

## ۴ بیوگرافی و ورود به عرصه تولید

متولد سال ۱۳۶۲ هستم. حدود سیزده سال به واردات پوشاک از چین می‌پرداختم و چهار سالی است که تولید را در ایران آغاز کرده‌ام. در دو سال ابتدای تولید با زیان هنگفتی مواجه شدم اما با تغییر و تحولات مناسب، توانستم این زیان را به حداقل برسانم. خوشبختانه در بخش فروش محصولات به دلیل موقعیت مناسب فروشگاه، فروش به صورت نقدی، کیفیت مطلوب و قیمت مناسب از توانمندی بسیار خوبی بهره‌مندیم. ضمن این که تمام پرسنل بخش فروش پیش از شروع فعالیت، به مدت ۱۰ تا ۱۵ روز آموزش‌های لازم را فرا می‌گیرند. تصمیم دارم تولیدات هانا جین را افزایش دهم و به گسترش فعالیت‌های این مجموعه بپردازم زیرا به تولید علاقه‌مندم و سود بسیار خوبی هم دارد. البته گاهی اوقات حجم مشکلات به اندازه‌ای افزایش پیدا می‌کند که از ورود به عرصه تولید پشیمان می‌شدم اما به لطف خداوند در حال حاضر شرایط به نحوی است که میزان فروش از حجم تولید افزایش یافته که مزیت بسیار خوبی برای یک تولیدکننده محسوب می‌شود.

## ۴ از چه زمانی فعالیت حرفه‌ای در زمینه پوشاک را آغاز کردید؟

به تجربه و دانش عملی در تولید بیش از تحصیلات آکادمیک اعتقاد دارم. تصور می‌کنم هر اندازه دانش عملی و تجربه در تولید افزایش پیدا کند بسیار کارآمدتر و مفیدتر از تحصیلات دانشگاهی است. از سن ۱۵ سالگی وارد بازار کار شدم و بسیاری از مشاغل (پادویی بازار، فنر سازی، فروشندگی و ...) را تجربه کردم بدون این که سرمایه یا پشتوانه مالی خاصی داشته باشم تا این که به اصطلاح سر از کوچه برن (خیابان جمهوری) درآوردم و در کنار یکی از دوستان که به واردات پوشاک از هند می‌پرداخت؛ مشغول کار شدم. مشاهده رنگارنگ لباس‌ها و پارچه‌ها، علاقه خاصی نسبت به صنعت پوشاک را در من به وجود آورد ضمن این که موجب شکوفایی استعداد فوق‌العاده‌ام در بخش فروش شد به طوری که سال ۱۳۸۰ میزان حقوق ماهیانه یک فروشنده معمولی حدود ۶۰ هزار تومان بود در حالی که میزان حقوق من به ۷۰۰ هزار تومان می‌رسید! سال ۱۳۸۲ اولین فروشگاهم را در بازار تهران (پاساژ رضا) به صورت استیجاری راه‌اندازی کردم و پس



## از ورود به عرصه تولید پشیمان نیستم

گفت‌وگو با امین نوری - مدیرعامل شرکت تولیدی هانا جین

## اشاره:

امیدوارم تولیدکنندگانی که این مصاحبه را می‌خوانند به این نتیجه برسند که تولید سودآوری بسیار بیشتری از قاچاق دارد مشروط بر این که موارد فنی و تخصصی تولید را به دقت مدنظر قرار دهند. به شما اطمینان می‌دهم که در آینده نزدیک، فروشگاه‌های متعددی در شهرهای مختلف راه‌اندازی نماییم و در تمام این فروشگاه‌ها عبارت افتخار آفرین «ساخت ایران» را درج خواهیم کرد.

نوری - مدیرعامل هانا جین - یکی از دلایل عدم رشد صنعت پوشاک در ایران را عدم هزینه برای مسائلی مانند آموزش پرسنل، فروشندگان، بازاریابی و تبلیغات صحیح و علمی می‌داند و ادامه می‌دهد: این صنعت نیازمند نیروی جوان است اما در بسیاری از موارد، یک فروشنده پس از شش ماه کار به این نتیجه می‌رسد که بهتر است فروشگاه‌های برای خود راه‌اندازی کند در حالی که یک فروشنده موفق باید چندین سال تجربه کسب کند و به اصطلاح با پیچ و خم‌های کار آشنا شود تا از عهده مدیریت کسب و کار مستقل خود برآید.



در حال حاضر اگر فردی به ما مراجعه کند و پیشنهاد دهد که طبق قرارداد یک‌ساله، روزانه ۴ هزار قطعه محصول به وی تحویل دهیم این پیشنهاد را نمی‌پذیریم زیرا کیفیت کار تحت‌الشعاع سرعت تحویل محصول قرار می‌گیرد؛ اعتقادی هم به مزدی‌دوزی نداریم ضمن این‌که سود طرف مقابل هم باید به‌اندازه‌ای باشد که دفعات بعد هم جهت سفارش به مجموعه ما مراجعه کند.

از دو سال موفق شدم در همین محل (پاساژ رضا) فروشگاه‌های خریداری نمایم و به واردات و فروش پوشاک هندی ادامه دادم. با ۱۹ سال سن مانند سایر بازرگانان باتجربه و حرفه‌ای به بندر ترکمن (مرز اینچه برون) می‌رفتم و توانستم تجربه بسیار ارزشمندی در زمینه واردات و بازرگانی کسب کنم. با توجه به شناخت قبلی و اعتمادی که به من داشتند اجناس را به‌صورت اعتباری از بندر ترکمن تحویل می‌گرفتم و به تهران می‌آوردم. در حالی که سرمایه آن‌چنانی در اختیار نداشتم اما با توکل به خداوند و تلاش مستمر، عزم خود را جزم کردم تا از عهده کسب و کار مستقل برآیم. پس از پنج سال، فروشندگان بندر ترکمن، فروشگاه‌هایی در تهران راه‌اندازی کردند و به‌صورت مستقیم به عرضه محصولات خود پرداختند، به تدریج بازار پوشاک هندی اشباع شد و به‌همین دلیل از این صنف خارج شدم. این بار به فروش شلوار جین و کتان زنانه و مردانه پرداختم. شلوارها را از بانکداران بازار تهران می‌گرفتم و به‌صورت تک‌فروشی در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دادم.

به مرور زمان متوجه شدم در زمینه فروش شلوار جین و کتان به مراتب موفق‌تر از پوشاک هندی هستم شاید به این دلیل که مخاطبان پوشاک هندی، زنان باردار یا زنان میانسال بودند در حالی که اغلب مصرف‌کنندگان شلوار جین و کتان، قشر جوان جامعه بودند و به‌دلیل روابط عمومی بالا و قربات سنی توانستم ارتباط بسیار خوبی با آنان برقرار کنم. به مرور زمان بر فروش شلوار جین و کتان زنانه متمرکز شدم؛ سال ۱۳۸۵ نیز آشنایی و شراکت با آقای چمنی موجب شد با اعتماد به‌نفس و قدرت بیشتری به فعالیت ادامه دهم.

سال‌های ۱۳۸۶ و ۱۳۸۵، واردات بسیاری از کالاها مانند پوشاک، لوازم جانبی موبایل و... از چین، رونق و سود هنگفتی داشت و ما هم تصمیم گرفتیم از چین،

شلوار جین وارد کنیم اما چندان موفق نبودیم و با سود اندک، شلوارها را فروختیم. دفعه بعد تصمیم گرفتیم شخصاً به چین بروم. آن زمان واردکنندگان شلوار جین چینی، ژورنالی از محصولات خود تهیه نمی‌کردند اما ما این کار را انجام دادیم و از تمام نمونه‌های وارداتی، ژورنالی بسیار جامع و باکیفیت مطلوب تهیه کردیم. انجام این اقدام منحصر به فرد و جدید و همچنین نرخ آن زمان یوآن باعث شد سود بسیار خوبی کسب کنیم. ضمن این‌که اجناس به سرعت به فروش رفت و به این ترتیب سرمایه قابل‌توجهی برای ادامه کار به دست آوردیم. به‌دلایلی بخشی از سرمایه خود را از دست دادیم و مابقی هم صرف خرید یکی از بهترین مغازه‌های پاساژ رضا شد. سال ۱۳۸۸ و پس از چند بار واردات از چین، پیش‌بینی کردم که به‌زودی نرخ یوآن افزایش پیدا می‌کند و واردات در این شرایط، سودآوری و توجیه گذشته را نخواهد داشت. دقیقاً چند هفته بعد این اتفاق رخ داد و قیمت دلار و یوآن بالا رفت و بسیاری از واردکنندگان بزرگ و حرفه‌ای که پیش‌بینی چین وضعیت را نکرده بودند با زیان‌های هنگفتی روبرو شدند.

پس از توقف واردات پوشاک چین، برای مدتی اجناس مورد نیاز فروشگاه را از بازار تهران تهیه می‌کردیم تا متوجه استقبال گسترده بازار ایران از ساق شلوار (لگ) شدیم. پارچه آن را از بازار تهیه کردیم و مدتی به دنبال مزدی‌دوز گشتیم که پارچه را برایمان بدوزد و در بازار عرضه نماییم. فروش این محصول فوق‌العاده عالی بود و سود بسیاری خوبی برایمان به همراه داشت. ضمن این‌که متوجه شدیم محصولی که در ایران مد می‌شود تا واردکننده از چین وارد کند، چند ماه به طول می‌انجامد و درحالی‌که تولیدکننده ایرانی ظرف مدت بیست‌روز می‌توانست آن محصول را تولید و روانه بازار مصرف نماید. رونق بازار و فروش سریع باعث شد سفارش حدود ۷۰-۶۰ هزار قطعه ساق شلوار به مزدی‌دوزها ارائه دهیم اما استفاده از سوزن شماره ۲۱ به جای سوزن شماره ۱۷، باعث افت کیفیت محصول نهایی شد به نحوی که پس از چندبار مصرف، شلوار از ناحیه کمر پاره می‌شد، به این ترتیب ما ماندیم و ۷۰ هزار قطعه ساق شلوار بی‌مصرف که فقط مناسب آتش زدن در چهارشنبه سوری بود! مزدی‌دوزهایی که سفارش کار به آنها می‌دادیم اغلب در تریکوبافی

مهارت و تخصص داشتند و تاکنون ساق شلواری ندوخته بودند ما هم که تجربه و تخصصی در تولید نداشتیم و فقط موقعیت‌شناسان بسیار خوبی بودیم و می‌دانستیم اگر چنین شلوارهایی وارد بازار شوند، فروش بسیار خوبی خواهند داشت که همین‌طور هم بود. به این ترتیب تمام سودهای یک‌ساله به زیان تبدیل شد. به این نتیجه رسیدیم که مزدی‌دوزی فایده‌ای ندارد و باید تمام مراحل تولید تحت نظارت خودمان انجام شود تا به کیفیت مدنظر دست یابیم. در حال حاضر هم اگر فردی به ما مراجعه کند و پیشنهاد دهد که طبق قرارداد یک‌ساله، روزانه ۴ هزار قطعه محصول به وی تحویل دهیم این پیشنهاد را نمی‌پذیریم زیرا کیفیت کار تحت‌الشعاع سرعت تحویل محصول قرار می‌گیرد؛ اعتقادی هم به مزدی‌دوزی نداریم ضمن این‌که سود طرف مقابل هم باید به‌اندازه‌ای باشد که دفعات بعد هم جهت سفارش به مجموعه ما مراجعه کند.

پس از توقف سفارش دوخت به مزدی‌دوزها، تولید را با ۳۰ کارگر، یک سرپرست و تعدادی چرخ خیاطی مدرن شروع کردیم. متأسفانه سرپرست کارگاه، دانش و اطلاعات تولید نداشت و به همین دلیل بعضی از نفرت‌اصلی کارگاه را تغییر دادیم، با زیان‌های متعددی روبرو شدیم و حتی سرمایه حاصل از واردات را صرف ماندن در بازار صرف کردیم. واقعیت این است که تولید در ایران برای فردی که شجاعت و جسارت مواجه با زیان‌های مالی و شکست‌های پی‌درپی را ندارد؛ به هیچ‌عنوان مناسب نیست زیرا تولید به‌خصوص در مراحل اولیه، فعالیت بسیار دشوار است و ما هم از این قاعده مستثنی نبودیم؛ دو سال تمام با ضرر و زیان به کار ادامه دادیم و شاید هر کس دیگری جای ما بود، تولید را متوقف می‌کرد. ضمن این‌که تعدادی از شرکاء به محض زیان مالی و مشکلات متعدد، شراکت را به اتمام رساندند و تنها فردی که در روزهای سخت، دوست و همراه همیشگی‌ام بود آقای چمنی است که برای تداوم این شراکت، تلاش‌های بسیاری انجام داد. سال ۱۳۹۲ با لطف خداوند و همکاری صمیمانه دو نفر از دوستان، با آقای باریش - که از ترکیه به ایران آمده بود و دارای تجربه فعالیت در یزد بود - آشنا شدم. روزهای اول، آشنایی چندان با همدیگر نداشتیم اما به‌مرور زمان، اعتماد و احترام خاصی بین ما به وجود آمد و به‌عنوان سرپرست تولید در مجموعه ما مستقر



می‌کردیم، در بازار به قیمت ۴۵ هزار تومان (و حتی کمتر) عرضه می‌شود.

تصمیم گرفتیم به استخراج دلایل قیمت تمام شده بالای تولیدات خود و قیمت ارزان محصولات چینی بپردازیم. پارچه جین و کتان مورد نیاز را به صورت چک مدت‌دار (۳ ماه تا یک سال) از بازار تهران تهیه می‌کردیم که حدود ۱۰ هزار تومان از مشابه چینی، بیشتر بود به همین دلیل در چند ماه اخیر پارچه مورد نیاز را نقدی خریداری کردیم که بخش عمده‌ای از مشکلات ما برطرف شد حتی به سمت واردات مستقیم پارچه نیز حرکت کرده‌ایم. با تمهیدات موثر آقای باریش در بخش ارتقای تولید و افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، هزینه اضافی بخش‌های مختلف تولید کاهش یافت. با اتخاذ چنین تدابیری توانستیم قیمت محصولات خود را به قیمت مشابه چینی رساندیم که این موضوع باعث تعجب بسیاری از تجار و واردکنندگان پوشاک چینی شد! در حال حاضر موفق شده‌ایم کیفیت و قیمت محصولات را به مراتب بهتر، مناسب‌تر و منطقی‌تر از مشابه چینی عرضه کنیم. با کمک آقای باریش کیفیت تولیدات ما روند صعودی را طی می‌کند و از این لحاظ در صنف خود کم‌نظیر هستیم؛ ۱۳ شعبه فروش را در بهترین نقاط بازار تهران مستقر کرده‌ایم که فروش قابل توجهی دارند. نکته جالب توجه این که بسیاری از واردکنندگان پوشاک چینی، به مدیریت پاساژ رضا اعتراض کرده‌اند که «هانا جین با ارزان‌فروشی، مانع کسب و کار آنها می‌شود!» در حالی که تمام اجناس آنها وارداتی چین و ترکیه است و حتی یک قطعه پوشاک ایرانی هم ندارند؛ این یعنی نوبت ماست که باعث آزار و اذیت قاچاق و قاچاقچی شویم! به اعتقاد

سال‌های متمادی زحمت کشیده‌اند و حتی با زیان‌های فراوان نیز روبرو شده‌اند اما از ادامه کار پشیمان نشده‌اند. هم‌چنین نباید در دوران جوانی، صحبت از پشیمانی و توقف تولید را مطرح کرد؛ هر فعالیتی را باید به سرانجام رساند و ... «این دو دیدگاه، موجب شد امیدوارانه‌تر به ادامه تولید نگاه کنم و با همراهی آقای چمنی به تجزیه و تحلیل فعالیت‌های خود (چه هنگام واردات و چه در کسوت یک تولیدکننده) بپردازیم. در نهایت به این نتیجه رسیدیم که باید برای مردم، محصول باکیفیت و ارزان قیمت تولید کنیم.

مطلب بعد این که با مشتریان ارتباط بسیار خوبی برقرار کردیم، کیفیت محصولات را نیز افزایش دادیم اما میزان فروش چندان قابل توجه نبود به همین دلیل به شهرهای مختلف سفر کردم از بانه تا زنجان و بوکان، مهاباد، قزوین و ... تا متوجه مشکل شوم. بسیاری از خریداران زمانی که متوجه می‌شدند قیمت شلوارها صد هزار تومان است از خرید منصرف می‌شدند. پس باید تمهیدی می‌اندیشیدیم تا محصولات با قیمت مناسب در اختیار خریدار قرار گیرد. ابتدا قیمت‌ها را کاهش دادیم تا حدی که سود اندکی برایمان باقی ماند اما بخشی از مشکل فروش حل شد. امروز هم محصولاتمان از آن ارزان‌تر است. برای تداوم این رویه، مشتریان (تک‌فروشی‌ها) را مجاب کرده‌ایم که خرید را به صورت نقدی (و نه اعتباری) انجام دهند. یکی از دلایل عدم توفیق ما در آشنایی مصرف‌کنندگان با محصولات هانا جین، وجود محصولات قاچاق در بازار بود. مشابه وارداتی یک‌دست شلوار که برای ما ۴۵ هزار تومان تمام می‌شد و فاکتور آن را ۶۵ هزار تومان صادر

شد. نخستین تأثیر این همکاری، ارتقای کیفیت محصولات ما بود ضمن این که در ابتدا با ۱۲۳ کارگر، روزانه حدود ۷۰۰ قطعه شلوار تولید می‌کردیم اما پس از الحاق وی به مجموعه ما، طبق استانداردهای بین‌المللی تولید، تعداد کارگران کاهش یافت اما تولید روزانه به ۱۲۰۰ قطعه شلوار رسید.

دوماه نخست سال جاری رکود شدید بازار و هم‌چنین قوانین و مقررات دست و پاگیر بیمه، مالیات، دارایی، وزارت کار و ... باعث شد به توقف تولید فکر کنیم اما توسط یکی از دوستان - آقای افتخاری - با گروه وایبری نساجی امروز آشنا شدم. زمانی که در جریان نظرات مختلف هر یک از تولیدکنندگان پوشاک و توانمندی‌ها و موفقیت‌های آنان قرار گرفتیم؛ از خود پرسیدم پس دلیل عدم موفقیت من در تولید چیست؟! گلابه خود را با دوستان فضای مجازی در میان گذاشتم و گفتم یعنی هیچ‌یک از شما با مشکلی مواجه نیستید و همگی در بهترین شرایط تولید و فروش به سر می‌برید؟! یکی از دوستان - آقای علی‌پور - از مشکلات سوال کرد و پاسخ دادم. وی عنوان داشت: «باید سلیقه و قدرت خرید مردم را مورد توجه قرار دهیم. زمانی که توان مالی مردم پایین است اگر بهترین و باکیفیت‌ترین شلوار جین را هم تولید کنید، نباید انتظار معجزه در فروش را داشته باشید.» متوجه شدم مشکل اساسی ما قیمت بالای محصولات است زیرا قیمت یک شلوار به دلیل استفاده از بهترین پارچه، طراحی، برش دوخت و ... در مغازه تک فروشی، به قیمت صد هزار تومان عرضه می‌شد. یکی دیگر از دوستان - خانم یاسینی - نیز معتقد بود: «قدمت هیچ‌یک از برندهای معتبر دنیا مانند زارا، ماوی و ...، کمتر از بیست سال نیست و مدیران آن



فروش، یک فعالیت بسیار تخصصی است و صرف انتشار آگاهی جذب فروشنده در روزنامه و استخدام چند فروشنده که به استقرار سیستم یکپارچه و قدرتمند فروش منتهی نخواهد شد. بارها اتفاق افتاده که مشتریان (عمده‌فروشی) با هدف مثلاً پنج میلیون تومان وارد فروشگاه‌های ما می‌شوند اما عملاً بیست میلیون تومان خرید می‌کنند!

من باید خودمان (تولیدکنندگان) آستین همت را بالا بزنیم و به امید مبارزه دولت با قاچاق‌نمانیم، تمهیداتی بیندیشیم که قاچاق، توجیه اقتصادی خود را از دست بدهد تا فریاد اعتراض قاچاقچیان بلند شود! در هانا جین تمام تلاش خود را به عمل آورده‌ایم و خوشبختانه به جایگاهی رسیده‌ایم که رقیب جدی واردکنندگان محسوب می‌شویم. زمانی که از فروشگاه‌های خود بازدید می‌کنم؛ مشاهده جمعیت انبوه خریداران علاقه‌مند در فروشگاه ما در حالی که چند فروشگاه آن طرف‌تر که عرضه‌کننده پوشاک چین و ترکیه است، خالی از جمعیت می‌باشد، برایم بسیار لذت‌بخش است. امیدوارم تولیدکنندگانی که این مصاحبه را می‌خوانند به این نتیجه برسند که تولید سودآوری بسیار بیشتری از قاچاق دارد مشروط بر این که موارد فنی و تخصصی تولید را به‌دقت مدنظر قرار دهند. به شما اطمینان می‌دهم که در آینده نزدیک، فروشگاه‌های متعددی در شهرهای مختلف راه‌اندازی نماییم و در تمام این فروشگاه‌ها عبارت افتخار آفرین «ساخت ایران» را درج خواهیم کرد.

هیچ‌گاه فراموش نمی‌کنم در اوج مشکلات مالی و کمبود نقدینگی، حقوق و دستمزد و عیدی کارگران را به هر ترتیب تأمین و پرداخت کردیم و در پایان فقط ۶۰ هزار تومان برایمان باقی ماند اما خوشحال بودیم که کارگر با جیب خالی مقابل خانواده‌اش شرمند و سرافکنده نشده است. روزهای بسیار سختی را پشت سر گذاشته‌ایم که امیدوارم هیچ‌گاه تکرار نشوند برای مثال در برهه‌ای از زمان تصمیم گرفتیم تولید را متوقف کنیم و پس از اتمام جنس در فروشگاه‌ها، به‌طور کامل از این صنف خارج شویم. البته پیش از این تاریخ، یک‌بار دیگر نیز تصمیم داشتیم کارگاه را تعطیل کنیم اما زمانی که چهره برخی از همکاران و پرسنل بسیار پرتلاش، متعهد و دلسوز به بادم می‌افتاد، از این کار منصرف شدم و با خود عهد بستم به هیچ قیمتی نباید این همکاران و نعمات ارزشمند را از دست بدهم. بگذریم....

سه ماهی است که به نقدینگی خوبی دست پیدا کرده‌ایم و به زودی تمام چک‌های ما پاس خواهند شد. صرف‌نظر از مسائل فنی و اقتصادی، نوع برخورد و انرژی مثبت در رفتار با پرسنل بخش تولید و فروش در ارتقای سطح کمی و کیفی تولیدات ما موثر بود. در گذشته، با استرس و نگرانی خاصی از فروشگاه‌ها بازدید می‌کردم و ناخودآگاه این استرس و دلهره به پرسنل نیز منتقل می‌شد اما این رویه را تغییر دادم و روی خوش و انرژی مثبت جای خود را به استرس و نگرانی داد که این موضوع اثر مستقیم بر روحیات و برخورد پرسنل داشت و میزان فروش را تا حد قابل توجهی افزایش

داد. تصمیم هم داریم کارخانه‌ای با ۷۰۰-۶۰۰ کارگر راه‌اندازی نماییم و تا دو سال آینده شاهد تحقق این هدف خواهیم بود.

۴ این تحول بزرگ فقط به دلیل تغییر سیستم تولید از سنتی به صنعتی بود؟

خیر! قیمت تمام شده بسیاری از کارخانه‌های صنعتی بسیار بالاست و کیفیت کالای خارجی را هم ندارد. معتقدم که دستگاه‌های صنعتی، ماشین‌آلات و تکنولوژی جزئی از تولید را تشکیل می‌دهد نه تمام آن را. از مرحله طراحی که بخش اصلی تولید پوشاک را تشکیل می‌دهد تا ایده بسته‌بندی محصول نهایی، چیدمان فروشگاه‌ها، نحوه برخورد با مشتریان و... ارتباطی با تکنولوژی ندارند. فروش، یک فعالیت بسیار تخصصی است و صرف انتشار آگاهی جذب فروشنده در روزنامه و استخدام چند فروشنده که به استقرار سیستم یکپارچه و قدرتمند فروش منتهی نخواهد شد. بارها اتفاق افتاده که مشتریان (عمده‌فروشی) با هدف مثلاً پنج میلیون تومان وارد فروشگاه‌های ما می‌شوند اما عملاً بیست میلیون تومان خرید می‌کنند! تمام مشتریان (حتی اگر خرید هم نکنند)، پذیرایی می‌شوند، مورد احترام فروشندگان قرار می‌گیرند، ژورنال‌های ما را در یک محیط بسیار آرام و موزیک ملایم مشاهده می‌کنند، تمام این موارد حس خرید را به مشتریان القا می‌نماید

امنیت و رفاه کامل در فروشگاه‌های هانا جین برای مشتریان لحاظ کرده‌ایم که محصولات با کیفیت



ایرانی دو سایز بزرگتر از نمونه اروپایی است و همین موضوع را در تولیدات خود لحاظ می‌کنیم و شلوارهای هاناچین دقیقاً منطبق با سایز خانم‌های ایرانی است؛ نکته‌ای که کمتر مورد توجه سایر تولیدکنندگان قرار می‌گیرد و به‌همین دلیل یک مشتری پس از خرید و استفاده از محصولات ما، دوستان خود را هم برای خرید به فروشگاه‌های ما می‌آورند! پس شک نکنید با توکل به خداوند و چنین دقت‌نظری هرگز به دوران رکود باز نخواهیم گشت.

#### ۴ برای صادرات نیز برنامه‌هایی دارید؟

صد درصد! برای صادرات موفق باید برندسازی، افزایش حجم تولید، مطالعه بازار کشورهای مقصد برای اطلاع از نیاز و سلیقه مصرف‌کنندگان را مورد توجه قرار دهیم. ضمن این که در حال حاضر به تأمین بازار داخلی متمرکز شده‌ایم.

#### ۴ مطلب پایانی

از ورود به عرصه تولید پشیمان نیستیم و به پیشرفت روزافزون هاناچین فکر می‌کنم...



است و دغدغه‌های بسیاری برای حفظ امنیت مرزهای کشور را دارد و وظیفه تولیدکنندگان است که به‌اصلاح فرهنگ برخورد با مشتری، افزایش دانش مدیریت و ... بپردازند. اجازه دهید به این نکته هم اشاره کنم که در پاساژ رضا بسیاری از مشتریان، دائمی هستند و هنوز هم به فروشگاه‌های تک‌فروشی آنجا سر می‌زنم؛ میان مشتریان دائمی پاساژ رضا تحت‌عنوان فروشنده پاک شناخته می‌شدم و هیچگاه دنبال مسائل حاشیه‌ای نبودم. در برخی از فروشگاه‌ها، علی‌رغم نصب دوربین مداربسته، این فرهنگ برای فروشنده نهادینه نشده که در محیط کار باید بسیاری از مسائل اخلاقی را مقابل مشتریان خانم رعایت کرد.

#### ۴ تا چه میزان با این ایده موافقید که تعدادی از

برندهای پوشاک تحت‌عنوان یک برند مشترک محصولات خود را عرضه نمایند؟

فکر می‌کنم تولید در این سطح نیازمند وجود استاندارد مشخص و سطح قابل توجهی از کیفیت است که بسیاری از واحدهای پوشاک ما هنوز به این جایگاه نرسیده‌اند. اگر می‌خواهیم به امثال وای کی کی (که برند چندان مطرح ترکیه هم نیست) تبدیل شویم باید سال‌های متمادی تلاش کنیم و برنامه‌ریزی مشخص برای تولید و فروش داشته باشیم.

یکی از دلایل عدم رشد صنعت پوشاک در ایران، عدم هزینه برای مسائل ماندآموزش پرسنل، فروشندگان، بازاریابی و تبلیغات صحیح و علمی است. این صنعت نیازمند نیروی جوان است اما در بسیاری از موارد، یک فروشنده پس از شش ماه کار به این نتیجه می‌رسد که بهتر است فروشگاهی برای خود راه‌اندازی کند در حالی که یک فروشنده موفق باید چندین سال تجربه کسب کند و به‌اصطلاح با پیچ و خم‌های کار آشنا شود تا از عهده مدیریت کسب و کار مستقل خود برآید.

#### ۴ تدبیری اندیشیده‌اید که بار دیگر به دوران رکود بازنگردید؟

در هر دورانی از زندگی، سه عامل موجب نجات انسان می‌شود حفظ اعتبار، تجربه و تخصص در کار. اگر به ۳ سال پیش بازمی‌گشتم، اطمینان داشته باشید که تعداد پرسنل هاناچین به ۶۰۰ نفر می‌رسید. با تحقیق و مطالعه به این نتیجه رسیده‌ایم که سایز شلوار خانم‌های

مطلوب و قیمت مناسب در اختیارشان قرار می‌گیرد. وقتی نیاز و سلیقه مردم را درک کنید، مردم نیز شما را درک خواهند کرد و مشاهده خواهید کرد که مقابل فروشگاه‌های برندهای ایرانی صف خواهند بست. همان‌طور که می‌دانید در اغلب فروشگاه‌ها عنوان می‌شود که جنس فروخته شده، تعویض ندارد و پس گرفته نمی‌شود اما در فروشگاه‌های هاناچین هم جنس فروخته شده را پس می‌گیریم و هم آن را تعویض می‌کنیم! محدودیتی هم برای تعویض و عودت تعیین نمی‌کنیم. مشتری اطمینان دارد که در فروشگاه‌های هاناچین به اصطلاح سرش کلاه نمی‌رود و بارها اتفاق افتاده که یک‌نفر چند روز پس از خرید، با چند مشتری دیگر به فروشگاه می‌آیند. مردم وقتی متوجه می‌شوند قیمت و کیفیت یک محصول با هم همخوانی ندارد، آن محصول را نمی‌خرند چون به دنبال تهیه محصول با کیفیت و قیمت مناسب هستند وقتی چنین محصولی در ایران وجود دارد چرا باید فرسنگ‌ها از کشور دور شوند تا پوشاک ترک بخرند؟!!!!

#### ۴ در حال حاضر سیستم تک‌فروشی در ایران چه

وضعیتی دارد و چه اقداماتی می‌توان برای بهبود و پیشرفت آن انجام داد؟

برای موفقیت در تک‌فروشی، ابتدا باید دکوراسیون بسیار جذاب و چشمگیری تهیه کرد. در دکوراسیون فروشگاه پوشاک زنانه باید از رنگ‌های شاد و روشن استفاده کرد و نحوه چیدمان محصولات به نحوی باشد که احساس راحتی و آرامش به مشتری دست بدهد. تمام محصولات به یک نحو در ویترین فروشگاه قرار بگیرند، طرز برخورد، رفتار و حرکات فروشنده باید اصلاح شود. مشتری باید با روی خوش مورد استقبال قرار گیرد حتی اگر به خرید هم منتهی نشود. مشتریانی که وارد فروشگاه ما می‌شوند با خوشحالی و رضایت خرید می‌کنند. برایشان باور کردنی نیست که یک محصول ایرانی کیفیت بهتر و ارزان‌تر از محصول خارجی داشته باشد. خریدار باید در فروشگاه از رفتار، برخورد و حتی نوع پوشش فروشنده احساس امنیت کند. نمی‌توان در دنیای امروز به تولید و فروش به شیوه سنتی ادامه داد اما مرتب از عدم حمایت دولت گلایه کرد، برخورد نامناسب با مشتری و عدم توجه به دکوراسیون که دیگر ربطی به دولت ندارد! دولت، سیاستگذار کلان