من أكبر العوائق اللي بتقف قدّام المستثمر في بداية مشروعه

هي موضوع البراند

يعني ممكن يكون مستثمر مش ناقصه حاجة

والحاجة الوحيدة اللي مانعاه عن إنّه ياخد خطوة علي أرض الواقع

هي خوفه من إنّه مش هيعرف يعمل براند

-

أنا شخصيّا اقترحت علي أكتر من مستثمر يعمل مصنع حفّاظات أطفال

وكان الاعتراض الطبيعيّ هو وأنا إزّاي هاعمل براند ؟!

ده همّا بامبرز وبيبي جوي ومولفيكس واكلين السوق

-

بالمناسبة

أحد الأصدقاء حكي لي

إنّه من حوالي 10 سنين

طلب منّه مستثمر إنّه يعمل مصنع حفّاظات في مصر

والمستثمر ده قال له إنّه معاه شركاء يابانيين

فالصديق المصريّ قال له إنّه مش هيعرف يخترق السوق

لأنّ موضوع البراندات وبتاع

-

المهمّ

من حوالي سنة كنت أنا في العاشر من رمضان

ودخلت شركة حفّاظات

ولقيت الشركة دي فيها شريك يابانيّ

فالموضوع لمّس معايا وافتكرت حكاية صديقي

عن الشركة اللي نصح صاحبها إنّه ما يعملهاش في مصر

-

الشركة اتعملت

والبراند بقي من أقوي 3 براندات في مصر

البراند ده هوّا بيبي جوي

والشركة اسمها يوني شارم في العاشر من رمضان

ولو شفت كيس حفّاظات بيبي جوي هتلاقي مكتوب عليه كلمة

( تكنولوجيا يابانيّة )

-

يعني إيه الموضوع ده وإيه الشاهد منّه

الشاهد هو إنّ المستثمر خد كلام صديقي من ودن وطلّعه من التانية

وبدأ مع الشريك الياباني فعلا في تأسيس المصنع في مصر

وعمل له براند بقي دلوقتي مشهور ومسمّع

ألا وهو براند بيبي جوي

-

فموضوع صناعة البراند

ما هو إلا موضوع حفاظ علي الجودة مع الزمن

ومع الزمن هيبقي ليك إنتا براند تخاف الناس تنافسه

زيّ ما حصل مع يوني شارم منتجة حفّاظات بيبي جوي

-

موضوع الخوف من عدم القدرة علي صناعة براند هو خوف وهميّ

وطبعا الخوف ده سببه هو تصوّر المستثمر إنّ البراند ده حاجة عملاقة

ومحتاجة 100 سنة شغل عشان يبقي عندك براند

زيّ ما البراند الفلاني بقي له 100 سنة في السوق

والبراند العلّاني بقي له 150 سنة بردو

-

والحقيقة إنّ ده تخوّف في غير محلّه

بناء البراند عمليّة طبيعيّة جدّا

زيّ ولادة وتربية طفل

هل معقول تقول لواحد ما بتخلّفش ليه

فيردّ عليك ويقول لك

وأنا إزّاي هخلّف طفل عنده 25 سنة ومتخرّج من الجامعة وعلي وشّ جواز ؟

-

حضرتك جبت التصوّر ده منين ؟!!!

يعني مين اللي قال لك إنّه المفروض الطفل ينزل من بطن أمّه بالصورة دي

آهو بالظبط مش مطلوب من البراند يبدأ من أوّل يوم بالصورة دي

-

البراند هيتولد عنده يوم واحد

والفرق بين صاحب شركة والتاني

هي اهتمامه بالبراند بتاعه

والاهتمام بالبراند ما يعنيش الاهتمام بالبراند نفسه

يعني ما يعنيش الاهتمام باختيار شكل وألوان اللوجو

قدّ ما يعني الاهتمام بالجودة اللي شايله البراند

-

البراند ده هو الغلاف اللي هيغلّف المنتج

لكن العميل مش هيستخدم الغلاف

مش هياكل الغلاف

العميل هيستخدم اللي جوّا الغلاف

هياكل اللي جوّا الغلاف

لو لقي طعمه حلو

هيلتفت في المقام الثاني للغلاف

عشان يعرف اسم البتاعة اللي كلها دي إيه

عشان يطلبها هيّا هيّا تاني بالاسم

باللوجو

بالبراند

-

فحضرتك اعمل منتج محترم

واعمل له براند

أي نعم إنتا محتاج تجتهد في اختيار الاسم والألوان وخلافه

لكن ده اهتمام لاحق علي الجودة

-

والأهمّ من الجودة هو استمراريّة الجودة

الغربال الجديد له شدّة

فعادي إنّك في اوّل شهر تكهرب العمّال عشان يطلّعوا جودة ممتازة

وبعدين تبتدي تتعولق بقي

وتيجي بعد سنة تسأل يا تري إيه الغلطة اللي غلطناها في البراند

-

لا يا حبيبي

إنتا ما غلطتش في البراند

وما فيش حاجة اسمها إنّك غلطت في البراند

اعمل منتج محترم والجودة هتشهر البراند

إحنا بنشوف البراندات الناجحة دلوقتي فبنشوف القصّة بالعكس

بنتخيّل إنّ الناس بتشتري المنتج عشان البراند

-

لأ

الجودة صنعت الثقة في البراند

والثقة في البراند دفعت الناس لإعادة الشراء

لكن لو ما كانش فيه جودة من الأوّل كانت السلسلة هتتقطع

-

إنتا بتشوف النصف الثاني فقط من القصّة

النصف اللي فيه الثقة بتردّ الجميل للجودة

ما بتشوفش النصف الأوّلاني من القصّة

اللي فيه الجودة كانت بتصنع الثقة

-

فيه مطعم فول اسمه ( البغل )

وفيه خلّاطات مياه اسمها ( عبده حنفيّة )

ورغم ذلك براندات ناجحة جدّا

-

فيه نوع حلويّات اسمه ( حلاوة علف )

يعني اللي بيأكّلوه للبهايم

ورغم ذلك بنطلبها بالاسم - بالبراند بتاعها

لأنّ الحلاوة دي شخصيّا هيّا حلوة

ومن يوم ما كلناها وإحنا أطفال

وهيّا محافظة علي نفس مستوي الطعم بتاعها

-

فاهتمّ بالجودة قبل الاهتمام بالاسم

لو الجودة ظبطت

هيبتدي العميل يبحث عن الاسم عشان يفتكره

ويطلب تاني مرّة نفس المنتج بسّ المرّة دي بالاسم

-

باكتب البوست ده بعد ما الأولاد عندي في البيت جابوا آيس كريم

عجبني

وكان عاجبني الغلاف بصراحة قبل ما آكل الآيس كريم

بسّ ما بصّتش عليه ولا شفت اسمه

-

بعد ما كلت الآيس كريم وعجبني

خدني الفضول إنّي أبصّ ع الغلاف

لقيت اسم الشركة آيس كريم عمرو

-

مش دي المشكلة

المشكلة إنّي اكتشفت إنّ الشركة دي في قرية مجاورة لقريتي

اسمها قرية الراهبين

يعني بيني وبينها حوالي ربع ساعة بالعربيّة

شركة في قرية

واسمها عمرو

ومنتجها ممتاز

لدرجة إنّه أجبرني أقرأ الغلاف

عشان أعرف مين المصنع اللي عامل الآيس كريم ده

-

من حوالي شهر حكي لي صديق مهندس صيانة

إنّه دخل شركة آيس كريم في قرية تانية جنب المنصورة

عشان يعمل صيانة لبعض الماكينات

وإنّه لقي الآيس كريم طعمه حلو جدّا

اسم الشركة جيرسي

وموجودة في قرية اسمها بلجاي جنب المنصورة

يعني نفس القصّة اتكرّرت مع صديق تاني بالحرف

-

فموضوع إنّك يعوقك التفكير في البراند ده هو عائق غير حقيقيّ

عائق وهميّ

ابتدي واهتمّ بالجودة

واهتمّ في المقام الثاني بالاسم واللوجو

والجودة هيّا اللي هترفع اللوجو مش العكس

-

أخيرا

موضوع تسجيل البراندات موضوع سهل وبسيط

أي نعم بياخد وقت

لكن بمجرّد ما تعمل طلب تسجيل باسم البراند

اصبحت إنتا صاحب الأولويّة بيه

حتّي لو كان قرار التسجيل نفسه هياخد وقت

وفيه مكاتب محاماة بتعمل الموضوع من الألف للياء