

حیدر زارعی مدیر فروش پروفیل پاک‌پن:

پاک‌پن در مسیر آینده قرار داد

ظاهراً تولیدات شما در پاک‌پن بیشتر از سری ۶۰ است و آن طور که کارشناسان می‌گویند تمایل بازار برای استفاده از سری ۷۰ بیشتر شده است. نظر شما چیست؟

این اتفاق باید بیفتد؛ همین حالا در اروپا سری ۶۰ عملاً از دایره استفاده خارج شده است. کشور ما هم از این قاعده مستثنی نیست و ما هم قطعاً به این سمت می‌رویم. سری ۷۰ که جای خود ما در برخی از موارد پروفیل سری ۸۰ و ۸۵ استفاده می‌کنیم و به طور طبیعی بازار ایران هم به این سمت خواهد رفت.

شما هم برنامه‌ای برای تولید این نوع پروفیل‌ها دارید؟

بله ما دوست داریم بازار به این سمت بیايد تا بر اساس تقاضا در بازار، این محصولات را تولید و عرضه کنیم.

در برخی از شرکت‌ها واحدی داریم که مسئولیت نیاز سنجی را بر عهده دارد. مجموعه شما هم چنین واحدی دارد؟

ما در پاک‌پن بر اساس نیازمان ارتباط مستمری با بازار داریم بنابراین اینکه واحد مستقلی برای نیازسنجی وجود داشته باشد، خیر اینگونه نیست اما به این دلیل ارتباط مناسبی که با مشتریانمان داریم آن‌ها این وظیفه را برای ما انجام می‌دهند و با تقاضای خود میزان تولیدات ما را در هر بخش مشخص می‌کنند. ما ارتباطات بسیار مناسبی با مشتریانمان داریم آن‌ها به ما لطف دارند و حتی ایرادات ما را به خودمان منتقل می‌کنند تا درصدد رفع آن باشیم.

شما در بازار رقیب دارید بنابراین باید ویژگی‌هایی داشته باشید که بر اساس آن مشتریان از بین جمع تولید کنندگان شما را انتخاب کنند. حالا سوال این است ویژگی تولیدات شما چیست که مشتریان بر اساس آن به شما رجوع کنند؟

پروفیلی که ما تولید و به بازار عرضه می‌کنیم پروفیل ۴ کاناله سری ۶۰ است. این پروفیل با قیمت اکونومی به بازار عرضه شده است اما اگر کیفیت آن را با پروفیل‌های حاضر در بازار مقایسه کنید، خواهید دید کیفیت بالایی دارند. به عنوان یک پارامتر اگر وزن این پروفیل را محاسبه کنید خواهید دید وزن فریم آن یک کیلو و ۱۹۰ گرم است یعنی اینکه پروفیل ما در مقایسه با پروفیل‌های حاضر در بازار از باکیفیت‌ترین آن که وزنش حدود یک کیلو و ۲۰۰ گرم است، چیزی کم ندارد. این کیفیت ادامه‌دار خواهد بود و مقطعی نیست. به نظرم این موضوع برگ برنده ماست و مشتریان ما در بازار به آن واقف هستند. مشتری امروز در بازار باهوش است و دست به انتخاب درستی خواهد زد به همین دلیل ما انتظار داریم در آینده نه چندان دور استقبال بسیار خوبی از محصولات پاک‌پن به وجود بیاید.

یکی از افتخارات برخی از شرکت‌ها این است که در پروژه‌های معروف حضور داشته‌اند تا وقتی مشتری می‌شنود، به این اعتماد برسد که این محصول در پروژه‌های معتبری استفاده شده است. در مجموعه شما چنین چیزی وجود دارد؟

ببینید ما ۶ ماه است که وارد بازار شده‌ایم. خود من سابقه کار زیادی در این حوزه دارم اما با برند پاک‌پن، حدود ۶ ماه است که وارد بازار شده‌ام البته یادتان باشد گاهی اوقات در این حوزه نباید این چنین نگاه کرد زیرا درست است که قدمت محصول ما در بازار قدمت زیادی نیست اما پشت این پروفیل تجربه بسیار زیادی وجود با این حال در همین مدت کوتاه نیز همکاران به ما لطف داشته‌اند و از پروفیل ما در پروژه مسکن ملی استفاده کرده‌اند که نمونه‌های آن به وفور وجود دارد چون کیفیت خوب است در پروژه‌های انبوه‌سازی از محصول ما به وفور استفاده می‌شود.

با توجه به سوابق حضورتان در این صنعت، آسیب و ضعف بازار را چه



اشاره

پنجره‌ایرانیان؛ مدیران پاک‌پن می‌گویند: شرکت پروفیل «پاک‌پن» یک تولیدکننده برجسته پروفیل یوپی‌وی‌سی در و پنجره است. ماموریت «پاک‌پن»، ارائه راه‌حلی است که به مشتریان امکان می‌دهد محیط زندگی خود را بهبود بخشند و با تمرکز بر کیفیت، نوآوری و خدمات مشتری محور، به دنبال ایجاد ارتباطات بلندمدت و موفق با مشتریان، توزیع کنندگان و شرکای تجاری خود است.

شانزدهمین نمایشگاه دروینجره و صنایع روزهای ۸ تا ۱۱ خرداد برگزار شد. فرصتی دست داد تا در این نمایشگاه در غرفه پاک‌پن با حیدر زارعی مدیر فروش این مجموعه به گفت‌وگو بنشینیم. مشروح این گفت‌وگو در ادامه آمده است:

کنند و در اختیار مشتری قرار دهند، مطمئن باشند بازار از آنها به خوبی استقبال خواهد کرد. یکی از سوالات این است که آیا شما در پاکپن دورنما هم دارید؟ قطعاً! یکی از دورنماهای ما تولید سری ۸۰ و تولید سری لیفت‌انداسلاید پروفیل یوپی‌وی‌سی است که می‌خواهیم در آینده بر اساس نیاز بازار تولید کنیم متأسفانه الان لیفت‌انداسلاید محدود به پروفیل‌های آلومینیوم است در حالی که در کشورهای دیگر با یوپی‌وی‌سی این محصولات را تولید می‌کنند با اضافه شدن قالب‌های بزرگتر و بهتر، ما به بهبود تولیداتمان فکر می‌کنیم و آن را در دورنمای خود گنجانده‌ایم. ما مذاکرات بسیار خوبی درباره صادرات به کشورهای همسایه انجام داده‌ایم و موضوع صادرات را نیز در دورنمای فعالیت‌های شرکت گنجانده‌ایم.

پیش از راه‌اندازی خط تولید معمولاً نقشه‌ای وجود دارد که نشان می‌دهد پس از ۶ ماه اول، دوم، سوم و ... کجای بازار قرار داریم. آیا اکنون در همان نقطه‌ای هستید از پیش محاسبه کرده بودید؟

واقعیت این است مطابق آنچه ما محاسبه کردیم قرار نبود این گونه در بازار حضور داشته باشیم و اینطور دیده شویم. قرار بود آرام و آهسته در بازار پیش برویم اما واقعیت این است کیفیت محصولات و نوع قالب ما طوری بود که بازار استقبال بسیار خوبی از ما کرد و برخلاف انتظار ما، امروز در نقطه بسیار پیش‌تر از آنچه محاسبه کرده بودیم قرار داریم. ما گمان نمی‌کردیم که در نمایشگاه حضور داشته باشیم و استقبال این چنین از ما بشود. ما سه سال است که برنامه‌ریزی کرده‌ایم تا بتوانیم محصولات پاکپن را به مرحله تولید برسانیم و خوشبختانه ۶ ماه است که تولید محصولات پاکپن به نتیجه رسیده و اوضاع خوب است.

با چه هدفی در نمایشگاه حضور پیدا کردید؟

ما در این نمایشگاه شرکت کردیم برای اینکه خلأهای بازار را بیشتر بشناسیم و به مشتریان نیز اعلام کنیم آنچه به عنوان محصول باکیفیت و قیمت مناسب وجود نداشت را تولید کرده‌ایم و آن‌هایی که دنبال محصول باکیفیت و قیمت مناسب هستند می‌توانند به ما مراجعه و با ما همکاری کنند.

نمایشگاه امسال نسبت به دوره‌های قبل چطور بود؟

امسال اولین سالی است که با پاکپن در نمایشگاه حضور داریم البته من قبلاً با برندهای دیگر همواره در نمایشگاه حضور داشته‌ام. به نظر من کیفیت نمایشگاه نسبت به چند سال گذشته ارتقا پیدا کرده و به ویژه در بحث غرفه‌سازی خوب ظاهر شده است. بازدیدها مناسب است. پیش از این مثلاً در حوزه بین‌المللی ضعف‌هایی وجود داشت اما اکنون در بین بازدیدکنندگان افرادی از کشورهای همسایه دیده می‌شوند و استقبال خوبی از نمایشگاه شده است.

به عنوان سخن پایانی اگر مطلبی باقیمانده بفرمایید...

من تأکید می‌کنم بازار ما وسیع‌تر از آن چیزی است که فکرش را می‌کنیم. این بازار محدود به یک برند یا تولیدکننده خاص نیست. در این بازار هر کسی که سالم کار کند و بتواند تولیدات مناسب، قیمت مناسب و کیفیت مناسب در اختیار مشتری قرار دهد و بازی برد-برد را با مشتری ادامه دهد از او استقبال خواهد شد و سهم مناسبی از بازار خواهد گرفت.



می‌دانید؟ دلیل این سوال آن است که وقتی شما ایرادها و موانع بازار را بشناسید می‌توانید برای آن راه حل پیدا کنید؟

حرف کاملاً درستی است. به نظر من مساله اصلی در بازار پروفیل وجود محصولات کم کیفیت است. متأسفانه آنچه به عنوان پروفیل اکونومی در بازار ارائه می‌شود در موارد متعدد دارای کیفیت نامناسب است. ما در همین نمایشگاه، به موارد متعددی از شکایات‌ها برخوردیم که مثلاً در مورد تولیدات فلان کارخانه تأکیدشان این بود که آن‌ها پروفیل اکونومی تولید می‌کنند اما لنگه‌اش یک رنگ است و فریم رنگ دیگر؛ جوش‌ها پفکی است و می‌شکند، رنگ لیل روی پروفیل می‌ماند. برخی این را می‌گفتند که تعدادی از تولیدکنندگان حتی وزن پروفیل را با شیوه‌هایی بالا نگه می‌دارند اما از موارد دیگر که موید کیفیت است، عدول می‌کنند. این نقاط منفی باعث می‌شود کل یک صنف زیر سوال برود و اعتماد مشتریان به این محصول صرف نظر از اینکه با چه برندی تولید شده باشد، از بین برود. در این وضع، مشتری به تمام تولیدات بدبین می‌شود و ممکن است نتواند بین این تولیدکننده یا آن تولیدکننده تفکیک قائل شود. ما خودمون سعی می‌کنیم در بحث کیفیت بسیار سختگیرانه عمل کنیم و این مسیر را انشالله تا انتها ادامه خواهیم داد و از تمام همکاران نیز همین خواسته را داریم.

یکی از سوالات اساسی که در زمینه تولید پروفیل یوپی‌وی‌سی مطرح می‌شود این است که وقتی تولیدکنندگان متعدد هستند، انگیزه شما از ورود به این بازار با وجود این همه تولیدکننده، چه بوده است؟

نیاز بازار مهم‌ترین دلیلی است که باعث شد ما وارد این زمینه تولیدی شویم. بازار در شرایطی بود و هست که نیاز به یک پروفیل اکونومی دارد که ویژگی‌های حداقلی از کیفیت و قیمت را داشته باشد.

یعنی این موضوع که می‌گویند بازار پروفیل اشباع شده را قبول ندارید؟

نه! در همین نمایشگاه ما استقبال بسیار خوبی داشتیم و در ارتباط با مشتریان به این نکته رسیدیم که هنوز بازار پروفیل یوپی‌وی‌سی، بازاری است که ظرفیت تولید مناسب را دارد طوری که ما احساس می‌کنیم باید چند خط دیگر به خطوط تولیدمان اضافه کنیم.

چندی پیش یکی از مسئولان صنفی مصاحبه کرده بود و او تأکید داشت که بازار اشباع شده است...

من نمی‌دانم این مسئول صنفی چگونه این حرف را زده اما ما در بازار حضور داریم و در کف بازار ارتباط بسیار خوب و البته مستقیم با مشتریان داریم که نیاز آنها را از نزدیک مشاهده می‌کنیم و به این واقعیت دست پیدا کردیم که هنوز بخش‌هایی از بازار تشنه است. این بازار از پروفیلی که هم کیفیت مناسب داشته باشد هم قیمت مناسب استقبال می‌کند و من تضمین می‌کنم که شما هر مقدار از چنین تولیدی داشته باشید، بازار آن را با آغوش گرم خواهد پذیرفت. همین الان شما پروژه مسکن ملی را ببینید. پروژه ابعاد بسیار بزرگی دارد اخبار را ببینید که دولت اعلام کرده چیزی حدود دو و نیم میلیون واحد مسکونی در حال ساخت است. این تعداد مسکن نیاز به در و پنجره دارد یا دیگر محصولات مورد نیاز در صنعت ساختمان. بنابراین ابعاد بازار نسبت به آنچه برخی می‌گویند تفاوت کرده است. اگر تولیدکنندگان نگرش‌شان به بازار درست باشد، یعنی سود منصفانه، کالای با کیفیت و تیراژ مناسب تولید

