

اشاره:

برند آراین جین که روزگاری به مهد پوشاک دنیا یعنی ایتالیا، اجناس خود را با سفارش برندهای ایتالیایی صادر می‌کرد؛ توسط آقای مهدی رهبری ساخته و پرداخته شد و رشد و استمرار مرغوبیت و در اوج ماندن آن کار آسانی نبود. کنترل مداوم و نوآوری در آراین جین حرف اول را می‌زد و وی به خوبی از عهده این کار برمی‌آمد.

اسد رهبری - مدیر داخلی مجموعه آلماجین - ادامه داد «آراین جین تا سال ۱۳۸۹ به فعالیت خود ادامه داد اما بنابر دلایلی مجبور به تعطیلی کارخانه اصلی و بستن فروشگاه‌ها شد و به این ترتیب انتهای سال ۸۹ انتهای فعالیت آراین جین محسوب می‌شود و با توقف فعالیت آراین جین فقط این یاد خوش در اذهان مردم باقی مانده‌است. وی افزود: آلماجین با ادامه راه آراین جین و با تفکرات جدیدتر و تمرکز بیشتر بر روی کیفیت و نوآوری، توانسته یاد خوش دیروز را به رضایتمندی امروز مشتریان پیوند دهد.»

رهبری در بخش دیگر این گفت‌وگو به موضوع برند نیز پرداخت و گفت «ساخت برند، اتفاقی و خلق الساعه و یکباره نیست بلکه در طول سال‌های متمادی و بر اثر تلاش و پیگیری‌های خالق آن برند ایجاد می‌شود و به ثمر می‌نشیند؛ به همین خاطر اعتماد مصرف‌کنندگان آن آسان به دست نمی‌آید. در کل هر برندی، ضرر و زیان‌های خاص خودش را دارد و چه بسا برخی از طراحی‌ها و محصولات برندها نیز با اقبال عمومی مواجه نمی‌شود و مورد استقبال مردم قرار نمی‌گیرد.»

## سعی می‌کنیم متفاوت باشیم...

هر چند تا سن ۲۰ سالگی زیر نظر پدر و در مغازه ایشان مشغول به کار بودم ولی فعالیت حرفه‌ای خود را از بازار پارچه تهران (عمده‌فروشی) آغاز کردم و پس از ۱۰ سال از ابتدای سال ۸۰ به مجموعه برادرم - آقای مهدی رهبری - (آراین جین) راه پیدا کردم. در آراین جین با سمت مدیر فروش و مدیر داخلی فروشگاه‌ها به فعالیت پرداختم و این فعالیت تا انتهای سال ۸۹ با آراین جین ادامه داشت.

از ابتدای سال ۹۰ با بسته شدن آراین جین و با توجه به تجارب با ارزشی که از این فعالیت به دست آورده بودم تصمیم به گشایش

### «بیوگرافی و شروع فعالیت در صنعت پوشاک»

متولد اول بهمن سال ۱۳۴۸ در تهران هستم. فعالیت پدرم در حوزه پارچه و پوشاک بود و من از همان سنین کودکی با رفت و آمد به محل کار ایشان با این کار آشنا شدم و به این ترتیب صنعت پوشاک برایم ناآشنا و غریبه به نظر نمی‌رسید.



فروشگاه‌های خودم با برند آلمان جین گرفتم.

#### ◀ کسب و کار خانوادگی، مزایا و معایب ...

آرین جین یک کسب و کار خانوادگی بود که برادرها و خواهرهایم سهام‌داران آن بودند. انسجام کسب و کار در ابتدای کار مزیت بسیار مهم و قابل توجهی محسوب می‌شود. اما در صورت عدم رعایت این انسجام در مراحل رشد مجموعه، احتمال از هم‌پاشیدگی آن دور از ذهن نخواهد بود.

انسجام مالی، تعهد و دلسوزی نسبت به کار از دیگر مزایای کسب و کار خانوادگی می‌باشد. اما عیب این کسب و کار در طولانی مدت ایجاد می‌شود و آن زمانی است که مجموعه بزرگ

می‌شود و از طرفی فرزندان بانیان وارد عرصه کار می‌شوند و اگر بانیان نتوانند انسجام خود را حفظ کنند و یا قوانین شرکت را تغییر دهند به مرور شاهد از هم گسستگی و انحلال مجموعه خواهیم بود و به طور کلی شراکت در ایران در بسیاری از موارد درست اجرا نشده و مصداق بارز آن این مثل معروف است که می‌گویند: اگر شریک خوب بود خدا هم برای خودش شریک می‌گرفت.

#### ◀ ایجاد اعتبار و اعتماد برند آرین جین و آلمان جین ...

آرین جین با تولید محصولات ایرانی با کیفیت توانست یکی از برندهای معتبر و خوش نام صنعت پوشاک کشور شناخته شود و با رعایت کیفیت و طراحی‌های خود توانست اعتماد مصرف‌کنندگان را نسبت به برند خود و تولید داخل جلب نماید. ولی فعلاً با توقف فعالیت آرین

جین فقط این یاد خوش در اذهان مردم باقی مانده‌است. از این رو آلمان جین با ادامه راه آرین جین و با تفکرات جدیدتر و تمرکز بیشتر بر روی کیفیت و نوآوری توانسته یاد خوش دیروز را به رضایتمندی امروز مشتریان پیوند دهد.

تفکر ایجاد برند آرین جین توسط آقای مهدی رهبری ساخته و پرداخته شد و رشد و استمرار مرغوبیت و در اوج ماندن آن کار آسانی نبود. کنترل مداوم و نوآوری در آرین جین حرف اول را می‌زد و وی به‌خوبی از عهده این کار برمی‌آمد. آرین جین تا سال ۱۳۸۹ به فعالیت خود ادامه داد اما بنابر دلایلی مجبور به تعطیلی کارخانه اصلی و بستن فروشگاه‌ها شد و به این ترتیب انتهای سال ۸۹ انتهای فعالیت آرین جین محسوب می‌شود.

این مجموعه روزگاری به مهد پوشاک دنیا یعنی ایتالیا اجناس خود را با سفارش برندهای ایتالیایی صادر می‌کرد و باید توجه داشت کیفیت



مردم در طول سال نوع پوشاک مورد نیاز و دلخواه خود را با ما در میان می‌گذارند که با توجه به خواسته‌های مشتریان بخشی از تولیدات آلماجین بر این اساس تولید می‌شود و بخشی دیگر نیز بر پایه خلاقیت طراحان و یا مد حاکم بر فصل آینده

هر ۶ ماه یک بار با تغییر فصل پوشاک مد نیز تغییر می‌کند و با این تغییر نیاز به محصولات و کالاهای جدید به وجود می‌آید که به این ترتیب مصداق مصرف‌گرایی پیدا می‌کند که این نکته نیز در تفکرات مسئولین جنبه منفی دارد

تهیه می‌گردد.

محصولات آلماجین در ۶ فروشگاه (۴ شعبه در تهران - یک فروشگاه در کرج و یک فروشگاه در عباس‌آباد شمال کشور) عرضه می‌گردد و فروشندگان و مدیران فروشگاه‌ها به نوعی رابط میان مشتریان و مدیریت آلماجین می‌باشند. در جلساتی که در طول ماه به طور مرتب برگزار می‌شود مدیران فروشگاه‌ها، دیدگاه‌های خود را در زمینه سلیقه، نیاز و خواست مشتریان منعکس می‌نمایند تا در مراحل تولید جهت بهبود وضعیت اعمال شود و همین‌طور محصولات و طراحی‌های جدید نیز در این جلسات به مدیران فروشگاه‌ها که نماینده فروشندگان فروشگاه‌ها هستند؛ نمایش داده می‌شود و نظرات آنان در تکمیل فرآیند تولید مورد توجه بخش طراحی قرار می‌گیرد. به این ترتیب نظر مدیران بخش فروش به عنوان نظر مردم و مصرف‌کنندگان محسوب می‌شود.

«آیا مردم طراحی‌های جدید را آسان می‌پذیرند؟»

طرح‌های جدید همیشه هم با استقبال مردم مواجه نمی‌شود ولی این عدم استقبال زیاد هم

صادراتی آراین جین را انجام می‌دادند امروز در قالب آلماجین به کار خود ادامه می‌دهند. طراحی کالاهای بر اساس نیاز مشتریان و با توجه به مد جامعه صورت می‌گیرد و به این منظور در بسیاری از موارد پوشاک تولید برندهای معروف سایر کشورها جهت الگوبرداری و تطبیق با آناتومی مصرف‌کننده ایرانی به کارخانه ارسال می‌گردد و در قسمت طراحی کارخانه با توجه به رنگ‌های مورد نیاز طراحی و آماده‌سازی صورت می‌گیرد. باید توجه داشت که در کشور ما فعلاً فعالیتی رسمی در زمینه مد وجود ندارد و به تازگی شاهد برگزاری همایش‌ها و نمایشگاه‌هایی در زمینه مد بوده‌ایم که امیدوارم این حرکت‌ها تداوم داشته باشد تا راهگشای صنعت مد گردد. زیرا نیاز تولید مداوم و تداوم صنعت پوشاک، مد است که متأسفانه با تفکر متولیان امر همخوانی چندانی ندارد. واقعیت این است که در صورت عدم ورود مد به صنعت پوشاک، شاهد هیچ‌گونه رشدی در آن نخواهیم بود.

همان‌طور که می‌دانید هر ۶ ماه یک بار با تغییر فصل پوشاک مد نیز تغییر می‌کند و با این تغییر نیاز به محصولات و کالاهای جدید به وجود می‌آید که به این ترتیب مصداق مصرف‌گرایی پیدا می‌کند که این نکته نیز در تفکرات مسئولین جنبه منفی دارد، لذا اگر این تفکرات و شعارها را مد نظر قرار دهیم نباید انتظار پیشرفت در صنعت پوشاک و مد را که صنعتی کاملاً مصرفی است داشته باشیم.

«نحوه ارتباط با مصرف‌کنندگان و سیستم توزیع ...»

محصولات در سطحی قرار داشت که مورد توجه برند ایتالیایی و مصرف‌کنندگان اروپایی قرار می‌گرفت؛ دستیابی به این جایگاه و موقعیت ارزشمند به آسانی میسر نمی‌شود اما حیف که به آسانی از دست رفت!!

البته هنوز از نظر قانونی و حقوقی برند آراین جین متعلق به آقای مهدی رهبری می‌باشد. بنده در آن سال اصرار داشتم که فعالیت آراین جین ادامه داشته باشد ولی ایشان ترجیح دادند که فعلاً فعالیت برند مذکور متوقف شود و این امر اتفاق افتاد؛ به همین دلیل آلمان جین را از ابتدای سال ۹۰ متولد کردم و در جهت ادامه دادن راه آراین جین تمام تلاش خودم را کردم تا کیفیت محصولات و نوع تولیدات همتای محصولات آراین جین باشد.

«در مورد تولیدات آلماجین توضیحاتی ارائه نمائید...»

در ابتدا عرض کنم که برای دستیابی به بالاترین کیفیت در تولید تلاش بر این شد که مواد اولیه مورد نیاز خود را از طریق تولیدکنندگان معتبر کشور ترکیه تهیه کنیم و همچنین سیاست آلماجین بر این اساس است که به هیچ عنوان هیچ کالائی از کشور چین وارد فروشگاه‌های آن نشود و فقط تولیدات درجه یک ایرانی و یا محصولات ترک در فروشگاه ارائه می‌گردد.

تمامی مراحل طراحی، دوخت و تصمیم‌گیری در مورد رنگ‌بندی محصولات توسط پرسنل آلماجین انجام می‌گیرد. محصولات آلماجین در همان محل کارخانه آراین جین تولید می‌شود و همان تیمی که زمانی تولید محصولات



نیست. در مقوله برندینگ علاوه بر تولید و ارائه یک محصول با کیفیت و مطابق مد روز و همچنین ارائه خدمات پس از فروش نکته‌ای که بسیار مهم است «اعتبارسازی» است.

با الصاق مارک هر برند معروفی روی کالای تولیدی نمی‌توان فروش کالا را تضمین کرد بلکه آن عاملی که در برندهای معتبر دنیا منجر به فروش می‌شود اعتماد مردم به آن مارک و در حقیقت به آن برند می‌باشد. علت این که اعتماد مردم نسبت به یک برند افزایش پیدا می‌کند را باید در این نکته جستجو کرد که کیفیت تولید، کیفیت ارائه خدمات، خلاقیت و نوآوری در محصولات آن برند نیز افزایش پیدا می‌کند و به تبع آن مارک‌آپ یا ارزش آن برند افزایش پیدا کرده و باعث افزایش قیمت کالاهای آن برند

**لازمه موفقیت در فروشگاه‌های زنجیره‌ای این است که فروشگاه‌ها چه از نظر نرم‌افزاری و چه از نظر سخت‌افزاری و چه از نظر نیروی انسانی دارای یک شکل واحد و یک رفتار همگون باشند تا مشتری در فروشگاه‌های مختلف احساس بیگانگی نکند.**

می‌شود و به همین علت است که دو کالای مشابه از دو برند متفاوت ممکن است اختلاف قیمت زیادی داشته باشند.

ساخت برند، اتفاقی و خلق‌الساعه و یک‌باره نیست بلکه در طول سال‌های متمادی و بر اثر تلاش و پیگیری‌های خالق آن برند ایجاد می‌شود و به ثمر می‌نشیند؛ به همین خاطر اعتماد مصرف‌کنندگان آن آسان به دست نمی‌آید. در کل هر برندی، ضرر و زیان‌های خاص خودش را دارد و چه بسا برخی از طراحی‌ها و محصولات برندها نیز با اقبال عمومی مواجه نمی‌شود و مورد استقبال مردم قرار نمی‌گیرد.

◀ برنامه‌ای برای افزایش تعداد

### فروشگاه‌های آماجین دارید؟

به نظر من در چند نقطه از تهران جای آماجین خالی است زیرا من رضایت و علاقه مشتریان را نسبت به محصولاتمان لمس کرده‌ام ولی جهت افتتاح شعبات جدید مشکلاتی وجود دارد که اجازه توسعه به من نمی‌دهد. برای افتتاح یک فروشگاه باید عوامل متعددی را در نظر گرفت، در ابتدا محل فروشگاه باید متناسب و درخور شأن یک برند باشد. نکته دوم هزینه‌های تملک یا اجاره فروشگاه می‌باشد که در حال حاضر اجاره بهای املاک در تهران و شهرهای بزرگ بسیار بالاست و همچنین هزینه‌های آماده‌سازی فروشگاه و دکوراسیون نیز قابل توجه می‌باشد؛ به همین خاطر به راحتی نمی‌توان فروشگاه اضافه کرد و در آخر تدارکات و تأمین مایحتاج و کالا نیز نیاز به بلوکه کردن مبلغ قابل توجهی از سرمایه دارد که تا حدودی کار را مشکل می‌کند.

### ◀ سعی می‌کنیم متفاوت باشیم ...

در آماجین به روز حرکت می‌کنیم و طبق نظرسنجی شفاهی و جمع‌آوری نظرات مردم، مشتریان ما را به دقت و توجه ویژه به تنوع رنگ‌ها شناخته‌اند. این طور که معلوم است خوشبختانه رنگ‌های ما مردم را خوشحال کرده است و این امر از نحوه خرید آنان به خوبی مشخص است. مطلب بعد تربیت نیروهای بخش فروش است. نحوه رفتار و تعامل با مردم در قالب برگزاری دوره‌های آموزشی یا جلسات مختلف به فروشندگان آموزش داده می‌شود و نمود این امر در اعلام رضایت مشتری‌ها از فروشندگان کاملاً مشهود است. لازمه موفقیت در فروشگاه‌های زنجیره‌ای این است که فروشگاه‌ها چه از نظر نرم‌افزاری و چه از نظر سخت‌افزاری و چه از نظر نیروی انسانی دارای یک شکل واحد و یک رفتار همگون باشند تا مشتری در فروشگاه‌های مختلف احساس بیگانگی نکند.

در مجموع سعی می‌کنیم متفاوت باشیم و در این زمینه نظرات مردم در روند تولیدات ما بسیار مهم

است. کیفیت بزرگترین کانال تبلیغاتی آماجین محسوب می‌شود؛ ضمن اینکه به فراخور حالمان در عرصه‌های مختلف اقدام به تبلیغات و اطلاع‌رسانی کرده‌ایم.

### ◀ تحریم‌ها تا چه میزان واردات مواد

اولیه مورد نیاز آماجین را تحت تأثیر قرار داده است؟

تحریم‌ها، بی‌تأثیر نیستند. زیرا در بسیاری موارد در داخل کشور تکنولوژی و امکان ساخت یا تولید ملزومات و مواد اولیه موردنیاز خود را نداریم و وقتی نمی‌توانیم این محصولات را وارد کنیم با کمبود تنوع در بخش ملزومات و مواد اولیه مواجه می‌شویم که خود این امر دست تولیدکننده داخلی را برای ایجاد تنوع در تولید می‌بندد. طبعاً این محدودیت در محصولات نهایی تأثیر مستقیم دارد و محصولی تولید می‌شود که تفاوت بسیاری با طرح اصلی ایده‌پردازان و طراحان دارد. متأسفانه در کشور ما تولیدکنندگان امکان چندانی برای مانور در زمینه تهیه ملزومات یا خرج کار پوشاک ندارد این در حالی است که در ترکیه هرگونه سفارشی در کوتاه‌ترین زمان و به تعداد موردنیاز تولیدکننده تهیه می‌شود، به طور مثال من برای تهیه یک نوار کتان مورد نیازم دو روز در بازار جستجو کردم و در آخر یک نوار نزدیک به نمونه اصلی پیدا کرده و هیچ انتخاب دیگری هم نداشتم و یا دیده‌ام که همکاران و دوستان من به صورت چمدانی نیاز خود را از ترکیه خرید کرده و با خود حمل کرده‌اند تا خط تولیدشان نخوابد.

### ◀ مطلب نهایی ...

به نظر من با تغییر دولت مردم نسبت به آینده امیدوارتر شده‌اند و حداقل دیگر منتظر شنیدن اخبار بد و منفی نیستند، به تبع ما صنعتگران و تولیدکنندگان نیز با امید آینده‌ای بهتر منتظر اخبار خوش هستیم، حتی اگر آن را نشنویم.