



کاشی پارس
PARSTILE

SINCE 1973

شماره ۲
آبان ماه ۱۴۰۲

پارس
شرکت کاشی
تخصصی
ماہنامہ
Company
Tile
of Pars
Magazine
Monthly
Specialized

نیم قرن خدمت و نوآوری

50

عناوین

مقدمه

اخبار

پارس از منظر همکاران

پارس از منظر نماینده ها

نمایشگاه چرسای ایتالیا

نوآوری های انجام شده در صنعت کاشی

صفحه آرای: علی نفری پور
تدوین: زینب حاجی خانی
طراحی و جانمایی قالب: حبیب کیان نیا



شرکت کاشی پارس (سهامی عام) در سال ۱۳۵۲ با هدف تولید و فروش کاشی دیواری تاسیس و در سال ۱۳۵۶ خط تولید آن با ظرفیت ۱/۸ میلیون متر مربع کاشی دیواری راه اندازی شده است. طرح های توسعه کلان در سازمان کاشی پارس در سالهای متمادی تعریف و اجرا شده است که بخشی از مهمترین آنها به شرح ذیل است:

۱- در سال ۱۳۸۱ بهره برداری از اولین بخش طرح توسعه از یک خط تولید مدرن کاشی دیواری با ظرفیت ۲ میلیون متر مربع

۲- در سال ۱۳۸۳ بخش دوم طرح توسعه با جایگزین کردن خط قدیمی با تکنولوژی رو دنیا در بخش کاشی دیواری - با قابلیت تولید کاشی تک پخت ظرفیت تولید به ۴ میلیون متر مربع اسمی رسید.

۳- در سال ۱۳۸۵ با بهره برداری از جدید ترین تکنولوژی تولید کاشی پرسلان ، کاشی پارس اولین کاشی گرانیته فول بادی در سایز ۶۰×۱۲۰ در ایران را تولید نمود - افزایش ظرفیت اسمی ۱/۲ میلیون متر مربع

۴- بهره برداری از طرح توسعه تولید محصولات نانو پولیش در انتهای سال ۹۸، که این پروژه با خرید ماشین آلات روز دنیا و تامین مواد اولیه نانو با کیفیت عالی و به همت تیم تخصصی کاشی پارس در سال ۹۹ به تولید انبوه رسید و هم اکنون از مزیت های مهم رقابتی این مجموعه در بازار شناخته می شود.

۵- طرح توسعه در فاز ۴ تولید، که در سال ۹۹ تعریف شده است و در سال ۱۴۰۰ با راه اندازی کوره ۱۳۰ متری زاکمی و خط لعاب سایز بزرگ و با استفاده از پرس ۲۸۹۰ ارتقا یافته و شروع به تولید نمود.

این پروژه بزرگ با تامین اولین پرس ۱۰,۰۰۰ تنی زاکمی در ایران امکان تولید با هدف تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتر را فراهم نمود . لازم به ذکر است با راه اندازی کامل پروژه در فاز ۴، ظرفیت اسمی مجموعه به ۶۷۰۰ متر مربع رسید .

حضور پر قدرت و ماندگار کاشی پارس در بازار پر رقیب کاشی و سرامیک ایران ، به عنوان یکی از بهترین برند های تولید کننده کاشی و سرامیک موفقیت خود را در بهبود مداوم در کلیه فرایندها می داند و موفقیت حاصل شده در رسیدن به اهداف کلان سازمان خود گواهی بر اجرای صحیح استاندارد های مدیریتی در سازمان می باشد.

انتصاب مدیر عامل شرکت کاشی پارس

مراسم تودیع و معارفه مدیرعامل شرکت کاشی پارس، دوشنبه ۲۴ مهرماه ۱۴۰۲ با حضور آقای مهندس نظام آبادی مدیرعامل محترم هلدینگ کاوه پارس، آقای مهندس احدیان مدیرعامل محترم شرکت کاشی سینا، اعضای هیئت مدیره و مدیران شرکت کاشی پارس در محل دفتر مرکزی شرکت برگزار شد. در این مراسم آقای مهندس تندگویان به عنوان مدیرعامل جدید کاشی پارس انتخاب شدند.



انتصاب مدیرعامل جدید

انتخاب صادرکننده نمونه استان قزوین سال ۱۴۰۲

در تاریخ ۸ آبان ماه ۱۴۰۲، شرکت کاشی پارس به عنوان صادرکننده برتر استان قزوین انتخاب شد. شرکت کاشی پارس طی چند سال متمادی موفق به دریافت این حکم شده است.



انتخاب صادرکننده نمونه استان قزوین

برگزاری کارگاه آموزشی اعتیاد و آسیب های اجتماعی

در تاریخ ۹ آبان ماه ۱۴۰۲، کارگاه آموزشی تحت عنوان اعتیاد و آسیب های اجتماعی برگزار شد. که در این کارگاه از درمورد عوامل روی آوردن افراد به اعتیاد و راه حل های آن صحبت شد



برگزاری کارگاه آسیب های اجتماعی و اعتیاد

نصب تابلو سردرب نماینده شهر ساری برند پارس

در تاریخ ۸ مهرماه ۱۴۰۲، تابلو سردرب فروشگاه آقای شربتداران نماینده محترم برند پارس در شهر ساری نصب و مورد بهره برداری قرار گرفت.



نصب تابلو سردرب نماینده پارس

نصب تابلو سردرب نماینده شهر ساری برند پارس میداس

در تاریخ ۹ مهرماه ۱۴۰۲، تابلو سردرب فروشگاه آوا نگرش قرن نماینده محترم برند پارس میداس در شهر ساری نصب و مورد بهره برداری قرار گرفت.



نصب تابلو سردرب نماینده میداس

نصب تابلو سردرب نماینده شهر قزوین برند پارس میداس

در تاریخ ۳۰ مهرماه ۱۴۰۲، تابلو سردرب فروشگاه خانم ندا صباحی فر نماینده محترم برند پارس میداس در شهر قزوین نصب و مورد بهره برداری قرار گرفت.



نصب تابلو سردرب نماینده میداس



آقای محمد مهدی تندگویان-مدیر عامل

« پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

- ۱. به نظر شما ویژگی‌های رفتاری یک مدیر ارشد خوب چیست؟**

اعتقاد و باور به انجام کار گروهی و نتیجه‌گیری از همراهی و همکاری در بین پرسنل و به اشتراک گذاشتن موضوعات خرد و کلان با مدیران مجموعه در جهت رسیدن و نیل به اهداف بهینه سازمان
- ۲. بزرگ‌ترین چالش شما در زمینه مدیریت کارکنان چیست؟**

محدودیت‌های قانونی در جهت پرداخت‌ها- رفاهیات برای ایجاد انگیزه بیشتر و توسعه توانمندی مدیران و پرسنل- مداخلات بیرونی اقتصاد- نقدینگی و مشکلات ساختاری خارج از مجموعه که تحمیل آن به مجموعه باعث کندی کار و کاهش بهبود عملکرد می‌شود که امیدوارم با رفع موانع تولید، بخش بزرگی از این موضوعات برطرف شود.
- ۳. چه تهدیدات/ فرصت‌های بزرگی را برای این تجارت پیش‌بینی می‌کنید؟ چگونه می‌خواهید آنها را مدیریت کنید؟**

رکورد صنعت ساختمان- تغییر نگرش در مصرف‌کننده نهایی در سبک، طرح و سایز محصولات باتوجه به خطوط فعلی و مقدورات و دارایی‌های کارخانه صادرات غیرمجاز توسط صاحبان برند و نهادهایی که مستقیم در امر تولید فعال نیستند

نگرانی در افزایش تعرفه‌هایی که در موضوعات مالیاتی و گمرکی ممکن است در بازار فعلی باتوجه به افزایش بهای تمام شده محصول، کار ما برای نرخ گذاری و فروش سخت‌تر کند.

فرصت‌هایی که وجود دارد برای کارخانه و کاش پارس:

امید دارم که با تولید ساینز جدید و ان شاءالله تا پایان سال راه اندازی خط پولیش جدید- حضور در نمایشگاه- تولید محتوای مناسب جهت تبلیغات و برگزاری رویداد ۵۰ سالگی بتوانیم به بخش‌هایی از چالش‌ها فائق آییم.
- ۴. هدف اصلی شما به عنوان مدیر عامل چیست؟**

ساماندهی مناسب ساختار تشکیلاتی و رفتار سازمانی در تمام بخش‌ها و واحدها- ساماندهی مناسب در جهت کاهش هزینه‌های جاری و تامین مواد اولیه و اقلام مصرفی- ارتقاء سطح دریافت و رفاهیات پرسنل در همه سطوح و توجه به تفکیک نیروهای کارآمد از نیروهای ناکارآمد
- ۵. سوابق همکاری خود با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟**

از بهمن ماه ۱۴۰۱ به عنوان رئیس هیئت مدیره مشغول به کار شدم
- ۶. تاکنون از شما تقدیر و تشکر (لوح و جوایز و تشویق و ...) شده است؟**

در سطح‌های مختلف از ریاست جمهوری، وزراء مربوطه، نمایندگان مجلس و فرمانده‌های لشکری به دلیل همکاری سازمانی و جایگاه شغلی تقدیر نامه و لوح دریافت کرده‌ام.



آقای مهران قنبری - مدیر منابع انسانی

« پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

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

مفهوم برنامه ریزی و اهداف بلند مدت برای اینجانب از سال ۱۳۸۲ با حضور در سمینارهای انگیزشی دکتر آزمندیان، دکتر احمد حلت و دکتر علیرضا شیری رقم خورد که به نظر شخصی اینجانب تا حدود زیادی به اهداف مورد نظر خود از جمله ارتقاء و توسعه فردی رسیده ام. الگوی اینجانب داشتن نظم شخصی است که اکثر افراد موفق این فرآیند ذهنی را به خوبی اجرا نموده اند.

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

همواره علاقه مند به آموزش بوده و با توجه به علاقه شخصی و با هزینه خود در دوره های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت سازمان های معتبر شرکت نموده ام. از جمله دوره هایی که شرکت نموده و با شغل اینجانب مرتبط بوده است می توان به دوره های تخصصی منابع انسانی، روابط عمومی، رفتار سازمانی و ... اشاره کرد.

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

موضوعات فرآیند منابع انسانی مدام در حال تغییر و تکمیل می باشد و از آنجاییکه این واحد با افراد سروکار دارد، بایستی در مواجهه با نسلهای گوناگون تخصص لازم را داشته باشید؛ به همین علت علاقه مندم یادگیری های اینجانب در جهت افزایش سطح دانش و مهارت حوزه های تخصصی مدیریت منابع انسانی و یادگیری زبان انگلیسی از افراد برجسته در این حوزه ها باشد.

به جرأت عرض می کنم خداوند به اینجانب لطف داشته تا طی حدود سی سال سابقه کار، همواره با مدیران بزرگ و طرز فکرهای متفاوت همکاری داشته باشم و از تجارب این بزرگان استفاده نمایم. اگر به درستی به موضوعات توجه شود می توانید از یک کارگر تا بالاترین سطوح سازمانی یادگیری داشته باشید، اما در مجموع همکاری با افراد با تجربه و مدیران بزرگ یادگیری بیشتری برای اینجانب داشته است.

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

از نقاط قوت سازمان، می توان به وجود مدیریت مستقیم در کارخانه، وجود رتبه مناسب در رعایت اصول رفتار سازمانی در کلیه سطوح، بالا بودن و مرتبط بودن سابقه و تجربه خوب مدیران و سایر کارکنان یاد کرد. نقطه ضعف خاصی به نظر نمی رسد.

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

ارزشهای سازمانی در شرکتها در جذب و حفظ استعدادهای برتر نقش اساسی دارند، به طوریکه ۴۶٪ از افراد جویای کار فرهنگ شرکت را هنگام انتخاب آگهی استخدام بسیار مهم می دانند، ارزشهای سازمانی، درجه سازمان را تشکیل می دهند و به شما کمک می کنند که کسب و کارتان را از رقبا متمایز کنید. در مرحله ی نخست بایستی ارزشهای سازمان تعریف و تبیین شود که از سطوح مختلف از جمله مدیران و مسئولین انتظار بیشتری در خصوص رعایت آنها می رود. از جمله ارزش های سازمانی مهم می توان به نظم و انضباط، امانت داری، یادگیری، راستگویی، جسارت، نتیجه گیری، رعایت اصول حرفه ای، رفتار سازمانی و احترام متقابل اشاره کرد.

۶. سوابق همکاری خود با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟

حدود ۲۱ ماه است که افتخار همکاری با مجموعه معظم کاشی پارس را دارم و در تمامی این مدت سعی در ارتقاء برند کارفرما داشته ام

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

خوشبختانه بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی و سیاستهای ابلاغی، همیشه در راستای تقدیر و تشکر از کارکنان سازمان های خود بوده و به نظر اینجانب این تقدیر و تشکر ها در کلیه مناسبت ها کاملا به موقع و به درستی اجرا می گردد.



آقای رضا گنج علیا-سرپرست تضمین کیفیت

« پارس از منظر همکاران

پرسش و پاسخ

۱. آیا تا به حال با انتظارات خارج از توان خودتان در کار مواجه شده اید؟
خیر باتمام توان وبا توکل به خداوند از عهده مسولیت های واگذار شده بر آمدهام

۲. آیا ابزار و منابع مورد نیاز برای انجام کارتان را در اختیار دارید؟
بله، با توجه به نیازها،ابزار مناسب قرار داده شده است

۳. چه عاملی باعث میشود شما به این مجموعه پایبند بوده و احساس انجام وظیفه نمایید؟
تعهد ایمانی و اخلاقی و احساس مسؤلیت نسبت به شرکت و همکاران

۴. چه پیشنهادهاتی در راستای موفقیت کاشی پارس دارید؟
برگزاری کلاس های آموزشی با هدف تقویت کار پرسنل،حمایت مالی از کارگران با دادن وام های بلند مدت، پاداش وجویا شدن از احوال خانواده پرسنل وبر طرف کردن مشکلات آنها
این عوامل موجب آرامش بیشتر کارگران و شده و در موفقیت کاشی پارس تأثیر بسزایی خواهد داشت.

۵. سوابق همکاری خود با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟
بیست سال سابقه همکاری با شرکت کاشی پارس رادارم که دربخش های مختلف از جمله بسته بندی بعنوان کارگر ساده وکنترل کیفیت بعنوان کنترلر لعاب سازی وسرپرست کنترل کیفیت وهم اکنون در واحد تولید بعنوان رئیس بخش لعاب سازی انجام وظیفه می نمایم.

۶. تاکنون از شما تقدیر وتشکر(لوح وجوایز وتشویق و...) شده است؟
بله درسال ۱۳۹۵ بعنوان کارگر نمونه در واحد کنترل کیفیت معرفی شده ام



آقای آقازاده- نماینده تهران برند پارس میداس

« پارس از منظر نماینده ها

سوالات

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

در مقطع زمانی خاص یکی از کارخانجات کاشی و سرامیک که همزمان با بازار رشد و توانست از بحران اقتصادی عبور کند، شرکت کاشی پارس بود؛ علتی که باعث گذر شرکت از این بحران شد؛ تولید سایز ۶۰×۱۲۰ بود. تنوع سید کالایی شرکت کاشی پارس (سایز ۳۰×۳۰، ۶۰×۶۰، ۶۰×۱۲۰ کامل بودن ست بدنه و کف)، بدنه رنگی، بدنه فول بادی و کاشی های پروتکتیو دلیل انتخاب کاشی پارس به عنوان تولید کننده بود.

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

در هر سازمان و کارخانه یک مثلث طلایی وجود دارد که پایه رشد شرکت می باشد. در کاشی پارس اضلاع این مثلث باهم هماهنگ نیستند. یکی از اضلاع فروش، دومین ضلع طراحی که بسیار مهم است و به آن اهمیتی داده نشده است و سومین ضلع آن تولید (تدارکات، کنترل کیفیت، تولید، بسته بندی، تسمه کشی و ...) است. به نظر اینجانب در بیسکوئیت کارخانجات معروف طلا و نقره ریخته نشده است که شرکت های دیگر توانایی رقابت با آنها را نداشته باشند. به جرات می توانم عرض کنم که تکنولوژی و فرمول به کاررفته در بیسکوئیت کاشی پارس تقریباً مطابق با به روزترین تکنولوژی روز دنیا است، اما در زمینه طرح کاستی هایی وجود دارد. تنوع و به روز نبودن طرح ها باعث می شود ما تنوع طرح حداقلی داشته باشیم. راس این مثلث طلایی طراحی است که باید نگاه ویژه ای به آن شود، امکانات کافی برای واحد طراحی فراهم نشده است. حسرت به دل ماندم تا یکی از پرسنل کاشی پارس را در نمایشگاه های خارجی ببینم. این عوامل باعث می شود خیلی از کارخانجاتی که در این زمینه ها تحقیق و فعالیت میکنند در بازار از ما سبقت بگیرند. از نقاط قوت کاشی پارس می توان به نیروهای درجه یک، کار بلد و دلسوز، تعامل بالا با نماینده و تعداد نمایندگی های محدود اشاره کرد.

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

تاکنون تجهیزاتی دریافت نکرده ام، ولی طبق جلسه ای که با واحد بازاریابی شرکت داشته ام، به امید خدا در آینده نزدیک شاهد تجهیزات جدید برای فروشگاه خواهیم بود.

۴. سوابق همکاری شما با شرکت کاشی پارس بفرمایید؟

به صورت غیرمستقیم حدود ۲۰ سال با کاشی پارس همکاری دارم، ولی مستقیم نمایندگی ما از سال ۹۵ آغاز شد.

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

تقریباً ۵۰ درصد با اهداف بلند مدت اینجانب هماهنگی دارد. باتوجه به فراز و نشیب های زیادی که کاشی پارس دارد از جمله لعاب، انبار محصول و مواردی که ذکر شد نمی توان بودجه بندی دقیقی داشت.

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

پرسلان خوب کاشی پارس (جذب آب تقریباً صفر درصد)، تولید همزمان کاشی پرسلان و کاشی دو پخت و درجه حرارت بالا کوره که تاثیر بسزایی در کیفیت کاشی دارد ما را به کاشی پارس وابسته کرده است.

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

تکمیل سید کالایی و تولید سایز ۳۰×۳۰، تولید کاشی های پارکینگی ۶۰×۶۰ و ۴۰×۴۰ ضخامت ۲۰ میلی متر

« نمایشگاه چرسای ایتالیا



* نمایشگاه چرسای امسال ، به منظور بازتاب تغییرات گسترده نمایشگاه در سالهای اخیر و همچنین تحولات شگرف تری که در دنیای معماری و طراحی انجام شده است، تصویری جدید را به نمایش می گذارد. هر ساله معماران ، طراحان ، پیمانکاران ، خرده فروشان و غرفه داران ایتالیایی و بین المللی در نمایشگاه کاشی و سرامیک میلان و سرامیک گرد هم می آیند تا ضمن برقراری روابط حرفه ای سطح بالا و کاوش در محصولات و پروژه های نوآورانه به نمایش گذاشته شده توسط شرکت های پیشرو ایتالیایی و بین المللی ، همگام با آخرین تحولات صنعت سرعت بیشتری کسب کنند.

* OPEN CERSAIE

مفهوم جدید نمایشگاه تمرکز بر تنوع و دستیابی به مخاطبان هدف جدید است. در راستای این ایده ، یک نمادنگاری و یک آرم جدید ایجاد شد تا چرسای را به عنوان یک معماری

نمایشگاه چرسای ایتالیا

کامل تر و تجاری تر از برند مبدل کند و بتواند با چالش های یک دنیای رقابتی فزاینده روبرو شود. این تصویر بطور بصری با مهمترین ابتکار عمل نمایشگاه ، با هدف مخاطب قرار دادن بازدیدکنندگان مرتبط است: برنامه ساختمان سازی تفکرات جلسات معماری. مأموریت های تجاری چرسای برای معماران بین المللی؛ جلسات طراحی و شیوه زندگی که در کافه های مطبوعات برگزار می شود.

در نتیجه ، چرسای از یک مکان "نمایشگاه" به فضای "رابطه ای" تبدیل می شود. دنیای آفلاین و آنلاین با هم ادغام می شوند و "ارتباط" "مکالمه" می شود. پویایی رابطه جدید می تواند قبل ، حین و بعد از نمایش ایجاد شود ، سپس در طول سال ادامه یابد تا سطح توجه مرتباً حفظ شود. رسانه های اجتماعی به عنوان فضاهای مجازی که چرسای می تواند هویت قدرتمندی ایجاد کند و درهای خود را برای غرفه داران ، بازدید کنندگان ، تأثیر گذاران و همچنین خود شهر باز کند ، نقش مهمی در این استراتژی ارتباطی بازی می کند.

در ادامه با توجه به نمایشگاه پیشرو و با تحقیقات و مطالعات به عمل آمده مطلبی شاخص را برای غرفه سازی آماده کردیم.

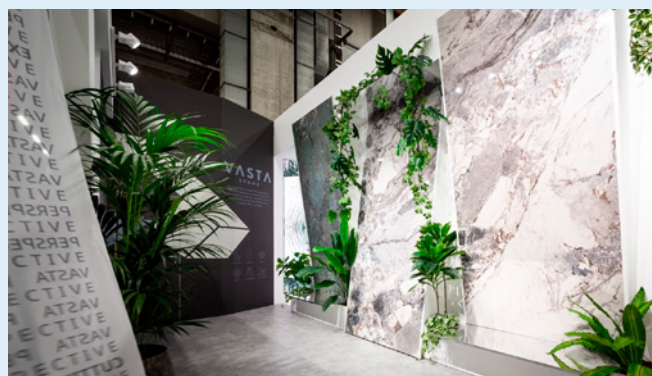
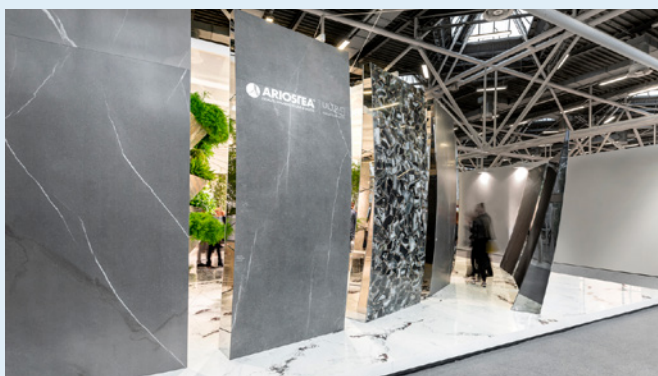
* غرفه سازی

در یک نمایشگاه غرفه سازی اهمیت بسزایی برای شما خواهد داشت. به عنوان یک غرفه دار، شما یکی از غرفه دارانی هستید که در صدد جذب بازدیدکنندگان می باشید. جلب توجه افراد در شرایطی که سایر رقبا سعی دارند همان کار شما را انجام دهند بسیار چالش برانگیز می باشد. پس چگونه مطمئن شوید که در بین سایر غرفه داران دیگر برجسته تر هستید؟



* غرفه سازی شاخص

ما باید در درجه اول بر اهمیت غرفه سازی شاخص خود تاکید کنیم. اساس مشارکت خوب در نمایشگاه، طراحی و ساخت غرفه است که به خوبی برجسته باشد. برای رسیدن به این هدف، راه های فراوانی وجود دارد، اما واضح ترین راه این است که ارتفاع استند خود را افزایش دهید. شما می توانید با اضافه کردن یک طبقه در زیر غرفه نمایشگاهی خود کاری کنید تا آرم (لوگو) شما به وضوح قابل مشاهده باشد. علاوه بر این، انتخاب رنگ درخشان کل استند را برجسته تر نشان می دهد که می تواند به جذب بازدید کنندگان تجارتی کمک کند.



* روشنایی (نورپردازی)

نورپردازی مناسب مانند آرایش عمل میکند، نورپردازی مهمترین عناصر استند را برجسته می کند. بنابراین، باید اطمینان حاصل کنید که کل نورپردازی به خوبی نورپردازی شده است و عناصر خاص با استفاده از نورهای LED برجسته شد

یا با قرار دادن نوارهای LED یا چراغهای نقطه ای مورد توجه بیشتری به آن شده است. به یاد داشته باشید که روشنایی بیش از حد نیز می تواند بر روی ظاهر استند تاثیر منفی داشته باشد.



* رسانه های اجتماعی

از بیرون به قضیه نگاه کنید. اگر غرفه نمایشگاهی شما در نمایشگاه برتری داشته باشد، احتمالاً به صورت آنلاین نیز برتری خواهد شد. امروزه رسانه های اجتماعی فرصت های فراوانی برای ارتباط با گروه هدف ارائه می دهند. اگر هر ساله در رویدادهای متعدد مشارکت می کنید، فالوور های شما ممکن است زمانی که آنها را به روز نگه دارید از رویداد بعدی بازدید کنند. رسانه های اجتماعی اجازه می دهد تا شما به گروه هدف خود دسترسی بیشتری داشته باشید و به شما کمک می کند تا بازاری را که در توسعه کسب و کار آن سرمایه گذاری می کنید، نشان دهید. در این لحظه شما می توانید با آنها گفتگو کنید.

* برنامه ریزی فعالیت ها

فعالیت در کنار غرفه سازی یک راه موثر برای جلب توجه در نمایشگاه های تجاری است. فعالیت های مناسب می توانند واقعا منجر به نتایج متفاوتی در رویداد شوند. آیا می دانستید که یک بازدید کننده بطور متوسط در حدود ۵ ساعت زمان را در یک نمایشگاه صرف می کند؟ پس از صرف تمام این ساعتها یک نوشیدنی خوشمزه یا یک خوراکی و یا یک هدیه نفیس خیلی خوشایند است. این امر می تواند منجر به تغییر نگرش افرادی که قصد دارند یا بسمت شما بیایند، شود.

* تم نمایشگاه

تم قابل تشخیص در غرفه نمایشگاهی، یک ابزار بازاریابی عالی است. تمی را انتخاب کنید که با کمپین موجود همخوانی داشته باشد یا از آن به عنوان معرفی یک محصول یا سرویس جدید استفاده کنید. هر استند نمایشگاهی را بعنوان یک پروژه جدید و خلاقانه برای دستیابی به اهداف بازاریابی خود در نظر بگیرید و یک دنیای مارکدار کوچک را ایجاد کنید که در آن بازدیدکنندگان شما بتوانند پیامی را که می خواهید آنها بشنوند، را تجربه کنند.

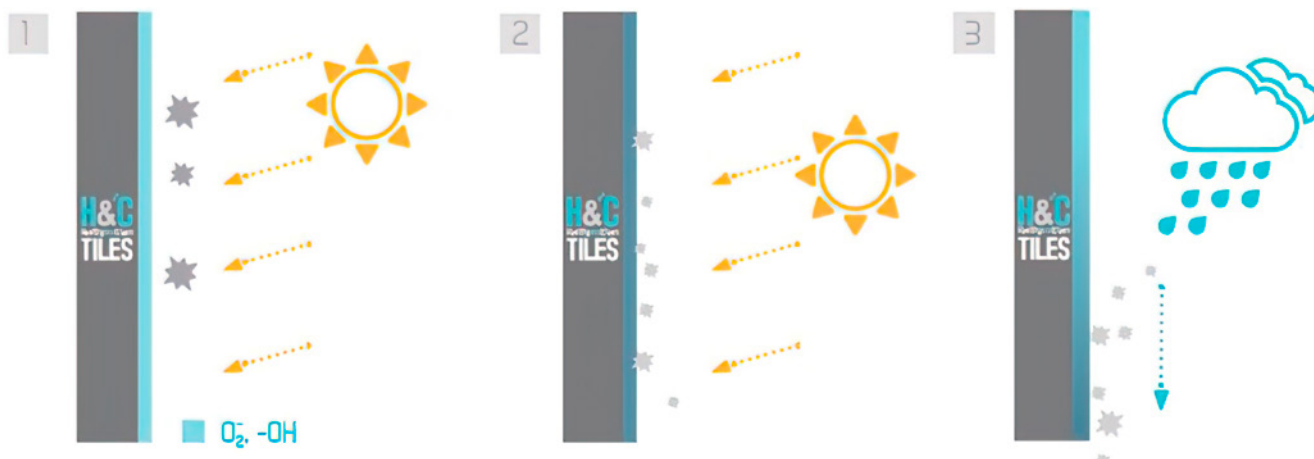
* سخن پایانی

به طراحی و ساخت غرفه خود توجه کنید. به کاری که سازنده غرفه شما انجام داده است اهمیت دهید و آنها را به چالش بکشید. نمایشگاه‌ها فرصت‌های خوبی برای برقراری ارتباط با مشتریان جدید، شرکا و تامین‌کنندگان می‌باشد. به عبارت دیگر، نمایشگاه فرصت رشد و توسعه کسب و کار شما را فراهم می‌کند. نمایشگاه کارت تجاری کسب و کار شما برای رسیدن به رشد است. و در آخر با رفتن به لینک ذیل می‌توانید بازدید مجازی از نمایشگاه چرسای ۲۰۲۳ را تجربه کنید.

[001243=https://publisher.mc360photo.com/dispatcher.aspx?id](https://publisher.mc360photo.com/dispatcher.aspx?id=001243)

منابع: سایت www.cersaie.it و وبگاه دنیای سرامیک

گردآورنده: آقای کیان نیا



« نوآوری های انجام شده در صنعت کاشی»

بیش از ۴۰۰۰ سال از ساخت کاشی می گذرد و امروزه هزاران نوع از محصولات مختلف کاشی با اشکال و رنگ های مختلف را می توان یافت که جهت دکوراسیون قسمت های مختلف داخل ساختمان و حتی نمای بیرونی آن به کار می رود.

امروزه نوآوری هایی که در تولید کاشی وجود دارد از ایجاد روش های دکور جدید فراتر رفته است. این نوآوری ها شامل سطوح تمیزشونده، تغییرات رنگ و شکل بر اثر تماس دست، بازتاب نور بعد از غروب خورشید و مواد متعدد دیگری است که بخشی از آنها در این مبحث عنوان می شوند. آن سوی مرزها چه می گذرد؟

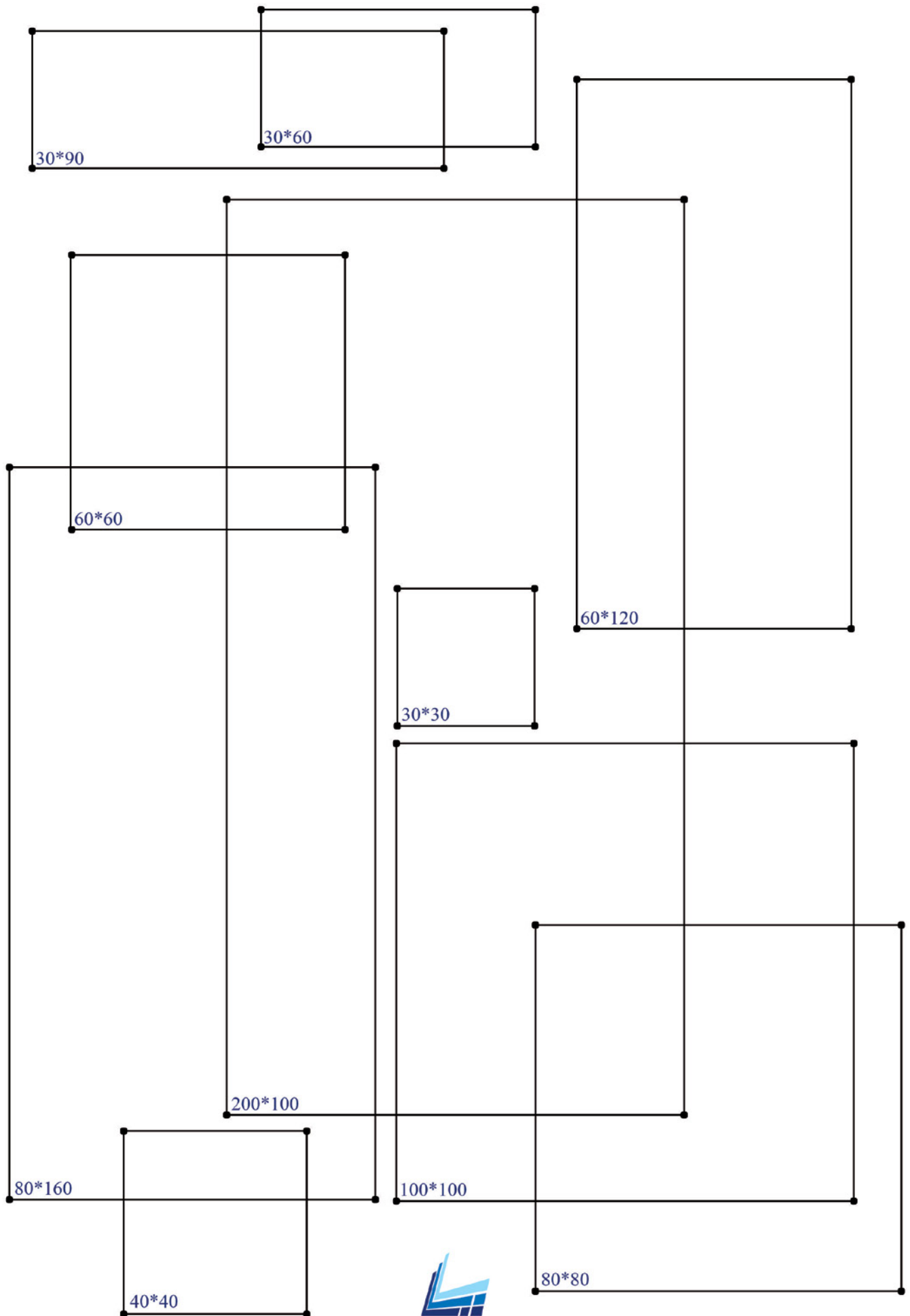
مبارزه با آلودگی

در لندن و برلین دو طراح به نام های آلیسون درینگ و دانیل شوآگ به وسیله طراحی نوعی از کاشی های دکوری موفق به کاهش آلودگی هوا شدند. در محیط های شهری نظیر مکان های شلوغ از جمله تونل های با ترافیک زیاد، ورودی های شهر، محوطه های پارکینگ و موارد مشابه همچون بازسازی خانه ها که با بودجه کم نیاز به یک راه حل خوب و مناسب است استفاده از این مواد می تواند، بسیار مفید عمل نماید. در این کاشی ها سطح رویی کاشی ها به وسیله پودر بسیار ریز دانه اکسید تیتانیوم پوشش داده میشود که این مواد به وسیله نور عادی فعال می شود. این پدیده در حقیقت کاربرد جدید نانو فتوکاتالیتیک از موادی هم چون دی اکسید تیتانیوم است که به عنوان رنگ دانه و هم چنین در موادی چون بدنه های خود تمیز کن و از بین برنده میکروب بکار برده می شود. کارکرد این بدنه ها به این صورت است که با وجود میزان کمی اشعه UV از نور خورشید در محیط و همین طور رطوبت، موجب کاهش آلودگی هوای محیط اطراف می شود. هنگامی که این کاشی ها در محیط آلوده قرار می گیرد، نیتروژن خنثی شده و ترکیبات آلی سمی نیز تبدیل به ترکیبات خنثی می گردد. از سال ۲۰۰۵ انجمن هوای پاک اروپا استفاده از این مواد را در اولویت های استراتژیک خود قرار داده است. هدف آنان کاهش مرگ و میر ناشی از آلودگی هوا تا ۱۰۰۰۰۰ نفر و همچنین ضرر و زیان ناشی از آلودگی هوا تا ۴۵ بیلیون یورو است.

REFERENCE: Self-cleaning tiles and glasses for eco-efficient buildings, D. Synnott, N. Nolan, D. Ryan, J. Colreavy, S.C.

Pillai, Nanotechnology in Eco-Efficient Construction Materials, Processes and Applications Woodhead Publishing Series in Civil and Structural Engineering ۲۰۲۳ pages ۳۲۷, ۳۴۱

گردآورنده: خانم امینی



پارس سیر راهمگان میسناسندر



WWW.PARSTILE.IR

