



برائحة الفل

كريستال 25 عام

من الجودة والتطوير المستمر

لم يكن مسحوق الغسيل كريستال مجرد مسحوق غسيل يهدف إلى تنظيف الملابس فحسب؛ بل إنه تبدى منتجاً وطنياً عملاقاً منذ نشأته حيث حرصت الشركة بأن يكون أكثر من ذلك بحيث يصبح وصفة تنظيفية قائمة على أساس التشخيص الدقيق لكل العوامل والمتغيرات المرتبطة بذوق المستهلك وبيئته ورغباته مراعيًا كل الظروف البيئية التي يعمل فيها بكفاءة عالية؛ فمنذ عقدين ونصف وهو يخضع لمراحل بحوث وتطوير مستمرة وذلك وفقاً لرؤية تسويقية واضحة المعالم تهدف إلى تلبية حاجات ورغبات المستهلك من خلال تنفيذ دراسات وبحوث تسويقية ميدانية وكذلك دراسات وبحوث فنية وبشكل مستمر ولعل من أهم المراحل التي مر بها المنتج حسب ما يظهر في الرسم البياني ما يلي:

المرحلة الأولى:

مرحلة إززال المنتج وكانت البداية بعبوتين فقط ثم بعد ذلك رُفد السوق بعدد من العبوات المختلفة وشهدت هذه المرحلة تطوير لتركيبة المنتج وشكله استجابة لاحتياجات السوق في حينه وكانت الأساس للمراحل اللاحقة بعد ذلك.

المرحلة الثانية:

وهي المرحلة الأكثر منافسة مع المنتجات الأخرى وفيها جرى العمل على تقييم المنتج وإجراء عدد من الدراسات التسويقية لقياس رضا المستهلك وفيها تطور المنتج بما يتناسب وتطلعات مستهلكيه وكانت هذه المرحلة مقدمة لتطورات لاحقة في مكونات المنتج.

المرحلة الثالثة:

بعد أن استكملت كافة الدراسات السوقية

والبحثية تم في هذه المرحلة الاستعانة بجهات استشارية خارجية لتأكيد جودة المنتج والاعتناء بمكوناته وروائحه وهي مرحلة كريستال المطور الذي لبي رغبات واحتياجات المستهلك ومرت هذه المرحلة بخطوات هامة منها:

- الدراسات التسويقية لحلقات البيع والمستهلك النهائي.
- الدراسات الفنية لنوعية المياه في العديد من مناطق الجمهورية اليمنية وقياس نسبة الملوحة.
- دراسات فنية لنوعية الأوساخ واختبار فعالية التركيبة المطورة لمسحوق الغسيل كريستال في إزالته.
- ومن ثم تطوير التركيبة وإززال مسحوق الغسيل كريستال بتركيبته المطورة..

المرحلة الرابعة:

وخلال هذه المرحلة تم تطوير تركيبة كريستال بانز اله بالحبيبات الزرقاء الفعالة وتركيبة مطورة

تلبى احتياجات المستهلك في حينه بعد دراسة وتحليل متكامل لاحتياجات المستهلك والاستفادة من الدراسات الفنية والبحثية التراكمية السابقة.

المرحلة الخامسة:

خضع مسحوق الغسيل كريستال للتطوير في التركيبة فصار بالقوة المزدوجة وبعد تنفيذ العديد من الدراسات التسويقية والفنية تم إنزاله بتركيبة أقوى وعطر جديد وتصميم أرقى وأجمل وإنزاله في السوق بالعديد من العبوات ومنها العبوات الاقتصادية إضافة إلى أن هذه المرحلة شهدت إنتاج كريستال بعطر الفل إلى جانب كريستال بعطر الورد.

المرحلة السادسة:

نفذت خلالها العديد من الدراسات التسويقية والفنية من أجل تطوير التركيبة التي وصل إليها كريستال المطور فصار كريستال 25 عام بالقوة الرباعية وتم إززال المنتج بتركيبة مميزة تضاهي كل مساحيق الدرجة الأولى

للشركات العالمية.

كريستال بالقوة الرباعية هذا يعني:

- قدرة تنظيفية عالية..
- قدرة عالية للعزل في المياه القاسية.
- التفاعل مع أشعة الشمس لإزالة آثار البقع.
- الحفاظ على بريق الملابس البيضاء والملونة.

يتساءل الكثير والكثير

وماذا بعد...؟!؟

إننا مع كريستال لدينا خطة متكاملة للتطوير وذلك من خلال متابعة كل جديد في تكنولوجيا صناعات المنظفات وكذلك دراسات حاجات ورغبات المستهلك المتغيرة والمتطورة ودراسات رضا المستهلك للمحافظة على المستوى الذي وصل إليه المنتج بل وتعزيزها كمنتج أول في سوق المنظفات.. وكفخر... للصناعة الوطنية.

وكفخر... للصناعة الوطنية.

٢٥ عام من التطور

