

با برگزاری مراسمی در هتل اسپیناس پالاس از جدیدترین تیزر هافمن رونمایی شد؛ فرمانده هافمن به میدان آمد



به گزارش خبرنگار پنجره ایران، در این مراسم ابتدا مهندس بابک مشیرفر، مدیر فروش هافمن طی سخنانی به ارائه گزارشی از روند رو به رشد فروش هافمن در چند سال گذشته پرداخت. وی در ابتدا ضمن اشاره روزهای آغازین همکاری خود با این مجموعه به نقل خاطره‌ای پرداخت و گفت: «من از سال ۱۳۹۲ همکاری خود



هتل اسپیناس پالاس تهران در تاریخ ۹ شهریور ۱۳۹۸ شاهد رونمایی از جدیدترین تیزر تبلیغاتی هافمن بود. در مراسمی که به همین مناسبت با حضور جمعی از نمایندگان هافمن برگزار شد، ضمن بخش این تیزر، از عوامل ساخت این فیلم کوتاه پیشرفته تقدیر و رسماً از فرمانده هافمن رونمایی شد.



اساسی آن در بلندمدت اشاره دارد که برای هر مجموعه‌ای مهم و تعیین کننده است. وی در این خصوص به نقل خاطره‌ای از مهندس حمیدیه پرداخت و اظهار داشت: «سال گذشته در مقطعی که شرایط بسیار سخت شده بود و تهیه مواد اولیه با توجه به قیمت دلار و تحریم‌ها دشوار شده بود، من پیشنهاد دادم تعدادی از خطوط کارخانه موقتاً متوقف شوند تا شرایط به حالت عادی برگردد. در مقابل مهندس حمیدیه با این پاسخ مرا قانع کرد که: من حاضر نیستم با خاموش کردن حتی یک خط از کارخانه در شرایطی که همه نگران آینده و وضعیت بازار و کار هستند باعث نگرانی کارگرها و خالی شدن دلشان شوم این یک ارتباط و تعلق خاطر دوطرفه است و همه ما در اینجا با دل و قلبمان کار می‌کنیم تا از سختی‌ها بگذریم.»

بابک مشیرفر در بخش دیگری از سخنان خود به تحقیقات علمی که از سوی هافمن در خصوص نحوه تبلیغات صورت گرفته اشاره و خاطرنشان ساخت: «ما برای نحوه تبلیغ محصول و تحقیقات بازار با همکاری دانشگاه شهید بهشتی به نتایج جالبی رسیدیم که قریب به ۶۰۰ صفحه مطلب است. چکیده آن مطلب را به صورت خلاصه در ۴ صفحه آماده کرده‌ام که خدمتان ارائه می‌کنم.»

وی در ادامه به ارائه گزارش مختصری از نتایج این تحقیقات پرداخت و توضیح

را با مجموعه هافمن شروع کرده‌ام: در آن روزها یکی از دوستان حرف جالبی زد بدین مضمون که ما نمی‌خواهیم اینجا برای هافمن با پاهایت بدوی و کار کنی بلکه می‌خواهیم با قلبت کار کنی! این نکته باعث شد من در هافمن با قلبم ماندگار شوم.»

مهندس مشیرفر در ادامه توضیح داد: «در همان آغاز شروع فعالیت‌مان با همه دوستانی که بسیاری از آنها در اینجا حضور دارند، تصمیم گرفتیم کاری بزرگ و بی‌نظیر انجام دهیم. این کار بزرگ دانه‌ای بود که در خاک کاشتیم تا این که در سال ۱۳۹۷ این دانه سر از خاک برآورد و جوانه زد. در این مسیر فرازوفرودهای زیادی را پشت سر گذاشتیم. سختی‌ها و خوشی‌ها با توجه به شرایط بازار باعث می‌شد ما گاهی خوشحال و گاهی ناراحت شویم. با این حال، مهم‌ترین قوت قلب ما این بود که قرار گذاشتیم با همه مسائل بر محور علم و دانش و تجربه برخورد کنیم و این گونه نباشد که مثلاً در بحث تبلیغات مانند موارد مشابه در بازار اقدام کنیم.»

مدیر فروش هافمن با توضیح برخی از اصول هافمن به یکی از آنها اشاره کرده و بیان داشت: «دوستانی که حتی قبل از من در این مجموعه حضور داشتند بر این نکته اذعان دارند که مجموعه هافمن اعتقاد به تقسیم سود مشترک بین مشتری، برند و کارخانه دارد. این موضوع به مسئله ثبات در یک خانواده و تصمیمات مهم و



داد: «مسئله توسعه فروش به عنوان یک برنامه راهبردی شامل آگهی از برند و تصویر ذهنی از برند است که از هم متفاوت هستند. داشتن آگاهی و اطلاع از یک محصول یا تصویری که در ذهن ما از آن محصول ساخته ایم متفاوت است.

توسعه سوددهی موضوع بعدی است. با توجه به لوح فروش در سال ۱۳۹۲ و افت شدیدی که در سال ۱۳۹۴ در این صنعت داشتیم، نموداری از میزان رشد تولید و فروش هافمن تهیه کردیم. بر اساس این نمودار میزان تولید و فروش هافمن در سال ۱۳۹۴ نسبت به سال قبل به میزان ۱۳۰.۱ درصد، در سال ۱۳۹۵ نسبت به سال قبل ۱۹.۷ درصد، سال ۱۳۹۶ نسبت به سال قبل ۹.۴ درصد و سال ۱۳۹۷ نسبت به سال قبل ۳۰ درصد رشد داشته است. پیش‌بینی ما برای میزان تولید و فروش هافمن در سال ۱۳۹۸ رقمی در حدود ۲۴ درصد بود که تاکنون و با توجه به رکود شدید بازار به میزان ۵.۶ درصد رشد داشته است. به تعبیری ما در سال رکود و افول اقتصادی تا نیمه سال ۱۳۹۸ در حدود ۶ درصد افزایش تولید و فروش داشته ایم که این پیشرفت را مدیون تلاش و پشتکار همه عزیزان و همکارانمان در خانواده بزرگ هافمن هستیم. در مجموع ما از سال ۱۳۹۳ تا ۱۳۹۷ نزدیک به ۶۰ درصد توسعه بازار داشته ایم.

در خصوص میزان آشنایی و استفاده از محصولات هافمن نیز نتایج تحقیقات نشان می‌دهد در شهر تهران ۷۲ درصد ساختمان‌سازها هافمن را می‌شناسند و ۲۸ درصد از آن استفاده می‌کنند. در شیراز ۴ درصد، تبریز ۶ درصد، مشهد ۱۲ درصد و رشت ۱۰ درصد ساختمان‌سازها پروفیل هافمن را نمی‌شناسند. در تبریز ۵۸ درصد از پروفیل هافمن استفاده می‌کنند.

۶۱ درصد پنجره‌سازان و ۸۰ درصد مشتریان تبلیغات هافمن را دیده‌اند. ۵۱ درصد این افراد تبلیغات هافمن را دوست داشته و ۵۹ درصد تبلیغات هافمن را متمایز از سایر برندها و ۵۱ درصد آن را صادقانه دانسته‌اند. ۷۸ درصد با دیدن تبلیغ علاقه‌مند شده‌اند که هافمن را در اینترنت جستجو کنند.

مشیرفر در خصوص نحوه انتخاب شعارهای تبلیغاتی این مجموعه نیز گفت: «شعارهای تبلیغاتی هافمن با همکاری همه دوستان و نمایندگان انتخاب می‌شود و شعار هافمن، پیشنهاد لاهل فن برخلاف انتظار ما نسبت به شعار هافمن، پنجره خانه من که به نظر شعار صمیمی‌تری است از استقبال بیشتری برخوردار شد.»

وی در پایان ضمن دادن نوید یک بمب خبری در آینده‌ای نزدیک، خاطرنشان ساخت: «پروفیل هافمن یک محصول ایرانی است که با تکنولوژی و دستگاه‌های ساخت کشور آلمان تولید می‌شود. تمامی بخش‌های تحقیق و توسعه محصول و سیستم‌های مدیریتی و بازاریابی بر اساس علم و فناوری کشور آلمان و با همکاری برخی شرکت‌های دانش‌بنیان این کشور صورت می‌گیرد. هافمن قبل از اینکه یک پروفیل به شما دهد یک سیستم کسب‌وکار به شما ارائه می‌کند. نکته آخر این که در



و ایده‌های بکر و ماندگ یک سوالیه در این مسیر جنگیدند تا تیزری خلق کنند که نه تنها در ایران بلکه در خاورمیانه در صنعت ما کم‌نظیر است. جا دارد در اینجا از یک چهره‌های ملی و بین‌المللی یاد کنم که برای همه شما آشناست و برای ساخت جلوه‌های ویژه میدانی و بدل کاری این تیزر زحمات فرولنی کشید و آن کسی نیست جز ارشاد قدسی بدلکار مطرح و محبوب ایرانی. از همه دوستان، عزیزان و هنرمندانی که برای ساخت این تیزر زحمت کشیدند از طراحی کاراکتر و ایده اولیه تا طراحی لباس، طراحی گریم، جلوه‌های میدانی و رایانه‌ای، هنروران و بدلکاران، گروه کارگردانی، فیلم‌برداری، صداگذاری و صدایرداری و تمامی عوامل فنی و اجرایی که هر کدام گوشه‌ای از کار را بر عهده داشتند تا هافمن همچنان در هر کاری پیشرو باشد، تشکر و قدردانی می‌کنیم.»

وی در پایان سخنان خود از مهندس حمیدیه، مدیرعامل هافمن، به خاطر حمایت‌های بی‌دریغی که در این خصوص داشته و باعث انگیزه و دلگرمی گروه تولید این تیزر شده بود، تشکر کرد.

پس از سخنان مهندس سیاوش‌نیا، تیزر هافمن بخش و بدین ترتیب رسماً از فرم‌لنده هافمن رونمایی شد. در ادامه برنامه، تولیدکنندگان این فیلم که ارشاد قدسی، بدل‌کار بین‌المللی کشورمان نیز در میانشان بود، مورد تقدیر و تشکر قرار گرفتند. پایان‌بخش این برنامه ضیافت شام بود که در محیطی دوستانه و صمیمی برگزار شد.

هو تا سه ماه آینده منتظر یک بمب خبری از طرف هافمن باشید.»
در ادامه این مراسم مهندس سیاوش‌نیا، مدیر روابط عمومی هافمن، طی سخنانی از رونمایی جدیدترین تیزر تبلیغاتی هافمن خبر داد. این تیزر که با همکاری شرکت تبلیغاتی یادکوبه تولید شده است، به‌لحاظ بهره‌مندی از فناوری‌های نوین در ساخت فیلم در داخل کشور کم‌نظیر است.
سیاوش‌نیا در ابتدای سخنان گفت: «از همه شما عزیزان که دعوت مجموعه هافمن را پذیرفتید و در ضیافت رونمایی از تیزر تبلیغاتی فرمانده هافمن حضور پیدا کردید کمال تشکر و قدردانی را دارم. ما امروز اینجا جمع شده‌ایم تا از یک رویداد بزرگ و کم‌نظیر که با همکاری مجموعه هافمن و گروه یادکوبه تولید شده است رونمایی کنیم.»

مدیر روابط عمومی هافمن ضمن توضیح مراحل ساخت این تیزر، اظهار داشت: «در مسیر ساخت این تیزر چالش‌ها و ایده‌های زیادی مطرح شد تا سرانجام به ایده نهایی رسیدیم. هدف ما این بود که ثابت کنیم هافمن علاوه بر یک خانواده بزرگ یک ارتش بزرگ است که هر کدام از شما به‌عنوان یک فرمانده در این ارتش آماده نبرد با مشکلاتی هستید که بر سر راه موفقیت شما وجود دارد. برای ساختن این تیزر و این فرمانده زحمت‌های زیادی کشیده شد و افراد زیادی وقت گذاشتند تا این کار با این کیفیت ماندگار خلق شود. هر کدام از این عزیزان با فکرهای خلاق