

درک نیاز مشتری و ارائه طرح‌های جدید در دنیای کفپوش‌ها



تهیه و تنظیم: سید ضیاءالدین امامی رفوف

۴ ضمن معرفی مقدماتی شرکت Bensiva، به محصولات، فعالیت‌ها، اهداف و چشم‌اندازهای آن اشاره نمایید.

شرکت بنسیوا در ابتدای سال ۱۳۹۷ توسط بنده با تکیه بر سابقه فعالیت در حوزه تامین و تولید مواد اولیه صنعت نساجی و همچنین علاقه‌مندی به حوزه فرش، با مشارکت و همکاری مهندس لطیفی -از طراحان فعال در حوزه فرش- و با همکاری تیمی از نیروهای حرفه‌ای طراحی، بازاریابی و مشاوران برجسته در حوزه فرش تاسیس شده است. هدف این شرکت صادرات فرش ماشینی بر مبنای درک نیاز مشتری و استفاده از طرح و نقش‌های متنوع و جدید بوده است که با تحقق این هدف، قابلیت رقابت با کشورهای پیشرو در این صنعت را داشته باشد.

۴ نمایشگاه دمو تکس ۲۰۲۰ را از نظر ارائه محصولات جدید، طراحی‌های متنوع و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های مدرن در ارائه کفپوش‌های نسجی (به خصوص چاپ دیجیتال) چگونه ارزیابی می‌کنید؟

نمایشگاه دمو تکس آلمان در زمینه فرش و کفپوش و معماری در جهان فعالیت می‌کند و تولیدکنندگان و تجار ایرانی نیز در این نمایشگاه، فرش‌های دستباف و ماشینی خود را در معرض نمایش قرار می‌دهند. سابقه حضور تجار ایرانی در این نمایشگاه دارای قدمت بسیاری است و فرش‌های دستباف و ماشینی ایران در این نمایشگاه بسیار معروف هستند؛ به طوری که در چند دهه اخیر، ایران توانسته جایگاه خود را در عرضه آنها به دست آورد.

محصولات جدید همانند سال‌های گذشته توسط شرکت‌های با سابقه و حتی شرکت‌های جدیدتر با درک نیاز مشتری و براساس شناخت دقیق بازارها از بابت طرح‌های جدید و با تلفیق رنگ‌های جذاب‌تر و با تعداد محدودتر رنگ و همگون در قالب فرش‌های سبک‌تر و با پایل کوتاه و بعضاً با نخ‌های با ظرافت کم، عرضه گردیده‌اند.

گفت‌وگو با مهندس شهرام شاه بابایی - رئیس هیئت مدیره شرکت بنسیوا

اشاره:

مهندس شاه‌بابایی هدف از شرکت در دمو تکس ۲۰۲۰ را شناخت دقیق مشتریان با فرهنگ‌ها و اقلیم‌های متنوع و درک بهتر از بازار فرش جهانی و کسب مهارت و پیدا کردن اثرگذاری مناسب برای سال‌های بعد عنوان کرد و گفت: «از آنجا که ایران در نمایشگاه هانوفر، فاقد پایوبون (علی‌رغم اینکه ایران را به عنوان کشور صادر کننده فرش دستباف و ماشینی در جهان می‌شناسند) بوده، مساعدتی در خصوص پرداخت هزینه‌ها وجود نداشته و طبعاً آجاره فضای نمایشگاهی و هزینه‌های انتقال نمونه کالا و سایر هزینه‌ها بسیار بالا بوده که معمولاً در سال اول شرکت در نمایشگاه جز برای شرکت‌کننده‌ای که با اقبال خوب در جذب مشتری روبرو گردیده باشد، توجیه اقتصادی نخواهد داشت.»
وی اضافه کرد: «سابقه حضور تجار ایرانی در این نمایشگاه دارای قدمت بسیاری است و فرش‌های دستباف و ماشینی ایران در این نمایشگاه بسیار معروف هستند؛ به طوری که در چند دهه اخیر، ایران توانسته جایگاه خود را در عرضه آنها به دست آورد.»

به لحاظ محدودیت‌ها و مشکلات موجود، امکان شرکت در نمایشگاه را نخواهند داشت ولی کالای تولیدی‌شان می‌تواند بخشی از بازار یا پتانسیل لازم را برای عرضه دارا باشد و Bensiva می‌تواند این خلأ را پر نماید.

۴ بازدیدکنندگان این نمایشگاه بیشتر چه کسانی بودند؟ بازدیدکنندگان چه کشورهایی بیشتر از غرفه شرکت شما بازدید به عمل آورند؟

اکثریت بازدیدکنندگان این نمایشگاه افراد متخصص و صاحب سبک در صنعت فرش و نساجی بوده‌اند. علاوه بر متخصصین در این نمایشگاه به عنوان بازدیدکننده، از دیگر شهرهای آلمان نیز در این نمایشگاه حضور یافته بودند. بازدیدکنندگانی از کشورهای آلمان، چین و هند در غرفه Bensiva حضور یافتند.

۴ به محصولاتی عرضه شده توسط Bensiva در دموتکس هانوفر اشاره نمایید. استقبال مخاطبان چگونه بود؟

در این نمایشگاه شرکت Bensiva فرش‌های ماشینی خود با طراحی ویژه را ارائه نموده بود و استقبال خوبی صورت گرفت.

۴ آیا جهت حضور در دموتکس از حمایت‌های دولتی نیز بهره‌مند شدید یا این حضور با تکیه بر سرمایه‌های بخش خصوصی شرکت بود؟ شرکت Bensiva جهت حضور در نمایشگاه از حمایت‌های دولتی بهره‌مند نشده و با تکیه بر سرمایه خصوصی در نمایشگاه شرکت کرده است.

۴ در دوره‌های بعدی دموتکس هانوفر نیز به عنوان غرفه‌دار حضور خواهید یافت؟ با توجه به اهداف ذکر شده برای حضور در دموتکس، شرکت Bensiva در سال‌های بعدی نیز شرکت خواهد نمود.



با فرهنگ‌ها و اقلیم‌های متنوع و درک بهتر از بازار فرش جهانی و کسب مهارت و پیدا کردن اثرگذاری مناسب برای سال‌های بعد بوده است.

۴ آیا حضور غرفه‌های ایرانی در دموتکس هانوفر از نظر اقتصادی و فنون بازاریابی رقابتی مناسب به نظر می‌رسد؟ با توجه به تحریم‌ها و دشواری‌های انتقال پول، چگونه معاملات انجام می‌شود و اصولاً خریداران بین‌المللی بر چه مبنایی حاضر به معامله با ایران می‌شوند؟

از آنجا که ایران در نمایشگاه هانوفر، فاقد پایون (علی‌رغم اینکه ایران را به عنوان کشور صادرکننده فرش دستباف و ماشینی در جهان می‌شناسند) بوده، مساعدتی در خصوص پرداخت هزینه‌ها وجود نداشته و طبعاً اجاره فضای نمایشگاهی و هزینه‌های انتقال نمونه کالا و سایر هزینه‌ها بسیار بالا بوده که معمولاً در سال اول شرکت در نمایشگاه جز برای شرکت‌کننده‌ای که با اقبال خوب در جذب مشتری روبرو گردیده باشد، توجیه اقتصادی نخواهد داشت. بسیاری از تولیدکنندگان

۴ چه کشورهایی در بخش فرش ماشینی و دستباف پرچمدار و پیشرو بودند؟ حضور شرکت‌های ترکیه، چین و هند را چگونه مشاهده کردید؟

این نمایشگاه مشتمل بر ۱۱۰۵ غرفه در ۱۱ سالن برگزار گردید که اغلب از پنج کشور آلمان، ترکیه، چین، هند و ایران در آن شرکت نموده بودند البته ۱۶۴ شرکت از آلمان، ۱۹۱ شرکت از ترکیه، ۴۳۲ شرکت از چین، ۲۹۸ شرکت از هند و ۲۰ شرکت از ایران حضور داشته‌اند. از ۲۰ شرکت ایرانی حاضر در نمایشگاه، ۶ شرکت در حوزه فرش دستباف و ۱۴ شرکت در حوزه فرش ماشینی فعالیت داشته‌اند.

در این نمایشگاه شرکت‌های هندی، چینی و ترک خیلی جدی حاضر شده بودند و تلاش داشتند سهم بازارشان را در سطح بین‌المللی توسعه بدهند.

۴ هدف شما از حضور در دموتکس به عنوان یکی از غرفه‌داران ایرانی چه بود و تا چه اندازه به اهداف خود دست یافتید؟

هدف از شرکت در نمایشگاه، شناخت دقیق مشتریان