

SPOT

ارائه دهنده محصولات و خدمات
صنعت تجهیزات خرده فروشی



ویژه نامه اسپات



021 - 44 60 40 52-63



www.spotco.ir



info@spotco.ir

ویژه نامه اسپات



فهرست

اسپات در یک نگاه
آشنایی با برند های زیر مجموعه اسپات
نگاهی به آموزش و توسعه در اسپات
ورود اسپات به حوزه محصولات اکونومیک
افتتاح نخستین خط هوشمند مبادلات پستی با همکاری اسپات
معرفی ترولی DK محصول کاربردی اسپات در حوزه لجستیک
انواع سیستم های تبرید
گفت و گو با جناب آقای مهندس شهبازی مدیر عامل اسپات
خدمات پس از فروش در شرکت اسپات

بزرگان خرده فروشی مشتریان ما هستند



گروه سامان پویش تامین (اسپات) تامین و تولید کننده پیشرو در صنعت تجهیزات خرده فروشی است که گستره و طیف وسیعی از محصولات و خدمات یکپارچه را با کیفیت برتر و متناسب با هر نیاز خاص در صنعت خرده فروشی، انبارداری و E-Commerce فراهم آورده است.

این شرکت با هدف اولیه "تجهیز فروشگاه از ایده تا اجرا و فراتر از آن" در زمینه طراحی، ساخت و نصب تجهیزات فروشگاه های خرده فروشی کوچک، متوسط و بزرگ به ثبت تجاری رسیده و آغاز به فعالیت نمود و تا کنون به واسطه نوآوری برخاسته از مطالعات تخصصی پیرامون این صنعت، طراحی دقیق مهندسی و بهره گیری از فناوری های پیشرفته، قادر بوده است که تعهد خود به ارائه خدماتی متمایز به مشتریان را به اثبات رساند.

اسپات به عنوان یک مجموعه پیشرو در عرصه صنعت طراحی و تجهیز فروشگاهها، تجهیز انبار، مشاوره و راه اندازی فروشگاه و مشاوره صنعت فرانچایز، بالاترین سطح استانداردها را به کار می گیرد تا در کسب و افزایش رضایت مشتریان و ذینفعان بهترین عملکرد را داشته باشد. از این روی فلسفه وجودی اسپات از مراحل اولیه تولید و ارائه خدمات از ایده پردازی، طراحی تا خدمات پس از فروش شامل "کیفیت فراگیر، کسب رضایت مشتریان و ذینفعان، خلاقیت، رشد و نوآوری، تحقیق و توسعه، رعایت سلامت، ایمنی و رشد نیروی انسانی و رعایت مسئولیت های اقتصادی و زیست محیطی" است.



اسپات به عنوان یک مجموعه پیشرو در عرصه صنعت طراحی و تجهیز فروشگاه، مشاوره و راه اندازی فروشگاه و مشاوره صنعت فرانچایز، بالاترین سطح استانداردها را به کار می گیرد تا در کسب و افزایش رضایت مشتریان و ذی نفعان بهترین عملکرد را داشته باشد.

از این روی فلسفه وجودی اسپات از مراحل اولیه تولید و ارائه خدمات از ایده پردازی، طراحی تا خدمات پس از فروش شامل "کیفیت فراگیر، کسب رضایت مشتریان و ذی نفعان، خلاقیت، رشد و نوآوری، تحقیق و توسعه، رعایت سلامت، ایمنی و رشد نیروی انسانی و رعایت مسئولیت های اقتصادی و زیست محیطی" است.



اسپات در یک نگاه...

شرکت سامان پویش تأمین با نام اختصاری و تجاری اسپات در سال ۱۳۹۵ فعالیت رسمی خود را در حوزه تأمین و تولید تجهیزات و ادوات ویژه فروشگاه های زنجیره ای و خرده فروشی آغاز نمود. در ابتدای فعالیت، سازمان توانست با گردهم آوردن افراد متخصص و باتجربه در این حوزه، گام بلندی در راستای کسب سهم بازار برداشته و توانمندی خود را در حوزه ارائه تجهیزات جدید با ویژگی های خاص مورد انتظار مشتریان به نمایش بگذارد.

با گذشت زمان و کسب تجربیات بیشتر، شرکت اسپات موفق شد اطمینان مشتریان و شرکت های به نامی همچون فروشگاه های زنجیره ای افق کوروش، هایپرمارتی، سرزمین خرید، مینو، زی خوراک، باغ میوه ایرانی و بسیاری خرده فروشان دیگر را به خود جلب نماید.

از مهمترین مزیت هایی که اسپات برای مشتریان خود به ارمغان آورده است، ارائه سبد کاملی از تجهیزات فروشگاه است که شامل انواع تجهیزات برودتی اعم از: یخچال و فریزر، تجهیزات نگهدارنده اعم از: انواع قفسه و استند می شود و مشتریان اسپات این امکان را دارند که تمام تجهیزات مورد نیاز برای راه اندازی یک فروشگاه را از صفر تا صد از شرکت اسپات تهیه نمایند.

چشم انداز و مأموریت اسپات

چشم انداز شرکت اسپات تبدیل شدن به رهبر بازار در صنعت طراحی و تجهیز فروشگاه، تجهیز انبار، مشاوره و راه اندازی فروشگاه و مشاوره صنعت فرانچایز در کشور و قرار گرفتن در زمره رهبران بازار در منطقه منات است. در این راستا شرکت اسپات اهداف زیر را دنبال می کند:

- برترین کیفیت
- بهترین عملکرد و عالی ترین سطح خدمت رسانی
- نوآوری و سیستم های هوشمند
- رشد مداوم و ماندگار
- رعایت مسئولیت های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در دستیابی به کسب و کار پایدار است.

**ماموریت اسپات
این است که اولین
گزینه مشتریان
این صنعت باشد**

اسپات مجموعه ای از برندها

نکته مهم دیگر در انتخاب برندهای مجزا برای گروه محصولات متفاوت، القای حس متفاوت و متناسب با محصول به مشتری است. در اسپات انتخاب نام برندها به گونه ای صورت گرفته است که با ماهیت محصولات تولیدی آن همخوانی داشته باشد. از آنجا که تجهیزات فروشگاهی را می توان به دو گروه تجهیزات بروودت و تجهیزات نگهدارنده تقسیم نمود، اسپات نیز برندهای تولیدی خود را بر این اساس گروه بندی نموده است.

نکته دیگر در انتخاب برندهای متفاوت، انتخاب رویکرد یا استراتژی متفاوت برای هر گروه محصول است. به عنوان مثال یک سازمان می تواند محصولات خود را در دو رده لوکس و اقتصادی با دو بازار هدف مختلف به مشتریان عرضه نماید. با این حساب واضح است که هر یک از این گروه محصولات ویژگی های خاص خود را داشته که متفاوت از دیگری است. از اینرو ارائه این محصولات با برندهای متفاوت می تواند به نفع سازمان باشد.



سایت های تولیدی اسپات

شرکت اسپات در سال ۱۳۹۵ با یک سوله تولیدی فعالیت خود را آغاز نمود. در ادامه و در کمتر از یک سال دو سایت تولیدی دیگر به ظرفیت تولید شرکت اضافه گردید.

در سال ۱۳۹۸ به دلیل نیاز به افزایش ظرفیت تولید، تصمیم شرکت بر تغییر محل سایت های تولیدی از شمس آباد به شهرک صنعتی شکوهیه گرفته و فعالیت های مربوط به آن آغاز گردید.

در حال حاضر شرکت اسپات با در اختیار داشتن فضای صنعتی با مساحت ۴۳۰۰۰ مترمربع و سایت های تولیدی با مساحت ۲۵۰۰۰ متر مربع، ۳۰۰ نفر نیروی انسانی عملیاتی و ۱۰۰ نفر نیروی انسانی اجرایی، در حال خدمت رسانی به مشتریان خود است.

شاید تا کنون برای شما این سوال پیش آمده باشد که چرا اسپات محصولات خود را با برندهایی متفاوت از نام شرکت به بازار عرضه می کند؟

برای درک بهتر این مطلب نیاز است نگاهی به تاریخچه این موضوع بیندازیم و ببینیم هریک از سازمان ها چگونه بر اساس نوع فعالیت، چشم انداز و مأموریت سازمانی خود نوع برند خود را انتخاب می نمایند.

برند بنا به تعریف انجمن جهانی بازاریابان آمریکا عبارت است از نام، نشان، عبارت، طرح یا ترکیبی از اینها که موجب شناساندن شدن کالاها و خدمات یک شرکت در اذهان عموم و متمایز شدن آنها از کالاها و خدمات مشابه می گردد. جان میلر برند را نام یا نمادی که سازمان ها آن را با هدف ارزش آفرینی برای ذی نفعان مورد استفاده قرار می دهند تعریف می کند.

اهداف مختلفی که برندسازی دنبال می کن عبارتند از :

برندینگ با توجه به نوع کاربرد آن دسته بندی های گوناگونی دارد. از پرکاربردترین برندها می توان به : برند کالا یا محصول، خدمات، اخلاقی، شرکتی، شخصی، کارفرما و ... اشاره نمود. طبیعتاً هریک از این گزینه ها، مزایا و معایب خود را دارند که انتخاب درست آن بر عهده مدیران استراتژی سازمان است به نحوی که علاوه بر سود کوتاه مدت، توسعه بلندمدت و پایداری سازمان را نیز تأمین نماید.

- ایجاد پیام واضح در ذهن مشتری
- تایید اعتبار و محصولات نزد مشتری
- ارتباط با مخاطبان از طریق محصولات و خدمات
- تحریک افراد برای خرید
- ایجاد کاربران و مشتریان وفادار

با توجه به تعاریف فوق، اسپات یک برند شرکتی است که برای تولیدات خود از برند محصول استفاده می نماید.

از جمله مزایای برند کالا یا محصول، می توان به افزایش درک مخاطب از ایده موجود در کالا و اجناس اشاره نمود. همچنین بسیاری از شرکت ها نه تنها نیازمند برندی منحصر بفرد برای سازمانشان هستند تا به پشتوانه آن، محصولات و خدمات خود را در رده ای بالاتر از رقبای قرار دهند، به نام و نشانی ویژه محصولات خود نیز احتیاج دارند؛ اینگونه برندینگ منجر به ایجاد استراتژی های یکپارچه ای برای هدایت کل سازمان می گردد که به عنوان چارچوبی کلی تصویری مطلوب را از شرکت در دیدرس مشتریان قرار می دهد.

از دیگر مزایایی که تفکیک نام تجاری محصولات یک شرکت از یکدیگر دارد، جدا کردن نقاط ضعف یک برند از برند دیگر است و بدین ترتیب در صورتی که مشتری از یک گروه محصولی رضایت نداشته باشد، تجربه خود را به دیگر محصولات تولیدی آن شرکت تعمیم نخواهد داد و یا اثر آن کمتر از حالتی است که تمامی محصولات با یک نشان تجاری به بازار عرضه می شوند.

آشنایی با برندهای زیر مجموعه اسپات

محصولات فریجیدا

برند فریجیدا یک برند کالا یا همان برند محصول از زیرمجموعه برند شرکتی اسپات است. با توسعه فروشگاه های زنجیره ای و تغییر فرمت خرده فروشی ها، تجهیزات برودتی از جمله یخچال و فریزرهای فروشگاه های نیز با تغییرات عمده ای همراه بوده اند. انواع یخچال های پرده هوا در فروشگاه ها تجربه خرید متفاوتی برای مشتریان ایجاد کرده اند. برند فریجیدا که به تولید گروه محصولی تجهیزات برودتی فروشگاه های اختصاص داده شده است. رنج محصولی با طی سیر تکاملی از ابتدای ایجاد برند، توانسته تا حد زیادی رضایت مشتریان را به خود جلب نماید. فریجیدا تلاش دارد با ایجاد تنوع در نوع محصولات خود، این رضایت را حفظ نماید.

Frigida



محصولات هلدکس

تجهیزات نگهدارنده فروشگاه های اسپات با این برند به بازار عرضه می شوند که از آن جمله می توان به: انواع چک اوت کانتر یا میز صندوق فروشگاه های، قفسه های فلزی یک و دوطرفه، انواع استند تنقلات، شلف میوه و سبزیجات، ترولی و سبد فروشگاه های اشاره نمود. یکی از نقاط قوت این برند امکان سفارشی سازی محصولات مطابق با نیاز و خواسته مشتری است.

از جمله پروژه های موفق که این برند در کارنامه خود ثبت نموده است، طراحی و تولید شلف های ویژه میوه و سبزیجات است. این قفسه ها دارای بدنه مستحکم فلزی هستند که برای ایجاد هارمونی بیشتر با فضای فروشگاه های میوه و سبزیجات و کالاهای آن، از بخش چوبی یا ام دی اف در نمای آن بهره برده شده است.

قفسه و تجهیزات انبار از دیگر گروه محصولاتی است که تحت برند هلدکس تولید می شوند. در حال حاضر تولیدات حوزه انبار در شرکت اسپات بیشتر بر روی انبارهای آنلاین همچون انبارهای آکالا و دیجی کالا متمرکز شده است. یکی از مهمترین محصولات این مراکز، ترولی های انبار است که انواع مختلف آن در اندازه و ظرفیت های متفاوت عرضه گردیده است.

Holdex



نگاهی به واحد آموزش و توسعه در آستانه پنج سالگی اسپات

در شرکت اسپات از بدو تاسیس، همواره مساله آموزش همکاران به عنوان یکی از نیازهای اصلی سازمان و کسب و کار، مورد توجه ویژه مدیران ارشد مجموعه بوده است.

با افزایش تعداد همکاران و تنوع سبد محصولات و همچنین استراتژی سازمان در جهت توسعه محصولات و بازارهای جدید، از سال ۱۳۹۹ واحد آموزش و توسعه به صورت تخصصی در واحد منابع انسانی شکل گرفت که از ابتدا استفاده از متدها و روش های جدید و مدرن جهت نیازسنجی آموزشی و نیز همچنین برگزاری کلاس ها و کارگاه های آموزشی در دستور کار قرار گرفت.

در آغاز سعی بر این شد که نیازهای آموزشی افراد و واحد های مختلف شناسائی گردد که در این راه از روش دلفی استفاده شد. با توجه به همه گیری ویروس کووید ۱۹ - تصمیم بر استفاده حداکثری از امکانات آموزش آنلاین گرفته شد که بعد از بررسی انواع نرم افزارهای موجود در کشور، سامانه جامع آموزش "جام" به عنوان ابزار مناسب انتخاب و در سازمان استقرار یافت. در ادامه به برخی از قابلیت های این نرم افزار اشاره ای خواهیم داشت:

- درخواست دوره های آموزشی مورد نیاز توسط پرسنل
- تکمیل فرم های ارزیابی آموزشی بعد از اتمام دوره توسط پرسنل
- مشاهده شناسنامه آموزشی (اطلاع از دوره های گذرانده شده، عملکرد آموزشی و ...)
- مشاهده تقویم آموزشی (اطلاع از کلیه دوره های آموزشی در حال اجرا)
- استفاده از قابلیت آموزش مجازی (آموزش از راه دور)
- استفاده از تب کارتابیل مدیران جهت رویت شناسنامه آموزشی، تأیید یا رد درخواست نیاز آموزشی پرسنل تحت نظارت

و ...

ارائه محصولات و خدمات متمایز و با کیفیت، کاهش هزینه ها، خلاقیت، نوآوری و افزایش رقابت پذیری از مزایای برخورداری از منابع انسانی کیفی و دانشی است، از این رو استراتژی کسب و کار سازمان های امروزی ضرورتاً بر روی منابع انسانی متمرکز شده است.



از دیگر فعالیت های مهم واحد آموزش و توسعه می توان به طراحی و اجرا دوره های متعدد آموزشی در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰ و برای سطوح مختلف پرسنل سازمان، از جمله کارگاه دو روزه کار تیمی، مدیریت عملکرد برای مدیران ارشد، طراحی دوره های آموزش ویژه مدیران ارشد سازمان با استفاده از روش نوین آموزشی coaching ourselves دوره های تخصصی جوشکاری نقره و آرگون برای همکاران خط تولید، و ... اشاره نمود. با شروع سال جدید و آموزش مدیران و روسا و سرپرستان، اولین دوره ارزیابی عملکرد در ۳ ماه اول سال نیز با استفاده از مدل استاندارد ۳۴۰۰۰ منابع انسانی و همچنین نرم افزار مدیریت عملکرد "سیمرغ" با موفقیت انجام گرفت. امید است در سال جدید نیز با ادامه روند رو به رشد واحد آموزش و توسعه شاهد رشد و پیشرفت روزافزون مجموعه وزین اسپات باشیم.





است که شاید کمتر فردی در ابتدای ورود به بازار کار از عهده آن برآید.

با توجه به شرایط خاص حال حاضر کشور ایران و دریافت تقاضا از سوی مشتریان مبنی بر نیاز به محصولات با قیمت مناسبتر، شرکت اسپات از اواخر سال ۱۳۹۹ برای ورود به حوزه تولید محولات اکونومیک برنامه ریزی نمود.

علاوه بر قیمت، کیفیت دیگر معیار اساسی است که در تولید این گروه از محصولات به آن توجه ویژه شده است. از اینرو در طراحی محصول توجه ویژه به مواردی که در عملکرد محصول تأثیر بسزایی دارند، شده است.

تجمیع هر دو عامل قیمت و کیفیت مناسب مقوله پیچیده ای است که دستیابی به آن می تواند همچون یک اهرم رقابتی در دست تولید کننده باشد.

در این میان، قیمت بالای محصولات و کالاهای با برند خارجی از یک سو و شرایط تحریم و دشوار بودن خرید کالای خارجی از سوی دیگر مشتری را به سمت بازار داخل هدایت می نماید.

در صنعت تجهیزات خرده فروشی، مشتریان به دلیل قیمت بالای محصولات، به دنبال تجهیزات با کیفیتی هستند که برای بازه زمانی حداقل ۷ الی ۱۰ سال نیاز به خرید مجدد آنها نداشته باشند. از سوی دیگر تجهیز یک فروشگاه به طور کلی نیازمند بودجه قابل توجهی

ورود اسپات به حوزه محصولات اکونومیک

یکی از مهمترین دغدغه های مشتریان در تمامی حوزه های بازار خرده فروشی، تهیه کالای با کیفیت و در عین حال با قیمت مناسب است که با بودجه آنان متناسب باشد. این مهم زمانی اهمیت بیشتری می یابد که به دلیل شرایط اقتصادی حال ایران، افراد اغلب تمایل کمتری به خرید کالای گران قیمت داشته و در عین حال از اینکه کالای ارزان قیمت تهیه کرده و بزودی به دلیل کیفیت پایین محصول مجبور به جایگزینی آن شوند، بیم دارند.

در همین راستا شرکت اسپات پس از طی نمودن مراحل تحقیقات و طراحی، دو محصول فریزر پلوتو و یخچال اورانوس را از گروه محصولات اکونومیک، به بازار معرفی نمود. در تمام مراحل طراحی تا تولید این محصولات توجه ویژه به کیفیت آن شده و سعی بر آن بوده است تا کیفیت محصول در بالاترین سطح ممکن حفظ گردد.

از دیگر گروه محصولاتی که با برنامه ریزی صورت گرفته در جهت کاهش قیمت و اقتصادی نمودن آن اقدام شده است، چک اوت کانتر یا میز صندوق فروشگاه است.

فروشگاه های خرده فروشی امروز در فرمت های سوپرمارکت و هایپرمارکت در شهرهای مختلف دیده می شوند. این فروشگاه ها با تجمیع مجموعه کامل و متنوعی از کالاهای خانوار، نیاز آنان برای مراجعه به فروشگاه های مختلف و متعدد جهت خرید را برطرف نموده اند و افراد می توانند با مراجعه به این مراکز، بخش قابل توجهی از مایحتاج روزانه و یا حتی ماهانه خود را خرید نمایند.

با این اوصاف بدیهی است که حجم خرید افراد از این فروشگاه ها در مقایسه با فروشگاه های سنتی بیشتر است. حسابرسی و صدور صورت حساب در این فروشگاه ها نیز به زمان بیشتری نیاز دارد بنابراین استفاده از تجهیزات مدرنی که بتواند پاسخگوی این حجم از سفارشات باشد ضروری است.

از سوی دیگر به دلیل مکان استراتژیکی از فروشگاه که میز صندوق های فروشگاه می گیرند، سهم قابل توجهی از خریدهای برنامه ریزی نشده در این قسمت صورت می گیرد.

کاربرد گسترده این محصولات در انواع سوپرمارکت و هایپرمارکت ها، سایر انواع خرده فروشی ها را نیز به خرید و استفاده از این تجهیزات ترغیب نموده است. این گروه از تجهیزات در دو مدل استاتیک و دینامیک در بازار موجود است که مدل های دینامیک به دلیل دارا بودن تسمه نقاله و موتور، برای کاهش صف فروش در فروشگاه های پر تردد انتخاب مناسبی است. شرکت اسپات این گروه از محصولات را نیز در برنامه اقتصادی سازی خود قرار داده و نمونه هایی جدید از مدل اکونومیک چک اوت کانترهای فروشگاه را به بازار عرضه نموده است.

طراحی این میزصندوق ها به نحوی تغییر یافته است که ضمن حفظ کیفیت و کارایی محصول، از قیمت آن کاسته شود تا مشتری گزینه های بیشتری برای انتخاب در اختیار داشته باشد. از دیگر موارد تغییر یافته در این محصولات ابعاد آنهاست که استفاده از آن را برای فروشگاه های با ابعاد کوچکتر نیز مناسب نموده است.

با این امکان ایجاد شده مشتریان و صاحبان فروشگاه با بودجه و فضاهای محدود نیز قادر خواهند بود فضای فروشگاه خود را به نحو مطلوبی چیدمان نموده و حداکثر استفاده از آن را ببرند.

اولین ابزار و ملزوماتی که برای سوپر مارکت ها و فروشگاه ها و هایپر مارکت ها خریداری می شود انواع مختلفی از یخچال فروشگاه است. کاربرد این یخچال ها در فروشگاههای مواد غذایی و سوپر مارکت ها به دلیل فروش مواد خراب شدنی کاملاً ضروری است. فروشگاه های عرضه خوار و بار تنها با کمک استند و قفسه بندی کامل نمی شوند و باید از یخچال های صنعتی و فروشگاه های که از فاسد شدن مواد غذایی پیشگیری می کند و تازگی و کیفیت آنها را حفظ می کند استفاده کنند.

خرید تجهیزات فروشگاه یکی از چالش هایی است که افراد در بدو شروع کسب و کار خود به عنوان فروشگاه مواد غذایی با آن روبرو هستند. هنگام انتخاب یک یخچال یا چک اوت کانتر برای فروشگاه خرده فروشی، معیارهای مختلفی باید مد نظر قرار گیرد که از بین مهمترین آنها می توان به موارد زیر اشاره نمود:

میزان بودجه:

اولین و مهمترین پارامتر در خرید این تجهیزات، مقدار بودجه در دست صاحبان کسب و کار است. از همین رو تولید محصولات اکونومیک با قیمت های مناسب جزو اولین معیارهای تولید گروه محصولی اکونومیک در اسپات بوده است.

تطابق با دکوراسیون فروشگاه:

یکی دیگر از نکته های حایز اهمیت، تناسب ظاهری و ابعادی محصولات اعم از قفسه ها، یخچال ها و صندوق های فروشگاه با فضای فروشگاه است.

کیفیت محصولات:

تولید تجهیزات فروشگاه با کیفیت و در عین حال مقرون به صرفه، چالش های بسیاری پیش روی سازمان قرار داد که استفاده از تجربیات پروژه های توسعه محصول گذشته، نقش بسزایی در حل مشکلات و کنار زدن موانع داشت.



تجهیزات برودتی در یک فروشگاه، اعم از انواع یخچال و فریزرها، به دلیل اهمیت حفظ سلامت و تازگی محصولات فسادپذیر مانند لبنیات و محصولات پروتئینی، جایگاه ویژه ای در گروه لوازم مورد نیاز برای تجهیز فروشگاه دارند. از سوی دیگر به دلیل قیمت بالاتر این محصولات در مقایسه با سایر تجهیزات مانند قفسه ها، مشتریان معمولاً به دنبال محصولاتی با کیفیت و در عین حال با قیمت مناسبتر هستند.



بهبود کیفیت مرسلات پستی با تrolley های نوین اسپات
شرکت اسپات همواره در مسیر ایجاد راهکارهای نوین لجستیکی و طراحی خلاقانه جهت بهبود فعالیت های حوزه انبار و انواع فروشگاه حرکت کرده است

با توجه به نرخ رشد سریع خرید های آنلاین به ویژه در حوزه خرده فروشی و شیوع جهانی ویروس کرونا، شرکت هایی همچون اداره پست با افزایش قابل ملاحظه ای در نرخ سفارشات خود مواجه شده اند. از سوی دیگر به دلیل عدم موفقیت در تامین تجهیزات از تامین کنندگان خارجی، شرکت اسپات توانست با طراحی سفارشی تrolley های پست راه حلی هوشمندانه در جهت حفظ کیفیت و سلامت ارسال سفارشات پستی ارائه دهد.

این محصول با دارا بودن ویژگی هایی همچون مقاومت بالا و تحمل وزنی زیاد، سهولت در استفاده، ایمنی و جلوگیری از سرقت و حجم قابل توجه بارگذاری سفارشات، توانسته رقابت پایاپای با نمونه های مشابه خارجی داشته باشد.

بنا به اظهارات مدیریت محترم عامل شرکت پست جمهوری اسلامی ایران جناب آقای سبحانی فر، ارسال بسته های پستی با بالاترین کیفیت و در نهایت سلامت از دغدغه های مهم شرکت پست بوده است که پس از ریزنی های انجام شده و با استفاده از تrolley های جدید شرکت اسپات حجم قابل توجهی از این مشکلات مرتفع گردیده است.

شرکت اسپات در ادامه برنامه های تحقیق و توسعه خود سعی در بهبود و ارتقاء فرآیندهای لجستیکی دارد.

افتتاح نخستین خط تجزیه مبادلات هوشمند پستی با همکاری شرکت اسپات

معرفی ترولی DK

محصولی کاربردی در حوزه تجهیزات لجستیک



DK.170

مشخصات ویژه این محصول عبارتند از:

- محصولی کاربردی به منظور جابجایی کالاهای کارتنی
- دارای گارد محافظ برای چیدمان کالاهای کوچک
- چرخ های پلی اورتان با تحمل وزنی ۳۰۰ کیلوگرم
- قابلیت حرکت و کنترل آسان
- دارای روکش برزنتی و طبقه
- ایجاد فضای بیشتر با نصب درب و طبقه
- امکان قفل کردن درب به منظور ایمنی بیشتر

جنس بدنه ترولی از فلز با بهترین کیفیت بوده و قابلیت نصب درب علاوه بر افزایش ظرفیت ترولی چیدمان محصولات بدون کارتن را نیز ممکن کرده است.

تمامی محصولات مجموعه Holdex از خدمات پس از فروش برخوردار بوده و مشتریان مجموعه می توانند با خیالی آسوده در زمینه حمل و ارسال، نصب و تجهیز در محل، اقدام به خرید نمایند.

ترولی ها و چرخ دستی ها یکی از کارآمدترین و پرکاربردترین ابزارهای مورد استفاده در حمل و نقل دستی انواع کالاها به شمار می روند. این تجهیزات که کاربردهای وسیعی در صنایع مختلف مخصوصا صنایع غذایی، هواپیمایی و انبارها دارند، با ایجاد سهولت در حمل و نقل و تسریع درمکان یابی می توانند هزینه های عملیاتی را کاهش داده و به افزایش بهره وری کارکنان و نهایتا افزایش کارایی در محل کاربرد خود منجر شوند.

دسته بندی های مختلفی برای ترولی ها وجود دارد اما از جمله محبوب ترین آن ها می توان به ترولی های پلتفرم، ترولی های انبار و ترولی های جورچینی اشاره نمود.

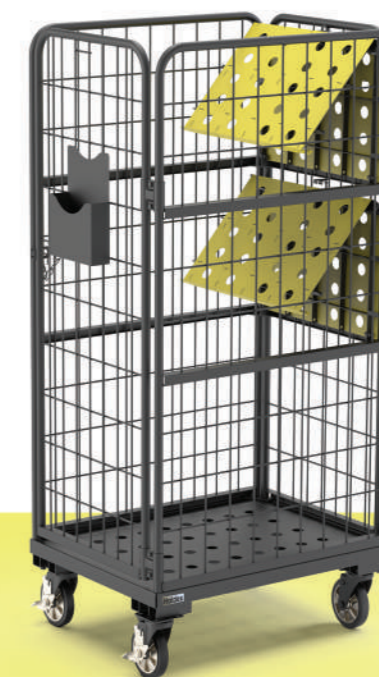
Holdex مجموعه ای است که در راستای تجهیز و تأمین فروشگاهها و انبار اقدام نموده است. محصولات متنوع با کاربری گوناگون این امکان را برای کارفرمایان و صاحبان فروشگاه و انبار فراهم کرده است که محیط انبار یا فروشگاه خود را به بهترین صورت ممکن تجهیز کرده و در عین حال بهترین استفاده را از فضای در اختیار داشته باشند.

از جمله محصولات این زیرگروه ترولی مدل DK است که با ظرفیت و تحمل وزنی بالا امکان توزیع یا جمع آوری محصولات سطح انبار در حجم بالا را فراهم کرده است. ترولی مدل DK با طراحی مقاوم و استفاده راحت گزینه ای مناسب جهت جابجایی بار داخل انبار است.

این محصول با دارا بودن ویژگی هایی همچون مقاومت بالا و تحمل وزنی زیاد، سهولت در استفاده، ایمنی و جلوگیری از سرقت و حجم قابل توجه بارگذاری سفارشات، توانسته رقابت پایاپای با نمونه های مشابه خارجی داشته باشد.



DK.dry.Ice



DK.Log



DK

انواع سیکل تبرید

مفهوم تبرید

به فرایند تولید سرما از راه جذب و دفع حرارت، تبرید گفته می‌شود. در سیکل تبرید، از طریق جذب گرما از یک سیال (سیال می‌تواند آب، هوا و یا هر نوع مایع و گازی باشد) و دفع آن به سیال دیگر، سرما تولید می‌شود.

۱. سیکل تبرید تبخیری

سرمایش در سیکل تبرید تبخیری بر پایه تماس آب با هوای خشک اتفاق می‌افتد و در طی آن قطرات آب با هوا ادغام شده و گرمای نهان هوا توسط قطرات آب گرفته شده تا دمای هوا کاهش یابد. قطرات آب نیز با گرفتن این گرما به بخار آب تبدیل و همراه هوا وارد محیط مربوطه می‌شوند. ورودت تبخیری برای کاربرد در مناطق با آب و هوای خشک و نیمه خشک بسیار مناسب است ولی برای مناطق با آب و هوای مرطوب کاربرد ندارد. معروف ترین دستگاه ورودت تبخیری کولر آبی است.

۲. سیکل تبرید تراکمی

ساختار سیکل تبرید تراکمی دارای ۴ عنصر اساسی است:
 a. کمپرسور که توسط یک محرک (الکتروموتور، موتور احتراق داخلی یا ...) به گردش در می‌آید.
 b. شیر انبساط که فشار را از روی مایع مبرد بر می‌دارد.
 c. مبدل حرارتی به نام کندانسور که گاز متراکم شده در کمپرسور را خنک می‌کند و گرمای آن را به محیط اطراف انتقال می‌دهد تا مبرد از حالت گازی به حالت مایع تغییر فاز دهد.
 d. مبدل حرارتی به نام اواپراتور که برعکس کندانسور عمل کرده و موجب انتقال گرما از هوا یا آب به مبرد می‌شود تا مبرد این بار از حالت مایع به گاز تغییر فاز دهد.
 این سیکل در انواع سیستم‌ها مانند کولر گازی، یخچال و فریزر های خانگی و صنعتی، چیلر تراکمی آب خنک، چیلر تراکمی هواخنک، مینی چیلر، داکت اسپلیت، VRF و GHP کاربرد دارد.

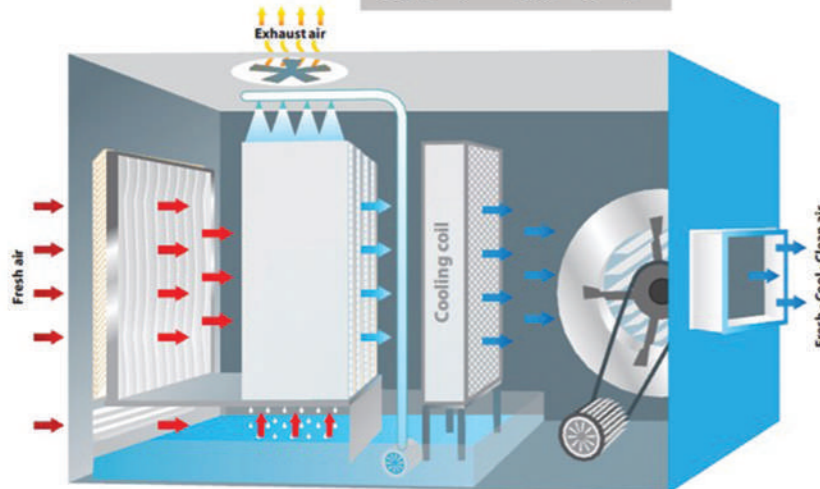
۳. سیکل تبرید جذبی

پایه کارکرد سیستم‌های سرمایش جذبی و تراکمی یکسان است. تفاوت اصلی این دو روش در تبدیل دوباره مبرد گازی به حالت مایع جهت تکرار چرخه تبرید می‌باشد که در سرمایش جذبی ضمن استفاده از حرارت عمل تبرید صورت می‌پذیرد.
 چرخه سرمایش جذبی را می‌توان به سه مرحله به شرح ذیل تقسیم نمود:
 a. تبدیل مایع به بخار: مبرد مایع در یک محیط با فشار نسبی پایین تبدیل به بخار می‌شود و محیط اطراف را خنک می‌نماید.
 b. مبرد گازی توسط مایعی دیگر جذب می‌گردد.
 c. به محلول جذب‌کننده و مبرد حرارت داده می‌شود که این عمل سبب بخار و جدا شدن مبرد از جذب‌کننده می‌شود.

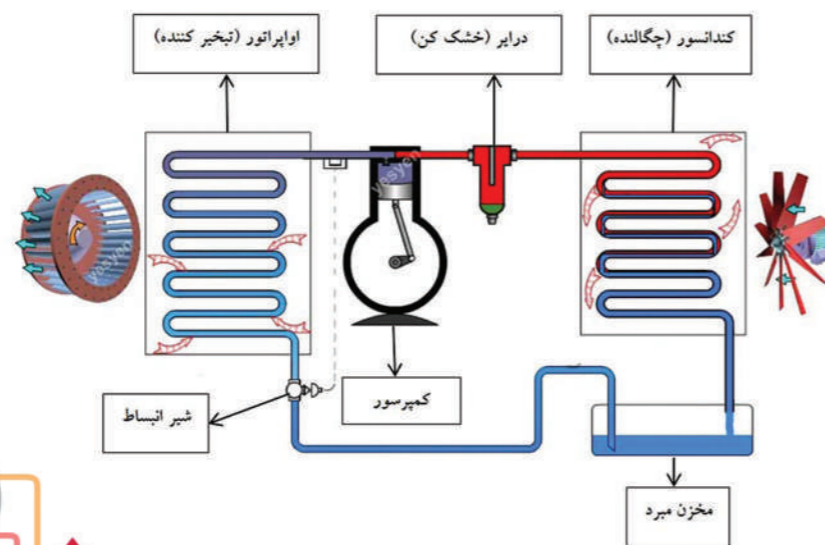
۴. سیکل تبرید ترموالکتریک

تجهیزات ترموالکتریک می‌توانند انرژی الکتریکی را تبدیل به اختلاف دما نمایند.
 دستگاه‌های ترموالکتریک تجهیزاتی سرماساز هستند که چندین مزیت قابل ملاحظه را از خود نشان می‌دهند. این تجهیزات قابل اطمینان، بدون نویز، بدون نیاز به تعمیر و نگهداری و بدون لرزش بوده و هیچ قطعه مکانیکی متحرکی ندارند، لذا عمر مفید بسیار بالایی نیز خواهند داشت.
 همچنین با توجه به عدم استفاده از کلروفلوروکربن‌ها یا هر مبرد دیگری سازگار با محیط زیست نیز می‌باشند. اما این تجهیزات در کاربردهای سرمایشی با مقیاس بزرگ مانند ذخیره سازی و یا ترابری؛ ضریب عملکرد پایین تری دارند.

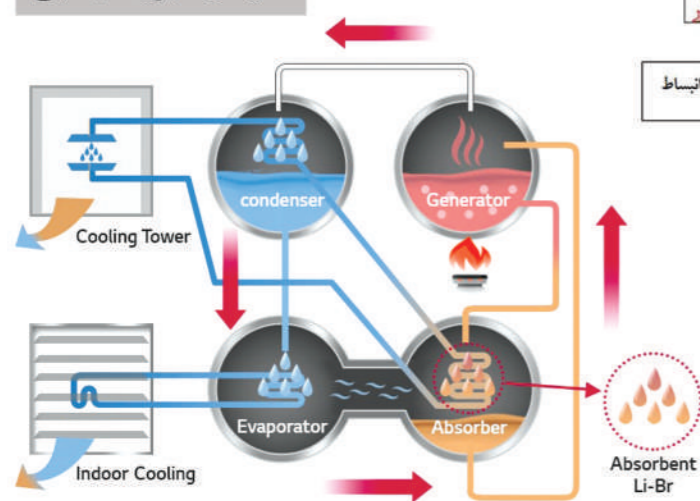
سیکل تبرید تبخیری



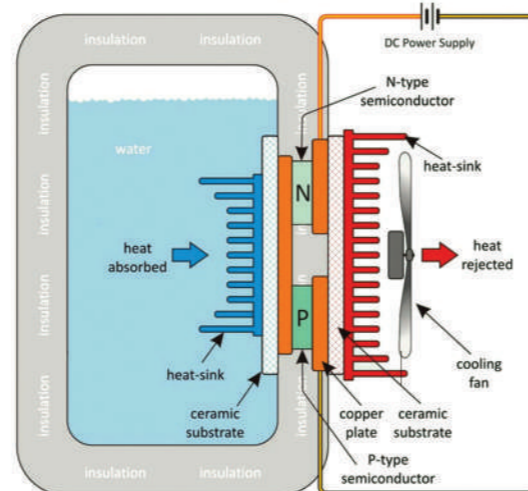
سیکل تبرید تراکمی



سیکل تبرید جذبی



سیکل تبرید ترموالکتریک



مجموعه این تحولات منجر به رشد ۵۰ درصدی فروش محصولات تولیدی اسپات در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال قبل از آن گردید. این موفقیت جز کسب اعتماد مشتریان از طریق محصولات نوآورانه و خدمات پشتیبانی بی‌رقیب میسر نمی‌بود. با توجه به اینکه رتبه‌بندی سازمان مدیریت صنعتی از ترکیب ۳۰ شاخص از جمله اندازه و رشد شرکت ها، سودآوری و عملکرد، بهره‌وری، صادرات، میزان بدهی و غیره صورت می‌پذیرد، ارتقای رتبه اسپات نمایانگر رشد همه جانبه شرکت می‌باشد.

شیوع بیماری کرونا چه تأثیری بر عملکرد و اهداف سازمان داشته است؟

کرونا از دو جهت تأثیر سوء بر عملکرد کلیه شرکت‌های دنیا گذاشت. نخست برای عموم مردم محدودیت ایجاد کرد که منجر به افت فروش شرکت‌ها شد. دیگر اینکه برای نیروی انسانی شرکت‌ها مخاطراتی ایجاد کرد که منجر به کاهش عملکرد و بعضاً حتی توقف عملیات برخی شرکت‌ها شد. این شرایط برای شرکت‌های تولیدی و فروشگاهی مانند اسپات چالش زیادی به همراه داشت، چون امکان دورکاری به صورت طبیعی در این صنایع کمتر است. در عین حال، از همان ابتدا سازمان تمهیداتی جهت حفظ سلامتی کارکنان و مدیریت بهره‌وری نیروی انسانی ایجاد کرد. مانند تجهیز فوری کلیه فضاهای شرکت به استندهای ضدعفونی، استقرار وندینگ ماشین جهت تسهیل خریدهای کارکنان و کاهش رفت و آمدها، ایجاد فرهنگ جلسات آنلاین و در نهایت اقدام عاجل در راستای واکسیناسیون کلیه پرسنل.



گفت و گو با مهندس شهبازی

مدیر عامل شرکت سامان پویش تامین (اسپات)

لطفاً بصورت اجمالی در خصوص زمینه کاری و فعالیت های شرکت توضیح بفرمایید.

امروز کسی در صنعت فروشگاه‌های زنجیره‌ای ایران نیست که با نام اسپات و محصولات و خدمات ما آشنا نباشد. اسپات تلاش دارد با ارائه محصولات با کیفیت حضور پر رنگی در صنعت تجهیزات خرده فروشی داشته باشد. محصولات اسپات به صورت کلی در دو دسته تجهیزات نگهدارنده (انواع شلف، کانتور و ترولی) و تجهیزات برودتی (انواع یخچال و فریزر فروشگاه‌ها) قرار می‌گیرد. اسپات علاوه بر تولید محصولات، در زمینه مشاوره فضای فروشگاه‌ها نیز خدمات ارائه می‌نماید. کیفیت محصولات و خدمات اسپات با استقبال گسترده مشتریان روبرو شده و در رقابت تنگاتنگ با برندهای داخلی و خارجی، جایگاه ممتازی برای اسپات به ارمغان آورده است.

عملکرد اقتصادی اسپات را در سال های گذشته چطور ارزیابی می‌کنید؟

در دو سال اخیر رشد اقتصادی منفی در بسیاری از صنایع داخلی و حتی در سطح دنیا را شاهد بوده ایم. شرکت اسپات نیز به مانند بسیاری از بنگاه های اقتصادی دیگر با مشکلاتی روبرو بود که تلاش داشته با مدیریت اصولی منابع از اثرگذاری این شرایط بر عملکرد شرکت بکاهد و در زمینه مهار این چالش‌ها موفق بوده است.

بعنوان مثال می‌توان به مشکلات در تامین برخی اقلام بازرگانی خارجی اشاره کرد که در اسپات موفق شدیم با پیش بینی دقیق مصرف و ایجاد انبار ویژه و مستقل برای این اقلام، در جهت رفع این چالش گام برداریم.

با تلاش نیروی انسانی پرتلاش شرکت و اعتماد روزافزون مشتریان، اسپات در دو سال اخیر در میان ۵۰۰ شرکت برتر اقتصادی ایران از نگاه سازمان مدیریت صنعتی قرار گرفته است. در یک سال اخیر موفق شدیم با ۷۳ پله رشد، از جایگاه ۳۰۸ به جایگاه ۲۳۵ ارتقا یابیم.

در سال مالی اخیر اسپات توفیقات چشمگیری در توسعه بازار خود کسب کرد. پیش از این عمده فعالیت شرکت در تامین کالا و خدمات برای شرکت‌های گروه صنعتی گلرنگ معطوف بود. در دو سال اخیر اسپات محصولات جدیدی بویژه در حوزه تبرید به بازار عرضه کرده که این نوآوری‌ها با استقبال بازار روبرو شد. برندهای بزرگی چون: هایپر استار، دیلی مارکت، مینو مارت، شیرین عسل، هایپرفامیلی، افق کوروش و ... به اسپات اعتماد داشته و مشتری ما محسوب می‌شوند. همچنین در زمینه فروشگاه‌های مستقل و غیرزنجیره‌ای رشد خوبی کسب کردیم. از جمله نوآوری‌های سال اخیر، ورود به حوزه تجهیزات انبار و لجستیک و تامین شرکت ملی پست جمهوری اسلامی ایران بود.

خدمات پس از فروش در شرکت اسپات

اتفاق ۲۴۷ از زیر مجموعه های گروه خدمات پس از فروش شرکت اسپات ، ۲۴ ساعت شبانه روز و هفت روز هفته آماده پاسخگویی و راهنمایی و پیگیری مشکلات مشتریان محترم مجموعه سامان پویش تامین می باشد ، لازم به ذکر است مشتری مداری و پیگیری مشکلات مشتریان تا حصول نتیجه از اهداف اصلی این واحد می باشد و همواره رضایت مشتریان از خدمات دهی این واحد از دغدغه های مهم واحد خدمات پس از فروش می باشد.

علاوه بر وظیفه اصلی این واحد با توجه به تخصص همکاران واحد ۲۴۷، بسیاری از مشکلات مشتریان به صورت تماس های تلفنی و تصویری رفع می گردد در صورت عدم امکان رفع مشکل به صورت تلفنی، طی هماهنگی این واحد با تکنسین های مجرب و مجهز در کوتاه ترین زمان ممکن، این تیم ها به محل مشتری در هر کجای ایران عزیزمان مراجعه نموده، مشکلات را پیگیری می نمایند.

شبکه نگهداری:

واحد خدمات پس از فروش شرکت اسپات به بهره گیری از بروزترین نرم افزارهای تخصصی خدمات پس از فروش با زمان بندی های فصلی و دوره ای که در نرم افزار تعریف شده است اقدام به عملیات های نگهداری تجهیزات، علی الخصوص با تمرکز تجهیزات برودتی (یخچال های پرده هوا، فریزر ایستاده ، فریزر بستنی و ...) می نماید، طبیعی است انجام سرویس های دوره ای، سلامت دستگاه و کاهش استهلاک تجهیزات، کاهش مصرف برق و بسیاری از مزایای دیگر را به همراه خواهد داشت.

مسیر پیش روی اسپات را چگونه ترسیم کرده اید؟

صنعت تجهیزات خرده فروشی چه در ایران و چه در دنیا صنعت نوپایی نیست. اما ورود مفاهیم جدید به آن می تواند نقش بازسازی و احیای ساختاری در آن داشته باشد. ما در اسپات به دنبال آن هستیم که با ورود به حوزه های بهینه سازی محصولات از منظر طراحی، دستیابی به منابع ارزانتر، به حداکثر رساندن ظرفیت تولید و به کارگیری اتوماسیون به معنای واقعی آن، در جهت تولید محصولات با کیفیت همراه با قیمت مناسب و مورد رضایت مشتری حرکت نماییم.

برنامه شما برای ارتقاء جایگاه منابع انسانی در سازمان چیست؟

در سایه رشد اسپات، تعداد پرسنل شرکت نیز در یک سال اخیر ۳۰ درصد افزایش داشته است. کیفیت محصولات اسپات مستقیماً تابع تعهد و تخصص نیروی انسانی شرکت است. فلذا برنامه های متنوعی برای ارتقای انگیزه و عملکرد کارکنان اجرا می کنیم. در این شرایط جذب و حفظ نیروی انسانی متعهد و ارتقای توانمندی نیروی انسانی اولویت اصلی اسپات می باشد. تلاش شرکت بر تامین مادی و غیرمادی نیازهای نیروی انسانی در حدی بالاتر از متوسط صنعت می باشد تا رقابت پذیری و رشد اسپات تضمین گردد. در این راستا، در یک سال اخیر برنامه های آموزشی و فعالیت های فوق برنامه متنوعی طراحی و اجرا شده است که از جمله آن می توان به مواردی اشاره کرد: برگزاری کمپ های همکاری و تیم سازی، آموزش های مهارتی، توسعه توانایی رهبری مدیران، مشاوره های روان شناسی، و غیره.

