

FanAvaran

چکیده :

کمپانی پروفایل یا پروفایل شرکت ابزاری است جهت معرفی حرفه ای یک شرکت به گونه ای که بتواند در مخاطب تاثیر گذار باشد و وی را به طور خلاصه با شرکت و فعالیت های آن آشنا کند. همچنین می تواند در سرمایه گذاران و مشتریان تاثیر بالقوه گذاشته و فرصتی را ایجاد می کند تا شرکت بتواند خود را از سایرین متمایز نموده و بعنوان یک رزومه قادر خواهد بود که به توصیف شرکت پرداخته و به اثبات اعتبار شغلی شرکت در بازار کمک کند.

پروفایل یک شرکت برای مشتریان بالقوه، تامین کنندگان، موسسات مالی و اعتباری، سازمان های دولتی و سرمایه گذاران تهیه می شود و اطلاعات آن می تواند کلی و یا جزئی باشد که کاملاً بستگی به مخاطبی دارد که پروفایل برای او تهیه می شود.

Summary :

Company profile is a tool that introduce a company professionally. It assumes a proper impression at audiences and describes own company and activities briefly.

Also it can attracts investors and customers and creates an opportunities for more benefits.

In next, article tries to introduce LinkedIn company profile as information, steps to have a profile, essential features, advantage And disadvantage, ...

اطلاعات مندرج در یک کمپانی پروفایل

اطلاعات مندرج در یک پروفایل می تواند شامل موارد زیر باشد:

- نام شرکت
- ساختار شرکت
- محل شرکت
- اطلاعات تماس شرکت
- آدرس ایمیل شرکت
- نام موسس، شرکاء و همکاران
- نام مدیران و اعضای هیئت مدیره
- فعالیت های کلی شرکت
- چشم انداز، رسالت و اهداف شرکت
- محصولات و خدماتی که توسط یک شرکت ارائه می شود
- داده های مالی شرکت شامل دارایی های اصلی، سود و درآمد
- تاریخچه شرکت
- اطلاعات در مورد منابع مالی و نیروی انسانی
- ساختار سازمانی
- اهداف کوتاه مدت و بلند مدت شرکت

اقداماتی که برای تهیه یک پروفایل باید دنبال کنیم عبارتند از:

1- هدف را مشخص کنید.

در تهیه پروفایل یک شرکت می توان از سناریوهای مختلفی استفاده کرد که نهایتا یک هدف را دنبال کنند. با تهیه یک پیش نویس می توانید روش هایی را برای تحت تاثیر قرار دادن مخاطبان خود پیشنهاد نمایید. این موضوع به شما کمک می کند تا اهداف خود را واضح تر تعریف کنید و در این راه قطعا ایده های جدیدی به ذهن شما خطور خواهد کرد.

2- سبک پروفایل خود را مشخص نمایید.

به مجرد اینکه اطلاعات پایه ای مناسب را برای نوشتن پروفایل خود در اختیار داشتید نوبت به آن می رسد که سبک مناسب را انتخاب نمایید. اینکه بیشتر مایلید تا بصورت نوشتاری اطلاعات را منتقل کنید و یا بصورت گرافیکی. برای جلوگیری از یک نواختی به نظر می رسد ترکیبی از یک پروفایل نوشتاری همراه با تصاویر می تواند برای خواننده جذاب تر باشد.

3- پروفایل خود را به یک داستان جذاب تبدیل کنید.

بجای اینکه در متن پروفایل خود فقط به اعداد و ارقام تکیه کنید، سعی نمایید تا مطالب را در قالب یک داستان جالب تعرف نمایید تا مخاطبان را به خود جلب نماید.

4- ماموریت خود را تشریح کنید.

ماموریت خود را در متن پروفایل به نحوی بیان کنید که نکات ارزشمند و برجسته کاری را به مخاطب منتقل کند. آنها باید برنامه های شغلی شما را بدانند و از طریق اطلاعاتی که در اختیارشان قرار می دهید بتوانند با شما ارتباط برقرار کنند.

5- از واژه های مناسبی استفاده کنید.

یکی از نکات مهمی که در نوشتن یک پروفایل باید در نظر داشته باشید این است که از فرمت مشخص و روشنی برای بیان مطالب استفاده نمایید. فراموش نکنید که به هنگام نوشتن پروفایل یک شرکت قرار است که یک شرکت و فعالیت های تجاری آن را بصورت رسمی معرفی نمایید لذا ضروری است تا از کلمات و واژه های مناسبی برای معرفی شرکت استفاده شود.

6- تاریخچه شرکت را با ترتیب زمانی بیان نمایید.

موضوعی که در نوشتن یک پروفایل حائز اهمیت است این است که تاریخچه شرکت به ترتیب زمانی نوشته شود و به دستاوردهای مهمی که از شروع به تاسیس شرکت تا زمان حال به انجام رسیده است اشاره شود.

7- توصیف خوبی از شرکت داشته باشید.

به هنگام نوشتن پروفایل یک شرکت تلاش نمایید تا همواره توصیف مناسبی از شرکت داشته باشید تا تصویر مناسبی از شرکت شما در ذهن مخاطب نقش ببندد.

8- اطلاعات تماس را نمایش دهید.

به هنگام تهیه پروفایل اطلاعات تماس خود شامل شماره تلفن، شماره فاکس و یا ایمیل را در بالای صفحه قرار دهید و یا بصورت آنلاین لینک تماس را در انتهای صفحه قرار دهید.

9- پروفایل شرکت را بازنگری کنید.

پس از تکمیل پروفایل لازم است که آن را بازنگری کنید تا در صورت بروز هر گونه اشکال بتوانید خطاها را برطرف کنید. بازنگری پروفایل را مدتی پس از تکمیل آن انجام دهید. در صورتی که بازنگری پروفایل را بلافاصله پس از تکمیل آن انجام دهید ممکن است برخی از اشتباهات از نظر شما دور بماند لذا برای بازنگری پروفایل زمانی را لحاظ نمایید.

10- پروفایل سایر شرکت ها را مطالعه کنید.

پس از تکمیل پروفایل شرکت خود، آن را به کناری بگذارید و سعی کنید پروفایل شرکت های رقیب را مطالعه نمایید. این به شما کمک می کند تا احساس واقعی خود را نسبت به پروفایلی که نوشته اید بهتر درک کنید و در صورت عدم رضایت از آنچه که تدوین کرده اید مجدداً آن را بازنگری کنید.

11- تصویر شرکت خود را بسازید.

اطمینان حاصل کنید که تصویر شرکت را با تصورات مثبت و اطلاعاتی ایجاد کرده اید که باعث تقویت نام تجاری شما می شود. مواردی را که به نظر منفی یا غیر ضروری می رسد، حذف کنید. در ساخت جملات از کلمات و واژه های صحیح استفاده نمایید که برای مخاطب الهام بخش باشد.

اهمیت تهیه کمپانی پروفایل

- فرصتی برای خریدار ایجاد می کند تا در مورد شرکت اطلاعاتی کسب کند.
- سرمایه گذاران بالقوه در بازار را در تعامل مستقیم با تیم بازاریابی و و فروش یک بنگاه قرار می دهد.
- به مشتریان بالقوه کمک می کند تا اگر به دنبال یک محصول یا خدمات خاص هستند درباره شرکت اطلاعاتی کسب نمایند.
- پروفایل یک شرکت می تواند فرصت های بیشماری را برای رشد یک نهاد تجاری فراهم نماید.
- اگر پروفایل یک شرکت به درستی تنظیم شده باشد می تواند بعنوان نقشه راه برای رشد و شکوفایی شرکت بکار رود.

<https://shahinshakeri.com/%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AA/item/company-profile.html>

پنج ویژگی مهم از linkedin company profile که شرکت شما باید از آن استفاده کند:

- چه کسی پروفایل شما را مشاهده می کند.
- این یکی از ویژگی های محبوب LinkedIn همیشه بوده است ، اما اکنون حتی ابزارهای بیشتری برای رمزگشایی شبکه افراد علاقه مند به صفحه شرکت شما در اختیار شما قرار می دهد
- شما چگونه متصل شدید ؟
- جستجوی محتوای اینفلوئنسر

اینفلوئنسر (Influencer) کیست ؟

منظور از اینفلوئنسر کسی است که طی مدتی طولانی و با انتشار محتوای مفید شخصیت آنلاین قابل قبولی را برای خود ساخته و پتانسیل تاثیرگذاری بر نظرات و رفتار مخاطبان را دارد. محتوای منتشرشده از سوی او یک محوریت مشخص (سبک زندگی، آشپزی، مد، سفر، پزشکی و ...) دارد و نظراتش در آن حوزه برای دنبال کنندگان قابل احترام و اطمینان است.

- منشن ها...
- گروه ها...

<https://www.salesforce.com/blog/2014/06/company-linked-in-features-gp.html>

چگونه می‌توانید در کمپانی ما (linkedin company profile) پروفایلی قدرتمند برای شرکت خود را ایجاد کنید؟

1. ابتدا مهمترین محصول یا خدمات خود را لیست کنید. ...
2. از نوشتن اصطلاحات اجتناب کنید. ...
3. برای جلب توجه بازدیدکنندگان، تصویری اضافه کنید. ...
4. شرح خود را از یک زاویه منحصر به فرد ارائه دهید. ...
5. برگه محصولات و خدمات خود را پر کنید. ...
6. یک صفحه اطلاعات شغلی اضافه کنید. ...
7. به روزرسانی‌های شرکت را اضافه کنید.

<https://www.successful-blog.com/1/writing-a-company-profile-in-linkedin-make-it-short-and-effective/>

مزایای تجاری company profile

- ایجاد محتوای قابل اشتراک برای مخاطبان شما. ...
- معرفی محصولات یا خدمات جدیدی که توسعه داده اید. ...
- متفاوت شدن از رقبا. ...
- یافتن نامزدهای شغلی که می‌توانند سهم قابل توجهی در موفقیت تجاری شما داشته باشند. ...
- بررسی اینکه رقابت شما چه کاری انجام می‌دهد.

<https://rawsoninternetmarketing.com/social-media-6-benefits-linkedin-company-page/>

معایب لینکدین چیست

- زمان واکنش آهسته توسط پشتیبانی LinkedIn. ...
- LinkedIn اطلاعات شرکت و اطلاعات شخصی شما را در اختیار دارد. ...
- LinkedIn تصمیم می‌گیرد که چه کسی پست شما را بخواند. ...
- نظارت محدود برای مدیریت کلاهبرداری
- حق بیمه می‌تواند پرهزینه باشد.

<https://www.advergize.com/marketing/disadvantages-of-linkedin/>

چگونه می‌توانم دنبال کنندگان بیشتری در صفحه شرکت LinkedIn پیدا کنم؟

7 نکته برای افزایش دنبال کنندگان صفحه شرکت LinkedIn شما

- مشخص کنید که تجارت شما در چه زمینه‌ای است. ...
- پیوندی به نمایه LinkedIn خود را در email signature خود قرار دهید. ...
- یک ابزارک پیگیری LinkedIn را در وب سایت یا وبلاگ خود قرار دهید. ...
- مرتباً مطالب عالی ارسال کنید. ...
- یک کمپین ساده PPC را اجرا کنید. ...

تبلیغات کلیک (PPC) چیست؟

PPC یعنی Pay Per Click ، یعنی پرداخت به ازای (هر) کلیک. در این روش، شما به ازای هر بار کلیک بر روی تبلیغاتتان، مبلغی را پرداخت می‌کنید. در واقع PPC یک روش است که شما با آن می‌توانید برای وبسایت خود بازدید «بخرید». به جای این که به صورت طبیعی و ارگانیک این کار را انجام دهید (البته منظورمان بازدید فیک و جعلی نیست، صرفاً منظورمان این است که مستقیماً برای بازدیدتان پول می‌دهید)

<https://modir.tv/what-is-pay-per-click/>

- شرکت های دیگر را دنبال کنید....
- به کارمندان خود بگویید صفحه شرکت شما را دنبال کنند...

<https://www.digitaldoughnut.com/articles/2016/april/7-tips-to-increase-your-linkedin-company-page-foll>

ویژگی های company profile

- امکان گرفتن خروجی دنبال کننده های صفحه تحت فرمت فایل های اکسل

اهداف ایجاد company profile در linkedin :

- برقراری ارتباط B2B برای تولید بیشتر
- B2B : خدمات شرکت به شرکت برای تولید محصولات بیشتر

مزایا و معایب

به طور فزاینده ای ، شرکت ها از لینکدین برای **ترویج برند خود** ، **بازاریابی و استخدام** استفاده می کنند . صفحات شرکت می توانند شامل اطلاعات اساسی ، فهرست فرصت های شغلی ، فید اخبار ، و اتصال به صفحات لینکدین کارکنان خود .

یک شرکت ممکن است از کارمند خود بخواهد که در لینکدین حضور داشته باشند که سوالات جالبی را در رابطه با مالکیت پروفایل کارمندان ایجاد می کند. مورد نیاز یا نه ، بسیاری از افراد به طور همزمان به کارفرمایان خود متصل می شوند و از مشخصات شرکت تغذیه می کنند ، و اطلاعاتی راجع به شرکت ارائه می دهند که لزوماً در جای دیگری یافت نمی شود. مشاهده پروفایل کارمندان به همراه کارفرمایان دیگر این امکان را برای شما فراهم می کند تا با چندین منبع برای کسب اطلاعات مشورت کنید. به روزرسانی های شخصی و اخبار دستاوردها در یک صفحه شخصی ممکن است ارتباط مستقیمی با بیانیه مطبوعاتی شرکت در صفحه شرکت داشته باشد یا از دیدگاه اطلاعات رقابتی ، اطلاعاتی را که هنوز اعلام نشده منتشر کنند.

شما می توانید از اتصالات لینکدین برای یافتن افرادی که می دانید با یک شرکت وابسته هستند استفاده کنید.

در صفحات شرکت ، اتصالات درجه یک و دوم شما ذکر شده است. برای نشان دادن ارتباطات درجه سه یا گروهی ، روی لینک کارمندان شرکت کلیک کنید. اگر یک حساب کاربری رایگان پایه دارید ، فقط می توانید صد اتصال برتر شرکت را مشاهده کنید.

استفاده از این اتصالات ، با درخواست معرفی از طریق اتصال یا ارسال پیام از طریق ایمیل همچنین در صورت دشوار بودن تهیه آدرس ایمیل شرکت ، ممکن است راهی برای دستیابی به یک منبع دست نیافتنی باشد. آمار و ارقام تحلیلی در مورد جنبش کارمندان ، کارمندانی که شرکت را ترک کردند و جایی که رفتند . ببینید کارمندان در کدام دانشگاه ها حضور داشته اند. و سازمان دیگری را که مورد علاقه کارمندان این شرکت است را کشف کنید.

با این حال توجه داشته باشید که برخی از اطلاعات مربوط به جابجایی کارمندان ممکن است به ویژه به روز نباشد و **لینکدین هیچ تاریخی برای تغییر شغل ارائه نمی دهد.**

بخش عمومی لینکدین می تواند دریچه ای برای امور داخلی شرکت فراهم کند. با این حال ، در غیاب هرگونه حکم دادگاه، **مرز بین آنچه که استفاده اخلاقی به شمار می آید در مقابل استفاده غیرقانونی از اطلاعات شرکت ها نامشخص است.** به طور کلی ، متخصصان تجارت هوش شرکت می گویند استفاده از اینترنت برای کسب اطلاعات در مورد رقیب بازی عادلانه ای است. اما مراقب باشید ، این محیط شبکه ای ممکن است خطری برای شرکتهای استفاده کننده از آن باشد.

جفری فاولر ، در مقاله وال استریت ژورنال 2011 ، شبکه های حرفه ای مانند لینکدین را **به عنوان یکی از مفیدترین منابع اطلاعاتی برای هکرها ذکر کرده است.** این افراد وارد اطلاعات حریف در مورد ساختار گزارشگری و مسئولیت های شغلی که آنها را قادر به انجام فعالیتهای غیرقانونی مهندسی اجتماعی می کند ، می شوند ، مانند ارسال ایمیل ، ظاهراً از یک سرپرست ، درخواست اطلاعات محرمانه

کسانی که نیت ارجمندتری دارند می توانند از مرکز مطبوعاتی لینکدین نکات مفیدی را کسب کنند.

این سایت یک صفحه ویژه برای روزنامه نگاران دارد که شامل نکاتی برای پیمایش وب سایت برای یافتن ایده های داستان ، اسکوپ ها و منابع است.