



## موفقیت، اتفاقی نیست



تهیه و تنظیم: مینا بیانی

اشاره:

مدیرعامل گروه مهندسی بازرگانی معتمدتکس عنوان می‌کند: «توقف در روند رشد و توسعه بی‌معناست و اگر یک مجموعه صنعتی طی یک‌سال اخیر هیچ پیشرفت و تحولی در روند تولید، فروش، بازاریابی و ارائه محصولات خود به وجود نیاورد، به تدریج خطر توقف و تعطیلی را احساس خواهد کرد. اهمیت این موضوع فراتر از خرید ماشین‌آلات مدرن است زیرا تفکر یک مدیر، مسیر حرکت مجموعه را هدایت می‌نماید نه ماشین‌آلات که صرفاً بخشی از تولید محسوب می‌شوند.» وی در مورد صنعت نساجی ایران و ترکیه گفت: «حجم تولیدات نساجی (نخ پنبه‌ای، پلی‌استر، تکسچره، الیاف، فرش ماشینی و ...) به مراتب بیشتر از ترکیه است ولی جایگاه خود را در بازارهای جهانی از دست داده‌ایم که این مشکل اصلی صنعت ماست.» به گفته مهندس معتمدی، موفقیت اتفاقی نیست یک علم است و اگر آن را فرا بگیرید، دستیابی به موفقیت حتمی است. مشروح این گفت‌وگو از نظر تان می‌گذرد:

گفت‌وگو با مهندس رضا معتمدی - مدیرعامل گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس

چندسال بعد به خوزستان بازگشتم و با تغییر کاربری شرکت قبلی، شرکت فنی و مهندسی پارس ارون، را در زمینه پیمانکاری پروژه‌های صنعتی و تأسیساتی تأسیس کردم و در مدت سه سال، حدود ۱۹ پروژه برای منطقه آزاد ارون شرکت نفت ایرانول، دانشگاه علوم پزشکی و شهرک صنعتی آبادان به انجام رساندم. سال ۱۳۹۷ ایده تأسیس یک شرکت بین‌المللی خارج از کشور به ذهنم خطور کرد به همین دلیل سال ۱۳۹۸ پس از شش ماه مطالعه و تحقیق مفصل پیرامون کار و زندگی در چندین کشور، علی‌رغم تمکن مالی و شغل مناسب به ترکیه مهاجرت کردم چون دسترسی به بازارهای اروپا از طریق این کشور آسان و هزینه‌های شروع کار نیز نسبتاً پایین است؛ ضمناً به دلیل نزدیکی جغرافیایی به وطن، دشواری سال‌های اول مهاجرت را قابل تحمل می‌کرد. در ابتدا چشم‌انداز روشن و شفاف برای فعالیت مشخص نبود و به بررسی نیاز بازار ایران پرداختم.

مجوزهای مرتبط از اداره صنایع و منطقه آزاد دریافت کردم اما متأسفانه به دلیل عدم همکاری سرمایه‌گذار، فعالیت شرکت متوقف ماند. در ادامه تصمیم گرفتم از خوزستان به اصفهان مهاجرت کنم و حدود یک‌سال مدیریت سالن بافندگی «شرکت به‌بافت» و سپس مدیریت کنترل کیفیت شرکت «تیکو نساج» به مدیریت آقای ایران‌نژاد را برعهده گرفتم. در ادامه همکاری‌ام را با «شرکت نوین بافت- تولیدکننده پارچه حوله‌ای» به‌عنوان مشاور تولید ادامه یافت و تجارب موفق و ارزشمندی در صنعت نساجی به دست آوردم. آن زمان مدیران واحدهای نساجی اعتقاد چندانی به بهره‌مندی از مشاور در جهت افزایش بهره‌وری و افزایش کیفیت محصول نداشتند و شخصاً تمام مراحل تولید اعم از خرید مواد اولیه، حسابداری، بازرگانی، انبارداری و ... را انجام می‌دهند، این تفکر، نقطه ضعف بزرگ نساجی کشور به شمار می‌آید که همچنان لاینحل باقی مانده است.

۴ بیوگرافی و شروع فعالیت در صنایع نساجی متولد سال ۱۳۵۹ در شهر آبادان و فارغ‌التحصیل رشته مهندسی تکنولوژی نساجی از دانشگاه آزاد کاشان هستم. پس از اتمام تحصیلات دانشگاهی و خدمت سربازی به دنبال فعالیت در شرکت‌های نساجی بودم و علاقه خاصی به فراگیری دانش مدیریت و مشاوره داشتم. به طور حرفه‌ای کارم را به‌عنوان مشاور ماشین‌آلات دوخت در «شرکت بردیا جنوب» شروع کردم و سه سال در این مجموعه که تولیدکننده پوشاک صنعتی بود؛ به کسب تجربه پرداختم. این شرکت در حال حاضر با شرکت‌های معتبر کشور همچون پالایشگاه اصفهان، پالایشگاه آبادان، شرکت ملی حفاری ایران و ... در زمینه تأمین البسه ضد حریق و صنعتی همکاری می‌کند. سپس در شهرک صنعتی آبادان، شرکت «شرکت صنایع پلی‌استر پارس ارون» را با هدف تولید الیاف پلی‌استر بازبافتی، راه‌اندازی و کارت بازرگانی،

بازدید و با مشتریان خود مذاکرات گسترده‌ای انجام دادیم، چون برای توسعه هر کسب و کاری دو آیتم بسیار مهم و حیاتی یعنی «افزایش سطح ارتباطات با مخاطبان» و «شبکه‌سازی» باید مدنظر قرار گیرد و حضور در نمایشگاه‌های تخصصی یکی از ارکان مهم شبکه‌سازی است.

طی سه سالی که از فعالیت معتمدتکس سپری می‌شود به بیش از ۴۰ شرکت فعال در صنعت نساجی، ماشین‌آلات و قطعات یدکی متنوعی عرضه کرده‌ایم در زمینه فروش و ارائه خدمات به مشتریان اعتقاد خاصی به قانون ۸۰/۲۰ داریم.

طبق این قانون ۸۰ درصد از فروش مجموعه از قبیل فروش به تنها ۲۰ درصد از مشتریان به دست می‌آید؛ پس بهتر است برای رسیدن به موفقیت و بهره‌وری بیشتر، تمرکز و انرژی اصلی خود را روی آن ۲۰ درصد از مشتریان می‌گذاریم.

راه‌اندازی سایت تخصصی معتمدتکس در زمینه ماشین‌آلات و قطعات یدکی نساجی، اخبار نساجی و مقالات علمی یکی دیگر از دستاوردهای ما در این سه سال فعالیت محسوب می‌شود زیرا در عصر اطلاعات قرار داریم و مشتریان ما به اطلاعات به‌روز ماشین‌آلات و تکنولوژی نیازمند هستند.

در راستای گسترش بازار هدف و توسعه خدمت‌رسانی به شرکت‌های فعال نساجی ایران، اهداف مختلفی از جمله برگزاری همایش‌های تخصصی در کاشان، یزد، اصفهان و بعدتر تهران را مدنظر قرار داده‌ایم؛ به این ترتیب با دعوت از مخاطبان اصلی، اهداف خود را به آنان اعلام می‌کنیم زیرا معتقدیم تأثیرگذاری برگزاری همایش در جذب مخاطب به مراتب بیشتر از تقبل هزینه‌های گزاف اجاره غرفه (به صورت ارزی) در نمایشگاه نساجی است.

«وقتی پس از گذشت چند سال کار در صنعت نفت و پالایشگاه، بار دیگر در صنعت نساجی مشغول فعالیت شدید، ارزیابی شما از وضعیت و شرایط این صنعت چه بود؟ شاهد چه تغییرات و تحولاتی در نساجی بودید؟ از نظر مسائل فنی، تخصصی و تکنولوژیکی فاصله بسیاری با نساجی ترکیه داشت؟

واقعیت این است که اگر با موج گسترش علم و فنون

توقف انتقال بارهای زمینی و هوایی میان ترکیه و ایران، کاهش قطعات یدکی مورد نیاز واحدهای تولیدی به یکی از مشکلات اساسی صنعتگران کشور تبدیل شد. پس از مطالعات فراوان، یافتن مشتریان، آشنایی با رقیبان و بخش‌بندی بازار بر حوزه ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی متمرکز شد چون بیشترین حجم قطعات مصرفی نساجی را به خود اختصاص می‌دهد.

طبعاً در بدو امر کارخانه‌های بزرگ نساجی به یک شرکت کوچک تازه تأسیس، اعتماد چندانی نداشتند لذا به اعتمادسازی مشتریان پرداختیم زیرا حدود ۷۰ درصد خریدها بر پایه اطمینان و اعتماد شکل می‌گیرد و یکی از ارکان اصلی فروش در کنار «ایجاد ارتباط» و «تأثیرگذاری»، «مقاوم‌سازی مشتریان است.

«در زمینه ایجاد اعتماد از چه مکانیسم‌هایی استفاده می‌کردید؟

با مطالعه تجربیات اساتید اثرگذار در دنیای بازاریابی و فروش مانند پیتر دراگر، فیلیپ کانلر، برایان تریسی و... آموختیم که در مرحله اول ارتباط برقرار کنیم. تیرماه ۱۳۹۹ به ایران آمدم و از تمام کارخانه‌هایی که از قبل با آنها تماس تلفنی داشتیم؛ بازدید به عمل آوردم تا به اثرگذاری و مقاوم‌سازی آنان بپردازم در این میان با «آقای مهندس وحید میرزایی» آشنا شدم و سهم بزرگی از موفقیت امروز را مدیون همراهی و تلاش‌های ایشان هستیم. آن زمان به صورت نیمه‌وقت به‌عنوان شریک تجاری فعالیت داشتند و توانستیم در کنار همدیگر یک تیم موفق تشکیل دهیم.

یکی از رموز موفقیت، تیم‌سازی است و اگر نتوانید تیم توانمندی تشکیل دهید بخش عمده‌ای از مسیر موفقیت را طی کرده‌اید. به تدریج ارتباطات خوبی با کارخانه‌های نساجی یزد، اصفهان، تهران، کاشان و شمال کشور برقرار نمودیم و توانستیم در سال دوم فعالیت دو دستگاه بافندگی فرش، ماشین‌آلات ریسندگی و قطعات یدکی ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی به مشتریان خود عرضه کنیم که برای یک شرکت نوپا جهش بزرگی به شمار می‌رفت.

سال ۱۴۰۰ در نمایشگاه‌های نساجی تهران شرکت کردیم و همچنین از نمایشگاه صنعت نساجی اصفهان

«برایان تریسی» معتقد است شغل اصلی و اولیه هر فردی فارغ از زمینه فعالیت، بازاریابی است چون باید برای موفقیت در هر کسب و کاری، بازار آن را به خوبی بشناسید. در کنار فعالیت‌های حرفه‌ای صنعت نساجی، علاقه خاصی به مباحث مدیریت، توسعه فردی، بازاریابی و فروش و مذاکره دارم و معتقدم مدیرعامل یک شرکت در وهله نخست باید فروش را بلد باشد چون همیشه انرژی از رأس هرم به سایر اجزاء منتقل می‌شود.

مدتی در چندین شرکت به‌عنوان مشاور کار کردم اما از نظر روحی برایم چندان اکتان‌کننده نبود. در همین اثنا اپیدمی کرونا، دنیا را درگیر و مردم تمام کشورها را خانه نشین کرد و مطالعات این مدت باعث پی‌ریزی شرکت معتمدتکس (ابتدا در حد یک صفحه اجتماعی) در اسفند ۱۳۹۸ شد. در ماه‌های اولیه اپیدمی کرونا محدودیت‌های بسیاری در رفت و آمد و خرید از فروشگاه‌ها اعمال می‌شد و تقریباً اغلب مغازه‌ها در ترکیه تعطیل بود.

در این مدت هر روز لباس رسمی بر تن می‌کردم و در یکی از اتاق‌های منزل به‌عنوان دفتر کار به مطالعه و توسعه فعالیت‌های خود می‌پرداختم و سعی می‌کردم ارتباطات گسترده با شرکت‌های ایرانی برقرار نمایم زیرا به کار خود اطمینان و باور قلبی داشتم.

در این زمینه شاید داستان جالب ادیسون و مادرش را شنیده باشید. زمانی که ادیسون به مدرسه می‌رفت، معلم نامه‌ای به وی داد که به مادرش بدهد و گفت این نامه را فقط مادرت بخواند. ادیسون نامه را به مادرش داد و گفت این نامه را معلم به من داده. در نامه نوشته شده بود: «با کمال تأسف باید بگویم فرزندان کودن است و هیچ‌گونه استعدادی برای ادامه تحصیل و درس خواندن ندارد. مدرسه ما نیز جای افراد ابله و کودن نیست و از فردا او را به مدرسه راه نمی‌دهیم.» ولی مادر ادیسون متن نامه را به این شکل برای فرزندش خواند: «فرزند شما نابغه و باهوش است و مدرسه ما توان آموزش به فرزندان را به خاطر داشتن هوش بالا ندارد. شما باید شخصاً خودتان به او آموزش دهید.» همین باور قلبی باعث شد بدون این که ادیسون درس فیزیک، مکانیک و برق بخواند، هزاران اختراع به ثبت برساند.

در دوران تشدید کرونا به دلیل تعطیلی گمرکات و



پنجم بهمن ماه ۱۴۰۱، هتل نگارستان کاشان



موفقیت اتفاقی نیست یک علم است و اگر آن را فرا بگیرید، دستیابی به موفقیت حتمی است. با برگزاری همایش‌های تخصصی، متفاوت‌تر از رقیبان به فعالیت ادامه می‌دهیم و این تفاوت، تمایز فروش را به وجود می‌آورد.

در فروش باید یک ارزش پیشنهادی به مشتریان ارائه نمایید؛ یک ارزش تمام نشدنی و متفاوت با سایرین. برای مثال فروشنده خودکار فراوان است ولی خریدار دوست دارد آن را از جایی تهیه کند که غیر از خودکار، حس خوشایندی به وی ارائه دهد و ممکن است این حس خوشایندی یک ارتباط مطلوب یا ایجاد ارزشی خاص باشد.

پیتر دراگر - پدر علم بازاریابی دنیا - معتقد است مشتری از بین نمی‌رود بلکه از یک شرکت به شرکت دیگر می‌رود! یک مشتری علی‌رغم تمام تحریم‌ها و محدودیت‌های مالی همیشه به قطعات مصرفی دستگاه‌ها نیاز دارد و ترجیح می‌دهد نیاز خود را از فروشنده‌ای تأمین کند که تأثیر خوبی در ذهن وی باقی بگذارد.

مطلب پایانی این که عنوان اصلی مجموعه ما «گروه بازرگانی معتمدی» است و معتمدتکس صرفاً به فعالیت در نساجی اختصاص دارد اما در نظر داریم به صورت تخصصی و با تیمی کاملاً مجزا در زمینه‌های دیگر وارد بازارهای ایران شویم.

استراتژی ما بین‌المللی شدن این مجموعه، راه‌اندازی دفاتر متعدد در اروپا و استانبول، تربیت و آموزش نیروهای توانمند و حرفه‌ای در بخش فروش است که امیدوارم به آنها دست پیدا کنیم.

در پایان تشکر می‌کنم از تیم حرفه‌ای مجله نساجی امروز که زحمت انجام این مصاحبه را کشیدند و یک‌سال تبلیغات خود را به آنها سپردیم و بسیاری از این همکاری راضی هستیم.

به‌عنوان یک خبر خوب بعد از برگزاری همایش بزرگ نساجی با همکاری شرکت سرای ایریشم در شهرکاشان که در بهمن امسال بود؛ این وعده را می‌دهیم که پس از آن در شهرهای یزد و اصفهان همزمان با برپایی نمایشگاه صنعت نساجی در این دو شهر منتظر برگزاری همایش‌های بعدی ما باشید.

نهایت فرشی با قیمت مناسب و تعداد شانه پایین تهیه می‌کند تا رضایت مشتریان خود را حفظ نماید؛ این همان شناخت نیاز مشتریان از اصول اولیه بازاریابی است.

نکته دیگر این که صنعتگر ترکیه سودهای حاصل از فروش محصولات خود را به سرمایه‌گذاری جهت نوسازی خطوط تولید کارخانه اختصاص می‌دهد ولی شغل دوم برخی صنعتگران ایرانی، ساختمان‌سازی و املاک است!

«مسائل برون‌سازمانی مانند تحریم‌ها، مشکلات اقتصادی و حتی تصمیمات سیاسی تا چه میزان در روند فعالیت‌های تولیدی و صادراتی یک مجموعه ایرانی موثر هستند؟

قطعاً سیاست‌های حمایتی دولت و روابط ترکیه با اروپا در رشد و پیشرفت صنعت نساجی این کشور موثر بوده و در کنار کارخانه‌های بزرگ ترکیه، شرکت‌های دانش بنیان متعددی به تولید قطعات صنعتی می‌پردازند که کیفیت آنها در بسیاری از موارد هم‌تراز نمونه‌های اروپایی است.

«چشم‌انداز معتمدتکس»

با راه‌اندازی دفتر آلمان و همکاری با برندهای مطرح ماشین‌سازی اروپا همچون زینسر، زاورر، تروشلر، تکس پارتس، سوپن و ... سطح خدمت‌رسانی به مشتریان ایرانی را ارتقا خواهیم داد.

در تمام صنایع همگام شوید، در بازار ماندگار خواهید شد.

توقف در روند رشد و توسعه بی‌معناست و اگر یک مجموعه صنعتی طی یک‌سال اخیر هیچ پیشرفت و تحولی در روند تولید، فروش، بازاریابی و ارائه محصولات خود به وجود نیاورد، به تدریج خطر توقف و تعطیلی را احساس خواهد کرد.

اهمیت این موضوع فراتر از خرید ماشین‌آلات مدرن است زیرا تفکر یک مدیر، مسیر حرکت مجموعه را هدایت می‌نماید نه ماشین‌آلات که صرفاً بخشی از تولید محسوب می‌شوند.

در مورد صنعت نساجی ایران و ترکیه هم باید بگویم حجم تولیدات نساجی (نخ پنبه‌ای، پلی‌استر، تکسچره، الیاف، فرش ماشینی و ...) به مراتب بیشتر از ترکیه است ولی جایگاه خود را در بازارهای جهانی از دست داده‌ایم که این مشکل اصلی صنعت ماست.

صنعتگران ترکیه شناخت کاملی از بازار و مخاطبان جهانی خود دارند در حالی که ما همچنان به مسابقه افزایش تعداد شانه فرش ماشینی ادامه می‌دهیم. در ترکیه فرش بیشتر از ۵۰۰ شانه (آن هم با قیمت مقرون به صرفه) تولید نمی‌شود زیرا این محصول یک کالای مصرفی است.

متأسفانه وقتی در نمایشگاه‌های خارجی با فرش‌های ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه شرکت می‌کنیم؛ ممکن است تاجر اروپایی از غرفه‌های ایرانی بازدید به عمل بیاورد و از تماشای فرش‌های شکیل و زیبا لذت ببرد اما در