

گفتگوی اختصاصی پنجره‌ایرانیان با مدیرعامل هونام ابزار نوین؛

گام مشترک، هدف مشترک



اشاره

هونام ابزار نوین یکی از باسابقه‌ترین شرکت‌های ایرانی فعال در صنعت دروپنجره است که تلاش می‌کند از طریق همکاری با برندهای معتبر ترک و اروپایی و ارائه کامل‌ترین سبد توزیع یراق‌آلات دروپنجره، خدمات مطلوب و متنوعی به مشتریان ارائه دهد. برندهای مطرح و معتبری همچون GU آلمان با قدمتی بیش از یک قرن با کامل‌ترین نوع بازشوها و تنوع سیستم‌ها، MASTER ایتالیا عرضه‌کننده یراق‌آلات آلومینیوم با نوآوری و کیفیت برتر، ACCADO ترکیه برترین یراق‌آلات تولیدی دروپنجره‌های یوبی‌وی‌سی، نوار درزگیر SECIL بهترین نوار درزگیر مورد استفاده کارخانه‌های اروپا و نهایتاً KAYA-PEN تولیدکننده دستگیره‌های دروپنجره از جمله برندهایی هستند که هونام ابزار نوین با ارائه آنها به بازار و صنعت دروپنجره کشور در راستای کیفیت‌بخشی به مصنوعات و محصولات این صنعت گام برمی‌دارد. هونام ابزار نوین در آستانه دهه دوم فعالیتش و به‌منظور ارتقاء کیفیت خدمات فنی و آموزشی اقدام به برگزاری کارگاه آموزشی نصب یراق‌آلات آلومینیوم و یوبی‌وی‌سی کرد و با رونمایی از سایت اینترنتی جدید شرکت تلاش کرد تا از طریق ارائه آموزش‌های هم‌زمان حضوری و مجازی در کنار فعالیت اصلی شرکت، پاسخگوی نیازهای مشتریان خود باشد. در ادامه چنین فعالیت‌هایی شرکت هونام ابزار نوین به‌تازگی تصمیم به راه‌اندازی کمپینی به نام «گام مشترک» گرفته است. نشریه پنجره‌ایرانیان ضمن استقبال از فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه‌ای که در این روزها می‌تواند گره‌گشای گوشه‌ای از مشکلات عدیده صنعت و بازار دروپنجره کشور باشد، به سراغ مدیران توانا و پرتلاش هونام ابزار نوین رفته تا برای آگاهی مخاطبان نشریه و فعالان صنعت دروپنجره از اهداف و انگیزه‌هایی تشکیل این کمپین گپ‌وگفتی با مهندس علیرضا تقی‌زاد، مدیرعامل مجموعه هونام ابزار نوین ترتیب دهد. گفتگوی زیر ماحصل این تلاش است که در ادامه آن را با هم می‌خوانیم:

جمع مشتریان شرکت هونام ابزار نوین پیوسته‌اند. این همکاران در خلال صحبت‌های دوستانه، نقاط ضعف و قوت ما را یادآور می‌شدند و پیشنهادهای نیز مطرح می‌کردند که کاربردی و راه‌گشا بود. از این رو تصمیم گرفتیم با ایجاد کمپین «گام مشترک» نقطه نظرات همه فعالان صنف را جویا شویم. در مجموع با توجه به اوضاع کلی کشور بعد از شیوع بیماری کرونا و فاصله‌گذاری اجتماعی، احساس کردیم با این حرکت تا حدود زیادی می‌توانیم از نقطه نظرات ارزشمند مشتریان و همکاران خومان آگاهی پیدا کرده و روند بهینه‌ای جهت ارائه خدمت به ایشان ایجاد کنیم.

♦ کمپین گام مشترک تا به حال چه خروجی برای شما داشته است؟
مسئله زمان زیادی از این کمپین نگذشته و این مسیری طولانی برای ما در کنار

♦ برای شروع می‌خواهم از شما در رابطه با انگیزه‌های راه‌اندازی کمپین «گام مشترک» سوال کنم؛ چه شد که به فکر راه‌اندازی این کمپین افتادید؟

ضمن عرض سلام خدمت شما و خوانندگان محترمتان باید عرض کنم گام مشترک در واقع با شروع سال ۹۹ آغاز شد. با توجه به شرایط پیچیده اقتصادی در شروع سال برخلاف رویه بازار تصمیم گرفتیم نه تنها افزایش قیمتی روی محصولات استراتژیک اعمال نکنیم بلکه تعدیل و کاهش قیمت هم داشته باشیم. بعد از این اتفاق، نظرات مشتریان را جسته و گریخته جویا شدیم و مطلع شدیم این کار بسیار مورد استقبال بوده تا جایی که تعداد زیادی از تولیدکنندگانی که سابقه همکاری با ما نداشتند هم به

امکان پذیر است لذا با وجود هزینه‌هایی که گهگاه متحمل می‌شویم جلب رضایت این همکاران همواره اولویت ما بوده و هست.

♦ در سال جدید برنامه‌های برای افزودن محصول جدید به سبد محصولاتتان دارید؟

در سال‌های گذشته حتی سال‌های سخت ۹۶ تا ۹۸ نیز شرکت ما همواره محصولات جدیدی را به سبد کالایی خود افزوده است. در سال ۹۹ نیز شرایط بازار و نیاز مشتریان را رصد خواهیم کرد و اگر نیاز باشد حتما محصولاتی را اضافه خواهیم کرد اما در حال حاضر تمرکز واحد بازرگانی عمدتاً معطوف به انبارش مطلوب یراق آلات در راستای پاسخگویی بهینه به نیازهای مشتریان خواهد بود.

♦ وجود رقبای جدید در بازار را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

رقبای جدید ما در دو دسته جای می‌گیرند: دسته اول افرادی هستند که از مبادی غیررسمی و گاه غیرقانونی برندهایی را وارد کشور می‌کنند که در سبد کالایی هونام ارائه می‌شود و دسته دوم دوستان و رقبای قابل احترام ما هستند که همواره در کنار ما حضور داشته‌اند و ما نیز با علم به این موضوع که هرگز نمی‌توانیم صد در صد نیاز بازار را در اختیار داشته باشیم سعی در تعامل و همکاری با این عزیزان داشته‌ایم. در مورد دسته اول متأسفانه برخی با سوءاستفاده از زحمتی که شرکت‌ها برای قدرتمند کردن و جانداختن یک برند کشیده‌اند، سعی در به دست آوردن سهم بازار دارند و چون هیچ نقطه برتری ندارند سعی می‌کنند با بازی و ترفندهای قیمتی مشتری‌ها را جذب کنند اما خوشبختانه همکاران و مشتریان ما به اصطلاح از تجربه دیگر همکاران خود استفاده کرده و کمتر جذب این دسته از تامین‌کنندگان می‌شوند.

♦ منظور از بازی و ترفند قیمتی همان کاهش قیمت و ارزان‌فروشی است؟

البته این موضوع همیشه بصورت کاهش قیمت و ارزان‌فروشی نیست و در واقع نوعی بازی با قیمت‌هاست به این شکل که از طریق کاهش قیمت بعضی از اقلام پرمصرف و افزایش قیمت در سایر اقلام یا فروش محصولات شرکت‌های کمتر شناخته شده در کنار برندهای معروف و مورد تقاضا، این ترفند به کار گرفته می‌شود. البته موارد بسیار دیگری نیز وجود دارد که بیان آنها از حوصله این گفتار خارج است.

و سخن آخر...

شرایط سخت و نامتعرف اقتصادی سال‌های اخیر، مشکلات عدیده‌ای را برای تمامی فعالان اقتصادی ایجاد کرده به نحوی که بسیاری از فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل در راستای کاهش هزینه‌ها مجبور به تعدیل نیرو شده‌اند. بنابراین برخلاف سال‌های قبل که انتظار بهبود شرایط اقتصادی بود امسال بیشترین تلاش ما این است که افراد کمتری از کار بیکار شوند و امیدواریم خلواذهای کمتری دغدغه نان شبشان را داشته باشند.

مشتریانمان خواهد بود اما در همین مدت کم هم برخی تغییرات قابل مشاهده است. در خلال کمپین متوجه شدیم مشتریان انتظار پاسخگویی سریع‌تری دارند، لذا با اضافه کردن چند کارشناس فروش سعی کردیم سرعت پاسخگویی‌مان را بهتر کنیم. همچنین به پیشنهاد همکارانمان تصمیم گرفتیم بعضی از اقلام مانند لوله‌های تنظیمی و ست استاندارد یراق‌آلات دوحالته را در بسته‌بندی‌های استاندارد ارائه کنیم که با استقبال بی‌نظیری مواجه شد. در ادامه تصمیم به معرفی شرکت‌های تولیدکننده و بازنشر تصاویر پروژه‌هایشان از طریق شبکه‌های اجتماعی گرفتیم و چندین پیشنهاد دیگر را مدنظر قراردادیم تا تعامل و ارتباط بهینه‌ای با مشتریان داشته باشیم.

♦ بخشی از نظرسنجی شما در کمپین گام مشترک مربوط به تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگانی است که تا به حال با شما همکاری نداشته‌اند، در این خصوص بیشتر توضیح می‌دهید؟

بررسی نقطه نظرات این دوستان از دو جهت برای ما حائز اهمیت است: اولاً نکاتی که اهمیت زیادی برای این دست از مشتریان دارند شناخته شده و در دستور کار قرار می‌گیرد و ثانیاً نقاط قوت شرکت هونام ابزار نوین از این طریق معرفی می‌شود. مسئله‌ای که نباید فراموش کرد این است که همواره نکات جدید و خدمات جدید در دسترس همه مشتریان قرار می‌گیرد و ما علاقه‌مندیم با درک این نکات و گنجاندن این خدمات در فرهنگ سازمانی شرکت هونام ابزار نوین پیشگام باشیم و ضمن جلب رضایت مشتریان فعلی به گسترش روابطمان با دیگر تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان نیز اقدام کنیم.

♦ در خصوص تامین موجودی نیز گویا اقداماتی انجام شده در این باره بیشتر توضیح دهید؟

بله به نکته مهمی اشاره کردید؛ کار مهمی که در این زمینه انجام شد در واقع تامین موجودی انبار بود. با رصد شرایط کشور در دوره کرونا به سرعت به این نتیجه رسیدیم که وضعیت موجودی در انبارها نمی‌تواند در حد مطلوب باشد لذا از همه همکاران بخش‌کننده خواهش کردیم با شارژ انبارهای خود تا حد ممکن نیاز مشتریان در منطقه خود را پاسخگو باشند. در ادامه با توجه به طولانی شدن روند بازگشایی مرز ترکیه (مرز اصلی تامین یراق‌آلات ایران) هزینه‌های گزاف ترانزیت کالا از کشور آذربایجان را به‌عنوان مسیر جایگزین متقبل شدیم تا نیاز همکاران و مشتری‌مان تا جای ممکن پوشش داده شود که خوشبختانه عملکرد مثبت شرکت در این زمینه نیز رضایت خاطر مشتریان را به همراه داشت.

♦ چه عواملی باعث شد چنین تصمیمی بگیرید؟

تجربه سالیان گذشته به‌ویژه چند سال اخیر که با مشکلات عدیده اقتصادی روبه‌رو بوده‌ایم نشان داده خروج از بحران تنها با همراهی مشتریان و معتمدان در این صنعت

