

# گفتگوی تجربه‌ی یاشار رستمی‌نیا

■ پارسا حسینی / Parsa Hoseini

**An interview of  
experience with  
Yashar Rostami nia**

■ **ملل:** از نظر خود من، خیر. شاید به نسبت گروهها و شرکتهای دیگری که در این صنف مشغول به کار هستند، یک قدم کوچک جلوتر باشیم، ولی مجموعه موفق‌تری در زمینه تبلیغات نیستیم. چرا که تبلیغات در ایران با کل دنیا متفاوت است. تبلیغات در ایران یعنی اوراق چاپی و سایر مقوله‌های مرسوم‌ی که در بازار می‌بینیم.

□ **گرافیک و چاپ:** خوب، من هم می‌پذیرم که تعریف موفقیت نسبی است و تفاوت‌های بسیاری در این مورد وجود دارد؛ خواهش می‌کنم از همین وجهی که خود شما مطرح فرمودید، یعنی همان «یک قدم کوچک جلوتر از دیگران»، روش و عملکرد خودتان را در این باره بفرمایید.

■ **ملل:** خوب، علت این است که آنچه را که به ذهن ما خطور می‌کند، خلاقیت، ایده یا هر چیزی که در دنیا به روز هست، با ذهن، تفکر و مغزمان ایرانی‌اش می‌کنیم و با قلبمان به مشتری تقدیم می‌کنیم. نه به عنوان اینکه از این کار فقط سود خودمان را ببینیم. من فکر می‌کنم بهترین و راحت‌ترین راه موفقیت این است: «تداوم ارتباط با مشتری». کوچکترین مشتری من (به لحاظ ارتباط کاری) در حدود ۸ سال سن دارد. این برای من خیلی مهم است. مشتریان باعث بقای ما می‌شوند و همین‌طور خدمات خوبی که ما به آنها ارائه می‌دهیم باعث تداوم این ارتباط می‌شود. گرافیک و چاپ: شما مشتریان خودتان را

مصاحبه‌ای را که در پیش رو دارید، براساس اهتمام ویژه گروه پژوهشی عفاوی به رفع تمام نیازهای دست‌اندرکاران گرافیک و چاپ از جمله موارد مربوط به امور بازار و کسب و کار است که توسط آقای پارسا حسینی، سرپرست واحد بازرگانی گروه پژوهشی عفاوی و آقای یاشار رستمی‌نیا، مدیریت شرکت طراحان ملل صورت گرفته است. رویکرد این گفتگو، بررسی موارد واقعی و تجارب عینی است که توسط مجموعه موفق ملل به کار گرفته شده است. شرکت طراحان ملل در زمینه مربوط به امور گرافیک و چاپ تجاری و تبلیغاتی، یکی از نمونه‌های موفق کسب و کار در ایران است. این مجموعه توانسته است مشتریان شاخص و مطرحی را خدمت‌دهی کند و کار خود را در زمینه‌های مختلف توسعه دهد. این مصاحبه با بیانی ساده به ارائه مطالب مفید و کاربردی در خصوص مسائل بازار گرافیک و چاپ در ایران می‌پردازد. الگوبرداری آگاهانه از افراد موفق شروع خوبی برای رسیدن به موفقیت است. ضمن تشکر از گروه ملل و مدیریت محترم این مجموعه که تجارب کاری خود را در اختیار ما قرار دادند، شما را به مطالعه دقیق این مصاحبه دعوت می‌نمایم.

□ **گرافیک و چاپ:** ضمن ابراز سپاس و قدردانی فراوان از حضرت‌عالی، به عنوان اولین سؤال، بفرمایید که آیا شما مجموعه ملل را مجموعه‌ای موفق می‌دانید؟

■ **ملل:** البته من به بازاریابی اعتقاد صددرصد دارم و نیاز به آن در هر زمینه‌ای حس می‌شود؛ ولی در خصوص تبلیغات، من به بازاری که بازاریاب برایم بیاورد، اعتقادی ندارم؛ چون بازاری که به وسیله شخص ثالثی آورده می‌شود به وسیله همان شخص هم می‌تواند خارج شود. ارتباطی که من شخصاً با مدیران و مشتریان ایجاد می‌کنم، خیلی فراتر از روابط عادی کسب و کار است. ارتباط خیلی تنگاتنگ است. من به هیچ عنوان مشتریانم را از سیستم فکری و ذهنی‌ام خارج نمی‌کنم؛ حتی در صورت عدم ادامه کار. من با مشتریان خودم دوست می‌شوم و این دوستی تحت هر شرایطی حفظ می‌شود. از نظر من مشتری دوستی است که از من تقاضای خدمتی کرده است. بعد از اتمام کار حتی در زمانی که جریان کاری وجود ندارد باز هم دوستی بین ما قطع نخواهد شد.

□ **گرافیک و چاپ:** کار خود را از چه زمانی آغاز کردید؟

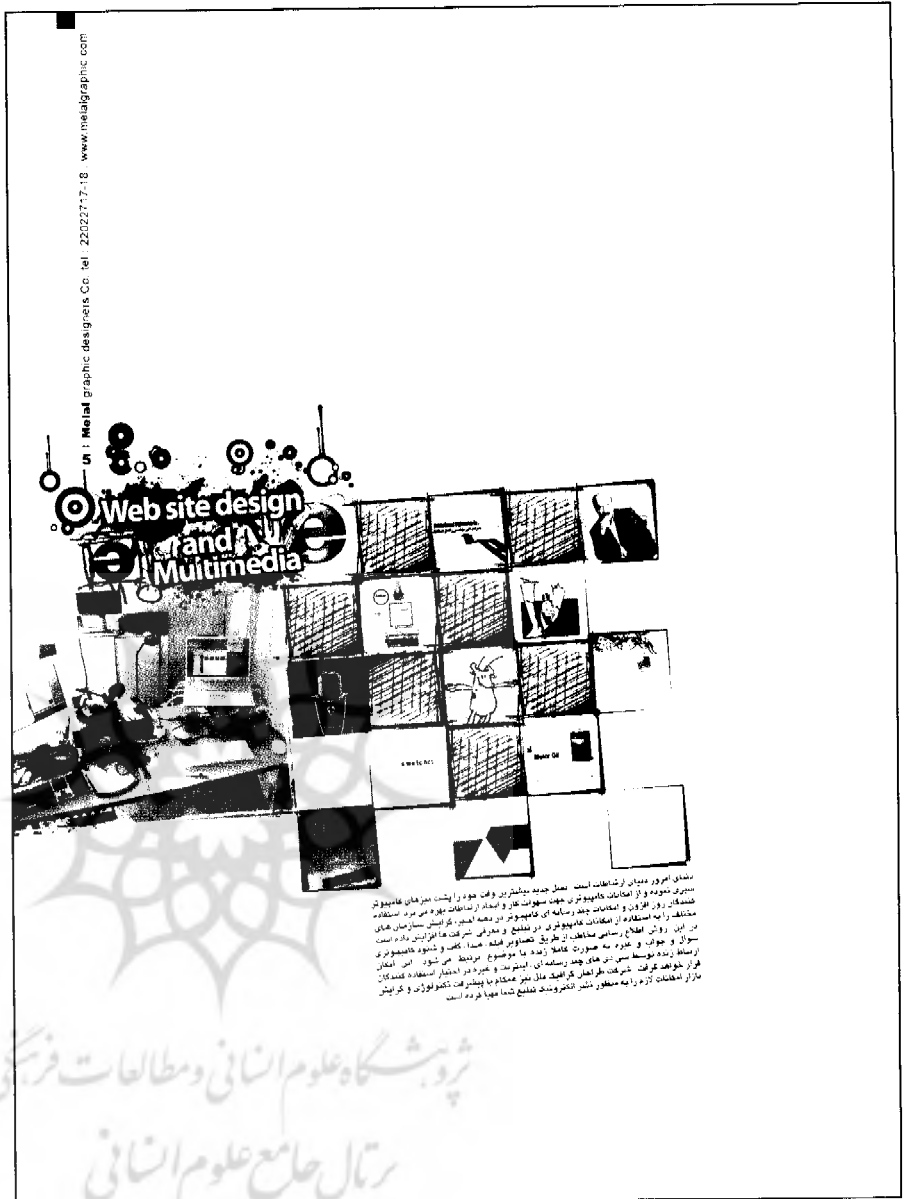
■ **ملل:** از سال ۱۳۷۲ مستقلاً شروع به کار کردم و از همان ابتدا همیشه سعی کردم که متفاوت باشم. هیچوقت به دنبال انجام کارهای کوچک مثل چاپ کارت ویزیت نبوده‌ام، مگر اینکه آن کار کوچک، بخشی از یک قرارداد بزرگ باشد.

□ **گرافیک و چاپ:** چرا؟

■ **ملل:** برای اینکه کار کوچک انسان را عقب می‌اندازد. کار کوچک جای مشخص خود را در بازار دارد. کار ما نیست.

□ **گرافیک و چاپ:** به نظر می‌رسد مهمترین استراتژی کاری شما ایجاد یک رابطه دوطرفه با مشتری در عالی‌ترین سطح ممکن است. اگر یکی از همین مشتریان از شما توقع انجام کار کوچکی را داشته باشد، برایش انجام می‌دهید؟

■ **ملل:** اگر مشتری دائم و ثابت باشد، در حد توان، هر کاری، حتی خارج از سیستم کار تبلیغات هم برایش انجام می‌دهیم. عرض من این است که اگر کسی فقط از من یک کارت ویزیت یا یک کار کوچک بخواهد، او سهم مجموعه دیگری است.



□ **گرافیک و چاپ:** البته ارائه کیفیت عالی و حفظ ارتباط با دایره‌ای از مشتریان ویژه در یک سیستم بازاریابی بسیار کاربردی به نام بازاریابی رابطه‌مند قرار می‌گیرند که بسیار سودمند و کم هزینه است. ولی آیا واقعاً شما هیچ سیستم بازاریابی خاصی برای جذب مشتری ندارید؟ مثلاً بازاریابی تلفنی، الکترونیکی و یا بازاریابی مستقیم؟

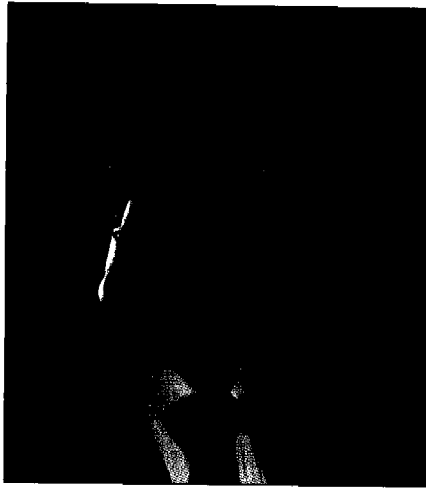
■ **ملل:** خیر. به هیچ عنوان. تحقیقات بازار را به صورت سازمانی جداگانه و جدی داریم ولی فاقد سیستم بازاریابی خاصی هستیم.

□ **گرافیک و چاپ:** علت چیست؟ بازاریابی را قبول ندارید؟

چگونه جذب می‌کنید و به دست می‌آورید؟  
ملل: من به هیچ عنوان تا کنون به دنبال مشتری نبوده‌ام.

□ **گرافیک و چاپ:** پس مشتریانان چگونه شما را می‌شناسند و کارهایشان را به شما سفارش می‌دهند؟

■ **ملل:** تمام مشتریان ما از طریق سایر مشتریانمان به سوی ما می‌آیند که خوب در ابتدا یک نفر بوده است. در واقع اولین شرکتی که با ما کار کرده و خدمات خوبی از ما دریافت کرده، مبلغ کارایی برای ما بوده است و به همین ترتیب دیگر مشتریان، مشتریان بعدی را به ما وصل کرده‌اند.



دوست داشتم حرفه‌ای کار کنم. فضای کاری من بسیار کوچک بود، با این وجود آن را به صورتی بسیار زیبا جلوه داده بودم (از کمترین امکانات بیشترین بهره را می‌بردم). کف آنجا سفید و همه جای دیگر بنفش بود. خیلی جالب بود، فقط کف نور داشت. هر کس که آنجا را می‌دید، شگفت زده می‌شد. کار متفاوتی بود. در واقع متفاوت بودن و متفاوت دیده شدن، در پیشرفت من نقش قابل توجهی دارد. اصولاً من به شخصیت کاری بسیار اهمیت می‌دهم.

□ **گرافیک و چاپ:** شما فرمودید که حتی در مراحل آغاز به کار هم از بازاریابی مستقیم استفاده نمی‌کردید، یا بهتر است بگویم به دنبال مشتری نمی‌رفتید. از سایر راهکارهای بازاریابی استفاده می‌کردید؟ مثلاً از هدایای تبلیغاتی و امثال آن.

■ **ملل:** از این موارد همیشه استفاده کرده و می‌کنم. مثلاً همیشه بخشی از سودی که هر مشتری به من رسانده است را به صورت هدیه به خود او برگردانده‌ام. حالا یا به صورت یک هدیه واقعی بوده است و یا به صورت ارائه کاری با کیفیت‌تر.

□ **گرافیک و چاپ:** تا به حال پول نقد هم داده‌اید؟

■ **ملل:** به صورت سکه طلا، بله، خیلی زیاد. مثلاً در یکی از پروژه‌های کاری‌ام، یک منشی باعث شد که قرارداد بسیار خوبی را منعقد کنم و از آن قرارداد سود خوبی نصیب من شد. من هم به رسم قدردانی یک سکه برای آن منشی محترم هدیه فرستادم. حقوق ایشان در آن موقع حدود ۴۰ یا ۵۰ هزار تومان بود و از دریافت سکه بسیار خوشحال شد. چون ارزش آن از حقوق ۱ ماه ایشان هم بیشتر بود. یا به عنوان مثالی دیگر، من در بعضی اوقات بسیار حواسم به این مورد بوده و هست که تولد مشتری‌هایم را با ارسال یک هدیه، حتی اگر شده با یک کارت کوچک، تبریک بگویم.

□ **گرافیک و چاپ:** چگونه تاریخ تولد مشتری‌هایتان را می‌فهمیدید؟ مستقیماً از خود آنها می‌پرسیدید؟

■ **ملل:** من با مشتری‌هایم رابطه بسیار

□ **گرافیک و چاپ:** یعنی رتبه و جایگاه کاری خودتان را مشخص می‌کنید و از آن پایین‌تر نمی‌روید.

■ **ملل:** بله، ما طبقه‌بندی‌هایی صورت داده‌ایم و هر کاری را انجام نمی‌دهیم.

□ **گرافیک و چاپ:** جناب رستمی‌نیا، برای شروع به کار به صورت مستقل چقدر سرمایه داشتید؟

■ **ملل:** سرمایه شروع به کار من ۱۰۰/۰۰۰ تومان بود.

□ **گرافیک و چاپ:** پس با جذب کار، کسب درآمد کردید و سرمایه خود را افزایش دادید؟

■ **ملل:** من قبل از اینکه مستقل شوم در یک شرکت به عنوان طراح بازی‌های کامپیوتری مشغول به کار بودم. در آن موقع فتوشاپ و کورل را در ظرف یک هفته آموزش دیدم و مشغول به کار شدم. در آن موقع دانشجوی بودم، هم مخارج دانشگاه غیر انتفاعی را باید می‌دادم و هم پس انداز می‌کردم برای شروع یک کار جدی‌تر...

□ **گرافیک و چاپ:** از حمایت خانواده تا چه اندازه برخوردار بودید؟

■ **ملل:** از لحاظ مالی، تقریباً می‌توانم بگویم هیچی. من به همراه برادر کوچکترم از همان ابتدا سر پای خودمان بودیم. کار اولم به واسطه یکی از دوستانم به من سفارش داده شد. کار مربوط به یک شرکت محصولات گوشتی بود. آن کار حدود ۵۰۰/۰۰۰ تومان برایم سود داشت. با همان پول یک دفتر را اجاره کردم، بدون وسایل و سیستم و امکانات. چند تا کار دیگر هم به واسطه همان کار اولم به من سفارش شد. جالب است بدانید در همان ابتدا و با وجود بی‌پولی، برای انجام کارهایم یک کامپیوتر تهیه کردم که در آن موقع حدود ۲/۴۰۰/۰۰۰ تومان قیمت داشت. چون ابزار کار برایم خیلی مهم بود. تحویل کار خوب، ابزار و وسایل خوب هم نیاز دارد.

□ **گرافیک و چاپ:** پول خرید کامپیوتر را قرض کردید؟

■ **ملل:** نه، من قبل از آن با کامپیوتر دوستانم کار می‌کردم. پول این کامپیوتر را از پول قراردادهایی که بستم، به دست آوردم. من

نزدیکی برقرار می‌کنم. من حتی با برخی از آنها به مسافرت می‌روم. پس از مدتی با هم دو دوست کاری می‌شویم. البته حتی اگر کاری هم وجود نداشته باشد، دوستی ما حفظ می‌شود. بنابراین موضوع دیگر فراتر از کار و روابط کاری می‌شود.

□ **گرافیک و چاپ:** جناب رستمی‌نیا، بر سر راه هر سازمانی موانع و مشکلات فراوانی وجود دارد. در بعضی مواقع فشار به قدری زیاد است که یک سازمان را خرد می‌کند و یا حداقل باعث می‌شود از ایده‌آل‌هایش فاصله زیادی بگیرد. سازمان موفق شما در مواجهه با این موانع چه اقداماتی را صورت داده و می‌دهد؟

■ **ملل:** به نظر من هیچ کاری نیست که آسان نشود، مرد باید که هراسان نشود. من در اوایل به تنهایی کار می‌کردم. در ایام نزدیک به عید دقیقاً مثل پرنده‌ای کوچک بودم که دائم می‌پرد و می‌نشیند و به این طرف و از آن طرف می‌رود. دائم در حرکت بودم و از این شرکت به آن شرکت می‌رفتم. حتی یادم می‌آید یکی از کارفرماها به من گفت که چرا خود شما می‌آیی و کارها را تحویل می‌دهی؟ چرا نیروهایت این کارها را انجام نمی‌دهند؟ من از ایشان پرسیدم: شما فکر می‌کنید ما چند نفر هستیم؟ گفت: حدود ۱۰ تا ۱۵ نفر. در آن موقع من به تنهایی کار می‌کردم و فقط یک نفر بودم! نمی‌دانم که تا چه اندازه توانستم جواب سؤال شما را بدهم. منظورم این است که در برخی موارد فشار کار به اندازه ۱۵ نفر



جذب مشتری هم می‌شود؟  
**■ ملل:** موجب جذب مشتریان خاص و یک دست شدن مشتریان می‌شود.  
 **گرافیک و چاپ:** نحوه جذب سفارش‌هایتان چگونه است؟ خیلی از همکاران شما در جلسات مذاکره با مشتری مشکل دارند؛ چون خیلی از مهارت‌ها را نمی‌دانند و به دنبال آموزش دیدن هم نبوده‌اند. اکثراً براساس عادت و تجربه حرکت می‌کنند. شما در این جلسات چگونه عمل می‌کنید؟  
**■ ملل:** در واقع سفارش گیرنده و تحویل دهنده خود من هستیم. در جلسات جذب سفارش چیزی را که در ذهن مشتری است می‌گیریم و آنچه را که در ذهن خودمان داریم

مشتری بد حساب به نزد ما بیاید، برای یک بار است. کارش یا انجام می‌شود و یا نمی‌شود. به هر حال می‌رود. البته کیفیت و تفاوت کاری ما باعث می‌شود که مشتریان ما همه خوش حساب باشند! من در همان جلسه اول می‌توانم بفهمم که با آن مشتری‌ام می‌توانیم کار کنیم یا نه.  
 **گرافیک و چاپ:** موافق هستید کمی درباره قیمت با هم صحبت کنیم؟  
**■ ملل:** در قسمت طراحی، ما کمی گران قیمت هستیم. در واقع کسی که کار خوب می‌خواهد با ما کار می‌کند. کار خوب هم قیمتش متناسب با خودش است.  
 **گرافیک و چاپ:** این موضوع باعث

بود ولی من به تنهایی انجام می‌دادم و به این ترتیب تمام فشارهای مختلف مالی و کاری ما را پخته‌تر کرده است و این موضوع برای من لذت بخش است.  
 **گرافیک و چاپ:** این فشارها در روابط شما با مشتری‌هایتان تأثیر گذار نبوده است؟  
**■ ملل:** من تا به حال برای درخواست پول قرارداد با مشتری‌ام تماس نگرفته‌ام؛ حتی در مواقعی که به لحاظ مالی بسیار تحت فشار بوده‌ام. در آن موقعیت از شخص دیگری پول قرض گرفته‌ام ولی مزاحم مشتری‌ام نشده‌ام.  
 **گرافیک و چاپ:** نوع رفتارتان با مشتریان به اصطلاح «بد حساب» چگونه است؟  
**■ ملل:** ما مشتری بد حساب نداریم. اگر

در عمل حرف بزنند.

□ **گرافیک و چاپ:** شما بر ترس و اضطراب ناخود آگاه و احتمالی در اینگونه جلسات که دامن گیر خیلی‌ها، حتی بازار یابان حرفه‌ای می‌شود، چگونه غلبه می‌کنید؟

■ **ملل:** زمانی قرار بود که برای کشتیرانی کاری را انجام دهیم. کار در خصوص یک ماهنامه بود. محل جلسه در یک کاخ بسیار زیبا و شیک بود. من یک گرافیک‌تازه کار بودم و تحت تأثیر شرایط به اصطلاح «جو زده» شده بودم. در آنجا همه چیز به من فشار می‌آورد. پس از مدت زمان نسبتاً طولانی انتظار، وارد اتاق شدم و پس از سلام از همان لبخند همیشگی استفاده کردم. من در واقع با یک سلام و لبخند و یک خداحافظ، پروژه‌اتفاق سیمیلاتور آموزش خدمات دریایی را برای کشتیرانی اجرا کردم. شاید آن روز سخت‌ترین روز کاری من بود ولی من به خودم و به کاری که قرار بود ارائه بدهم، اعتماد کامل داشتم. ما حتی وقتی که می‌خواهیم به یک میهمانی خانوادگی هم برویم بعضی وقتها معذب هستیم. به هر حال هر فضای جدیدی می‌تواند بر ما یک سری تأثیرات بگذارد، این ما هستیم که می‌بایست این قضیه را کنترل و هدایت کنیم.

□ **گرافیک و چاپ:** مهمترین ویژگی شما به عنوان مدیر یک کسب و کار چیست؟

■ **ملل:** تا به حال من به نشدن چیزی که می‌خواهم باشد، فکر نکرده‌ام.

□ **گرافیک و چاپ:** یعنی شما در مورد هیچ چیزی شک ندارید؟

■ **ملل:** هیچ شک ندارم. وقتی که به خود ایمان داریم، پس به توان و قدرتمان، چرا شک کنیم؟

□ **گرافیک و چاپ:** فکر نمی‌کنید که با این تفکر زندگی از حالت تعادل خارج می‌شود؟ بعضی وقتها وجود شک و هیجان مفید است. بعضی وقتها ندانستن اینکه آخرش چه می‌شود، باعث رشد می‌شود.

■ **ملل:** من تا همین لحظه که در کنار شما نشسته‌ام، به هر چیزی که فکر کرده‌ام، رسیده‌ام. یعنی به همان چیزی که در توان خودم می‌بینم و

تأهق امکانات مهنسی گرافیک، تولید مازومات نمایشگاهی و انواع چاپ‌ها در یک مجموعه واحد، گستره ای از اعطاف پذیری را برای غرفه سازی در شرکت طراحان گرافیک ملل فراهم نموده که در بین تمامی رفیای جاری می‌همتا است. از آنجایی که درصده بسیار سالانی از تارهای غرفه آرایشی در مجموعه ملل مستقیماً انجام می‌پذیرد، سه‌تجانف مقایسه بعضی‌توز مرین‌های موجود غیر قابل رفایت کریده است.

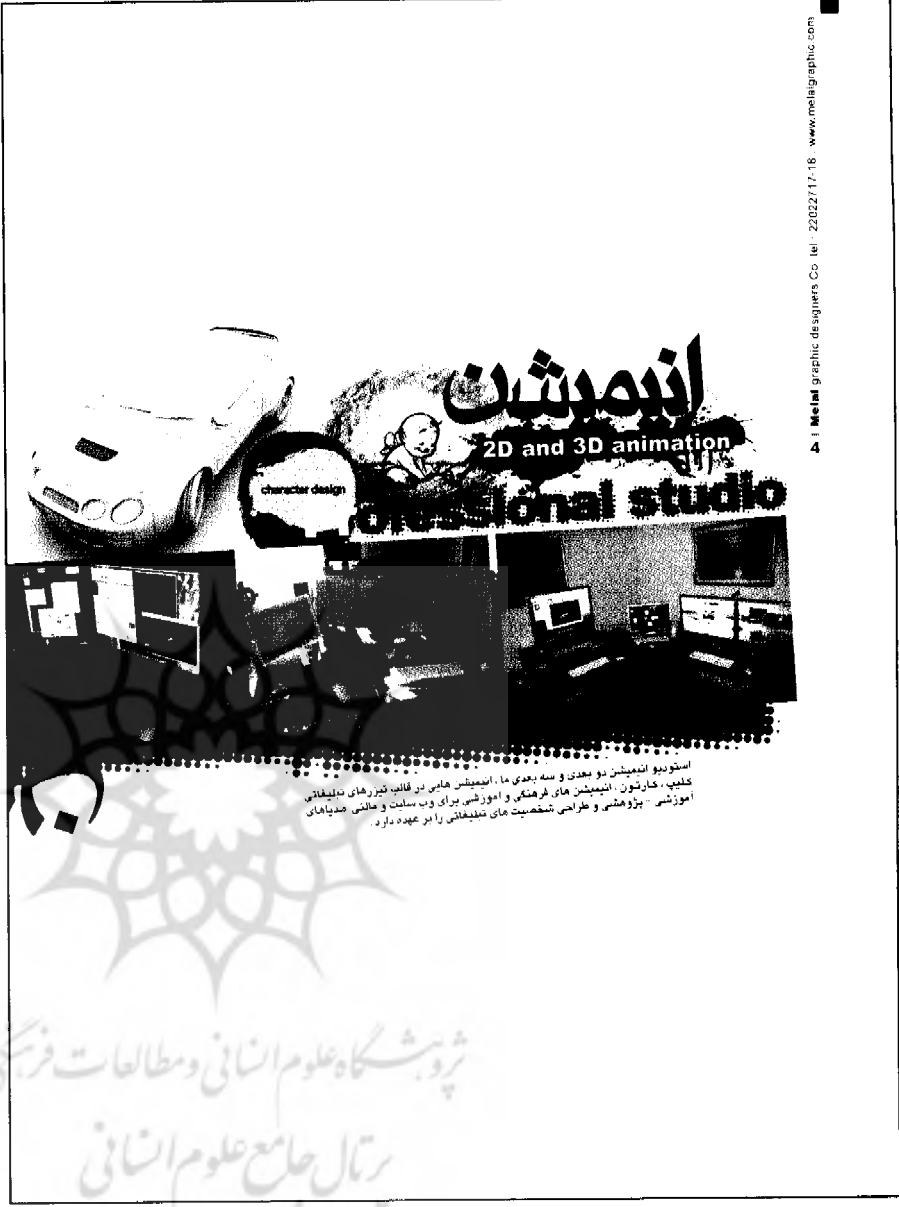
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
رتال جامع علوم انسانی

وقتها من او را در مسیر درست قرار می‌دهم، همین. در بعضی موارد هم که به امور تبلیغی آشنا نباشد، بعضی موارد را برایش توضیح می‌دهم. مشتری‌ها همه فکر می‌کنند که همه چیز را می‌دانند و زیاد هم دوست ندارند که از بالا به آنها نگاه شود. وظیفه من در قبال یک مشتری دادن آگاهی و فهم نیاز اوست.

□ **گرافیک و چاپ:** یعنی شما سعی می‌کنید که در عمل برتری فکری و فنی خودتان را اثبات کنید.

■ **ملل:** بله دقیقاً. همانطور که شما گفتید، اکثر گرافیک‌سازها و هنرمندها به لحاظ مهارتهای گفتاری، شاید یک پله عقب‌تر از دیگران باشند، بنابراین بیشتر سعی می‌کنند که

در کنارش می‌گذاریم تا یک کار خوب انجام شود. من همیشه به روی مشتری‌انم لبخند می‌زنم. شاید خیلی‌ها هم معنی این لبخند را نفهمند. حتی وقتی مشتری در حال بیان خواسته‌هایش است، من با لبخند جواب او را می‌دهم. من در جلسات زیاد صحبت نمی‌کنم و بیشتر سعی می‌کنم مشتری و نیازش را بفهمم و با لبخند هم او را تشویق و هم تأیید می‌کنم. مشتری تمام اطلاعاتی را که دارد به من می‌دهد و من به او نشان می‌دهم که فهمیده‌ام. قرارداد را می‌بندیم؛ بدون یک کلمه حرف اضافه. من هیچ‌گاه با مشتری بحث نمی‌کنم. مشتری آمده است که سفارش بدهد پس می‌داند که چه می‌خواهد. فقط بعضی



می‌نشانم، یک چهره مصمم و قابل اعتماد را به مشتری القاء می‌کنم. به همین سادگی.

□ **گرافیک و چاپ:** تا به حال مشتری ناراضی هم داشته‌اید؟

■ **ملل:** نه. به این علت که من خیلی راحت گذشت می‌کنم. مشتری وقتی ناراضی است که از جانب من به او ضرر و زبانی رسیده باشد. وقتی که یک مشتری تماس می‌گیرد و می‌گوید که کار من خراب شده است، می‌گویم هیچ اشکالی ندارد. شما خودتان را ناراحت نکنید. این کار را کنار بگذارید یا برگردانید. من در این مواقع خودم را در کنار مشتری و زیرمجموعه‌ای از آنها می‌بینم.

□ **گرافیک و چاپ:** خوب اگر خواسته آنها منطقی نباشد چه کار می‌کنید؟

■ **ملل:** محترمانه قانعشان می‌کنم. اگر حتی منطقی هم نباشد، سعی می‌کنم کاری کنم که نه به من ضرر چندانی برسد و نه به مشتری. موردی را که در این خصوص به خاطر دارم، به خاطر اشتباه چاپخانه یک کار ۸ میلیون تومانی دود شد. به این علت که یک بارکد، bit map نشده بود و کشیده شده بود روی کار لیبیل. در حدود چند میلیون لیبیل بود. مشتری به من زنگ زد و گفت چنین اتفاقی افتاده است. باورم نمی‌شد. وقتی نمونه را دیدم، شوکه شدم. بارکد آمده بود و روی نوشته‌ها و اعداد و ارقام را گرفته بود. من سریعاً عذرخواهی کردم و دستور کار مجدد را دادم. خوب وقتی که شما به راحتی از ۸ میلیون می‌گذرید، مشتری هم هیچ وقت از شما نمی‌گذرد.

□ **گرافیک و چاپ:** از آنجا که برخی از مراحل کاری در این صنف به کارهای دیگران و به اصناف دیگر وابستگی دارد، شما می‌توانید نسبت به خودتان و مجموعه‌تان متعهد شوید ولی درباره دیگران و کاری که به آنها مربوط است، چطور عمل می‌کنید و هماهنگی ایجاد می‌کنید؟

■ **ملل:** ما تمام مراحل کاری را می‌دانیم. حداقل زمانی که ما به مشتری قول می‌دهیم، ۲ برابر آن زمانی است که کار انجام می‌شود. بنابراین از هر ۱۰ کار، شاید در مورد یکی

همان لحظه‌ای که می‌گفتند به هیچ وجه به شما مجوز نمی‌دهند، باید بر می‌گشتم. سه سال از راههای مختلف رفتم تا به هدفم رسیدم. □ **گرافیک و چاپ:** یکی دیگر از ویژگی‌های شما که به نظر من می‌رسد، انتقال احساس مثبت به مخاطبتان است. احتمالاً این موضوع برای مشتری‌هایتان پررنگ‌تر است. کار خاصی را در این باره انجام می‌دهید؟

■ **ملل:** آنچنان نه. خیلی از مشتریان همین فرمایش شما را بیان می‌کنند. می‌گویند که چهره‌ی قابل اعتمادی دارید. از نظر خود من قیافه‌ام خیلی خشک و خشن به نظر می‌رسد. من با لبخندی که در این متن خشک و خشن

خواسته‌ام. نسبت به توانایی‌های خودم شناخت خوبی دارم و بر اساس آن حرکت می‌کنم. □ **گرافیک و چاپ:** توان شما چه قدر است؟ ■ **ملل:** از نظر خودم هر چیزی را که در ذهن پروگرامم، برای من قابل اجراست. در سال ۸۱ بود که من یک طبقه ساختمان ۲۲۰ متری در میرداماد داشتم. گفتم در سال ۸۲ من یک ساختمان چند طبقه می‌خواهم تا بتوانم کارهایم را تفکیک کنم. در سال ۸۲ این اتفاق افتاد. زمانی خواستم که تولید آب معدنی داشته باشم. برای گرفتن مجوزش ۳ سال دویدم ولی در نهایت موفق شدم. چون به نشدندش فکر نمی‌کردم. در غیر اینصورت در

بدقولی صورت بگیرد. البته نقش برنامه ریزی در این مورد بسیار مهم است. ما برای هر کاری یک برنامه کامل داریم. اینکه چه کسی در چه زمانی باید چه کاری را انجام دهد، در برنامه ریزی مشخص می شود و نقش من در این میان مدیریت روند انجام این برنامه هاست.

□ **گرافیک و چاپ:** گرافستی که بتواند در مجموعه شما مشغول به کار شود، باید چه خصوصیتی داشته باشد؟ از جایگاه یک مدیر کسب و کار تبلیغاتی بفرمایید.

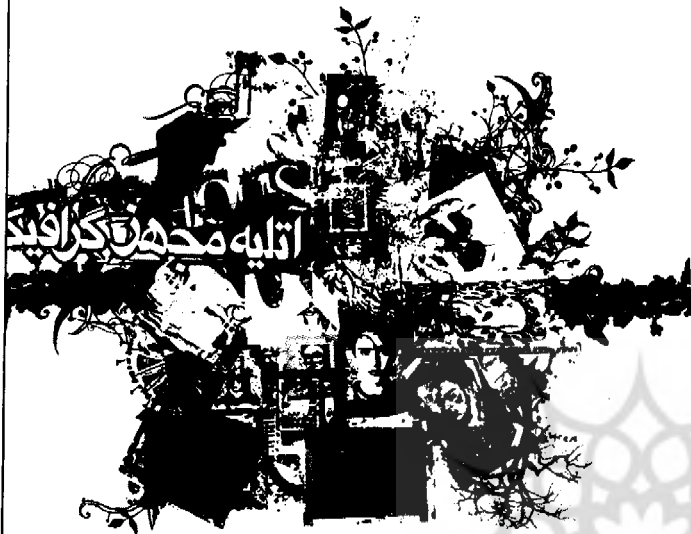
■ **ملل:** خوب، تسلط فنی بسیار مهم است. اینکه فقط ادعای گرافست بودن نداشته باشد، بلکه خلاقیت و ایده آوری داشته باشد و با مهارت فنی خودش بتواند ایده هایش را به بهترین نحو ممکن اجراء کند.

□ **گرافیک و چاپ:** شما برای ایده یابی برای ارائه کارهای مناسب به مشتریانتان روشهای خاصی دارید؟

■ **ملل:** ما همیشه ایده های خاص داریم. من یک بخش کوچک از کار هستم و سایر پرسنل به تناسب تخصص های خود قسمتی دیگر. از نظر من یک گرافست وقتی که خلاقیت و ایده و اجزای قوی دارد، می تواند بهترین کار را خلق کند. این بهتر از این است که من در ابتدا ایده را بیان کنم و او فقط بخواهد که اجراء کند. اینکه ایده مال کسی باشد و اجراء مال کس دیگری، موجب دو تکه شدن کار می شود. ولی با وجود گرافستی خلاق، می توان بهترین کار را از زیر دستش بیرون کشید. ما باید به پرسنل منتخب خود، اعتماد کنیم و از طریق جمع ایده های مختلف به بهترین ایده دست یابیم. در این میان توجه به خواسته های مشتری و وارد کردن او به جریان کار هم بسیار مهم است.

□ **گرافیک و چاپ:** شما فکر می کنید که عمده ترین مشکل شرکتهای همکار شما که موفقیت کمتری دارند به دلیل بازار خراب است و یا مشکلات درون سازمانی؟

■ **ملل:** از نظر من بازار به هیچ وجه خراب نیست. اگر ما بخواهیم درست کار کنیم و به حق خودمان قانع باشیم، بازار خوب و



## گرافیک مدرن، ایده های متفاوت

MODERN GRAPHIC DESIGN DIFFERENT IDEAS

یکی از موفق ترین روش های تبلیغ و اطلاع رسانی بیان تصویری است. امروزه فن بیان تصویری، با تکیه بر دانش فنی، انزای کار آمد بر دست مشاوران تبلیغاتی است و ندیای جدیدی را به شرکت ها، تولید کنندگان و ... عرضه کرده است. در شرکت طراحان گرافیک، ملل با مهارت بی گریب گرافست های مجرب با استفاده از بهترین امکانات سخت افزاری روز دنیا و نتایج کاری پیشین خود، مجموعه ای مناسب جهت دست یابی به ایده های نو فراهم کرده است. برخی از مجموعه فعالیت های شرکت طراحان گرافیک ملل عبارتند از: طراحی آرم و لوگو، کاتالوگ و بروشور، کارت ویزیت و سر برگ، پوستر و اعلان های خیابانی، آگهی مجله و روزنامه، بیلبورد های تبلیغاتی و بسته بندی

پربرکت و قابل توسعه ای داریم. مهم این است که بتوانیم خدمات مناسب، حرفه ای و صادقانه به مشتری ارائه کنیم.

□ **گرافیک و چاپ:** به عنوان سخن پایانی چنانچه تمایل دارید، به مخاطبین خودتان در نشریه گرافیک و چاپ مطالبی را عنوان بفرمایید.

■ **ملل:** عرض خاصی ندارم. ضمن آنکه برای همه دوستان و همکاران گرانقدرم آرزوی موفقیت و پیشرفت دائمی دارم، به ایشان به لحاظ انتخاب نشری پر محتوی و ارزشمند گرافیک و چاپ تبریک می گویم. این انتخاب نشان دهنده تلاش برای متفاوت بودن است. برای شما هم آرزوی موفقیت دارم. ■