

# بزم

از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو



فصلنامه داخلی برفاب | پاییز ۱۴۰۰



محصولات جدید برفاب  
در پاییز ۱۴۰۰

واکسیناسیون کارکنان  
واجد شرایط برفاب

۵ تکنیک  
وفادارسازی مشتریان؛  
روش‌هایی ساده و ارزان



آبگرمکن گازسوز برفاب  
با مخزن تمام گالوانیزه بهداشتی

محصول  
جدید



# آبگرمکن برقی برفاب با مخزن تمام گالوانیزه بهداشتی

محصول  
جدید

200



150



120



خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:

[www.barfab.ir](http://www.barfab.ir)





## رویدادها و منابع انسانی

### واکسیناسیون کارکنان واجد شرایط کارخانجات برفاب



درست است که این روزها اوضاع کشور به دلیل تهاجم ویروس کرونا خوب نیست و مردم در هراس از این میهمان ناخوانده تحت فشارند، اما یقین داریم که با همراهی و همدلی و رعایت بهداشت فردی و اجتماعی قادر خواهیم بود از این بحران به سلامت عبور کنیم.

بار دیگر همدلی‌ها، وحدت خدمت و صمیمیت‌ها دیده می‌شود ولی این بار در شکل و شمایلی متفاوت جلوه‌گری کرد. بعد از طی مراحل و انجام واکسیناسیون افسار مختلف جامعه نوبت به واکسیناسیون کارکنان صنایع رسید.

با تلاش، پیگیری و مکاتبات برون سازمانی مدیریت محترم ارشد کارخانجات برفاب و رئیس محترم واحد HSE با همکاری و حمایت معاونت محترم درمانی استان جناب آقای مهندس جزایری، مدیریت محترم مرکز بهداشت شهرستان جناب آقای دکتر رجبی و کارشناسان محترم بهداشت حرفه ای مرکز بهداشت شهرستان، مبنی بر صیانت از سلامت قشر کارگر و شاغلان کارخانجات در برابر ویروس کرونا، تمامی امکانات و زیرساخت‌های لازم برای واکسیناسیون کارکنان کارخانه فراهم گردید و به نوعی کارخانجات برفاب تبدیل به یک مرکز جمعیتی واکسیناسیون شد.

این اقدام در تاریخ ۱۴۰۰/۰۶/۲۵ در محل واحد HSE کارخانجات برفاب با نظارت جناب آقای مهندس قنبریان (کارشناس ستاد گسترش مرکز بهداشت شهرستان)، سرکار خانم رحمانی (مسئول امور درمان مرکز بهداشت شهرستان)، جناب آقای جعفریان (مسئول واحد پیشگیری و مبارزه با بیماری‌ها مرکز بهداشت شهرستان)، جناب

آقای مهندس روحی (کارشناس مسئول واحد بهداشت حرفه‌ای مرکز بهداشت استان)، تیم خدوم و زحمت کش سیار واکسیناسیون و حضور پر رنگ سرکار خانم دکتر امیری (پزشک متخصص طب کار) برای مشاوره پرسنل در خصوص دریافت واکسن نسبت به شرایط جسمی و ارائه خدمات در صورت بروز موارد اورژانسی انجام گردید. ضمن قدردانی از فداکاری‌ها و ایثارگری‌های کارگران و سربازان خط مقدم جبهه تولید و استقلال اقتصادی کشور، و همکاری و هماهنگی آن‌ها، واکسیناسیون به جهت افزایش ضریب سلامت، امنیت ایمنی کارگران و ارتقاء رضایت‌مندی آنان با همکاری دولت و کارفرمایان به‌منظور تحقق رونق و جهش تولید در سطح مطلوبی در کارخانجات برفاب انجام پذیرفت.

طرح واکسیناسیون در کنار رعایت پروتکل‌های بهداشتی و پایبندی به اصول و موازین بهداشتی بسیار مهم است و نیاز است تا پایان قطع زنجیره انتقال کرونا همه این اصول را رعایت کنیم.

از فرزندان ساعی پرسنل که در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ حائز رتبه برتر شده بودند با اهدای هدایا به رسم یادبود، تقدیر شد.

سرکار خانم مینا فروغی و جناب آقایان مهدی کریمی، رضانعلی علیدوستی، یوسف ضیائی، بهزاد باقریان، قاسم صیادی، اصغر بیگی، حشمت الله سیدی و سیدکمال عطار مصیبت وارده به شما ما را نیز متأثر کرد، برای گذشتگان شما آرامش ابدی را آرزومندیم.



بدینوسیله ازدواج همکار عزیزمان جناب آقای محمد محمدی را تبریک می‌گوییم و سالیان سال عشق، آرامش و سلامتی را برایشان آرزومندیم.



جناب آقایان عباس هاشمی، علی رئیسی، مهدی نظری و پیمان نیلی تولد فرزند عزیزتان را تبریک می‌گوییم.





بزرگترین رویداد صنعت لوازم خانگی کشور

انجمن صنایع لوازم خانگی ایران برگزار می نماید



بیست و یکمین



## نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی

۲۵-۲۸ آبان ۱۴۰۰ تهران

# HAMex 21<sup>th</sup> 2021

Home Appliance Manufacturers exhibition



برفاب در بیست و یکمین نمایشگاه بین المللی لوازم خانگی حضور می یابد.

[www.barfab.co](http://www.barfab.co)



## عوامل زیان آور محیط کار

واحد بهداشت، ایمنی و محیط زیست

حفظ جان و سلامت افراد مهم‌ترین شاخصه هر فعالیت و اشتغالی است که تنها و فقط با شناخت عوامل زیان آور محیط کار میسر خواهد شد؛ شما را با انواع این عوامل و راه کارهای کنترلی برای حذف یا کاهش اثرات منفی آن‌ها آشنا خواهیم کرد؛ همراه ما باشید.

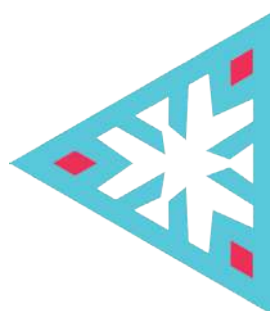
### تعریف عوامل زیان آور محیط کار

همان‌طور که از اسم این مفهوم پیداست هر عاملی که تاثیر مخربی بر سلامت افراد در محیط کار دارد، اصطلاحاً عامل زیان آور اطلاق می شود. عوامل زیان آور به ۵ دسته تقسیم بندی می گردند:

#### ۱- عوامل فیزیکی

عوامل زیان آور فیزیکی عواملی هستند که ماهیت انرژی دارند. به عبارت دیگر انرژی‌های زیان آور در محیط کار می‌باشند. عوامل زیان آور فیزیکی که ما در محیط کار با آن‌ها سر و کار داریم به ۶ دسته اصلی زیر تقسیم می‌شوند:

- سروصدا
- ارتعاش
- گرما و سرما
- روشنایی
- فشار هوا



▪ تشعشعات پرتو

## ۲- عوامل شیمیایی

این عوامل در واقع مواد شیمیایی مورد استفاده در محیط کار می‌باشند که دارای اثرات سو بر سلامت کارکنان است. عوامل زیان آور شیمیایی محیط کار بر اساس حالت فیزیکی آن‌ها به دو دسته زیر تقسیم‌بندی می‌شود:

▪ گازها و بخارات (Gases and Vapors)

▪ مواد معلق که آئروسول (Aerosol) و هیدروسول نیز خوانده می‌شوند.

## ۳- عوامل ارگونومیک

ارگونومی یا مهندسی فاکتورهای انسانی، علمی است که سعی دارد محصولات، وسایل و ابزار کار، محیط شغلی و مشاغل را با توجه به توانایی‌های جسمی، ذهنی، روانی و با در نظر گرفتن محدودیت‌ها و علائق انسان‌ها، طراحی نماید.

هدف این علم در نهایت افزایش بهره‌وری، سلامتی، ایمنی و رفاه و رضایت انسان است، لذا می‌توان گفت ارگونومی علم متناسب‌سازی محیط کار، شغل، ابزار کار و محصولات با انسان است.

عدم رعایت اصول ارگونومی در محیط کار منجر به بروز مشکلاتی برای سلامتی افراد می‌گردد، به طوری که عمده مشکلات ناشی از بی توجهی یا نادیده گرفتن ارگونومی را می‌توان به ناراحتی‌ها و اختلالات اسکلتی و عضلانی مرتبط با کار اشاره نمود. ماهیچه‌ها، تاندون‌ها، مفاصل و اعصاب در صورتی که تحت فشار و ضربه بصورت تکراری قرار بگیرند پس از گذشت زمان دچار مشکل یا صدمات حساس می‌شوند که به صورت درد و یا ناراحتی بروز می‌نماید، گاهی قرارگیری در وضعیت نامناسب بدنی در هنگام انجام یک وظیفه می‌تواند تغییراتی را در اسکلت ستون مهره‌های انسان ایجاد و از شکل طبیعی آن‌ها را خارج نماید. کمر، گردن، شانه و اندام فوقانی بخش‌هایی از بدن هستند که در صورت عدم رعایت ارگونومی بیشتر درگیر ناراحتی‌ها و اختلالات می‌شوند.

## ۴- عوامل زیان آور روانی

انسان، موجودی با ابعاد مختلف از جمله بعد جسمی و روانی است. حیات جسمی او پیوسته شرایط روانی او را تحت تاثیر خود قرار داده و در عین حال از آن تاثیر می‌پذیرد. بنابراین زندگی جسمی و روانی انسان پیوندی همه جانبه و تنگاتنگ با هم دارند و بر روی یکدیگر تاثیر عمیقی می‌گذارند. یک عارضه جسمی مانند شکستگی استخوان دست یا پا تاثیری شگرف بر

فعالیت‌های روانی انسان می‌گذارد. شخص را کم حوصله کرده، سطح فعالیت وی را کاهش داده و بالاخره میزان رضایت‌مندی او را از زندگی کم می‌کند. همچنین یک عارضه مختصر روانی مانند یک افسردگی ساده نیز روی فعالیت‌های جسمانی فرد اثر می‌گذارد به‌عنوان مثال اشتها را کاهش داده و سطح فعالیت‌های جسمانی را کم می‌کند. نیروهای کار هم همانند دیگر انسان‌ها واجد چنین ویژگی‌هایی هستند. به گونه‌ای که عوامل وابسته به کار و شرایط محیط کار بر وضعیت روانی آن‌ها تاثیر می‌گذارد و سلامت جسمی و روانی آن‌ها را تحت تاثیر قرار می‌دهد. از این رو شناخت و اقدامات کنترلی در این راستا بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

## ۵- عوامل بیولوژیکی

در برخی از مشاغل به سبب شرایط کار، نوع فعالیت و همچنین تولید یا مصرف مواد گوناگون، کارکنان در معرض عوامل بیولوژیکی زیان آور قرار می‌گیرند. ممکن است این افراد به بیماری‌های عفونی مبتلا شوند. از جمله این بیماری‌ها می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

- بیماری‌های ناشی از ویروس‌ها مثل هپاتیت ویروسی و هاری و ...
- بیماری‌های ناشی از باکتری‌ها مانند سیاه زخم، برسلوز، کزاز، سل گاوی و ...
- بیماری‌های ناشی از ریکتزیاها مانند تب کیو و ...
- بیماری‌های ناشی از قارچ‌ها مثل هیستوپلاسموز و آسپرژیلوس و ...
- بیماری‌های ناشی از انگل‌ها مثل کرم قلابدار و ...

## شناسایی و ارزیابی عوامل زیان آور محیط کار

اولین گام برای پیشگیری و کنترل اثرات عوامل زیان آور محیط کار، شناسایی عوامل زیان آور می‌باشد.

دومین گام اندازه‌گیری عوامل زیان آور به وسیله تجهیزات مختلفی مانند صداسنج، لوله‌های گازیاب، لوکس متر و ... می‌باشد. اندازه‌گیری‌ها معمولاً به دو صورت محیطی و فردی انجام می‌شوند.

در گام سوم یعنی گام ارزشیابی، نتایج اندازه‌گیری با استانداردهای موجود مقایسه، تجزیه و تحلیل می‌شوند.

گام چهارم کنترل می‌باشد که در این گام اقدامات لازم برای کنترل عوامل زیان آور و پیشگیری از تاثیرات آن تعیین و اجرا می‌گردد.





## ۵ تکنیک وفادارسازی مشتریان؛ روش‌هایی ساده و ارزان

منبع: [www.contentop.ir](http://www.contentop.ir)

شاید با خود تصور کنید که کار یک بازاریاب خوب، با جذب مشتری و خرید تمام می‌شود اما اشتباه می‌کنید! یکی از مهم‌ترین اقدامات بازاریابی در یک کسب و کار، نگه داشتن مشتریان قدیمی و وفادار کردن آن‌ها به برند خود است. از آنجا که نسبت هزینه جذب یک خریدار جدید، به نگهداری و وفادارسازی خریدار قدیمی چیزی در حدود ۵ تا ۲۵ برابر است، انجام روش‌های وفادارسازی مشتریان نوعی صرفه‌جویی در هزینه و انرژی محسوب می‌شود. از طرفی داشتن مشتریان وفادار به برند می‌تواند به روند آگاهی از برند و گسترش کسب و کار سرعت و کیفیت قابل توجهی ببخشد. اگر شما نیز تمایل دارید با جدیدترین روش‌های وفادار کردن خریداران خود آشنا شوید با ما همراه باشید زیرا در این مطلب تصمیم گرفته‌ایم بهترین تکنیک‌های وفادارسازی مشتریان را به شما معرفی کنیم.





## وفاداری به برند؛ خرید دوباره مشتری

و کار شما برای همیشه در ذهن آن‌ها باقی بماند. این گونه فعالیت‌ها، خیرخواهی شما را به مشتری اثبات می‌کند و به مشتری اطمینان می‌دهد که شما تنها به فکر منافع مادی خود نیستید.

### اعتمادسازی؛ مهم‌ترین اصل در هر رابطه

یکی از مهم‌ترین نکاتی که در هنگام رفتار با مشتری می‌بایست به آن توجه داشت این است که رفتار و صحبت‌های شما و کارکنان شما به گونه‌ای باشد که به مشتری احساس بدی دست ندهد. حرف‌های متناقض، دروغ، دادن اطلاعات غلط یا ناقص می‌تواند اعتماد مشتریان را کاهش دهد. با توجه به اینکه امروزه فروشندگان زیادی قصد دارند با فریب مشتری محصول خود را به فروش برسانند، اعتماد مشتری به شما باعث افزایش خرید او از شما و وفاداری او خواهد شد.

### ذخیره اطلاعات مشتری و ساخت محتوای شخصی‌سازی شده

شما می‌توانید با استفاده از ذخیره اطلاعات مشتری و به یاد داشتن او نوعی احساس تعلق در او به وجود آورید که به وفادارسازی مشتریان منجر می‌شود. همه افراد تمایل دارند از جایی خرید کنند که احساسات و علایق آن‌ها را درک کرده و به آن احترام می‌گذارند.

این روش در ارتباطات مجازی و خریدهای آنلاین از اهمیت زیادی برخوردار است. پیشنهادهایی که با ترجیحات و نیازهای مشتری هماهنگی بیشتری داشته باشد می‌تواند او را به خرید بعدی خود تشویق کند و از این محتوای شخصی شده احساس توجه کند.

### برخورد صحیح و مثبت با پیشنهادات، انتقادات و شکایات مشتری

یکی از بهترین راه‌های تقویت برند خود، پیگیری شکایات و گزارش آن به مشتری و بررسی انتقادات و پیشنهادات اوست. از طرفی دیگر این فعالیت‌ها باعث می‌شود که مشتری احساس کند که به نظر و خواسته‌های او اهمیت داده می‌شود. وجود این حس در مشتری می‌تواند او را به برند شما وفادار سازد.

در این مطلب کم‌هزینه‌ترین روش‌های وفادارسازی مشتریان را به شما معرفی کردیم. اگر تمایل دارید با صرف هزینه مشتری وفادار داشته باشید می‌توانید از روش‌های اعطای جوایز، برگزاری جشن‌ها، باشگاه مشتریان، اعطای تخفیف ویژه مشتریان همیشگی و... بهره ببرید.

اگر بخواهیم وفاداری به برند یا همان وفاداری مشتری را به صورت ساده برای شما شرح دهیم، باید بگوییم که وفاداری به برند عبارتند از شرایطی که مشتری علاقه‌مند به برند شماست و به آن اعتماد کافی دارد. لذا تمایل به خرید مکرر از همین برند را دارد.

جالب است بدانید که مشتری وفادار در برخی از شرایط که مشتری جدید تمایلی به خرید از شما ندارد، باز هم از شما خرید و حمایت خواهد کرد. این شرایط عبارتند از:

- وقتی که قیمت محصولات خود را بالا می‌برید.
- هنگامی که کیفیت محصولات کاهش پیدا می‌کند.
- هنگامی که محصول از نظر کمیت کاهش یافته اما قیمت آن افزایش پیدا کرده یا ثابت می‌ماند.

### تکنیک‌های وفادارسازی مشتری؛ ساده و کم‌هزینه

در این قسمت می‌خواهیم موثرترین و کم‌هزینه‌ترین تکنیک‌ها و روش‌های وفادارسازی مشتریان را به شما معرفی کنیم. از آنجا که وفادار کردن مشتری نیاز به درگیر کردن او با احساسات و علاقه‌مندی‌هایش دارد، در این پروسه توجه زیادی به مشتری و نیازهای او می‌گردد. این تکنیک‌های وفادارسازی مشتری عبارتند از:

### برقراری ارتباط بلند مدت با مشتری

چگونگی رفتار با مشتری در هنگام برخورد رو در رو با او تأثیر زیادی در وفادارسازی مشتری دارد که نمی‌توان از آن چشم پوشی کرد. لبخند زدن و داشتن رفتاری مطابق با عرف جامعه، می‌تواند شما را به یک دوست خوب برای مشتری تبدیل کند. با این حال امروزه به دلیل مشغله زیاد مشتریان بهتر است علاوه بر رفتار و لحن خوب در هنگام برخورد فیزیکی با او، ارتباط مثبت و احترام‌آمیزی را در فضای مجازی با مشتری ایجاد کنید. پاسخ‌دهی به‌موقع و محترمانه به سوالات، پیشنهادات و انتقادات مشتریان از مهم‌ترین نکاتی است که می‌بایست در هنگام ایجاد رابطه مجازی با مشتری انجام دهید.

### خلق احساسات مثبت در مشتری

با انجام فعالیت‌های خدایسازانه‌ای مانند اختصاص دادن درصدی از درآمد خود برای کمک به فقرا، سیل‌زدگان یا حیوانات می‌توانید حسن نیت خود را به مشتریان نشان دهید





## ۶ دلیل مهم برند سازی برای هر کسب و کار

منبع: [www.contentop.ir](http://www.contentop.ir)

### اهمیت برند سازی

هر نوع برندی جدا از کوچک یا بزرگ بودن آن، دارای ارزش است. داشتن یک نام تجاری بیش از آن چیزی که شما فکر می کنید دارای اهمیت است؛ به ویژه اگر کسب و کار جدیدی راه اندازی کرده باشید و اهداف کوچک و بزرگی برای خود تعیین نموده باشید. ساخت یک برند قابل شناسایی و با ارزش یکی از مهم ترین بخش های هر کسب و کاری به شمار می آید در حالی که خیلی از افراد، آن را جزء لیست اقدام ضروری

همان طور که می دانید برند یا نام تجاری، در واقع یک عبارت یا نشانه ای است که محصولات و خدمات شما را از خدمات و محصولات شرکت های مشابه متمایز می کند. فرقی نمی کند که در چه حوزه ای و به چه وسعتی مشغول به فعالیت هستید، بلکه مهم است که بدانید برند سازی یکی از ضروریات هر کسب و کاری به شمار می رود. ما در این مقاله قصد داریم به موضوع اهمیت برند (نام تجاری) و ارزشی که برای کسب و کارها به ارمغان می آورد پردازیم.





کسب و کارشان نمی‌دانند.

که برند شما چیست و چه کاری انجام می‌دهد.

به دلیل اهمیت بالای برند و نادیده گرفتن آن توسط اغلب کسب و کارهای جدید و کوچک، در این جا به چندین دلیل مهم وجود یک برند در کسب و کار می‌پردازیم.

#### ۱- برند سازی موجب شناخته‌تر شدن بیشتر کسب و کار می‌شود

شناخته شدن در بازار جزء مهم‌ترین رکن‌های بازاریابی به حساب می‌آید، زیرا در سایه آن می‌توانید از تبلیغاتی که برای رشد و بازاریابی استفاده می‌کنید به بهترین نحو ممکن بازخورد گرفته و مشتریان را به سمت کسب و کار خود جذب نمایید. تبدیل شدن به یک نام تجاری شناخته‌شده، اولین قدم برای ایجاد اعتماد در مشتریان جدید بالاقوه است. از منسجم بودن برند خود در تمامی پلتفرم‌ها و پیامی که قصد دارید با آن‌ها به اشتراک بگذارید تا بدین طریق خود را به مشتریان بشناسانید، اطمینان حاصل نمایید.

#### ۲- نام تجاری دارای ارزش است

مثال‌های زیادی در این باره وجود دارد که می‌توان با بررسی و تجزیه و تحلیل آن‌ها به قدرت برند سازی یک کسب و کار ایمان آورد. بارزترین مثال موجود، شرکت کوکاکولا می‌باشد. در برآوردهای به دست آمده در سال ۲۰۱۶، تنها نام و برند کوکاکولا ارزشی معادل ۷۳ بیلیون دلار داشته است که رقم بسیار بالا و ارزشمندی می‌باشد. شاید کسب و کار شما به بزرگی شرکت کوکاکولا نباشد، ولی هرگز نباید فراموش کرد که وجود برند برای هر کسب و کاری ارزش می‌آفریند و این ارزش، تنها با گذشت زمان و یک استراتژی مدیریت قوی افزایش پیدا می‌کند.

#### ۳- برند سازی به نوعی پشتیبان طراحی‌های شماست

وقتی شروع به تبلیغات، ساخت وب سایت، تعامل در شبکه‌های اجتماعی، طراحی کارت ویزیت و غیره می‌کنید، نام تجاری روی تمامی این طراحی‌ها تاثیر گذاشته و باعث ذخیره پول و ارزش شما طی مدت می‌شود. برندسازی و دستور العمل‌هایی که طی آن ایجاد می‌شود به شما کمک می‌کند تا طراحی‌ها و تبلیغاتی که در آینده نیاز به انجام آنهاست، طی همان قوانین و زیر نظر نام تجاری شما و به صورت یکپارچه انجام شود. این امر روی صرفه‌جویی در زمان افرادی که برای شما طراحی و تبلیغات انجام می‌دهند نیز تاثیر گذار است زیرا دقیقاً می‌دانند

#### ۴- نیروی کار وفادار و رضایت‌مندتری ایجاد می‌کند

احساس لذت و کار کردن در یک شرکت با نام تجاری و دارای برندی ارزشمند، قطعاً باعث افزایش رضایت کارکنان نسبت به شرکت‌هایی است که دارای برند نیستند. در اینگونه شرکت‌ها کارکنان میل بیشتری به کار کردن نشان می‌دهند و این خود باعث افزایش بهره‌وری و رشد سریع‌تر کسب و کار می‌شود. کارکنان اینگونه شرکت‌ها معمولاً وفادارتر بوده و نسبت به وظایف خود مسئولیت‌پذیرتر می‌باشند.

#### ۵- به روند بازاریابی بهبود می‌بخشد

وقتی برندی می‌سازید، شما در واقع داستان کسب و کار خود و اهدافتان را به صورت تصویری و یک الگو به نمایش عموم می‌گذارید. به عبارتی یک برند نشان می‌دهد که شما چه کسی هستید و چه چیزی ارائه می‌دهید. برند سازی به نوبه خود باعث بهبود روند بازاریابی می‌شود. سرمایه گذاری روی تبلیغات بدون برند قطعاً تاثیر بسیار کمتری در مقایسه با تبلیغات، همراه با داشتن یک برند با طراحی قوی دارد.

#### ۶- باعث افزایش اعتماد به شما، در بازار می‌شود

داشتن برند در هر کسب و کاری باعث افزایش اعتماد مخاطبین شده و همواره با جذب اعتماد بیشتر و افزایش مشتریان خود، می‌توان به درصد بالایی از سهم بازار هدف رسید. با برند سازی می‌توانید با رقیبان خود در بازار هدف رقابت کرده و بدین طریق مشتریان، محصولات یا خدمات شما را جزء نخستین انتخاب‌های خود قرار خواهند داد.

#### نتیجه گیری

با توجه به اهمیت بالای برند سازی و مواردی که در بالا متذکر شدیم، فرقی نمی‌کند که کسب و کار شما به چه میزانی کوچک یا بزرگ است، تازه شروع به کار کرده‌اید یا مدت زیادی است که از شروع کارتان می‌گذرد؛ در هر صورت برند دارای ارزش زیادی است و می‌بایست آن را به عنوان دارایی کسب و کارتان در نظر بگیرید که علاوه بر ارزش آفرینی برای شما، موفقیت‌های بیشتری نیز به همراه خواهد داشت. ساخت یک برند قوی امتیاز مثبتی است که تا پایان کار شما و حتی بعد از آن نیز با شما همراه بوده و می‌تواند باعث اعتبار هر چه بیشتر شما در بازار هدفتان باشد.







## فریزرهای صندوقی خانگی برفاب

متفاوت این نوع فریزرهاست. برخی از این تفاوت‌ها عبارتند از: شکل افقی فریزر صندوقی - تعداد طبقات و قفسه‌ها - جهت باز شدن در و حجم کل فریزر.

فریزرهای صندوقی خانگی دارای مدل‌ها با ظرفیت و حجم متفاوت هستند. به همین دلیل قیمت آنها هم با هم متفاوت است. قیمت فریزرهای صندوقی خانگی از حدود ۴ میلیون تومان شروع شده و به بالای ۷ میلیون تومان هم می‌رسد. قیمت دستگاه متناسب با ویژگی‌ها و کیفیت تولید آن است. هر چقدر حجم و ظرفیت دستگاه بیشتر باشد، قیمت آن هم بالاتر می‌رود.

برندهای معدودی در ایران در زمینه تولید فریزرهای صندوقی فعالیت می‌کنند. بنابراین مدل‌های زیادی توی بازار وجود ندارد. برند برفاب از جمله تولید کنندگان این نوع فریزرهاست. سه مدل متنوع از فریزرهای صندوقی با حجم‌های ۱۷۰ و ۲۲۰ لیتر در شرکت برفاب تولید و عرضه می‌شود. این سه مدل با نام‌های CF-310 و CF-220L در دسترس شما هستند.

مدل CF2D-310L:

دارای ابعاد ۸۴۰\*۵۵۵\*۱۱۱۰ و برای شرایط آب و هوایی معتدل طراحی شده. درش از بالا باز می‌شود و دارای عایق بدنه پلی‌اورتان هست. گنجایش این مدل ۲۲۰ لیتر و ظرفیت انجمادش هم ۱۰ کیلوگرم بر ساعته.

مدل CF-220L:

دارای ابعاد ۹۰۶\*۵۵۵\*۸۴۰ و مناسب برای مناطق گرمسیری هست. گنجایش این مدل ۱۷۰ لیتر و ظرفیت انجمادش ۸ کیلوگرم بر ساعته. درب این مدل از بالا باز می‌شود و جنس بدنه ش هم عایق پلی‌اورتان هست. این مدل در مقایسه با مدل قبلی دارای ابعاد و حجم کوچک‌تر هستش، به همین دلیل قیمتش نسبتاً پایین‌تره.

مدل CF-310L:

دارای ابعاد ۸۴۰\*۵۵۵\*۱۱۱۰ و مناسب برای شرایط آب و هوایی معتدل هست. گنجایش اون ۲۲۰ لیتر و ظرفیت انجمادش هم ۱۰ کیلوگرم بر ساعت برآورد می‌شود. درب این مدل به بالا باز می‌شود و دارای کشوهای مناسبی برای جا دادن مواد غذایی است. محفظه داخلی نسبتاً بزرگی داره و از جنس عایق پلی‌اورتان برای جلوگیری از اتلاف انرژی از بدنه استفاده شده.

اگر تا حالا تجربه استفاده از فریزرهای صندوقی رو داشتید و یا می‌خواید به خانواده بزرگ مصرف‌کننده‌های برفاب اضافه بشید ممنون میشیم نظرتون رو با ما در میون بذارید.

ممنون از اینکه همراهمون بودید، منتظر شنیدن پیشنهاداتون برای بهبود پادکست هامون برای کارهای بعدی هستیم، یادتون نره که ما رو میتونین در اینستاگرام با آدرس [barfab.co](http://barfab.co) پیدا کنین و نظراتون رو برامون ارسال کنین و اگه این پادکست رو دوست داشتین با دوستانتون به اشتراک بزارین.

هر چقدر هم فضاتون بزرگ باشه بازم نیاز به یه یخچال بیشتر برای نگهداری مواد غذایی وجود داره. تازه اگر خانواده‌ی پرجمعیتی داشته باشید این مساله اهمیت بیشتری پیدا می‌کنه. اما چه وسیله‌ای بهترین انتخاب برای کسانی هست که حجم زیادی از مواد غذایی رو ذخیره می‌کنن یا خانواده پرجمعیتی دارن؟ با پادکست برفاب همراه باشید تا در این مورد بیشتر بدونیم.

سلام خانم‌ها و آقایان، این اپیزود سی و هفتم از پادکست رادیو برفابه.

شما میتونین رادیو برفاب رو از وبسایت ما و تمامی اپلیکیشن‌های پادکست گوش کنید.

توی این مجموعه ما می‌خواهیم ترفندها و نکات واقعا کاربردی در مورد آشنایی صحیح با لوازم برقی، تعمیرات و نگهداری اون‌ها رو با هم بررسی کنیم.

این پادکست چکیده مقاله منتشر شده در وبلاگ وبسایت ما با نام "مقایسه فریزرهای صندوقی خانگی" هستش و میتونین کامل مقاله رو از سایت برفاب به آدرس [Barfab.co](http://Barfab.co) مطالعه کنین.

توی این اپیزود می‌خواهیم خیلی دقیق و تخصصی به فریزرهای صندوقی خونگی بپردازیم. خوشحال می‌شیم تا آخر این قسمت با ما همراه باشید.

فریزرها از مهم‌ترین وسایل رفاهی هر خونه‌ای هستن. بر اساس کاربردشون هم تو ابعاد و اندازه‌های مختلف وجود دارن. از فریزرهای صندوقی خونگی که برای نگهداری مواد غذایی با حجم زیاد مناسب هستن بگیر تا فریزرهای معمولی.

فریزر صندوقی خونگی با شکل و شمایل و طراحی کاملاً متفاوت از فریزرهای معمولی، به شکل افقی طراحی شده. این نوع فریزر برای خونواده‌های پرجمعیت یا کسانی که حجم زیادی از مواد غذایی رو مصرف یا نگهداری می‌کنن مناسب هست. قدیم به این نوع فریزر، فریزر بستنی گفته می‌شد. ظرفیت بالای این مدل فریزر و قفسه‌های زیادی که برای چیدن و نگهداری مواد غذایی داره، مزیت اصلیش هست.

فریزر صندوقی در مقایسه با مابقی فریزرها مثل فریزرهای ایستاده یک سری شباهت‌ها و تفاوت‌هایی داره، این شباهت‌ها و تفاوت‌ها ممکنه از نظر ظاهری یا فنی و حتی سخت‌افزاری باشن.

شباهت‌هایی که بین این نوع فریزر و مدلهای دیگه وجود داره عبارتند از:

استفاده از فوم عایق برای بدنه، قفسه‌ها و طبقات متنوع برای نگهداری و چیدن مواد غذایی، ظرفیت انجماد مناسب و برخورداربودن از سیستم بدون برفک.

اما در کنار این شباهت‌ها، تفاوت‌هایی هم بین فریزر صندوقی و بقیه فریزرها وجود داره. بعضی از این تفاوت‌ها به دلیل کارکرد



محصول  
جدید

بارفاب  
از ۰۷۳۱ فصلی نو



مدل: **CF2D-310L**

فریزر صندوقی دو در



خرید اینترنتی و اطلاعات بیشتر:

[www.barfab.ir](http://www.barfab.ir)

**WM-15**

ماشین لباس شویی دوقلوی برفاب



[www.barfab.ir](http://www.barfab.ir)



بارفاب

از ۰ ۷ ۳ ۱ فصلی نو



در دو مدل با درِ شیشه‌ای طرح‌دار  
و مدل دارای AirJet



[www.barfab.ir](http://www.barfab.ir)



# Barfab

H O M E   A P P L I A N C E S  
S I N C E 1 9 9 0  
A U T U M N . 2 0 2 1

خرید اینترنتی محصولات از وبسایت برfab



نصب رایگان



ارسال رایگان



۲ سال گارانتی



مناسبترین قیمت

[www.barfab.ir](http://www.barfab.ir)

