گزارش خبر
NEWSREPORT

کد خبر: ۵۳۵۸۷۴
دوشنبه ۶ مهر ۱۴۰۵ ۸:۰۹

حمیدرضا حامی، مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو:

خلاقیت و نوآوری در مسیر مینو؛ روایت حمیدرضا حامی از ایده تا بازار

تجربه بیش از ۶۸ ساله برند مینو، برخورداری از نیروی انسانی متخصص، توجه به کیفیت و قیمت محصولات و توسعه مستمر سبد کالایی، از محورهای مهم فعالیت گروه صنعتی مینو است؛ مسیری که در مرکز نوآوری و بازاریابی این گروه، با تمرکز بر تحقیقات بازار، طراحی، تولید و تجاری‌سازی محصولات دنبال می‌شود و در سال جاری نیز به معرفی محصولات جدید در حوزه‌های اسنک، بیسکویت، ویفر و کراکر انجامیده است.

به گزارش شبکه خبری مدیران نابغه، حمیدرضا حامی، مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو، در تشریح رویکرد این مجموعه در حوزه نوآوری و توسعه محصولات اظهار کرد: اعتبار برند مینو، سابقه بیش از ۶۸ سال فعالیت، برخورداری از منابع انسانی متخصص در حوزه‌های تولید، فرمولاسیون و کیفیت، ارائه محصولات با کیفیت و قیمت مقرون‌به‌صرفه و همچنین دسترسی گسترده از طریق شبکه توزیع، از جمله عوامل مهم در فعالیت و جایگاه این مجموعه به شمار می‌روند.

اعتبار بیش از ۶۸ ساله و تکیه بر سرمایه انسانی متخصص

حامی با اشاره به سابقه فعالیت گروه صنعتی مینو، اعتبار این برند و استمرار فعالیت آن در طول بیش از ۶۸ سال را یکی از ویژگی‌های مهم این مجموعه دانست و توضیح داد که مینو در طول سال‌های فعالیت خود، با وجود چالش‌ها و مشکلات موجود در فضای کسب‌وکار و صنعت، مسیر فعالیت و پیشرفت خود را ادامه داده است.

وی همچنین برخورداری از نیروهای انسانی متخصص در بخش‌های مختلف را از دیگر عوامل مؤثر در فعالیت مینو عنوان کرد و گفت که این مجموعه در حوزه‌های تولید، فرمولاسیون و کیفیت از نیروهای متخصص و باتجربه بهره می‌برد. به گفته او، استفاده از این ظرفیت انسانی در کنار فناوری موجود در خطوط تولید، امکان ارائه محصولاتی با کیفیت متناسب با نیاز بازار را فراهم می‌کند.

کیفیت و قیمت؛ دو محور مهم در توسعه محصولات

مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو، ارائه محصولات با کیفیت و قیمت مناسب برای مصرف‌کنندگان را از رویکردهای دیرینه این مجموعه برشمرد.

به گفته حامی، توجه هم‌زمان به کیفیت محصول و قیمت تمام‌شده، بخشی از رویکرد مینو در تولید محصولات مصرفی است؛ موضوعی که در طراحی و توسعه محصولات جدید نیز مورد توجه قرار می‌گیرد.

دسترسی گسترده از طریق شبکه توزیع

حامی در ادامه، شبکه توزیع را یکی دیگر از مزیت‌های مهم گروه صنعتی مینو دانست و از شرکت پخش قاسم ایران به عنوان بزرگ‌ترین شرکت پخش ایران یاد کرد.

وی توضیح داد که برخورداری از این شبکه توزیع، امکان دسترسی گسترده به شرکت‌های تولیدی گروه مینو و محصولات آن را در نقاط مختلف کشور فراهم کرده است. به این ترتیب، در کنار تولید محصول، موضوع توزیع و رساندن کالا به بازار نیز در زنجیره فعالیت این مجموعه مورد توجه قرار دارد.

طراحی، تولید و تجاری‌سازی؛ مسیر توسعه محصولات مینو

مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو درباره نحوه ورود محصولات جدید به بازار نیز به فرایندی با عنوان طراحی، تولید و تجاری‌سازی محصول اشاره کرد.

حامی توضیح داد که محصولات مینو پیش از ورود به بازار، این فرایند را در مرکز نوآوری و بازاریابی طی می‌کنند. در این مسیر، موضوعاتی همچون تحقیقات بازار، میزان پذیرش احتمالی محصول، نیازهای آینده بازار، کیفیت مناسب و قیمت رقابتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

وی تأکید کرد که طراحی محصول صرفاً به مرحله تولید محدود نمی‌شود و برای عرضه موفق یک محصول در بازار، باید مجموعه‌ای از مراحل از شناخت بازار تا تولید و تجاری‌سازی مورد توجه قرار گیرد.

تحقیقات بازار؛ از شناخت نیاز تا کاهش چالش‌های بازار

حامی با اشاره به اهمیت فرایند طراحی و تجاری‌سازی محصول، استفاده از چنین رویکردی را برای محصولات مختلف ضروری دانست و اظهار کرد که هر محصول، چه محصول فیزیکی و چه محصولی در حوزه خدمات، برای ورود به بازار باید از یک فرایند مشخص عبور کند.

به گفته وی، بررسی بازار و پیش‌بینی میزان استقبال از محصول، شناخت تقاضای آینده، تعیین کیفیت مناسب و رسیدن به قیمت رقابتی می‌تواند به کاهش چالش‌های احتمالی محصول پس از ورود به بازار کمک کند.

وی در توصیه به فعالان و افرادی که قصد دارند محصولات خود را در داخل یا خارج از کشور عرضه کنند نیز بر استفاده از فرایندهای منسجم تأکید کرد و گفت که مسیر عرضه محصول باید مراحل تولید، توزیع و تداوم حضور در شبکه فروش و فروشگاه‌ها را دربر بگیرد.

توسعه سبد محصولات با تمرکز بر نوآوری

مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو در بخش دیگری از این گفت‌وگو به برنامه این مجموعه برای توسعه محصولات اشاره کرد و گفت که در سال‌های اخیر، محصولات متنوعی در گروه‌های مختلف طراحی و تولید شده‌اند.

حامی افزود که در سال جاری نیز محصولات جدیدی در گروه‌های ویفر، کراکر، بیسکویت و اسنک طراحی شده‌اند که در ادامه وارد بازار خواهند شد.

وی با اشاره به جزئیات برخی از این محصولات جدید، از توسعه محصولات در گروه اسنک و همچنین بازطراحی و توسعه برخی محصولات شناخته‌شده مینو خبر داد.

محصول جدید مینوش‌ها با فرمولاسیون و بسته‌بندی تازه

حامی درباره یکی از محصولات جدید در گروه اسنک گفت که محصولی جدید با برند مینوش‌ها در حال عرضه به بازار است. به گفته وی، این محصول با فرمولاسیون جدید، بسته‌بندی جدید و رویکرد ریبرندینگ طراحی شده است.

این محصول بخشی از برنامه توسعه محصولات جدید مینو در حوزه اسنک به شمار می‌رود که با هدف ارائه محصولی با ویژگی‌های تازه در این گروه طراحی شده است.

توسعه برند ساقه طلایی با محصولی حاوی تکه‌های شکلات

وی همچنین از جدیدترین محصول طراحی‌شده در برند ساقه طلایی خبر داد و توضیح داد که این محصول، یک بیسکویت کاکائویی با تکه‌های شکلات است.

به گفته حامی، این محصول به عنوان جدیدترین محصول برند ساقه طلایی طراحی شده و در ادامه مسیر توسعه سبد محصولات این برند قرار دارد.

طراحی ویفر جدید با برند یا یاام شش

مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو در ادامه به یکی دیگر از محصولات جدید در گروه ویفر اشاره کرد و گفت که یک محصول ویفر با برند یا یاام شش طراحی شده است.

وی افزود که در حال حاضر فرایند چاپ بسته‌بندی این محصول در حال انجام است و این ویفر در آینده نزدیک با طعم‌های مختلف وارد بازار خواهد شد.

عرضه مینی کراکرهای جدید با برند تینوس

حامی همچنین از طراحی و تولید مینی کراکرهای جدید با برند تینوس خبر داد و گفت که این محصول در دو طعم طراحی شده است.

این محصول نیز در چارچوب توسعه محصولات جدید مینو در گروه کراکر قرار دارد و بخشی از برنامه این مجموعه برای افزایش تنوع محصولات در گروه‌های مختلف است.

استمرار مسیر نوآوری و توسعه محصول

بررسی توضیحات حمیدرضا حامی، مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو، نشان می‌دهد که توسعه محصول در این مجموعه بر پایه فرایندی شامل طراحی، تولید و تجاری‌سازی دنبال می‌شود؛ فرایندی که در آن تحقیقات بازار، بررسی پذیرش محصول، نیازهای آینده، کیفیت، قیمت، توزیع و حضور مستمر در شبکه فروش مورد توجه قرار می‌گیرد.

در این چارچوب، سابقه بیش از ۶۸ ساله برند مینو، استفاده از نیروهای متخصص در حوزه‌های تولید، فرمولاسیون و کیفیت، شبکه گسترده توزیع و توسعه مستمر سبد محصولات، از محورهایی است که حامی در تشریح رویکرد این مجموعه به آن‌ها اشاره کرد.

معرفی محصولات جدید در حوزه‌های اسنک، بیسکویت، ویفر و کراکر، از جمله مینوش‌ها با فرمولاسیون و بسته‌بندی جدید، محصول جدید ساقه طلایی با تکه‌های شکلات، ویفر جدید با برند یا یاام شش و مینی کراکرهای دو طعمی با برند تینوس نیز بخشی از برنامه توسعه محصولات مینو در سال جاری عنوان شد.