

كريستال ثقة فرضتها الجودة والتطوير للمنتج



واستمراراً لعلية التطوير وتلبية لرغبات المستهلك تم إنزال كريستال بالقوة الرباعية تزامناً مع اليوبيل الفضي للمنتج بحله جديدة وثوب قشيب وبتركيبة فريدة ومتميزة كأضافة نوعية تمكن المستهلك من اختيار الأفضل والأنسب من مختلف مساحيق الغسيل المنتشرة إضافة إلى التنوع في أحجامه وعبواته ليتناسب مع مختلف الأذواق ويلبي مختلف القدرات الشرائية لها.

عنان الصبري

من قبل المستهلك اليمني وإيماناً من الشركة بأن المستهلك هو المستهدف من عملية التطوير وإنزال المنتجات بالاعتماد على الأساليب العلمية وأرقى المواصفات العالمية وبالتنسيق مع أكبر مراكز الأبحاث المتخصصة في أوروبا tensiocosult تم بعد ذلك إعادة إنزال كريستال بالقوة المزوجة بتركيبة مطورة كانت بمثابة حصيلة لدراسات فنية وبحوث تسويقية شاملة ومتكاملة لمختلف مناطق الجمهورية برأبحتى السورد ثم الغل بخصوصياته المتميزة وقدرته الفائقة على إزالة أصعب البقع المستعصية ونفاسيه مع الملابس البيضاء والملونة بحمايتها من الاهتراء ويحافظ على ألوانها ويضفي لها لمعاناً وبريقاً إضافة إلى ما يترك عليها بعد الغسيل من رائحة زكية ومتميزة.

انطلاقاً من سياسة الشركة الرامية لإشباع حاجات المستهلك اليمني ولد كريستال ليسهم وبفاعلية في سد متطلبات الأسرة اليمنية من مساحيق الغسيل، فقد نشأ وترعرع ومر بمراحل مختلفة أولها وأهمها خروجه من مشكاة منظومة قيم المجموعة حتى أصبح منتج وطني فريد وذات مميزات فريدة تميزه عن غيره ورافد هام من روافد الاقتصاد الوطني وفخراً لصناعاتنا الوطنية. وبفضل جهود الإدارات المتعاونة للشركة استطاع كريستال بجودته أن يصل إلى معظم البيوت والأسر اليمنية ساعده في ذلك مروءة بفترات ومراحل تطويرية مختلفة ابتداء من منتج كريستال العادي الذي نال ثقة المستهلك منذ البدايات الأولى، ثم كريستال بالعصيات الزرقاء الذي لاقى قبولا ورضاً كبيرين

لقد رأيناها.. ولو لم نراها لما وصلنا إليه

منذ إنشاء مصنع مساحيق الغسيل في عام ١٩٨٤م بدأت الشركة تستعد للدخول إلى هذا السوق والذي كانت تعجبه العديد من مساحيق الغسيل المستوردة من مختلف بلدان العام كما كانت تسيطر على السوق منتجات عالمية كبيرة ورغم كل ذلك إلا أن إصرار وعزيمة العاملين في الشركة على الخوض في غمار هذه الصناعة جعلتهم ويعزيمة لاثنين ينافسون ويقوفاً من خلال إنتاج مسحوق الغسيل كريستال ونظراً للنجاح الذي حققه المنتج فإن شركات عالمية طالبت بإنتاج منتجاتها لدى الشركة كشركة يونيليفر العالمية.

وفي منتصف التسعينيات حدثت تغيرات جذرية في أسواق مساحيق الغسيل بدخول شركات عالمية قوية وبدأ الكثيرون يراهنون على خروجنا من السوق في ظل وجود مثل هذه الشركات العملاقة وعندها قررت إدارة الشركة أن تعيد حساباتها وأن ترسم استراتيجياتها للمستقبل وكانت أهم القرارات التي خرجت بها هي المحافظة على حصتها السوقية وتطوير منتج ينافس منتجات هذه الشركات بقوة وكان القرار الأصعب هل يتم النزول بمنتج جديد أم يتم تطوير أحد المنتجات الموجودة؛ وكان القرار بتطوير منتج كريستال ونقلته من مساحيق الدرجة الثانية إلى مساحيق الدرجة الأولى.

ولقد كانت الرؤيا واضحة لكل العاملين على تطوير المنتج فلقد تخيل الجميع التصميم الجديد للمنتج وحجم مبيعاته في المستقبل وحصته السوقية وترتيبه بين مساحيق الغسيل الموجودة في السوق.

وللوصول إلى هذه الأهداف اتخذت مجموعة من القرارات ومن أهمها:

- تشكيل أول لجنة تطوير على مستوى الشركة والمجموعة تعنى بتطوير المنتج فنياً.

- تعيين مدير منتج لمسحوق كريستال في إدارة التسويق لرسم سياسة واستراتيجية المنتج التسويقية

- إنشاء قسم بحوث التسويق لإجراء الدراسات التسويقية للمنتج والمنتجات المنافسة.

- إعادة النظر في سياسة التوزيع الخاصة بالمنتج والتي تم تطويرها أكثر من مرة في حياة المنتج.

وقد أثمرت كل هذه الجهود بتحقيق نتائج مميزة وبشكل ترويجي حتى وصل مسحوق كريستال إلى ما وصل إليه اليوم المنتج رقم واحد في اليمن من حيث الحصص السوقية والانتشار وحجم المبيعات، واليوم ونحن نحتفل باليوبيل الفضي للمنتج فإنه وما زال لدينا الكثير مما نطمح لتحقيقه، لقد تحقق كل ذلك لأننا رأيناها ولو لم نراها لما وصلنا إليه.



عبدالباسط عقلاان

سؤال العدد:

ماذا يعني كريستال
٢٥ عام بالقوة الرباعية؟

ملاحظة:

تكتب الإجابات بخط واضح وتوضع في صندوق الإجابات أمام بوابة إدارة التسويق

جائزة المسابقة
35.000
ريال

مسابقة كافة المحافظات



كريستال



تصميم وإخراج
السطوة
777936644

سكرتير التحرير
علوي عبدالحق البديجي

مستشار التحرير
عبدالباسط عقلاان
نجيب شمسان

رئيس التحرير
صادق الجابري

الإشراف العام
قطاع الإعلام وإدارة المعرفة

دورية - ثقافية - عامة - تأسست عام ١٩٩٦م
تصدر عن الشركة اليمنية لصناعة السمن والصابون
هاتف رقم ٢٤٧٣٧٠ - فاكس رقم ٢٤٧٣٦٥