

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 تجاری سازی محصولات دنبال می شود و در سال جاری نیز به معرفی محصولات جدید در حوزه های 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 حوزه های تولید، فرمولاسیون و کیفیت، ارائه محصولات با کیفیت و قیمت مقرون به صرفه و همچنین دسترسی گسترده از طریق شبکه توزیع، از جمله عوامل مهم در فعالیت و جایگاه این مجموعه به شمار می روند.

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 ویژگی های مهم این مجموعه دانست و توضیح داد که مینو در طول سال های فعالیت خود، با وجود چالش ها و مشکلات موجود در فضای کسب و کار و صنعت، مسیر فعالیت و پیشرفت خود را ادامه داده است.

وی همچنین برخورداری از نیروهای انسانی متخصص در بخش های مختلف را از دیگر عوامل مؤثر در فعالیت مینو عنوان کرد و گفت که این مجموعه در حوزه های تولید، فرمولاسیون و کیفیت از نیروهای متخصص و باتجربه بهره می برد. 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 می کند.

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 مصرف کنندگان را از رویکردهای دیرینه این مجموعه برشمرد.

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

دسترسی گسترده از طریق شبکه توزیع

حامی در ادامه، شبکه توزیع را یکی دیگر از مزیت های 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 شرکت های 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 تجاری سازی؛ 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 تجاری سازی محصول اشاره کرد.

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

وی تأکید کرد که طراحی محصول صرفاً به مرحله تولید محدود نمی شود و برای عرضه موفق یک محصول در بازار، باید مجموعه ای از مراحل از شناخت بازار تا تولید و تجاری سازی مورد توجه قرار گیرد.

تحقیقات بازار؛ از شناخت نیاز تا کاهش چالش های بازار

حامی با اشاره به اهمیت فرایند طراحی و تجاری سازی 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 پیش بینی میزان استقبال از محصول، شناخت تقاضای آینده، تعیین کیفیت مناسب و رسیدن به قیمت رقابتی می تواند به کاهش چالش های 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 فروشگاه ها را دربر بگیرد.

توسعه سبد محصولات با تمرکز بر نوآوری

مدیر مرکز نوآوری و بازاریابی گروه صنعتی مینو در بخش دیگری از این گفت وگو به برنامه این مجموعه برای توسعه محصولات اشاره کرد و گفت که در سال های اخیر، محصولات متنوعی در گروه های مختلف طراحی و تولید شده اند.

حامی افزود که در سال جاری نیز محصولات جدیدی در گروه های ویفر، کراکر، بیسکویت و اسنک طراحی شده اند 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 شناخته شده مینو خبر داد.

محصول جدید مینوش ها با فرمولاسیون و بسته بندی تازه

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

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

توسعه برند ساقه طلایی با محصولی حاوی تکه های شکلات

وی همچنین از جدیدترین محصول طراحی شده در برند ساقه طلایی خبر داد و توضیح داد که این محصول، یک بیسکویت کاکائویی با تکه های 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 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 یاام شش طراحی شده است.

وی افزود که در حال حاضر فرایند چاپ بسته بندی این محصول در حال انجام است و این ویفر در آینده نزدیک با طعم های مختلف وارد بازار خواهد شد.

عرضه مینی کراکرها های جدید با برند تینوس

حامی همچنین از طراحی و تولید مینی کراکرها های 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 گروه های مختلف است.

استمرار مسیر نوآوری و توسعه محصول

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

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 یام شش و مینی کراکرهای دو طعمی با برند تینوس نیز بخشی از برنامه توسعه محصولات مینو در سال جاری عنوان شد.