

بازاریابی شبکه‌ای مروارید پنبه‌ریز

سند چشم انداز

۱۴۱۵



PMIM
The way to success

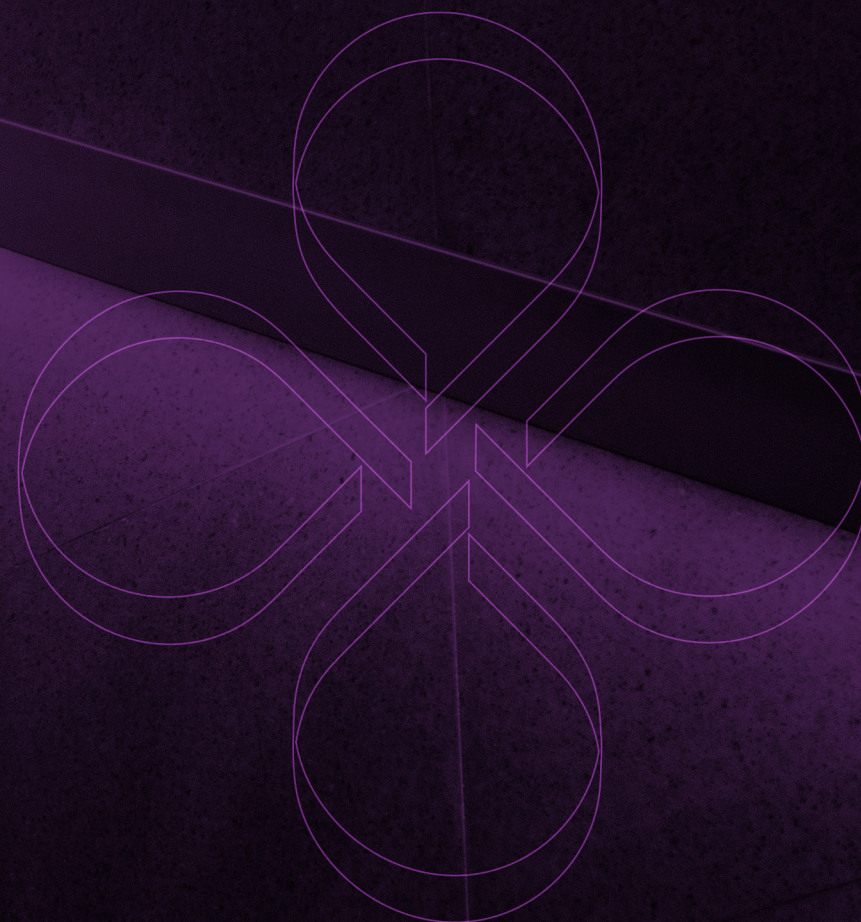
چشم انداز ۱۴۱۵

در این سند خلاصه‌ای از وضعیت شرکت در سال ۱۳۹۹ و راهبردها و برنامه‌های ۱۵ ساله ارائه شده است. افق زمانی پیش‌رو با تکیه بر بهره‌برداری بهینه و اثربخش از فرصت‌های محیط کسب و کار و منابع و قابلیت‌های شرکت طراحی شده و مسیری روشن برای رسیدن به جایگاه مناسب و مطلوب و کسب سود برای ذینفعان را ترسیم کرده است.

ما در افق ۱۴۱۵ شرکتی هستیم که در بازارهای منطقه‌ای و جهانی فعالیت داریم و با تکیه بر مدل کسب و کار و شبکه فروش حرفه‌ای، زمینه توسعه کسب و کارهای فردی و بهبود کیفیت زندگی مشتریانمان را فراهم خواهیم ساخت. همچنین سلامت مصرف‌کنندگان را از طریق تولید و توزیع محصولات متنوع گیاهی و سلامت محور حفظ و تضمین خواهیم کرد.



دفتر مطالعات راهبردی



PDM

سخن مدیرعامل

در دنیای رقابت و تکنولوژی، کسب و کارهایی موفق اند که سریع‌تر، فرصت‌های محیط را شناسایی و با اتکا به توانمندی‌ها و بهره‌مندی از فرصت‌ها، مسیر رشد و توسعه را برای خود هموار کنند. کسب و کار ما این فرصت را در اختیار همه قرار داده تا در بستر بازاریابی شبکه‌ای، موفقیت را تجربه کنند و با توسعه توانمندی‌های شخصی و حرفه‌ای خود، به یک کارآفرین تبدیل شوند. این ایده، دلیل و چستی شروع کسب و کار ماست. ما معتقدیم موفقیت نمایندگان فروش، موفقیت بازاریابی شبکه‌ای است و انعطاف‌پذیری، نوآوری، توسعه و مدیریت زمان، مؤلفه‌هایی هستند که موفقیت ما و نمایندگان فروش را در آینده رقم خواهد زد. آنچه برای کسب و کار ما مهم است، توجه و اطمینان از ارزش کسب شده حاصل از مشارکت و همراهی برای نمایندگان فروش است. فروش بیشتر به معنای درآمد بیشتر نیست، بلکه بهبود توانمندی و استقلال درآمدی نماینده فروش به معنای درآمد بیشتر و پایدارتر است و این مهم با ارتقای راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی برای توسعه نمایندگان فروش و ارائه ارزش‌های پیشنهادی بیشتر به آن‌ها، محقق خواهد شد.

تمرکز ما بر سه اصل اساسی که مبنای پیشرفت نمایندگان فروش و کسب و کار ماست، استوار است؛
 ۱. توسعه محصولات و خدمات سلامت محور و منحصر به فرد
 ۲. توسعه ارزش و نشان تجاری شرکت و محصولات
 ۳. توسعه توانمندی و پیشرفت حرفه‌ای و درآمدی نمایندگان فروش.

بازاریابی شبکه‌ای مروارید پنبه‌ریز بر مبنای این اصول و با تکیه بر مدیریت و حمایت منسجم و یکپارچه از تیم اجرایی و نمایندگان فروش، بستر و هسته مرکزی برای کارآفرینان حال و آینده است و این بستر در چارچوب سند چشم‌انداز ۱۴۱۵، نقشه روشن و آینده‌نگرانه را پیش روی همگان قرار داده است.

امیدواریم با بهره‌گیری از این نقشه ۱۵ ساله، راه موفقیت و کامیابی را با همراهی و مشارکت صاحبان کسب و کار، مدیران و رهبران، کارکنان و نمایندگان فروش، هموار کنیم.

✓\

کریم دوست محمدی

سخن مدیرعامل	۵
نقشه راه ما	۶
اهداف راهبردی	۸
راهبردهای کلان	۱۰
محصولات و خدمات	۱۱
زنجیره تأمین	۱۲
مسیر ۱۴۱۵	۱۴
راهبرد پایداری در زنجیره تأمین	۱۵
موقعیت راهبردی	۱۶
نشان‌های تجاری	۱۸
مزایای زنجیره تأمین ما	۲۰
راهبرد پایداری در زنجیره تأمین	۲۲
موقعیت راهبردی	۲۴
راهبرد پایداری در زنجیره تأمین	۲۶

درباره ما

به دنبال تغییر فرهنگ خرید مردم و همچنین پیشرفت تکنولوژی و دیجیتال شدن فعالیت‌ها، طرح پیاده‌سازی ساختار بازاریابی شبکه‌ای در ایران با ارائه شیوه‌های جدید تجارت و الگوبرداری از شرکت‌های برتر جهان در سال ۱۳۸۸ توسط آقای عبدالزهره وطن‌دوست، کارآفرین برتر ملی و مؤسس گروه صنعتی وطن زرین مروارید آسیا در ایران ارائه شد.

ما در سال ۱۳۹۰ موفق شدیم مجوز فعالیت در صنعت بازاریابی شبکه‌ای را دریافت و به عنوان یک شرکت حرفه‌ای فعالیت خود را آغاز کنیم. ما تاکنون توانسته‌ایم با عملکرد قانونی و حرفه‌ای تحت حمایت مدیران و صاحبان کسب‌وکار و نظارت نهادهای مرتبط، پیشرفت بزرگی را در این صنعت ایجاد کنیم و در این مسیر، حفظ و توسعه روزافزون منافع ذینفعان را به ارمغان آورديم.

ما موفقیت را با یک بیانیه متمایز رقم خواهیم زد:
(ساخت جامعه ثرتمند با خلق یک حرفه مستقل برای هر فرد)

خرسندیم فرصتی به‌وجود آوردیم که به پشتمان آن همه مردم می‌توانند کسب‌وکاری مستقل داشته باشند و از این بستر برای رشد و توسعه توانمندی‌های خود استفاده کنند.

ما کمک می‌کنیم که همه دیده شوند و با کسب درآمد از داشتن شغلی مستقل و اثرگذار لذت ببرند.

و برآنیم تا تأثیر مثبت و سازنده در سبک زندگی و درآمد مردم داشته باشیم و با ارائه محصولات سلامت‌محور، احساس نشاط و تندرستی را به جامعه هدیه کنیم.

در این مسیر متعهدیم که راه دستیابی به پیشرفت و استقلال را برای همه آسان کنیم و انتخاب نخست میلیون‌ها نفر باشیم.

نقشه راه ما \ /

آنچه مسیر موفقیت را متمایز می‌کند، داشتن نقشه راهی روشن، شفاف و آینده‌نگرانه است که به ما کمک می‌کند در مسیر درست و مناسب قدم برداریم و با اجرای درست راهبردها، برتری متمایزی نسبت به رقیب داشته باشیم. نقشه راه ما، مسیر توسعه هماهنگ و بهبود متوازن ارکان زیر برای رسیدن به چشم انداز است؛

/ \

چشم انداز

شبکه فروش

بازار هدف و مصرف

طرح درآمدی

۷

۶

۵

۴

۳

۲

۱

شعب فروش

سرمایه های انسانی

نشان های تجاری

محصولات

اهداف راهبردی

ما با تکیه بر قابلیت‌ها، منابع و توانمندی‌های داخلی و فرصت‌های محیط کسب و کار، مسیر موفقیت را ترسیم کرده‌ایم و معیار موفقیت ما، تحقق اهداف راهبردی زیر است:

ارکان راهبردی

فلسفه وجودی ما، از تفکر صاحبان کسب و کار برگرفته شده و هدایت‌گر ما در مسیر بی‌پایان موفقیت است.

چشم انداز

ساخت جامعه ثروتمند با خلق یک حرفه مستقل برای هر فرد

مأموریت

کمک به سلامت خانواده در بستر تجارت هوشمندانه کالا

ارزش‌ها

- مسئولیت‌های فردی و اجتماعی
- صداقت و اعتماد
- برآورده‌سازی متوازن نیازهای ذینفعان

۱- افزایش سود عملیاتی

۲- افزایش مزیت‌های رقابتی پایدار

۳- افزایش دانش عمومی و تخصصی نمایندگان فروش

۴- افزایش سرانه درآمد هر نماینده

۵- افزایش کیفیت زندگی کارکنان

۶- افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در راستای کاهش فقر در جامعه

راهبردهای ما

روش ایجاد ارزش

الگوی ما برای خلق ارزش و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای، پاسخگویی و تعهد به ابعاد مختلف اصول توسعه پایدار برای تمامی ذینفعان است.

• برآورده‌سازی متوازن نیازهای ذینفعان از طریق؛

ارزش اقتصادی حاصل از مدل کسب و کار برای سهامداران
توانمندسازی مردم برای رسیدن به استقلال شغلی و درآمدی
عرضه محصولات بر پایه سلامتی و زیبایی به مصرف‌کنندگان

• صداقت و اعتماد از طریق؛

توسعه محیط کاری با نشاط و حرفه‌ای
افزایش امنیت و رضایت شغلی کارکنان

• مسئولیت‌های فردی و اجتماعی از طریق؛

کاهش تأثیر فعالیت کسب و کار بر محیط زیست
توسعه اعتماد به نفس و مسئولیت‌پذیری افراد
کاهش جنبه‌های مختلف فقر و اثرات آن بر جامعه

موقعیت راهبردی

ما به عنوان شرکت فعال در حوزه بازاریابی شبکه‌ای با رویکردی فراملی فعالیت می‌کنیم.

فعالیت شرکت از طریق شعب گسترده آموزش و فروش در بازارهای هدف و در اختیار داشتن سامانه‌های امن، در دسترس برخط و به‌روز، در حال توسعه بوده و با این قابلیت‌ها، امکان فعالیت و تجارت سودآور، ارزش افزا و بلندمدت را برای همهٔ افرادی که به دنبال استقلال شغلی و درآمدی هستند، فراهم کرده‌ایم.

جذابیت کسب‌وکار ما برای مخاطبان؛

- داشتن سبد محصولات متنوع، منحصر به فرد و با کیفیت با تأکید بر حفظ سلامت مصرف‌کننده.
- طرح درآمدزایی پویا، سودآور و رقابتی با تأکید بر رشد و توسعه سبک زندگی حرفه‌ای و شغلی نمایندگان فروش.
- ساختار اجرایی و عملیاتی حرفه‌ای، منسجم و یادگیرنده با تأکید بر ارتقای توانمندی و تجارب کارکنان.

قابلیت‌ها و توانمندی‌های ما؛

- کیفیت بسته‌بندی سفارشات
- رعایت استانداردهای کیفی و کمی ملی و بین‌المللی
- مدیریت عملکرد سیستم ارسال و توزیع سفارشات
- رعایت قوانین و مقررات ملی و داخلی مرتبط با شبکهٔ فروش
- محتوای آموزشی مرتبط با محصولات
- جذب و نگهداری نیروی انسانی متخصص و شایسته
- دسترسی سریع و آسان به مراکز و شعب توزیع سفارشات

فرصت‌های کسب‌وکار ما؛

- دسترسی فراگیر به تکنولوژی‌های دیجیتال
- ارتقای سطح بهداشتی، آموزشی و فرهنگی جامعه
- تغییر الگوهای اشتغال

راهبردهای کلان

ما بر اساس قابلیت‌ها، منابع و امکانات در اختیار و همچنین بهره‌مندی از فرصت‌های موجود، راهبردهای کلان را تعیین کرده‌ایم. این راهبردها با تمرکز و توجه بر حوزه‌های کلان شرکت اتخاذ و اجرا خواهند شد:

تمرکز و توجه بر؛

- تنوع همگون در محصولات و خدمات
- توسعه بازارهای داخلی و خارجی
- توسعه محصول در گروه‌های آرایشی - مراقبتی، بهداشتی - سلولزی
- غذایی - نوشیدنی
- توسعه ارزش نشان‌های تجاری
- توسعه روابط تجاری بالادستی و پایین دستی

محصولات و خدمات \ /

محصولات مادر بردارنده ویژگی‌های کیفی و بهداشتی منحصر به فرد برای جلب رضایت مشتریان و اطمینان از خرید کالایی با ارزش برای مصرف‌کننده است. تمرکز ما بر ارائه گروهی از محصولات است که در سبد اصلی مصرف‌کننده قرار دارد، دارای کیفیت منحصر به فرد باشد یا با استفاده از پایه‌های گیاهی، سلامت مصرف‌کننده را تضمین کند. محصولات ما در ۳ گروه اصلی تأمین و عرضه می‌شود:

غذایی و نوشیدنی

بهداشتی - سلولزی

آرایشی - مراقبتی



محصولات آرایشی- مراقبتی



محصولات بهداشتی-سلولزی



محصولات غذایی- نوشیدنی

نشان های تجاری \ /

نشان تجاری محصولات به عنوان مهم ترین جزء و بخش از دارایی نامشهود ماست و با هدف ارتقای ارزش ویژه نشان تجاری و جایگاه یابی مناسب و منطبق با گروه محصولات، الگوی مقابل برای طبقه بندی نشان تجاری محصولات طراحی و پیاده سازی شده است.



زنجیره تأمین

در عملیات اجرایی کسب و کار ما به عنوان شرکت بازاریابی شبکه‌ای، پس از تولید و عرضه محصولات، از زیرساخت آنلاین، برای درگاه فروش محصولات استفاده می‌شود. فرایند فروش، ترکیبی از فروش مستقیم (آنلاین) و غیرمستقیم (آفلاین) است. سهم فروش آنلاین حدود ۹۸٪ از مجموع فروش شرکت در سال ۹۹ را شامل می‌شود.

فروش مستقیم بخش کلیدی از مدل کسب و کار شرکت ما است تا با این شیوه، تجربه آسان و لذت بخشی را برای نمایندگان فروش و مصرف کننده فراهم کنیم. توزیع و ارسال محصولات از طریق سیستم ارسال پستی انجام می‌شود و نمایندگان فروش به صورت آزادانه می‌توانند انبارها و شعب محلی را جهت تحویل سفارشات انتخاب و محصول را پس از دریافت به دست مصرف کننده برسانند. بنابراین ارتباط مستقیم مصرف کننده با نماینده فروش، رابطه‌ای مبتنی بر اعتماد را به همراه دارد.

تحقیق و توسعه محصولات جدید



فروش کالا به مصرف کننده

مزایای زنجیره تأمین ما

رویکرد ما در زنجیره تأمین بازاریابی شبکه‌ای، بر مشتری محوری استوار است و به همین منظور توجه به منافع ذینفعان برای ما اهمیت دارد و برای پاسخ به انتظارات و منافع گروه‌های کلیدی ذینفعان زنجیره تأمین بازاریابی شبکه‌ای را تشکیل داده‌ایم تا مزایایی را به سه گروه اصلی برسانیم:

- برای مصرف‌کننده
- ارتباط مستقیم با فروشنده
- دریافت مشاوره برای خریدهای شخصی
- سفارش آنلاین و دریافت درب منزل

- برای نماینده فروش
- فرصت کسب درآمد نامحدود
- فرصت اداره کسب و کار شخصی با کمترین هزینه و ریسک
- آزادی فعالیت روزانه
- فرصت ارتباطات اجتماعی و توسعه فردی

- برای مالکان کسب و کار
- عدم نیاز به زنجیره خرده فروشی
- کانال توزیع جامعه محور
- عدم نیاز به تبلیغات گسترده و پرهزینه
- عدم نیاز به سرمایه خیلی زیاد
- شیوه کم هزینه و اثربخش برای ورود به بازارهای جدید

مسیر ۱۴۱۵ \ /

چشم انداز ۱۴۱۵

تنوع
همگون و
توسعه
محصولات

توسعه
نشان های
تجاری

توسعه
توانمندی،
دانش و
مهارت
کارکنان

توسعه و
غنی سازی
شعب

توسعه
ساختار
طرح
درآمدی

توسعه
بازار
ورسوخ
در بازار

توسعه
فروش

ما در سال ۱۴۱۵ شرکتی هستیم که:

- در بازارهای جهانی حضور و فعالیت داریم.
- سبد محصولات منحصربه فرد و باکیفیت و متمایز ارائه می کنیم.
- نشان های تجاری ارزشمند و معتبر جهانی در اختیار داریم.
- شبکه فروش پویا، چابک و یکپارچه داریم.
- دانش، تکنولوژی و زیرساخت تولید را در اختیار داریم.

افق ۱۴۱۵ با راهبردهای مشخص محقق خواهد شد؛

تنوع محصولات همگون با:

- افزایش تعداد محصولات گروه آرایشی - مراقبتی بر پایه گیاهی
- افزایش تعداد محصولات گروه خوشبوکننده
- افزایش تعداد محصولات گروه غذایی و نوشیدنی

توسعه گروه محصولات با:

- اضافه شدن محصولات در سایر گروه‌های مرتبط

توسعه نشان‌های تجاری با:

- اضافه شدن نشان‌های تجاری جدید
- اصلاح دسته‌بندی نشان‌های تجاری حوزه آرایشی-مراقبتی با تکیه بر رویکرد خانه برند

توسعه توانمندی، دانش و مهارت کارکنان با:

- افزایش سالانه سرانه آموزش
- توسعه و ارتقای توانمندی کارکنان کلیدی و دانش‌محور از طریق غنی‌سازی شغلی، چرخش شغلی.
- اجرا و پیاده‌سازی نظام مدیریت عملکرد و طراحی نظام جبران خدمت متناسب با نتایج عملکردی.

توسعه و غنی‌سازی شعب با:

- تأسیس و راه‌اندازی شعب در استان‌ها و بازارهای پرفروش
- افزایش توان عملیاتی و آموزشی شعب از طریق افزایش ظرفیت قابل بهره‌برداری

توسعه ساختار طرح درآمدی با:

- افزایش درصد پذیرش و جذابیت طرح درآمدی برای نمایندگان فروش
- تقویت طرح درآمدی در سطوح مختلف
- افزایش انعطاف‌پذیری شیوه و روش پرداخت پاداش و پورسانت.

توسعه و رسوخ در بازار با:

- افزایش سالانه جذب نمایندگان جدید
- افزایش سالانه بازارهای جدید داخلی از طریق تأسیس شعب
- افزایش سالانه بازارهای خارجی از طریق ارسال سفارشات به صورت غیرمستقیم (از طریق نمایندگان) و مستقیم (راه‌اندازی شعبه).

توسعه فروش با:

- افزایش سالانه سهم فروش نمایندگان
- افزایش سالانه سرانه و اثربخشی دانش و مهارت نمایندگان فروش

تعهد ما به ارزش‌ها

- ارتقای مشارکت و همراهی کارکنان
- توسعه درآمد نمایندگان فروش
- پاسخ به انتظارات ذینفعان کلیدی
- افزایش سالانه رضایت مشتریان
- افزایش سالانه رضایت سهامداران از طریق افزایش فروش عملیاتی
- افزایش سالانه رضایت کارکنان
- کاهش فعالیت‌های مخرب محیط زیست
- افزایش مشارکت در فعالیت‌های زیست‌محیطی از طریق اجرای پویش‌های زیست محیطی
- توسعه برنامه‌های برانگیزاننده برای بازگرداندن ظروف قابل بازیافت توسط مشتریان و مصرف‌کنندگان در پتل باشگاه مشتریان
- قطع زنجیره فقر از دوران کودکی
- بهبود برابری جنسیتی و افزایش توانمندی زنان

راہبرد پایداری در زنجیره تأمین

• دانش و تکنولوژی تولید؛

۱. توسعه و تمرکز بر رویکرد استفاده از محصولات با پایه ۱۰۰٪ گیاهی، خالص و سلامت محور در برنامه توسعه محصول تا ۱۵ سال آینده.
۲. کاهش اثرات شیمیایی ترکیبات مؤثره موجود در محصولات فعلی و آتی با رویکرد حفظ سلامت مصرف کننده و پایداری محیط زیست.
۳. تجهیز آزمایشگاه با هدف اطمینان از عدم آسیب رسانی ترکیبات موجود در محصولات به مصرف کننده.
۴. در اختیار گرفتن دانش و تکنولوژی تولید محصولات.

• تأمین و عرضه؛

۱. گسترش همکاری با تأمین کنندگان محصولات سلامت محور.
۲. ارزیابی توان و کیفیت تولید تأمین کنندگان.

• محصولات پایدار؛

۱. اصلاح ساختار بسته بندی محصولات با قابلیت بازیافت.

• توزیع و ارسال؛

۱. استفاده از زیرساخت توزیع شعب و کاهش حمل و نقل بین شهری.
۲. کاهش استفاده از پلاستیک و مواد غیر قابل بازیافت در بسته بندی و ارسال سفارش ها.

• سازمان فروش و مصرف کنندگان پایدار؛

۱. افزایش مشارکت نمایندگان و مصرف کنندگان در طرح های توسعه.
۲. تقویت دانش و مهارت نمایندگان در حوزه بازاریابی شبکه ای.
۳. افزایش تعهد، وفاداری و مسئولیت پذیری نمایندگان و مصرف کنندگان نسبت به سازمان و جامعه .



PMM
The way to success

عضوی از گروه وطن زرین



وطن زرین
Vatan Zarin

www.pmlm.ir
info@pmlm.ir

www.vatanzarin.com
info@vatanzarin.com