشانی تماس گرفته شده باشد.

باید ها

گزارش دادن در مورد هر گونه خطر احتمالی که منجر به آتش سوزی شود، و راه های مسدود اضطراری به سرپرست کار.
پایین نگه داشتن بدن در هنگام خارج شدن از فروشگاهی که دچار حریق شده.

نباید ها

کشیدن سیگار نزدیک مایعات اشتعال پذیر مانند کاغذ، چوب، کاه و هر چیز دیگری.
ذخیره و نگه داری مواد شیمیایی در ظروف بدون برچسب.
استفاده از کپسول حریق بدون داشتن آموزش.

تشخیص طلای اصل از بدل

اعداد حک شده بر روی طلا را چک کنید



یکی از روش‌های تشخیص طلا از بدل این است که اعداد و کدهای حک شده بر روی آن را بررسی کنید. این کدها به این منظور بر روی طلاها حک می‌شوند که اطلاعات کاملی در مورد محصول به خریداران و فروشندگان ارائه کنند. چنانچه طلا را بررسی نموده و متوجه شدید یکی از کدهای ۳۷۵، ۵۰۰، ۹۹۹، ۹۵۸، ۹۱۶، ۷۵۰، ۵۸۵ و ۵۸۳ بر روی آن حک شده است مطمئن باشید محصولی که در دست دارید جزو مصنوعات طلاست. یکی از این کدها بر روی تمامی طلاهای زینتی حک شده است. فقط در برخی از طلاهای قدیمی نمی‌توان این کدها را مشاهده کرد. در این صورت نیز برای تشخیص عیار طلا از دستگاه تشخیص عیار طلا استفاده می‌شود. چنانچه کدهای حک شده چیزی به غیر از کدهایی که در بالا به آنها اشاره شد باشند، فروشنده طلا کالای تقلبی به شما تحویل داده است.

برای تشخیص طلا از بدل، رنگ آن را کنترل کنید

شما می‌توانید با کنترل رنگ، به اصل یا تقلبی بودن طلا پی ببرید. در این راه تشخیص طلا باید رنگ طلا را بعد از مدتی بررسی کنید. اگر متوجه شدید که رنگ آن کدر شده و رنگ اصلی اش از بین رفته است یقین پیدا کنید که طلای شما تقلبی بوده است. این روش از بهترین روش‌های تشخیص طلا در خانه است. زیرا طلای اصل به هیچ عنوان تغییر رنگ نداده و تحت هیچ شرایطی رنگ آن از بین نمی‌رود. اگر بعد از مدتی متوجه شدید که طلای شما رنگ پس داده و رنگ اصلی آن از بین رفته است، در اصل بودن آن شک کنید. در این حالت می‌توانید با استفاده از راه‌های شناسایی طلا از اصل یا تقلبی بودن آن مطمئن شوید.

طلا را بر روی سطح سرامیکی بکشید

بسیاری از فلزات دارای ظاهری شبیه به طلا هستند. این مسئله، زمینه را برای کلاهبرداری افراد سودجو فراهم کرده است. به عنوان مثال در بسیاری از موارد، فلز برنج را جایگزین طلا کرده و به خریدارانی که اطلاعاتی در این زمینه ندارند می‌فروشند. به منظور تشخیص طلا از برنج می‌توانید آن را بر روی سطح سرامیکی بکشید. از آن جایی که طلا دارای بافتی نرم تر از برنج است بر روی سطح مورد نظر ردی بر جای خواهد گذاشت. به این ترتیب می‌توانید مطمئن شوید که طلایی که خریداری کرده اید اصل است یا خیر.

تشخیص طلای اصل از طریق خاصیت آهنربایی

برخی از مواقع با کشیدن روکش طلا روی فلز دیگر آن را به عنوان طلا و با قیمت کمتری به مشتری می‌فروشند. برای تشخیص طلای اصل از تقلبی خاصیت آهنربایی

آن را امتحان کنید. به طلا آهنربا نمی‌چسبد بنابراین اگر به زیورآلاتی که خریده اید آهنربا چسبید، شما فریب فروشنده را خورده اید.

تشخیص طلای اصل با سرکه

برای چک کردن طلای خود، آن را درون سرکه بگذارید. بعد از ۵ دقیقه اگر سیاه شد، تقلبی و بدل است.

برای تشخیص طلا از بدلیجات، آن را گاز بگیرید

یکی دیگر از روش‌های تشخیص طلا از بدلیجات این است که آن را گاز بگیرید. حتماً بسیار دیده اید که قهرمانان ورزشی که مقام اول را کسب می‌کنند مدال طلای خود را گاز می‌گیرند. این گاز گرفتن تنها برای ژست گرفتن برای عکاسی نیست، بلکه یک راه شناخت طلا بوده و منشأ علمی دارد. زمانی که طلا را گاز بگیرید به دلیل ویژگی‌های ساختاری منحصر به فردی که دارد جای دندان‌هایتان بر روی آن باقی می‌ماند. البته باید برای دیدن رد دندان‌های خود، کمی میزان دقت خود را بالا ببرید. برای شناختن طلا با هزینه کم و به صورت آنی می‌توانید از این روش استفاده کنید.

آمونیاک در تشخیص طلا کاربرد دارد

برای تشخیص طلای سفید از نقره می‌توانید از آمونیاک استفاده کنید. آمونیاک ماده‌ای است که با تمامی فلزات به غیر از پلاتین وارد واکنش می‌شود. در این روش که از جمله راه‌های تشخیص طلا از بدل است تغییر رنگ فلزات را باید بررسی کرد. چنانچه طلای شما طلای سفید اصل باشد در تماس با آمونیاک، تغییر رنگ نمی‌دهد؛ اما فلزات دیگر در واکنش با این ماده، دچار تیرگی می‌شوند.

تشخیص طلا با وایتکس را نیز تست کنید

یک روش دیگر برای تشخیص طلا از بدلیجات این است که از وایتکس استفاده کنید. البته قبل از توضیح درباره این روش باید عنوان شود تشخیص طلا با وایتکس باعث ایجاد خوردگی در طلا می‌شود. از این رو توصیه نمیشود از این روش استفاده کنید. برای انجام این روش، کافی است به مقدار بسیار کم در حدود یک قطره کوچک از وایتکس را بر روی طلا بریزید. اگر متوجه تغییر رنگ فلز به قرمز، سبز یا قهوه‌ای شدید، طلای شما اصل است؛ اما اگر فلز مورد نظر، سیاه شد، نشان دهنده بدل بودن آن می‌باشد.

آب نیز از راه‌های تشخیص طلا به شمار می‌رود

ساده‌ترین و کم‌هزینه‌ترین روش تشخیص دادن طلا از فلزات دیگر، استفاده از آب است. در این روش شناسایی طلا می‌توانید جواهرات خود را در آب بیاندازید. اگر طلاها در کف ظرف مانده و شناور نشدند، مطمئن باشید که طلاهای شما اصل هستند.

تشخیص طلای اصل با ید

با ید می‌توان اصل بودن طلا را چک کرد. روی سطح طلا کمی ید بکشید اگر رد آن باقی ماند طلای تقلبی و بدل است. اما اگر از بین رفت زیورآلات شما اصل است. اگر یک قطره ید روی پلاتین بریزید و رد تیره از خود باقی گذارد، هر چه تیرگی بیشتر باشد پلاتین خالص تر است.

تشخیص طلای اصل با یخ

طلا و نقره رسانش گرمایی بسیار قوی نسبت به سایر فلزات هستند. اگر شما بر روی یک تکه یخ طلا و نقره‌ی خود را قرار دهید سرعت ذوب یخ بالا می‌رود به طوری که

فکر می‌کنید شی‌داغی را روی آن قرار داده‌اید پس برای تشخیص طلا و نقره اصل می‌توان از این روش استفاده کرد.

تشخیص طلا با وزن کردن

در صورتیکه به تازگی شمش طلایی خریده‌اید، اما نگران هستید که طلای تقلبی را به جای طلای اصل خریداری کرده باشید، می‌توانید برای تشخیص این موضوع آن را وزن کنید. ابتدا شمش را روی یک ترازوی دقیق قرار دهید و وزن آن را اندازه بگیرید. سپس یک ظرف را پر از آب کرده، روی ترازو قرار دهید و نشانگر وزن ترازو را صفر کنید. شمش را به صورت کامل داخل آب فرو ببرید و مجدداً آن را وزن کنید. برای تشخیص کافی است عدد اول را به عدد دوم تقسیم کنید. در صورتیکه رقم به دست آمده ۳۲/۱۹ باشد، طلای خالص خریداری کرده‌اید.

تشخیص طلا با اسید نیتریک

یک روش قطعی برای تشخیص طلا استفاده از اسید نیتریک است. جواهرتان را داخل یک ظرف فولادی ضد زنگ قرار دهید. یک قطره اسید نیتریک روی آن بریزید، در صورتی که با یگدیگر واکنش ندادند طلای شما اصل است. اما اگر رنگ قطره اسید نیتریک در اثر واکنش سبز یا قهوه‌ای شد، طلای شما تقلبی است. توجه داشته باشید اسیدنیتریک به زیورآلات شما آسیب می‌رساند. به علاوه به دلیل خطرناک بودن اسید نیتریک بهتر است اینکار را به یک طلافروش با تجربه بسپارید.

روش تشخیص طلا از بدل با پوست بدن

در این روش تشخیص طلا از بدل که می‌توان گفت یکی از راحت‌ترین روش تشخیص سریع طلا می‌باشد کافی است طلا را با پوست خود در تماس قرار دهید و به دنبال رنگ مایل به آبی یا سبز روی پوست خود باشید.

تشخیص طلا از بدل به پوست بدن بسیار ساده است: شما در این روش می‌توانید یک تکه از جواهرات طلا را بین دستان خود برای چند دقیقه نگه دارید. عرق دستان شما یا با فلز طلا واکنش داده و رنگ پوست شما را تغییر می‌دهد یا آن را بدون تغییر می‌گذارد.

در حقیقت در این روش تشخیصی طلا از بدل باید بدانیم که وقتی طلا در تماس مستقیم با پوست شما باشد، تغییر رنگی ایجاد نمی‌شود. اگر طلا تقلبی باشد باعث می‌شود پوست شما در نقاط تماس سیاه، آبی یا سبز شود.

در این روش راه شناسایی طلا یک استثنا نیز وجود دارد و آن زمانی رخ می‌دهد که طلا را روی پوست خود در حالی که از کرم‌پودر مایع استفاده می‌کنید، آزمایش کنید. در نظر داشته باشید که هنگامی که طلا به آرایش می‌رسد، پوست شما را در نقاط تماس سیاه می‌کند. برای تشخیص سریع طلا بهتر است تا تمام مواد آرایشی را قبل از آزمایش تست طلا پاک کنید.

تشخیص طلا با الکل

الکل یک یار برای تشخیص طلا اصل از تقلبی می‌باشد. تشخیص طلا با الکل نیز یکی دیگر از روش‌های پرکاربرد خانگی برای بررسی اصالت طلای خریداری شده است. بیشتر فلزات در مجاورت الکل تغییر رنگ می‌دهند؛ به همین دلیل در زمان خرید زیورآلات بدل از خریدار خواسته می‌شود تا این زیورآلات را به دور از الکل و آب نگه دارد تا از تغییر رنگ و خراب شدن ظاهر این بدلیجات جلوگیری شود. برای همین هم می‌توانید از روش تشخیص طلا با الکل برای پی بردن به اصل یا تقلبی بودن قطعه فلزی خود استفاده کنید.

در تست طلا با الکل شما می‌توانید بخش یا تمامی قطعه فلزی خود را به الکل آغشته کنید. از آنجایی که الکل در مجاورت با هوا به بخار تبدیل می‌شود، کافی است تنها میزانی از الکل را به قطعه فلزی اسپری کنید و نیازی به غوطه‌ور کردن فلز در الکل ندارید. اگر هم برای اطمینان قصد دارید قطعه را غرق در الکل کنید، باید از ظرف در بسته استفاده کنید.

اگر از روش غوطه‌وری استفاده می‌کنید و تنها 5 دقیقه برای تشخیص طلا با الکل کافی است. اگر پس از 5 دقیقه فلز شما تغییر رنگ نداد و سیاه نشد، اصل است؛ اما در روش اسپری کردن شما باید حداقل دو تا سه بار در فواصل زمانی گوناگون مقداری الکل را به قطعه فلزی اسپری کنید. بعد از گذشت یک روز اگر تغییر رنگی مشاهده نشد، می‌توانید از اصل بودن طلا اطمینان پیدا کنید.

تشخیص طلا با سوزاندن

چگونه با فندک واقعی بودن طلا را آزمایش کنیم؟ تشخیص طلا با سوزاندن یکی از روش‌های بسیار ساده در تشخیص طلا از بدل در منزل می‌باشد. تشخیص طلا با سوزاندن به این گونه است که ابتدا شما بر روی طلا آتش گرفته و سعی می‌کنید تا طلای خود را بسوزانید. اگر طلای شما واقعی باشد، با اعمال شعله روشن تر می‌شود، اما در واقع آتش نمی‌گیرد و نمی‌سوزد. اگر قطعه طلای شما شروع به دود شدن کرد یا تیره شد، احتمالاً طلای بدلی دارید و شما خیلی راحت محک طلا در خانه را مورد آزمایش قرار داده‌اید

جالب است بدانید که طلای واقعی زیر گرما نمی‌سوزد و تیره نمی‌شود و به سادگی ذوب می‌شود؛ به همین دلیل است که می‌توان آن را بدون از دست دادن درخشش و رنگ طلایی زرد زیبا قالب گیری و به اشکال مختلف درآورد.

از سوی دیگر، فلزات دیگر مانند مس، آهن و برنج در معرض شعله تغییر رنگ داده و تیره تر می شوند. اگر مورد شما فقط دارای روکش طلا باشد، روکش طلا ذوب می شود و فلز تیره‌تری زیر آن خواهید دید.

تشخیص عیار طلا با سنگ محک

برای تشخیص درصد خلوص طلاجات ابتدا فلز مشکوک به طلا را (۲۰ بار) روی سنگ محک کشیده و سپس مقداری تیزآب سلطانی عیار شده را روی آن می کشیم. واکنش یکی از موارد زیر است:

هیچ واکنشی دیده نمی‌شود: نتیجه آنکه فلز مربوطه طلایی با همان عیار تیزآب دارد.

رنگ اثر کشیده شده روی سنگ کم رنگتر می‌شود: در این حالت عیار فلز مربوطه پایین تر از عیار تیزآب می‌باشد.

اثر روی سنگ محک بکلی محو می‌گردد: که حاکی از این است که فلز مربوطه یا اصولاً طلا نیست و یا دارای مقدار کمی طلا می‌باشد که می‌بایست با آزمایشات دقیق دیگری ری گیری مقدار آن مشخص شود.

اگر به صورت آنلاین طلا بخریم چطور از اصالت آن اطمینان حاصل کنیم

این روزها به جز مغازه های طلافروشی سنتی که در بازارها وجود دارد، به صورت اینترنتی هم می توان طلا و جواهر خرید. اما سوال این است که چطور و با چه اطمینانی از طلافروشی های آنلاین طلا خریداری کنیم؟

ساده است. روش هایی وجود دارد که می توانید از اصل بودن طلا و یا مطمئن بودن خرید از طلافروشی های آنلاین آگاه شوید. مثلا فرض کنید شما قصد خرید دستبند طلا دارید و می روید تا در یک سایت اینترنتی آن را بخرید. برای اینکه مطمئن شوید آن طلا اصل است و خرید شما قانونی و بدون کلاهبرداری است به نکات زیر توجه کنید:

- سایتی که در آن طلا میخرید حتما باید دارای مجوزهای رسمی خرید و فروش طلا از اتحادیه طلافروشان باشد
- سایت باید دارای نشان اعتماد الکترونیک باشد
- باید تمام شماره تماس ها و آدرس طلافروشی در سایت درج شده باشد
- هر کدام از محصولات موجود در فروشگاه باید شناسنامه دار و دارای گارانتی باشد
- امکان عودت کالا و وجه پرداختی شما در صورت تقلبی بودن کالا وجود داشته باشد

گوهر شناسی

گوهرشناسی یا جواهرشناس به انگلیسی "Gemology" دانشی است که به مطالعه جواهرات و سنگ‌های قیمتی طبیعی و مصنوعی می‌پردازد. این دانش در زمره "علوم زمین" قرار می‌گیرد و شاخه‌ای از کانی‌شناسی به شمار می‌آید.

مقدمه ایی بر گوهرشناسی

از نظر سنگ شناسی، به مواد مذاب درون زمین که در جریان فرایندهای طبیعی متبلور می‌شوند و قشر خارجی پوسته زمین را تشکیل می‌دهند، سنگ می‌گویند. درون مایه سنگ‌ها می‌تواند با مجموعه‌ای از یک یا چند کانی فرم یافته باشد. کانی‌ها نیز چون دیگر تحیر برانگیزهای خلقت، به وفور در طبیعت یافت می‌شوند و سرچشمه آنها می‌تواند مواد مذاب درون زمین یا برخی از گازها و آب‌های بسیار گرم باشد. البته این وفور می‌تواند تنها در یک سرزمین به چشم بخورد و همین، آن را علاوه بر ارزشمندی و قیمتی بودن خود، گرانبها تر و نایاب تر سازد؛ چرا که وقتی دیگر پهنه‌ها از داشتنش محروم باشند، بر قیمت و ارزش آن، افزوده خواهد شد.

گوهرشناس چگونه سنگ‌های قیمتی را ارزش گذاری می‌کند

ارزیابی سنگ‌های قیمتی یک علم در حال تکامل است و گوهرشناسان در حال تعیین بهترین استانداردها برای ارزیابی سنگ‌های قیمتی هستند. انواع مختلف سنگ‌های قیمتی و رنگ‌ها، شکل‌ها و اندازه‌های آن‌ها به پیچیدگی‌های این فرآیند می‌افزاید. یک گوهرشناس سنگ‌های قیمتی را با توجه به عوامل متعددی

از جمله شفافیت، کیفیت و رنگ ارزش گذاری می کند. آنها همچنین برای سنگ های قیمتی با توجه به تراش آنها ارزش قائل هستند. آنها معمولاً با الماس، یاقوت کبود، زمرد و یاقوت سرخ سر و کار دارند.

گوهر های قیمتی

سنگ هایی چون الماس، زمرد، یاقوت سرخ، یاقوت کبود و ... ، به نام سنگ های قیمتی و گرانبها شهره هستند؛ چرا که از لحاظ زیبایی، ماندگاری و کمیابی، در سطح بالایی قرار دارند و مانند طلا، خیره کننده و پر جلوه اند.

گوهر های نیمه قیمتی

عقیق، کهربا، آمیتیست، آکوامارین، دلربا(آونتورین)، یمانی، کریزوکولا، سیتین، گارنت(حجر سیلان)، همتیت، یشم، جاسپر، کهربای سیاه، کونزایت، لاجورد، مالاکیت، قمر، ابسیدین، انیکس(عقیق سیاه)، زبرجد، رودونیت، سنگ خورشیدی، چشم ببر، تانزانیست، توپاز، فیروزه و تورمالین، در دسته سنگ های نیمه قیمتی قرار می گیرند.

سنگ های مصنوعی

سنگ های مصنوعی، از ترکیب سنگ های طبیعی با برخی افزودنی های شیمیایی در آزمایشگاه ها به دست می آیند که از لحاظ ظاهر کاملاً شبیه به اصل خود هستند ولی نسبت به سنگ های طبیعی وزن کمتری دارند و از ارزش پایین تری برخوردارند. یکی از دلایلی که بشر به ساخت سنگ های مصنوعی روی آورد؛ جلوگیری از استخراج بی رویه سنگ های طبیعی از معادن و حفظ آن ها بود.

از این سنگ ها در صنعت جواهر سازی بسیار استفاده می شود و البته برای تشخیص آن از اصل، مولفه هایی وجود دارد. نکته قابل ذکر اینکه سنگ های مصنوعی مصارف بسیاری دارند و در برخی موارد، بسیار ارزشمندند؛ برای مثال از این سنگ ها در صنایع فروشگاهی، عمرانی، ارتباطی، تکنولوژی لیزرهای پزشکی و دیگر صنایع نیز بسیار استفاده می شود.

جواهرات چگونه شناسایی می شوند

فرآیند شناسایی یک گوهر از طریق توالی رویدادها انجام می شود که توسط گوهرشناس انجام می شود. این سری از رویدادها شامل شناسایی از طریق "ضریب شکست"، طیف سنجی و وزن مخصوص است. این روش های تحقیقاتی علمی اجازه می دهد تا نور و چگالی از طریق جواهر ارزیابی شود و نوع و زیبایی آن را به نمایش بگذارد. پس از انجام این کار، می توان مقداری را به خود سنگ نسبت داد. مدارس، آزمایشگاه ها و مؤسساتی وجود دارند که در شناسایی جواهرات تخصص دارند. نظرات یک گوهرشناس را می توانید در www.gia.edu پیدا کنید تا به بازار تحقیقات و سنگ های قیمتی بیشتر واقف شوید.

شناسایی از طریق ضریب شکست

یک آزمون برای تعیین هویت گوهر اندازه گیری انکسار نور در گوهر می باشد. هر ماده دارای یک زاویه حساس می باشد که بالای آن نقطه نور را به داخل منعکس می کند. این را می توان اندازه گیری کرده و برای تعیین هویت گوهر استفاده نمود. به طور کلی این به وسیله "رفراکتومتر" اندازه گیری می شود، همچنین می توان از یک میکروسکوپ برای اندازه گیری استفاده کرد.

شناسایی از طریق وزن مخصوص

وزن مخصوص به عنوان تراکم نسبی شناخته می‌شود، بسته به ترکیبات شیمیایی و نوع ساختار کریستالی تغییر می‌کند. مایعات سنگین با وزن مخصوص معین برای تست گوهر سنگ‌ها استفاده می‌شود. وزن مخصوص با مقایسه وزن گوهر در هوا با وزن گوهر معلق در آب اندازه‌گیری می‌شود.

معرفی انواع برش نگین و تراش سنگ های قیمتی

آشنایی با انواع تراش سنگ های قیمتی

ویژگی‌های مختلفی مانند شفافیت، رنگ، استحکام، کمیابی، درخشش، قابلیت تراش یا حمل و نقل یک سنگ تعیین کننده قیمتی بودن یا نبودن آن است. جواهرات و سنگ های زینتی با توجه به سختی و وزنی که دارند به روش های مختلف تراش داده می‌شوند. تراش یک سنگ زیبایی آن را چندین برابر می‌کند. مهم ترین ابزار و تجهیزات جهت تراش انواع سنگ های قیمتی عبارتند از:

- تجهیزات حفاظتی
- مته الماسه
- دستگاه براق کننده
- دستگاه پرداخت
- دستگاه فرز
- دستگاه سنباده
- دستگاه تراش الماسه
- دستگاه برش سنگ

در ادامه انواع مدل تراش و برش سنگهای قیمتی را به تفکیک بررسی خواهیم کرد.



تراش مربعی (Asscher)

متناوباً "Square Emerald cut"، ترکیبی از "پرنس" و یک نوع برش "امerald کات" است. یک X مشخص در جدول سنگ های قیمتی دارد و گوشه های برش خورده را در امتداد چهار طرف آن نشان می دهد. این برش توسط برادران "Asscher" در سال 1902 در هلند توسعه یافت و تا دهه 1920 محبوبیت خود را حفظ کرد. در سال 2001، برش Asscher مورد تغییراتی قرار گرفت و نتیجه آن برش "Modern Asscher" یا "Royal Asscher" بود. نسخه جدیدتر تعداد وجوه را از 58 به 74 رسانده و گوشه های وسیع تری را معرفی کرده است.



تراش مستطیل باریک (Baguette)

سنگ های قیمتی برش خورده باگت به شکل بلند و مستطیل، یک تراش محبوب برای سنگ های برجسته در جواهرات است. اصطلاح باگت از واژه ایتالیایی "bacchetta" ، به معنی چوب کوچک گرفته شده است "bacchio" ، به معنای میله، یا از واژه فرانسوی

"baguette" ، که یک قرص نان است گرفته شده. این برش در دهه 1920-1930 در چین جنبش های "Art Deco" و "Art Nouveau" ایجاد شد. به دلیل خطوط تمیز و ظاهری مدرن و هندسی که به شدت از برش سنتی گرد دور شد، بلافاصله محبوب شد. 14 وجه آن که به صورت "برش پله ای" ساخته شده است، در امتداد لبه ها به صورت پله ای برش خورده است، شبیه هرمی بدون قسمت بالای آن. اگرچه باگت ها به اندازه برش گرد درخشان نیستند، اما این سنگ ها برای به حداکثر رساندن وضوح برش داده می شوند. از آنجا که ساخت باگت به برش های کمتری نسبت به سایر اشکال سنگ های قیمتی احتیاج دارد، کات صحیح آنها از اهمیت زیادی برخوردار است، زیرا برای پنهان کردن هرگونه نقص، وجوه بسیار کمتری وجود دارد. سنگ های برش خورده باگت می توانند منظم یا "مخروطی" باشند، به این معنی که دو طرف به سمت داخل مخروطی هستند و شبیه دوزنقه هستند. این تغییرات مخروطی به ویژه به عنوان سنگ های کناری به یک قطعه مرکزی خوب عمل می کند. سنگ های تراش خورده باگت معمولاً

دارای ابعادی کوچک، اغلب کمتر از یک قیراط هستند. بنابراین، آنها با توجه به ابعادشان اندازه گیری می شوند و نه با وزن و قیراط.



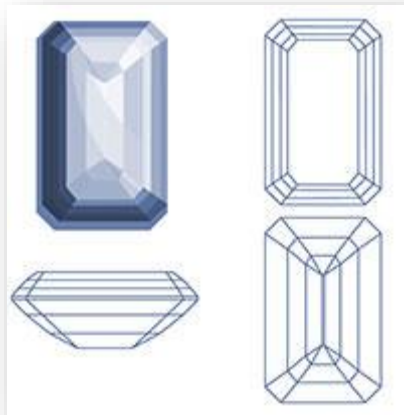
تراش بدون وجه (Cabachon)

کابوچون، به سادگی، یک سنگ قیمتی بدون جلا و هیچ گونه وجهی است. دارای کف صاف و قسمت بالایی کمی گرد است. برش "Cabochon" سنتی، بیضی شکل است، اما هر شکل را می توان به سبک "Cabochon" برش داد. این اصطلاح از "caboche" فرانسوی به معنی "سر" گرفته شده است. سنگ های قیمتی "en cabochon" به شکل و صیقل به دوره های اولیه یهودیت، یونان و روم بر می گردد. "Cabochons" در اواخر سیزدهم و اوایل قرن 14 در اروپا، بسیار قبل از ظهور فن آوری مدرن برش و دانش ساخت و ساز، محبوبیت بیشتری پیدا کرد. در حقیقت، این تنها سبک استفاده از گوهر، برای مدت طولانی، غیر از استفاده از سنگ های قیمتی با شکل کریستال طبیعی بود. حتی اگر امروزه بیشتر جواهرسازها سبک های وجهی را ترجیح می دهند، سنگ های قیمتی خاصی هنوز "en cabochon" بریده می شوند. آنها سنگ هایی هستند که ویژگی های خاص آنها را فقط می توان با برش کابوچون مشاهده کرد. برخی از این مثالها عبارتند از: یاقوت کبود ستاره ای، پدیده چشم گربه در تورمالین، چشم ببر، کریزوبریل و آپاتیت، در سنگ ماه، رزکوارتز و عقیق.



تراش مستطیل یا کوسنی (Antique or Cushion)

این برش که قبلاً به عنوان "Old Mine Cut" یا "Old European Cut" شناخته می شود، تقریباً با 64 وجه ارائه می شود و یک شکل مربع اصلی با گوشه های به آرامی گرد شده ارائه می دهد و آن را مانند یک بالشت نشان می دهد. همچنین ممکن است به عنوان "Pillow Cut" نیز شناخته شود. دقیقاً مانند برش پرنس، این برش به بهترین روش ممکن درخشش گوهر افسانه ای را به حداکثر می رساند. این برش سنتی از 200 سال پیش وجود داشته است و قبل از آغاز قرن 20، در این صنعت استاندارد بوده است. برخی از "cushion cuts" ها ممکن است به شکل کمی بیضی شکل به نظر برسند.



تراش زمردی (Emerald)

"Emerald Cut" از بالا با گوشه های مرتب شده و به شکل مستطیل است. با تقریباً 50 وجه، این برش خاص نسبت به برش های گرد یا مربع با وجوه کمتری ارائه می شود. تأکید در اینجا نه به براقیت، بلکه به وضوح و رنگ گوهر است. رنگ در سنگ های قیمتی برش امرالد کات، بسیار واضح نشان داده می شود. در سنگ های قیمتی با رنگ روشن تر، این برش می تواند کاملاً خیره کننده باشد، در حالی که نور بین سطوح روشن و تاریک گوهر پرش می کند، انگار که به یک سالن آینه نگاه می کنید، کاملاً خیره کننده است. این برش در اصل برای برش سنگ زمرد طراحی شده است. از آنجا که زمرد در طبیعت با تعداد زیادی ناخالصی داخلی وجود دارد، برش آنها به ویژه به دلیل خرد شدن بالقوه دشوار است. "Emerald Cut" با کاهش مقدار نیروی وارد شده در هنگام برش و محافظت از سنگ در برابر شکستگی، این موارد را برطرف کرد. در نهایت، این برش برای الماس و سنگ های قیمتی دیگر نیز مورد استفاده قرار می گیرد.



تراش قلبی (Heart)

برش قلب، در اصل یک برش اشک است که در قسمت بالای آن شکاف دارد. با 59 وجه استاندارد، این برش می تواند درخشش فوق العاده ای را ارائه دهد. تقارن در انتخاب یک سنگ قیمتی برش خورده به شکل قلب، نقش حیاتی دارد. دو نیمه باید کاملاً برابر باشند و شکاف باید تیز و مشخص باشد و کناره ها باید کمی گرد شوند. سنگ های قیمتی "Heart Shaped" که به ندرت به عنوان حلقه نامزدی استفاده می شود، همچنان یک گزینه محبوب برای گوشواره ها، آویزها و حلقه های تک است.



تراش قایقی (Marquise)

برش مارکیز، با نام "Navette Cut" نیز شناخته می شود و با 57 وجه ساخته شده است. این نوعی برش درخشان اصلاح شده است، به این معنی که برای انعکاس بیشترین نور و حداکثر درخشش و رنگ، برش داده شده است. توجه به این نکته مهم است که اگر یک سنگ قیمتی خیلی کم عمق بریده شود، نور از پشت گوهر عبور می کند و در نتیجه رنگ و درخشش آن کاهش می یابد. تلاش برای تقارن کامل یکی دیگر از فاکتورهای مهم در تراش سنگ های قیمتی "Marquise" است. دو نقطه انتهایی باید دقیقاً با یکدیگر تراز شوند و دو نیمه سنگ باید قرینه کامل از یکدیگر باشند. این باعث می شود که سنگ در جای خود به درستی قرار بگیرد، و خرد شدن یا شکستگی در آینده را به حداقل می رساند. الماس تراش مارکیز، توسط لوئی چهاردهم پادشاه فرانسه سفارش داده شد تا به عشق خود، تقدیم کند. علاوه بر این، شکل کشیده آن باعث می شود بلندتر و لاغرتر به نظر برسد. در سال های اخیر، برش Marquise حتی به صورت عمودی انجام شده است. این برش به دلیل سطح قابل توجهی که دارد، وزن بیشتری در هر قیراط نسبت به هر برش دیگر دارد و توهم سنگ قیمتی بزرگتر را ایجاد می کند.



تراش هشت وجهی (Octagon)

این برش مستطیل شکل هشت وجهی، یکی دیگر از تغییرات استفاده از رویکرد "step-cut" یا برش پله ای است، جایی که سنگ با ردیف هایی از وجه های مسطح و متحدالمرکز ساخته می شود که شبیه پله هایی است که گویی در یک پلکان در امتداد محیط سنگ قیمتی قرار دارند. مراحل این برش بر خلاف مرحله برش امرالدکات، مساوی نیست. تعداد معمول وجوه برش هشت ضلعی 53 است. سنگ های قیمتی برش هشت ضلعی برای به تصویر کشیدن رنگ عمیق هر سنگ قیمتی، ایده آل هستند. این برش هر گونه اجزاء موجود در یک جواهر را به نمایش می گذارد، بنابراین مهم است که هنگام بررسی برش هشت ضلعی، به دنبال سنگ های قیمتی باشید که دارای رنگ خاص زیبا و عاری از ناخالصی باشند.



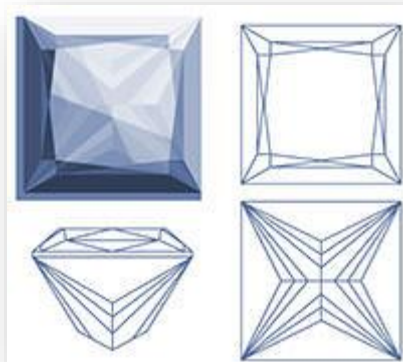
تراش بیضی (Oval)

برش بیضی، توسط "Lazare Kaplan" در اواخر دهه 1950 و اوایل دهه 1960 ایجاد شد. وقتی از بالا مشاهده می شود با یک شکل بیضوی ظاهر می شود و می توان آن را به عنوان ترکیبی بین اشکال گرد و بیضی توصیف کرد. با 69 وجه ساخته شده، نوعی برش درخشان و اصلاح شده است که درخشش سنگ قیمتی با برش گرد را با شکل منحصر به فرد خود ارائه می دهد.



تراش اشک (Pear)

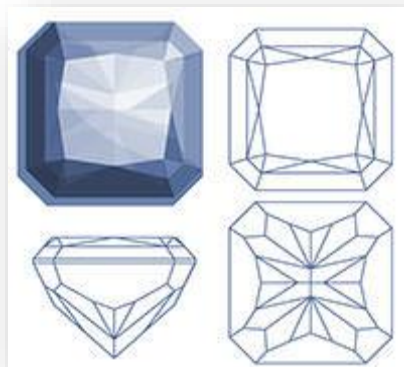
یک سنگ قیمتی با برش اشک را که به شکل قطره ای درخشان ساخته شده است، میتوان به عنوان ترکیبی بین برش بیضی و برش مارکیز، با یک نقطه مخروطی در یک انتها توصیف کرد. این یک نوع برش "Round Brilliant" اصلاح شده است و بنابراین 71 وجه را ارائه می دهد که نور را به زیبایی منعکس می کند و باعث می شود رنگ به طرز چشمگیری نمایش داده شود. اولین الماس تراش خورده اشکی توسط یک لهستانی فلانندی، از بلژیک در سال 1458 ساخته شد. هنگام ساخت یک سنگ قیمتی با برش اشک، مهم این است که تقارن کامل داشته باشید. سنگ های قیمتی برش اشک، نیاز به یک تنظیم 6 شاخه مخصوص دارند که دارای یک قلاب برای نگهداری از نقطه شکننده آن باشد. برش کشیده حلقه اشکی، انگشت صاحب آن را بلندتر و باریک میکند، و این نه تنها برای گوشواره ها و آویزها، بلکه برای انگشترها نیز یک انتخابی جذاب است.



تراش مربع (Princess)

برش پرنس، به شکل مربع و این برش دومین برش محبوب است، درست پس از برش "Round Brilliant" است. در واقع، از نظر فنی به عنوان "Square modified brilliant" شناخته می شود، زیرا در اصل یک نسخه مربع از برش گرد برلیان است. از 58 تا 76 وجهی برخوردار است که به زیبایی از سطح آن پرش می کنند و به شکلی با بیشترین درخشش تبدیل می شوند. ویژگی های مثبت آن بهتر است توسط سنگ های قیمتی سبک و شفاف به وجود آید. این یک برش نسبتاً اخیر است که در سال 1979 ایجاد شده است. با این حال، پیش ساز برش پرنسس یا همان برش پروفایل توسط

"Arpad Nagy" از لندن در سال 1961 ایجاد شده است. یک سنگ قیمتی برش پرنسس، با عرضی مانند قطر گوهر با برش گرد و در واقع دارای وزن بیشتری خواهد بود، زیرا برش گرد برای اینکه گرد شود، چهار گوشه آن قطع شده است. گوهر مربع بریده 80٪ سنگ قیمتی راف را حفظ می کند، در حالی که سنگ قیمتی با برش گرد، فقط 50٪ را حفظ می کند، و این یک ارزش عالی برای مشتریان و برش های سنگ های قیمتی است.



نوعی تراش مربع (Radiant)

این برش، ترکیبی از یک پرنس و یک برش کوسن است، این برش چهار طرفه، توسط "هنری گروسبارد" در سال 1977 ایجاد شده است. در این برش مد روز، تراشکار یک مربع یا یک نگین هشت ضلعی را، به شکل چهار گوشه و در یک خط مستقیم برش میدهد، به جای اینکه آنها را به خوبی گرد کند در یک برش کوسن انجام می شود. این شکل، مربع مدرن را بدون از بین بردن درخشش یک گوهر با برش گرد ارائه می دهد.



تراش گرد (Round)

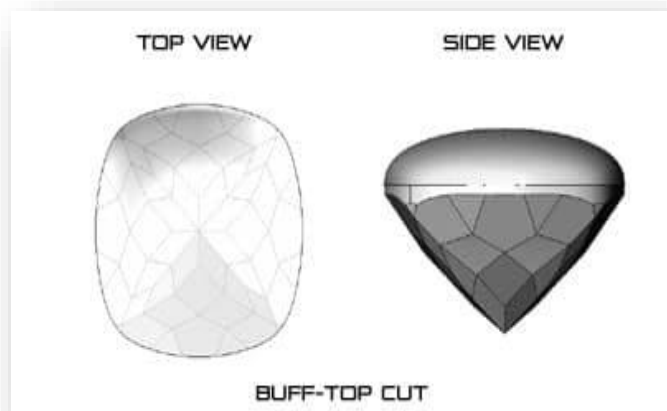
برش گرد، متناوباً به عنوان "Round Brilliant"، "American Ideal" یا "American Standard" شناخته می شود. با داشتن 57 وجه، این برش برای درخشش سنگ بسیار کارآمد است. اگرچه هیچ مخترع رسمی به طور رسمی مسئول این اختراع برش گرد نیست، اما بسیاری از منابع، برش ونیزی از قرن 18 را نام می برند. برش گرد در طی سالیان گذشته دستخوش تحولات بسیار زیادی شده است تا تلاش شود وجوه به بهترین روش ممکن دستکاری شود تا پراکندگی نور در یک سنگ بهینه شود. برخی از برجسته ترین برش های گرد شامل "برش یکتایی قدیمی"، "یک برش گرد"، "برش قدیمی اروپا"، "برش جوبیلی"،

"برش رویال"، "برش درخشان پایه" یا "برش ایده آل"، یا "برش تالکوفسکی" ساخته شده توسط یک ریاضیدان لهستانی، "مارسل تولکوفسکی" در سال 1919 است. در اصل منحصر برای الماس، تراش "Round" ساخته شده است. این نوع برش، اکنون به طور گسترده ای برای سنگ های قیمتی نیز استفاده می شود.



تراش مثلثی (Trillion / Trilliant)

این برش، سنگ های قیمتی برش خورده به شکل مثلثی هستند. لبه ها ممکن است در امتداد 3 ضلع آن کمی گرد یا مستقیم برش داده شوند. از نوع منحنی آن معمولاً برای سنگ های تک استفاده می شود و همچنین به عنوان تریلیون یا تریلیانت شناخته می شود، در حالی که منحنی یا "Trilliant" برای سنگ های جانبی مناسب تر است. تصور می شود که این برش در ابتدا در آمستردام طراحی می شود. درخشش و رنگ سنگ های قیمتی، تقارن، زاویه ها و تناسبات برای پراکندگی مناسب نور حیاتی هستند. به دلیل کم عمق بودن این برش، به طور کلی گرد و خاک بیشتر از هر برش روی سطح آن نشان داده می شود و هر جواهری که با "Trilliant" ست شود نیاز به تمیز کردن بیشتری دارد. از آنجا که سنگ های قیمتی برش خورده مثلثی کم عمق برش خورده اند، تمایل دارند که بزرگتر از وزن داده شده خود ظاهر شوند. علاوه بر این، برش "Trilliant" شناخته شده است که باعث کاهش ضایعات سنگ قیمتی راف در طول روند برش می شود. این ویژگی ها، همراه با یک شکل کاملاً پیچیده و منحصر به فرد، "Trilliant" را به یک برش عالی تبدیل می کند، چه به عنوان تک تنظیم شود و چه به عنوان سنگ های جانبی استفاده شود.



تراش ترکیبی کبوچان و وجهی (Buff-Top)

این برش جواهرات ترکیبی از عناصر با هر دو برش کلاسیک "Cabochon" و وجهی است. این برش با توجه به جنبه های آن، درخشندگی نسبتاً خوبی را حفظ می کند و هنگامی که به مرکز گوهر نگاه می کنی، توهم عمق را ایجاد می کند. برش "Buff Top" در جواهرات مردانه مشهور است، احتمالاً به دلیل خراشیده شدن گنبد صاف و صیقلی این سنگ قیمتی به مراتب کمتر از سطح سنگ های قیمتی وجهی است و بنابراین دوام بیشتری دارد.

لوازم و ابزارآلات طلا فروشی

ترازوی طلا فروشی

دقت این ترازوها بیش از یک صدم اعشار است. از دیگر مزیتی که دارند این است که تبدیل واحدهایی مثل گرم به مثقال و یا گرم به انس طلا و قیراط را انجام می دهند.

ماشین حساب مخصوص طلا فروشی

ماشین حساب طلا فروشی یکی از ملزوماتی است که طلا فروش به شدت از آن برای محاسباتی مثل قیمت یک قطعه طلا، حساب طلا و... استفاده می کند. ماشین حساب های ژاپنی بسیار با دقت و با کیفیت هستند و اکثر طلا فروشان از این ماشین حساب ها استفاده می کنند.

نرم افزار حسابداری طلا فروشی

طلا فروشان بیشتر معاملات خود را به صورت پایاپای انجام می دهند و پیچیدگی حسابداری این صنف بیشتر در معاملات پایاپای است. طلا فروشان برای کنترل کردن سود و زیان خود در این معاملات از نرم افزار حسابداری استفاده می کنند. هم چنین در صنف طلا فروشی به دلیل حجم بودن و متغیر بودن اطلاعات و نیاز به گزارشات سریع برنامه حسابداری ضرورت دارد.

حلقه نمره

حلقه نمره یا میل نمره وسیله ای است برای اندازه گیری سایز انگشتری که در چند نوع در دسترس کاربران است.

میل نمره چینی، میل نمره هندی و میل نمره ایرانی.



کالیبراسیون

برای مشخص کردن صحت عملکرد ترازوهای دیجیتالی بایستی پیش از استفاده، آنها را تنظیم کرد که به این عمل در اصطلاح کالیبراسیون گفته می شود. کالیبراسیون دو نوع دارد؛ دستی و خودکار. در کالیبراسیون دستی به وزنه هایی برای تنظیم احتیاج است

که به وزنه کالیبراسیون یا سنگ کالیبره موسوم اند. این وزنه ها با استانداردهای مشخص و معلومی ساخته می شوند که از طرف سازمان بین المللی اندازه شناسی قانونی (OIML) وضع می شود.

CRM

مدیریت ارتباط با مشتری به انگلیسی "CRM - Customer Relationship Management" : به همه فرایندها و فناوری‌هایی گفته می‌شود که در شرکت‌ها و سازمان‌ها برای شناسایی، ترغیب، گسترش، حفظ و ارائه خدمات بهتر به مشتریان به کار می‌رود و شامل مدیریت انواع شیوه‌هایی است که مشتری جهت ارتباط با سازمان استفاده می‌کند. اصول مدیریت ارتباطات مشتری، چگونگی ایجاد موفق یک سیستم و اجرای آن را برای مدیریت ارتباطات مشتریان از شروع و اجرای اولیه یک چنین سیستمی تا نگهداری آن در زمان‌های مختلف را بیان می‌کند.

نرم افزار "CRM" ، ابزاری برای ایجاد، پیگیری و حفظ ارتباط یک کسب و کار با مشتریان آن است. تعامل با مخاطب و پاسخگویی به موقع برای جلب اعتماد و تبدیل او به یک مشتری وفادار، مهمترین دستاورد "سی آر ام" در کسب سودآوری حاصل از تکرار خرید است. نرم افزار "CRM" با اتوماتیک کردن فرایندها، امکان پیاده سازی درست جریان مدیریت روابط با مشتریان در یک سازمان را فراهم می کند و از طریق افزایش سرعت عمل، دقت و بهبود کیفیت تعاملات تجاری با مشتری، منجر به فروش بیشتر محصول یا خدمات یک شرکت می شود.

فضای مجازی

شبکه های اجتماعی با این که عمر خیلی زیادی ندارند اما در زندگی روزمره افراد نقش بسیار پررنگی داشته اند و بسیاری از کاربران روزانه حداقل یک بار به صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی که عضو هستند سر می زنند. به همین خاطر توجه به آن ها از اهمیت فوق العاده زیادی برخوردار است. در ادامه به شبکه های اجتماعی محبوبی اشاره می کنیم که با بررسی آن ها می توانید نقش مهم شبکه های اجتماعی در کسب و کار آنلاین و دستیابی به مشتریان جدید را به وضوح مشاهده کنید.

کلاب هاوس

یکی از شبکه های اجتماعی جدیدی که این روزها بسیار سر و صدا به راه انداخته، کلاب هاوس است.

مارکتینگ در کلاب هاوس، از نوع کششی است و بیشتر سعی بر جذب مشتری دارد. از طریق بحث هایی که در روم های مختلف آن شکل می گیرد، می توانید میزان آگاهی جامعه هدف را نسبت به برند خود افزایش دهید. شفافیتی که در فضای گفتگویی این شبکه وجود دارد، سبب می شود تا کسب و کارهای ارزش آفرین مشتریان وفاداری را جلب کنند. از جمله نقش های اساسی کلاب هاوس در کسب و کارها عبارتند از:

- امکان گفتگوی بی واسطه اعضای کسب و کار با مخاطبین بنا به قوانین وضع شده
- دریافت بازخورد از مشتری ها یا افرادی که با کسب و کار شما در تماسند
- هویت بخشی به افراد از طریق یک پارچه سازی سیار شبکه ها

تیک تاک

یکی دیگر از شبکه‌هایی که امروزه در رونق کسب و کارها بسیار تاثیر دارد، تیک تاک است. این روزها مارکتینگ در این شبکه، از اهمیت بالایی برخوردار است. بسیاری از صاحبان کسب و کارها در این شبکه فعال هستند و توانستند تا حدود زیادی به اهداف خود در بازاریابی دست یابند. با اینکه رقابت در تیک تاک هر روزه در حال افزایش است، اما باز هم بسیاری از کسب و کارها با این فضا و مزایای آن آشنا نیستند و از مزایای آن بی‌بهره‌اند.

پس از آن که تیک تاک قابلیت بازاریابی و تبلیغات را اضافه کرد، برندها و مارکترهای زیادی توانستند به واسطه استفاده از آن فعالیت خود را گسترش دهند. امکاناتی مانند هشتگ گذاری، امکان انتشار ویدئو و... فرصت‌هایی است که سبب جذب بیشتر مشتریان وفادار می‌شود.

یوتیوب

یکی از پلتفرم‌های قدرتمند دیگر که قابلیت اشتراک گذاری ویدئو و بازاریابی از این طریق را دارد، یوتیوب است. در سال ۲۰۰۶ گوگل، یوتیوب را خریداری کرد و پس از آن تاثیر استفاده از یوتیوب در سئو افزایش یافت. همان‌طور که می‌دانید، یکی از مواردی که سبب رونق کسب و کارهای آنلاین می‌شود، سئو سایت و بهینه‌سازی آن است. بنابراین این شبکه اجتماعی تا حد زیادی می‌تواند بازدید سایتان را افزایش دهد و از این طریق مشتریان بیشتری جذب کسب و کار شما شود. در شبکه یوتیوب امکان آپلود، مشاهده، به اشتراک گذاری، ایجاد لیست پخش، ثبت نظرات، درج لینک و... وجود دارد و همین موارد سبب شده تا کسب و کارهای زیادی به عنوان ابزاری برای بازاریابی از آن استفاده کنند.

لینکدین

یکی دیگر از شبکه‌های اجتماعی که توانسته تاثیر مثبتی بر روی رشد کسب و کارها داشته باشد، لینکدین است. لینکدین برای متخصصان و کارشناسان می‌تواند به منزله یک منبع و مرجع اصلی باشد و اطلاعات مفیدی در اختیارشان قرار دهد. این شبکه در بیش از ۳۸ کشور اقتصادی جهان کاربران متعددی دارد. از این پلتفرم معمولاً برای بازاریابی B۲B استفاده می‌کنند. برای آن که در حوزه B۲B موفق باشید، باید شبکه ارتباطات خود را تا حد ممکن گسترش دهید. در واقع عملی که سبب پیشرفت کسب و کارها در این فضا می‌شود، گسترش ارتباطات بین افراد است. زمانی که بتوانید با افراد بیشتری ارتباط داشته باشید و دایره ارتباطی شغلی خود را گسترده کنید، بازاریابی بسیار راحت‌تر خواهد شد.

اینستاگرام

از این برنامه محبوب اشتراک گذاری عکس‌ها در رویدادهای خاص و نمایشگاه‌های بازرگانی استفاده می‌کنیم. هرگاه میزبان رویدادی باشیم، شرکت کنندگان را از طرق مختلف تشویق می‌کنیم تا با استفاده از هشتگ آن رویداد خاص، عکس‌هایی را که از آن‌جا گرفته‌اند، در اینستاگرام به اشتراک بگذارند. همچنین برای آن‌هایی که در این طرح شرکت کرده‌اند، جوایز و طرح‌های تشویقی در نظر می‌گیریم.

توییتز

ارزش توییتز در این است که مطالب‌تان به سرعت (مثل ویروس) منتشر می‌شوند. هر چه مشترکین بیشتری مطالب‌تان را به اشتراک بگذارند، (یعنی محتوای‌تان را ری‌توییت کنند)، به دنبال کنندگان بیشتری دست خواهید یافت. آخرین اخبار، مطالب روز

و مقاله‌هایی را که در اختیار داریم، در رسانه‌های بزرگ به اشتراک می‌گذاریم. هشتگ‌ها تغییر بزرگی در حرکت و انتشار مطالب‌تان به وجود آورده‌اند. بنابراین به روند روز دقت کنید و هشتگ‌های مرتبط با مطالب روز ایجاد کنید. همچنین می‌توانیم مطالب آدم‌های معروفی را که دنبال کنندگان زیادی دارند، ری‌توییت کنیم تا بیشتر در معرض دید دنبال کنندگان‌شان قرار بگیریم.

فیس بوک

فیس بوک با بیش از ۵۹ میلیون کاربر، بزرگ‌ترین ترکیب جمعیتی را در میان همه شبکه‌های اجتماعی تشکیل داده است. با ظهور شبکه‌های اجتماعی، هدف قرار دادن مشتریان بالقوه، آسان‌تر از گذشته شده است. فیس بوک یکی از پر نقش‌ترین شبکه‌های اجتماعی در کسب و کارها می‌باشد. از طریق آن می‌توانید به مشتریان بالقوه‌تان در سراسر جهان متصل شوید. از جنبه تبلیغاتی نیز به آسان‌ترین شکل ممکن، قابل مدیریت است و به شما این امکان را می‌دهد تا به بهترین شکل، هدف‌گیری کنید.

نتایج کاربردی

شبکه‌های اجتماعی ابزار قدرتمندی برای پیشبرد اهداف مسئولان روابط عمومی و بازاریابان هستند زیرا؛ می‌توانند دسترسی به افراد تأثیرگذار را تسهیل کنند، به مشتریان پشتیبانی آنلاین بدهند و کاربران فعال را به یکی از منابع قدرتمند تبلیغات کسب و کار تبدیل کنند.

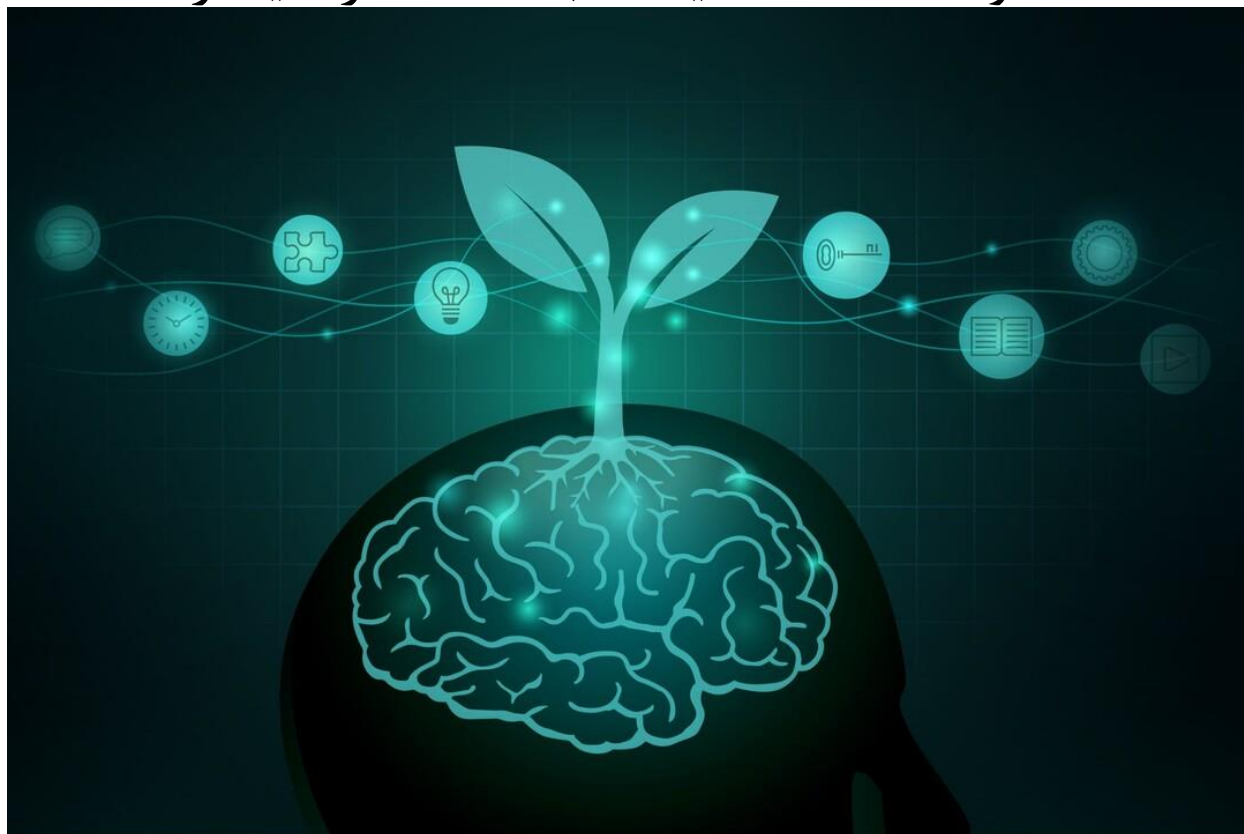
امروزه وفاداری مشتریان، کلید موفقیت تجاری محسوب می‌شود. با افزایش وفاداری مشتریان سهم بازار و میزان سود دهی بنگاه اقتصادی بالا می‌رود. درک بازار با برنامه‌ریزی و اتخاذ استراتژی‌های مناسب جهت وفادار سازی مشتریان و افزایش

نرخ وفاداری آن‌ها منافع بلند مدت برای بنگاه‌های اقتصادی به وجود می‌آورد. توجه داشته باشید که بازاریابی شبکه‌های اجتماعی نوعی از بازاریابی است که تمرکز روی مخاطبان و برقراری ارتباط با آنها اولویت دارد نه روی فروش مستقیم محصولات و خدمات. شرکت‌ها باید از شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری قدرتمند برای برقراری ارتباط با مخاطبان خود استفاده کنند و این یعنی وفادار سازی مشتریان.

روانشناسی فروش، نیاز سنجی، فرصت شناسی، روش ارتباط موثر با مشتری روانشناسی پشت تصمیمات مشتری

در ظاهر، به نظر می‌رسد که افراد هنگام انتخاب، فرآیندهای منطقی و عقلانی را دنبال می‌کنند. با این حال، عواملی هستند که ما را به سمت یک تصمیم سوق می‌دهند یا از آن دور میکنند. متخصصان فروش باید عوامل روانشناختی را درک کنند زیرا این عوامل بر نحوه تصمیم‌گیری مشتریانشان برای خرید تأثیر می‌گذارد.

احساسات کوتاه مدت تصمیمات بلند مدت را میسازد



فرآیند خرید یک تجربه احساسی است. بسیاری از متخصصان فروش می دانند که این احساسات بر تصمیمات خرید مشتری تأثیر می گذارد. با این حال، تعداد کمی می دانند که چه زمانی این احساسات بر فروش تأثیر می گذارد. تحقیقات دانشگاه کالیفرنیا و دانشگاه دوک نشان می دهد که چگونه «احساسات در تصمیم گیری می توانند طولانی تر از خود تجربه احساسی تأثیر گذار باشند». به معنی اینکه احساس خوب از یک خرید میتواند خیلی تأثیر بیشتری از خود محصول در طولانی مدت داشته باشد. روانشناسان آنچه را که "وضعیت عاطفی اتفاقی" می نامند را مورد مطالعه قرار دادند، آنها یافتند که هنگام تصمیم گیری از احساسات قبلی و کوتاه مدت استفاده می کنیم.

علاوه بر این، ما بدون اینکه بدانیم این کار را انجام می دهیم، احساسات نهفته در یک تصمیم بعداً بر تصمیم دیگری تأثیر می گذارد.

به زبان ساده، یک احساس قوی امروز از طریق انتخاب هایی که فردا انجام می دهیم بازتاب می یابد. روانشناسان پیشنهاد می کنند که احساسات به دلیل «ثبات رفتاری» و «اجماع نادرست» تصمیمات آینده را هدایت می کنند.

تصمیمات اولیه به یک لنگر تبدیل می شوند، زیرا ما تمایل داریم با ثبات انتخاب کنیم. محققان این الگو را "سازگاری رفتاری" می نامند. یک مطالعه منتشر شده در ژورنال شخصیت و روانشناسی اجتماعی نشان می دهد که توافق افراد در مورد یک موضوع، احتمال توافق آنها را در مورد موضوع دیگر را افزایش می دهد.

روانشناسان همچنین توضیح می دهند که اجماع نادرست باعث ثبات در تصمیم گیری می شود. این مفهوم نشان می دهد که مردم اغلب تصور می کنند که «در مواجهه با سناریوی مشابه، دیگران احتمالاً مانند آنها رفتار می کنند». یعنی ما معتقدیم که به جای اینکه بفهمیم احساسات گذشته ما در حال بازی هستند، کاری را انجام می دهیم که دیگران انجام می دهند. این یافته ها برای متخصصان فروش مهم است. فروشندگان حرفه ای بر نقش پیچیده احساسات در فرآیند خرید تأکید می کنند. احساسات قبلی مشتری به اندازه احساسات فعلی آنها مهم است. این تحقیق به توضیح این نکته کمک می کند که رمزگشایی احساسات مشتری دشوار است زیرا ما اغلب به اشتباه اعمال یک فرد را به وضعیت عاطفی فعلی او نسبت می دهیم. برای درک تفکر مشتری، متخصصان فروش به زمان حال و گذشته نیاز دارند. جامعه ایران دریافته است که "گزینه آهسته ولی پیوسته را انتخاب کنند(به معنی اینکه که خریدی که میکنند تمامی جوانب از

جمله زیبایی، کارایی و جنبه سرمایه گذاری بلند مدت نیز داشته باشد) که از ریسک های کوتاه مدت در برابر نوسانات جلوگیری میکند".

مردم تصمیم می گیرند از خطرات کوتاه مدت اجتناب کنند، حتی اگر انجام این کار آنها را در مسیر باخت قرار دهد. همانطور که محققان می نویسند، این ویژگی "منعکس کننده یک سوگیری رایج است که می تواند منجر به تصمیم گیری غیربهبینه در بسیاری از زمینه ها شود."

در طول تجزیه و تحلیل های آرشیوی و آزمایش های کنترل شده، محققان دریافتند که افراد ریسک را به خطری که در مواجهه با سرمایه آنها است به تعویق می اندازند. اجتناب از ریسک کوتاه مدت منطقی است. با این حال، مشکل این است که این اجتناب آنقدر قوی است که ما اغلب گزینه ای را انتخاب می کنیم که شانس موفقیت کمتری دارد ولی در بلند مدت پاسخگوی نیازهای مشتری خواهد بود.

پیش فرض ها بر تصمیم گیری تأثیر می گذارند

گروهی از روانشناسان در پرینستون و کلمبیا در مورد نقش پیش فرض ها در تصمیم گیری کنجکاو بودند. آنها می خواستند بدانند چگونه و چرا گزینه های از پیش انتخاب شده بر تصمیمات ما تأثیر می گذارد.

در انجام این "فرا تحلیل"، آنها دریافتند که "به طور متوسط، پیش فرض ها تأثیر قابل توجهی بر تصمیم گیری ها دارند." بسیاری از ما هر روز این پدیده را تجربه می کنیم اما از وجود آن بی خبر هستیم.

پس با توجه به نتایج حاصل و تجربه های فروش در ایران، نتیجه حاصل این خواهد بود که در سیستم فروش جملاتی باید به کار رود که احساسات، پیش فرضهای شخص را

تحت تاثیر قرار دهد و هم برای تصمیماتی که در آینده خواهند گرفت تاثیرگذار خواهد بود. اطمینان دادن از اینکه خرید آنها چند موضوع مهم برای خریدار پوشش میدهد میتواند منجر به خرید شود. در ادامه به چندی از آنها اشاره میکنیم.

یک، خرید آنها سرمایه گذاری بلند مدت است. دو، بر زیبایی آنها افزوده است و در نهایت کارایی در زندگی آنها دارد. اگر محصول فروش خود کالایی سرمایه گذاری باشد مثل سکه، از استراتژی یادآور استفاده میکنند. به این معنی که به قیمت های سالهای گذشته اشاره کنید. به آنها یادآوری کنید که خریدهای گذشته چه مقدار سود به همراه داشته و این تصمیم فعلی آنها نیز همین بازخورد را در طولانی مدت خواهد داشت. یا در محصولات ساخته شده یادآور آن باشید که علاوه بر زیبایی افزوده بر آنها این خرید خود نیز سرمایه گذاری است.

ترس از دست دادن بر سودهای مورد انتظار غلبه می کند

ترس، تصمیمات ما را هدایت می کند. کارشناسان فروش این را به خوبی می دانند. آنها باید ترس مشتری را در طول مسیر خرید مدیریت کنند. با این حال، مدیریت ترس دیگری دشوار است، زیرا افراد به ترس از دست دادن واکنش بیشتری نسبت به هیجان یک سود نشان می دهند.

به عبارت دیگر، بر اساس گزارش منتشر شده در یکی از پراستنادترین مقالات تحقیقاتی رفتاری در تمام دوران، "زیان بیشتر از سود است." ترس از دست دادن تأثیر بیشتری نسبت به رضایت از یک سود مشابه دارد.

رواج تئوری "چشم انداز یا آینده نگری" برای متخصصان فروش که به دنبال کاهش ترس مشتریان هستند تأثیر قدرتمندی بر تصمیمات خرید آنها دارد.

محققانی که بر روی ورزشکاران المپیکی مطالعه کردند تصمیم گرفتند تحقیقات خود را در حوزه های دیگر نیز گسترش دهند. آنها مطالعه دیگری طراحی کردند و شرکت کنندگان را به دو گروه تقسیم کردند. هر دو گروه در آزمون تمرینی "توانایی کلامی" شرکت کردند. یک گروه در مورد عملکرد خود بازخورد دریافت کردند، در حالی که گروه دیگر بازخورد دریافت نکردند. کسانی که در گروه بازخورد بودند، انتظاراتشان را از خودشان بیشتر کردند.

زمانی که زمان انجام آزمون واقعی فرا رسید، محققان دریافتند که واکنش شرکت کنندگان به عملکردشان با بازخورد دریافتی مرتبط است. این یافته مهم است زیرا نشان می دهد که بازخورد می تواند به همان اندازه قدرتمند یا بیشتر از نتیجه واقعی باشد. همانطور که محققان خاطرنشان کردند، "نتایج واقعی از نتایج مورد انتظار متفاوت تر هستند، و این باعث تقویت احساسات میشود."

فروشندهگان حرفه ای می توانند از این یافته ها استفاده کنند و به مشتریان کمک کنند تا انتظارات خود را برای خرید خوب ساماندهی کنند. با انتظارات واقع بینانه از نتایج، مشتریان به احتمال زیاد از نتایج راضی خواهند بود. در نتیجه، مشتریان به احتمال زیاد در خریدهای آتی با فروشنده دوباره ارتباط برقرار میکنند. آنچه انتظارات را بسیار مهم می کند این است که آنها شروع به شکل دادن به نتایج قبل از آشکار شدن می کنند.



هویت بر ذینفعان شاکاک تأثیر می گذارد

مشتریان به طور فزاینده ای تصمیمات خرید را در تیم می گیرند. بنابراین، فروشندگان حرفه ای در حال تجدید نظر هستند که چگونه نه تنها راه حل های خود را اجرا کنند، بلکه چگونه خود را در گروه انحصاری تصمیم گیرندگان قرار دهند. خوشبختانه، تحقیقات روانشناسی اجتماعی منتشر شده در بولتن "شخصیت و روانشناسی اجتماعی"، ایده های جدیدی را در مورد نحوه برخورد با این چالش ارائه می دهد. محققان دانشگاه کوئینزلند می خواستند نقش یک تازه وارد در یک گروه را درک کنند. این نقش برای متخصصان فروش آشنا است که با گروهی از خریداران روبرو هستند که

اغلب دارای تاریخچه مشترک و حتی گاهی اوقات دیدگاه مشترک هستند. یک فرد خارجی مانند یک فروشنده اغلب با شک و تردید در نظر مشتریان قرار میگیرد.

محققان چند آزمایش طراحی کردند تا بفهمند چرا این پویایی وجود دارد و چگونه میتوان بر آن غلبه کرد. تیمی از دانشمندان علوم اجتماعی نحوه پاسخگویی گروه ها به توصیه های دو نوع از افراد را مقایسه کردند. اولی سابقه طولانی در یک تیم داشت. بقیه افراد خارجی و تازه وارد گروه بودند. آنها یاد گرفتند که توصیه ها وقتی از یک تازه وارد نشأت می گیرند، منفی گری بیشتری برمی انگیزند و کمتر تأثیرگذار هستند. محققان دریافتند که تازه واردان زمانی که هویتشان با ذینفعان هماهنگ تر شد، حمایت بیشتری به دست می آوردند. به زبان ساده: «سرمایه گذاری روان شناختی» در گروه ذینفعان باعث خرید خریدار میشود.

این مطالعه اهمیت مشتری مداری را تایید می کند. بدون مشتری مداری، یک فروشنده حرفه ای نمی تواند حتی گام های اولیه را برای توصیه محصول بردارد. این گروه به افراد خارجی با شک و تردید می نگرند. این چالش برای تمامی فروشندگان ذاتی است. مشتریان همیشه می دانند که به آنها فروخته می شود. توصیه ها در ابتدا به عنوان تلاشی برای انجام معاملات تجاری به جای حل یک مشکل در نظر گرفته می شوند. این مطالعه به ما می گوید که تأثیرگذاری بر تصمیمات ذینفعان به معنای تبدیل شدن به بخشی از گروه است. هر چه یک فروشنده حرفه ای بیشتر به عنوان یک خارجی دیده شود، بیشتر از خریداران مورد سوال قرار می گیرد.

انتخاب ها با ترجیحات متفاوت است

امروزه راه حل های تجاری پیچیده هستند و توجه بیشتر مشتری را در طول مسیر خرید می طلبند. در این میان ترندها و تغییر شرایط اقتصادی (نوسانات) نیز برای جلب توجه آنها رقابت می کنند. هر یک از این عوامل مشتری را ملزم به تصمیم گیری دشوار می کند. بر اساس تحقیقات دانشگاه کلمبیا، این دشواری ممکن است توضیح دهد که چرا افراد هنگام انتخاب بیشتر به موقعیت و کمتر به ترجیحات متکی هستند.

محققان تفاوت بین ترجیح و انتخاب را اینطور توضیح می دهند که ترجیح زمانی پدیدار می شود که یک فرد برای ارزیابی ارزش گزینه های مختلف زمان بگذارد. در مقابل، انتخاب یک تصمیم مبتنی بر زمینه است. ترجیحات به آرامی و با تجزیه و تحلیل توسعه می یابند. انتخاب ها سریع و تحت تأثیر محیط اطراف خود هستند.

محققان نمونه ای از مشتری را معرفی میکنند که همیشه هر بار که از فروشگاه بازدید می کنند، همان محصول را خریداری می کند. در ابتدا به نظر می رسد که مشتری ترجیح ثابتی برای این محصول دارد. حال تصور کنید محصول به قفسه دیگری منتقل می شود و مشتری شروع به خرید محصول دیگری می کند. این به ما چه می گوید؟

این مثال به ما می گوید که مشتری بارها و بارها همان محصول را خریده است زیرا در سطح چشم در قفسه قرار داشت. هنگامی که یک محصول متفاوت در سطح چشم قرار گرفت، مشتری یک برند متفاوت خریداری کرد. نتیجه نهایی: "وقتی مصرف کنندگان انتخاب های خود را می سازند، متغیر مهمی که بر انتخاب آنها تأثیر می گذارد، زمینه تصمیم گیری است."

این تحقیق برای متخصصان فروش ارزشمند است زیرا اهمیت آسان کردن فرآیند خرید را برای مشتری آشکار می‌کند. درخواست از مشتری برای ارزیابی کامل گزینه‌ها و توسعه ترجیحات خود بسیار سخت است.

در چنین شرایطی و در فروشندگی طلا، پیشنهاد میشود قطعات طلا را در تعداد محدود و مدل برای مشتری ارائه کنند. به عنوان مثال برای اجتناب از تنش‌های مختلف در هنگام خرید مشتری، مثل دزدی یا خستگی چشم در برابر تنوع زیاد که منجر به نخریدن در پروسه خرید میشود، میتوان از هر مدل انتخابی به عنوان مثال انگشتر تعداد مشخصی ارائه کنید که هم کنترل بر تعداد آنها داشته باشید و هم انتخاب را برای مشتری آسان کنید. این ترفند بسیار کاربردی است و بسته به نوع محصول، ویتترین و تعداد اشخاصی که مراجعه به خرید میکنند میتواند متغیر باشد.

"عدم قطعیت" خریدار را تشویق می‌کند تا هنگام تصمیم‌گیری برای خرید بر علت خرید خود تکیه کند. بنابراین، کار فروشنده حرفه‌ای ایجاد زمینه‌ای است که تصمیم به خرید آن را آسان می‌کند.

مهارت مذاکره فروش

در مراحل فروش همیشه چالش‌هایی وجود دارد که باید فروشنده با آن به تنهایی روبرو شود. به عنوان مثال اگر در فروشگاه‌های چندین فروشنده مشغول به کار باشند، اگر 3 خریدار به آن فروشگاه رجوع کنند، تنها یکی از فروشندگان میبایست با خریداران روبرو شود و دیگر فروشندگان در مذاکره بین خریدار و فروشنده نباید دخالت کنند.

در صورتی که خریدار اصرار به تخفیف داشته باشد چه باید کرد

این موضوع که هر فروشگاه‌ای سیاست خاص خود را دارد و تنها مدیر فروشگاه مجاز به اعمال تخفیف بر روی اجناس فروخته شده است نکته‌ای است که باید به مشتری یادآور شد. باید در نظر داشته باشید در بازار طلا به علت نوسانات لحظه‌ای و اجرت‌های مختلف کارها که قبلاً به آن اشاره شده است، عملاً امکان تخفیف وجود ندارد، با در نظر گرفتن اینکه عموماً سودهای طلافروشان مشخص است، امکان تخفیف وجود ندارد. فروشنده حرفه‌ای کسی است که تمرکزش در هنگام فروش ایجاد احساس مثبت و خوب باشد، پیشنهاد دهد و یادآور نوع سرمایه‌گذاری آنها باشد.

مشتری راغب

در مبحث نیازشناسی مشتری فروشنده حرفه‌ای میبایست دو مهارت داشته باشد؛ گوش شنوا و صبر.

یک فروشنده حرفه‌ای اول میشوند و بعد پیشنهاد میدهد، میبایست اول نیاز مشتری را سنجید؛

چه نوع کالایی میخواهد؟ چه قیمتی مطلوب او است؟ و چه هدفی از خرید دارد. آیا خریدار به جواهرات هم علاقه دارد؟ آیا فقط هدف از خرید سرمایه‌گذاری است؟ بودجه مشخصی دارد یا هر محصولی که چشمش را بگیرد توان خریدش را دارد؟

اینها سوالاتیست که هر فروشنده حرفه ای با ورود مشتری به داخل فروشگاه میبایست از خود و از مشتری طی مراحل طی که در بالا توضیح داده شد، بپرسد. خریداری که به دنبال محصولی است و راغب به خرید است میبایست درست و اصولی راهنمایی شود، تنها کاری که فروشنده حرفه ای در طی این مسیر باید انجام دهد گوش کردن است و پس از نیاز سنجی پیشنهاد متناسب با نیاز مشتری.

قاطعیت به همراه صداقت

یکی از نکاتی که در فروش و مذاکره وجود دارد، تسلط و قاطعیت فروشنده یا مذاکره کننده است.

در مرحله ای که وقت پیشنهاد شما به خریدار است، دو عامل باعث میشود خریدار به شما اعتماد کند و رضایت از خرید داشته باشد، صداقت فروشنده در معرفی محصول و قاطعیت فروشنده. داشتن تسلط کافی بر گفتار و محصول مهارتی است که در طی زمان به وجود می آید. فروشنده حرفه ای آن است که محصولات را دقیق بشناسد، متناسب با نیاز مشتری پیشنهاد خود را مطرح کند و از تکنیک "یادآور" برای قطعی کردن خرید استفاده کند.