

عناوین

۱ اخبار

۲ پارس از منظر همکاران

۵ پارس از منظر نماینده ها

۷ پشتیبان و تحقیقات بازار

۹ معرفی محصول سایر

تدوین: زینب حاجی خانی، فرخناز محمدی

طراحی و جانمایی قالب: حبیب کیان نیا



برگزاری مسابقات لیگ مینی فوتبال شهیدای بنیاد مستضعفان مهر ۱۴۰۴

مسابقات لیگ شهیدای بنیاد مستضعفان با حضور تیم‌های مختلف از هلدینگ های زیرمجموعه بنیاد برگزار شد.



— برگزاری مسابقات مینی فوتبال کاشی پارس

بازدید تیم فروش از فروشگاه نماینده اردبیل

در تاریخ ۳ مهر ماه ۱۴۰۴ از فروشگاه جناب آقای عطاپور نماینده برند پارس شهر اردبیل بازدید صورت گرفت



— بازدید از فروشگاه نماینده اردبیل

بازدید تیم فروش از فروشگاه نماینده ایلام

در تاریخ ۱۰ مهر ماه ۱۴۰۴ از فروشگاه جناب آقای ابراهیم نژاد نماینده برند پارس شهر ایلام بازدید صورت گرفت



— بازدید از فروشگاه نماینده ایلام



آقای صادقی - سرپرست فروش پارس

« پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

۱. آیا فعالیت کنونی شما در سازمان با اهداف بلند مدت شما مطابقت دارد؟

از نظر اهداف شخصی خیر، زیرا با توجه به ۲۰ سال سابقه فعالیت در صنف کاشی و سرامیک که حدود ۱۱ سال آن در شرکت کاشی پارس بوده به اهداف بلند مدت خود نرسیده و پیشرفتی حاصل نشده مانند ارتقا شغلی، ولی از نظر اهداف بلند مدتی که برای شرکت در نظر گرفته ام فعالیت خود را متمرکز بر ثمر دانسته و همیشه به دنبال تعالی و پیشرفت شرکت چه در حوزه فروش داخلی و صادرات بوده ام که عمده این اهداف جذب و گسترش نمایندگان بیشتر در شهرها و کشورهای مختلف بوده و همچنین تقویت مشتریانی که به طور مستمر با شرکت همکاری دارند

۲. آیا همواره نکات جدیدی را یاد می گیرید؟ آیا فکر می کنید به آموزش بیش تری نیاز دارید؟

من همیشه در تلاش هستم برای یادگیری بیشتر در حوزه فروش و بازاریابی بالاخص در حیطه صادرات چون قوانین صادرات و واردات دائما در حال تغییر میباشد و نیاز به یادگیری بیشتر در این موارد یک اصل بدیهی به شمار می رود

۳. در این سازمان، دوست دارید چه چیزهایی را از چه کسانی یاد بگیرید؟

افراد حرفه ای و باتجربه ای که در مبحث فروش و بازاریابی فعالیت میکنند و همچنین یادگیری اطلاعات مربوط به موارد فنی اعم از طراحی و تولید جهت بهبود و پیشرفت شغلی و سازمانی

۴. به نظر شما نقاط قوت و ضعف کارخانه چیست؟

نقاط قوت شرکت شامل تولید محصولات با کیفیت -تنوع سبد محصولات از نظر طرح، سایز، رنگ-وجود نیروی متعهد و متخصص

۵. سوابق همکاری خود با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟

از مهر سال ۱۳۹۴ همکاری خود را با شرکت شروع نموده و امیدوارم در این مدتی که با شرکت همکاری داشته ام در پیشرفت و توسعه شرکت سهیم بوده باشم

۶. تاکنون از شما تقدیر و تشکر (لوح و جوایز و تشویق و ...) شده است؟

در سال ۱۴۰۲ به عنوان کارمند نمونه انتخاب شده ام.



آقای اغمازی - رئیس فروش میداس

« پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

۱. آیا فعالیت کنونی شما در سازمان با اهداف بلند مدت شما مطابقت دارد؟

بله، فعالیت‌های کنونی بنده در سازمان با اهداف بلندمدت حرفه‌ای همسو است. هدف اصلی بنده، ارتقای مستمر دانش تخصصی، افزایش بهره‌وری و ایفای نقش مؤثر در پیشرفت شخصی و همچنین ارتقای جایگاه شرکت کاشی پارس در بازار است. الگوهای اینجانب در این مسیر، افراد متعهد و پرتلاشی هستند که با نگرش سیستمی و تعهد بالا، توانسته‌اند سهمی ماندگار در ایجاد تحولات مثبت و بهبود مستمر شرایط فروش و جایگاه شرکت داشته باشند.

۲. آیا همواره نکات جدیدی را یاد می‌گیرید؟ آیا فکر می‌کنید به آموزش بیشتری نیاز دارید؟ در چه زمینه‌هایی؟

قطعاً در طول مدت همکاری با شرکت کاشی پارس، یادگیری مداوم همواره یکی از اولویت‌های اینجانب بوده است. با این حال، به‌طور جدی معتقدم که فرآیند آموزش و توسعه مهارت‌ها هیچ‌گاه متوقف نمی‌شوند. برای ایفای نقش مؤثرتر و کمک به بهبود عملکرد کلی فروش کارخانه، احساس می‌کنم نیاز به آموزش‌های تخصصی‌تر در حوزه‌هایی مانند مدیریت بهینه فروش و بازاریابی، تحلیل فرآیندهای فروش و اصول مدیریتی دارم.

۳. در این سازمان دوست دارید چه چیزهایی از چه کسانی یاد بگیرید؟

مایلم هستم از دو گروه کلیدی در سازمان بیاموزم:

۱. از مدیران با سابقه و باتجربه، مشتاق یادگیری مهارت‌های پیشرفته رهبری، تصمیم‌گیری استراتژیک و تحلیل کلان مسائل هستم.
۲. از همکاران فنی در بخش‌های مختلف تولید، علاقه‌مندم در مورد فرآیندهای بهینه‌سازی خط تولید، بیشتر بیاموزم تا بتوانم درک جامع‌تر و عمیق‌تری از کل چرخه عملیات کارخانه پیدا کنم.

۴. به نظر شما نقاط ضعف و قوت کارخانه چیست؟

نقاط قوت:

۱. وجود نیروی انسانی متخصص و متعهد
۲. برخورداری از تجهیزات و ماشین‌آلات نسبتاً به روز
۳. برند معتبر و شناخته‌شده در بازار داخلی
۴. شبکه نمایندگان فروش قوی و خوش‌نام
۵. قدمت و سابقه درخشان شرکت



آقای اغمازی - رئیس فروش میداس

پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

نقاط ضعف:

۱. نیاز به نوسازی بخشی از تجهیزات و بروزرسانی فناوری‌های تولید
۲. عدم تنوع کافی در محصولات برای پاسخگویی به نیاز تمام بخش‌های بازار
۳. کمبود برنامه‌ریزی مدون و منظم برای آموزش و توسعه مهارت‌های پرسنل
۴. عدم انعطاف‌پذیری کافی در استراتژی‌های فروش برای تطبیق با شرایط بحرانی و رکود بازار
۵. وجود ضعف در ارتباطات مابین واحدها و انتقال به‌موقع اطلاعات که گاهی منجر به عدم تفاهم با واحد فروش و ایجاد چالش در اجرای عملیات می‌شود

۵. چه ارزش‌هایی را در فرهنگ شرکت خود در اولویت قرار می‌دهید و ترویج می‌کنید؟

اینجانب ارزش‌هایی مانند نظم، صداقت، مسئولیت‌پذیری و تعامل سازمانی را اساس کار حرفه‌ای می‌دانم و همواره تلاش می‌کنم این اصول را در تعاملات روزمره و همکاری با سایر بخش‌ها نهادینه کنم. علاوه بر این، یادگیری مستمر را یک ضرورت برای رشد فردی و سازمانی می‌دانم. ارزش بنیادی دیگری که برایم بسیار حائز اهمیت است، تقدم منافع شرکت و تأمین رضایت مشتری است که آن را کلید موفقیت پایدار همه ما می‌دانم.

۶. سوابق همکاری خود با شرکت کاشی پارس را بگوئید؟

اینجانب ۹ سال است که به صورت مستمر با شرکت کاشی پارس همکاری داشته‌ام.

۷. اکنون از شما تقدیر و تشکر (لوح و جوایز و تشویق و.....) شده است؟

بله، در طول این دوران، به پاس عملکرد مثبت، موفق به دریافت لوح سپاس و همچنین عنوان کارمند برتر فروش در جشن پنجاه سالگی شرکت کاشی پارس در حضور اعضای هلدینگ و مدیران محترم به اینجانب اختصاص یافت که مایه افتخار و سربلندی برای اینجانب گردید.



آقای اسدپشامی - نماینده داخلی پارس میداس

پارس از منظر نمایندگان

پرسش و پاسخ

۱. چرا شرکت کاشی پارس را به عنوان تولیدکننده انتخاب کرده اید؟

دلایل متعددی برای این انتخاب وجود دارد، اما به نظر من مهم‌ترین دلیل انتخاب شرکت کاشی پارس، کیفیت بالای محصولات آن است. همین امر موجب شده است این شرکت در میان رقبا جایگاه برجسته‌ای داشته باشد

۲. به نظر شما نقاط قوت و نقاط ضعف کاشی پارس نسبت به سایر رقبا چیست؟ (کیفیت محصولات، تنوع سبد محصول و ...)

نقاط قوت:

(۱) کیفیت بسیار بالای محصولات پارسلان، رعایت دقیق درجه بندی محصولات،

(۲) کیفیت بالای دسته بندی محصولات، تنوع در تولید طرح و سائز

(۳) اخلاق حرفه ای مسئولین در بخش های مختلف شرکت و کارخانه

نقاط ضعف:

(۱) پیگیری ضعیف در موضوع شکایت مشتری

(۲) به دلیل ناموجود بودن محصول انتخاب شده و همچنین ناکافی بودن متراژ کاشی مورد نظر در انبار، مشتری از انجام خرید منصرف می شود

۳. آیا از خدمات و تجهیزات کاشی پارس برای نمایندگی خود راضی هستید؟

خیر، تاکنون هیچیک از خدمات و تجهیزات شرکت کاشی پارس توسط این عاملیت مورد استفاده قرار نگرفته است

۴. سوابق همکاری شما با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟

سابقه همکاری با شرکت کاشی پارس نزدیک به دو دهه می باشد.



آقای اسدپشامی - نماینده داخلی پارس میداس

پارس از منظر نمایندگان

پرسش و پاسخ

۵. آیا فعالیت و نمایندگی شما در شرکت کاشی پارس با اهداف بلند مدت شما هماهنگی دارد؟

بله، با توجه به نزدیکی و در دسترس بودن کارخانه نسبت به فروشگاه و انبار این عاملیت، و همچنین از نظر اینجانب، دارا بودن بهترین کیفیت تولیدی در بین تولیدکنندگان کاشی و سرامیک در استان قزوین و ایران، این مجموعه قطعاً با اهداف بلندمدت عاملیت هماهنگی لازم را دارد.

۶. چه عواملی شما را به ارائه همکاری با مجموعه کاشی پارس پایبند می کند؟

از مهم‌ترین عوامل مؤثر، تکمیل بودن سبد موجودی کالاهای پرفروش در ابعاد گوناگون، به‌ویژه در سایز ۱۲۰×۶۰ و اندازه‌های کوچکتر می‌باشد. شایان ذکر است که در موارد متعدد، به علت نبود طرح انتخابی در موجودی شرکت کاشی پارس، مشتریان محترم ناگزیر به انتخاب و خرید برند یا طرح جایگزین گردیده‌اند.

۷. در جهت همکاری و همراهی بیشتر پیشنهادات خودتان را بفرمایید؟

به عنوان نماینده شرکت کاشی پارس، پیشنهاد می‌کنم طراحی و تولید کاشی و سرامیک با طرح‌های زمینه‌های خلوت‌تر و ساده‌تر و رنگ‌های تیره‌تر مورد توجه قرار گیرد. این موضوع بیشتر توسط مراجعه‌کنندگان محترم مطرح شده است، به‌ویژه در طرح‌های پولیشی تیره. همچنین پیشنهاد می‌گردد بسته‌بندی سایزهای اسلب و مینی اسلب، علی‌رغم تغییرات انجام‌شده توسط شرکت، مجدداً بازنگری شود تا از میزان شکستگی کاشی‌ها کاسته و خسارت کمتری به شرکت و نمایندگان وارد شود.

نقش تحقیقات و پشتیبانی بازار در توسعه صنعت کاشی و سرامیک ایران

مقدمه

صنعت کاشی و سرامیک یکی از صنایع مهم و پربازده در ایران به شمار می‌رود؛ صنعتی که با برخورداری از منابع غنی معدنی و نیروی انسانی ماهر، پتانسیل بالایی برای رشد داخلی و صادراتی دارد. اما برای حفظ رقابت‌پذیری و پاسخ به نیازهای در حال تغییر بازار، تحقیقات و پشتیبانی بازار به عنوان یک عنصر کلیدی در مسیر توسعه این صنعت شناخته می‌شود.

اهمیت تحقیقات بازار در صنعت کاشی و سرامیک

- الگوهای مصرف مشتریان را شناسایی کنند.
 - طرح‌ها، رنگ‌ها و ابعاد محبوب را درک کنند.
 - از تحولات بازار جهانی آگاه شوند.
 - بازارهای هدف صادراتی را بهتر بشناسند و با نیازهای آن‌ها هماهنگ شوند.
- در شرایطی که سلیقه مصرف‌کنندگان دائماً در حال تغییر است، شرکت‌هایی که به صورت علمی و مستمر روند بازار را پایش می‌کنند، توانایی بیشتری برای عرضه محصولات متناسب با نیاز بازار دارند.



نقش پشتیبانی بازار در تقویت فروش و برندینگ

- پشتیبانی بازار شامل فعالیت‌هایی مانند تحلیل بازخورد مشتریان، خدمات پس از فروش، آموزش نمایندگان فروش و ارتباط با توزیع‌کنندگان است. این بخش به شرکت‌ها کمک می‌کند تا
- رضایت مشتریان را افزایش دهند.
 - وفاداری به برند ایجاد کنند.
 - بهبود مستمر کیفیت و طراحی محصولات را بر اساس داده‌های واقعی رقم بزنند.

روندهای نوین در بازار کاشی و سرامیک جهانی

بر اساس داده‌های بین‌المللی، گرایش‌هایی نظیر استفاده از طرح‌های الهام‌گرفته از طبیعت، کاشی‌های سایز بزرگ و استفاده از فناوری‌های نانو و سطوح ضدباکتریال، در حال گسترش هستند. شرکت‌هایی که در بخش تحقیقات فعال هستند، می‌توانند این روندها را زودتر شناسایی کرده و در محصولات خود به کار بگیرند تا هم‌راستا با استانداردهای جهانی حرکت کنند.

پیشنهاداتی برای توسعه پایدار صنعت کاشی و سرامیک

۱. ایجاد واحدهای تحقیق و توسعه (R&D) در شرکت‌های تولیدکننده
۲. تحلیل داده‌های فروش و بازخورد بازار برای بهبود مستمر محصول
۳. همکاری با دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی جهت ارتقاء فناوری و نوآوری
۴. برگزاری نمایشگاه‌ها و نظرسنجی‌های بازارمحور برای شناخت دقیق‌تر نیاز مشتریان



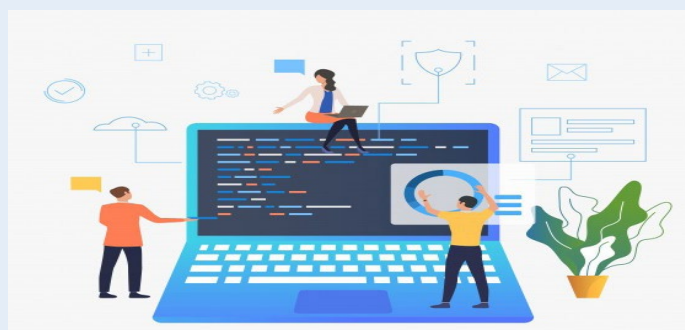
چالش‌ها و فرصت‌ها در پشتیبانی و تحقیقات بازار

چالش‌ها:

- جمع‌آوری داده‌های دقیق و قابل اعتماد از مشتریان
- تفاوت فرهنگی و جغرافیای در بازار مختلف
- مشکلات در ارائه خدمات پس از فروش و پشتیبانی در بازار جدید

فرصت‌ها:

- استفاده از ابزارهای دیجیتال و هوش مصنوعی برای بهبود پاسخگویی به مشتریان و تحلیل داده‌های بازار
- گسترش بازار به کشور های مختلف با توجه به تحقیقات دقیق در مورد ترجیحات و نیازهای مشتریان مختلف
- نوآوری در طراحی و تولید محصولات جدید بر اساس تحقیقات بازار



نتیجه‌گیری

تحقیقات و پشتیبانی بازار، نه تنها باعث افزایش فروش و رضایت مشتری می‌شوند، بلکه به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا در فضای رقابتی امروز، هوشمندانه‌تر و منعطف‌تر عمل کنند. در صنعت کاشی و سرامیک ایران، توجه جدی به این حوزه می‌تواند پله‌ای باشد برای ورود قدرتمندتر به بازارهای جهانی و کسب سهم بیشتر از بازار داخلی

گردآورنده: خانم فرحناز محمدی



MANKA GRAY

Polish

Randome Face

Plt			Box			
KG/PLT	M2/PLT	BOX/PLT	KG/BOX	M2/BOX	PCS/BOX	Size
1710	64.8	45	38	1.44	1	120×120



LIQUID OCEAN

Polish

Randome Face

Plt			Box			
KG/PLT	M2/PLT	BOX/PLT	KG/BOX	M2/BOX	PCS/BOX	Size
2060	86.4	40	51.5	2.16	3	60×120



PIETRA GRAY

MATT

Randome Face

Plt			Box			Size
KG/PLT	M2/PLT	BOX/PLT	KG/BOX	M2/BOX	PCS/BOX	
2060	86.4	40	51.5	2.16	3	60×120

