



آشنایی با استارت آپ فناوریانه کفش

کفش کام، دروازه تحول بنکداری صنعت کفش



سرمایه تولیدکننده را می‌تواند کاهش بدهد و سیکل توزیع محصول را نیز بهینه کند. به عنوان مثال، فارغ از مدل سنتی ما هم اکنون با تمام کشور به صورت آنلاین و بیست و چهار ساعته در ارتباطیم و مغازه داران و مشتریان در هر ساعتی از شبانه روز می‌توانند محصول مورد نیازشان را سفارش دهند. صنعت کفش: طراحی زیرساخت‌های شما به جهت فنی و پشتیبانی به چه شکل است؟

امامیان: تمام زیرساخت کار ما آنلاین است. ارتباط و پشتیبانی با مشتریان و تولیدکنندگان همه آنلاین است. ما واسطه آنلاین بین تولیدکننده و خرده فروش هستیم. با یک سری تولیدکننده برای فروش محصولاتشان قرارداد داریم و محصول را بی واسطه از تولیدکننده تامین می‌کنیم.

صنعت کفش: پس خودتان فاقد سیستم انبارداری و نگهداری هستید؟
امامیان: نه ما هیچ انبار فیزیکی نداریم و درواقع یکی از مهم ترین نقاط قوت مدل کسب و کار ما همین بی نیازی به انبار است و همین مزیت است که از خواب سرمایه جلوگیری می‌کند. ما به انبار خود تولیدکننده متصل هستیم.

صنعت کفش قم در حال رقم زدن تجربه ای متفاوت در صنعت سنتی کفش است. تولیدکنندگان نسل نو قم ابتدا زیرساخت های تولید را فراهم کردند و هم زمان از زنجیره پشتیبانی این صنعت نیز غافل نبودند. از جمله اقدامات شان طرح ریزی نمایشگاه کفش قم بوده که حالا نگاه های زیادی را به خود جلب کرده است. یکی دیگر از نقاط ضعفی که مدیران این صنعت شناسایی کرده اند، سیکل معیوب بنکداری در صنعت کفش است. هرگونه ضعف در بخش بنکداری کفش از یک سو تولیدکننده را با بحران نقدینگی روبه رو می کند و از سوی دیگر، هزینه هایی مانند تامین سرمایه یا انبارداری به تولیدکنندگان تحمیل خواهد کرد و حالا یک استارت آپ متولد شده در قم تلاش می کند این خلأ را پر کند. «کفش کام» پلتفرمی است که به وسیله گروهی از جوانان تحصیل کرده قمی راه اندازی شده و هدف آن جا انداختن فرهنگ بنکداری آنلاین است. در نمایشگاه کفش تبریز فرصتی پیش آمد تا با محمدمهدی امامیان، مدیرعامل این شرکت به گفت وگو بنشینیم. در ادامه این گفت وگو تقدیم خوانندگان محترم ماهنامه صنعت کفش می شود.

صنعت کفش: به جهت شخصی همواره دغدغه شکل گیری استارت آپ هایی که مبتنی بر فناوری اطلاعات توسعه پیدا کنند را داشته ام و آشنایی با برند شما درواقع پاسخی به این دغدغه است. اجازه دهید گفت وگو را با معرفی کفش کام آغاز کنیم.

امامیان: کفش کام یک استارت آپ کفشی است که براساس زیرساخت های ارتباطی شکل گرفته و تلاش می کند جایگزین بنکداری سنتی کفش شود.

صنعت کفش: یعنی کار شما خرده فروشی نیست؟

امامیان: به هیچ وجه، ما در حوزه خرده فروشی وارد نشده و نمی شویم، حداقل در این بازه زمانی که بنیان گذاری و توسعه زیرساخت هاست، چنین رویکردی را دنبال نمی کنیم. هدف ما فروش آنلاین به خرده فروشان است. درواقع می خواهیم رابطه بین تولیدکننده و خرده فروش را تسهیل کنیم، همان کاری که در فرهنگ کسب وکار به آن بنکداری می گویند. موفقیت این کار خلأهای زیادی را می تواند پر کند. از جمله اینکه مدت زمان خواب

تیم ما متشکل از متخصصان آی‌تی،
بازرگانی، دیجیتال مارکتینگ و رسانه است
و مدل کسب و کارمان هم B2B است. به نظر
من مهم‌ترین نقطه قوت این تیم همین
تخصصشان است و از سوی دیگر، صنعت
کفش به این پلتفرم نیاز دارد. ساختار
صنعت کفش به شدت خانوادگی و سنتی
است این در حالی است که دنیای کسب و کار
به شدت در حال تحول است

صنعت کفش: با توجه به اینکه تازه به شروع کار کرده‌اید، ارزیابی‌تان از آینده کار چیست؟

امامیان: ما بر دانش‌محور بودن کسب و کار خودمان تاکید داریم. به همین دلیل هم به دنبال اطلاعات هستیم تا براساس آن بتوانیم کسب و کارمان را توسعه دهیم. خودم به شخصه بر این باورم که نکته کلیدی موفقیت ما همین دانش‌محور بودن است. تیم ما متشکل از متخصصان آی‌تی، بازرگانی، دیجیتال مارکتینگ و رسانه است و مدل کسب و کارمان هم B2B است. به نظر من مهم‌ترین نقطه قوت این تیم همین تخصصشان است و از سوی دیگر، صنعت کفش به این پلتفرم نیاز دارد. ساختار صنعت کفش به شدت خانوادگی و سنتی است این در حالی است که دنیای کسب و کار به شدت در حال تحول است. درواقع ما تلاش می‌کنیم صنعت کفش را با فضای نوین کسب و کار پیوند دهیم، البته هنوز به نقطه مطلوب نرسیده‌ایم، ولی نسبت به آینده کارمان بسیار خوش بین هستیم، چون تلاش می‌کنیم نیاز روز صنعت را پاسخ دهیم.

صنعت کفش: ممنونم از وقتی که در اختیار ما برنامه صنعت کفش قرار دادید و برای شما و همکارانتان آرزوی موفقیت داریم.

صنعت کفش: محدوده خدمات‌رسانی شما کجاست؟

امامیان: ما در این مرحله به کل کشور خدمات می‌دهیم. محصولات سفارشی قم را در بازه زمانی سه روز و سایر استان‌ها را تا هفت روز تحویل می‌دهیم و در این مدت نیز کل فرآیند تامین و ارسال را رصد می‌کنیم. در بازه بلندمدت نیز تلاش داریم فروش در بازارهای خارجی را فعال کنیم که البته در حال حاضر روی همین بازار ایران متمرکز هستیم.

صنعت کفش: از کی فعالیت خود را شروع کرده‌اید؟

امامیان: به صورت عملیاتی از بهمن‌ماه سال گذشته آغاز کرده‌ایم و هنوز در حال معرفی کسب و کار خودمان به ذی‌نفعان هستیم. هم خدماتمان را به خرده‌فروشان معرفی می‌کنیم و هم در تلاشیم تعداد برندهایی که محصولشان را از طریق پلتفرم ما به فروش می‌رسانند را افزایش دهیم.

صنعت کفش: استقبال دو طرف چگونه بوده است؟

امامیان: در آغاز خوب بوده است. به‌ویژه تولیدکنندگان قمی خوب استقبال کرده‌اند، ضمن اینکه آقای شعبان‌زاده نیز به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حامیان این ایده همچنان حمایت می‌کنند. هم‌اکنون بیش از ۲۰ برند با ما همکاری می‌کنند و هدفمان از حضور در نمایشگاه‌ها هم همین است که خودمان را بیشتر معرفی می‌کنیم هم به خرده‌فروشان هم به تولیدکنندگان. هدف ما این است که به پلتفرم بنکداری آنلاین کشوری تبدیل شویم و هدف‌گذاری مان فقط قم نیست که البته کار زمانبری است. موفقیت این کار هم به نفع تولیدکننده است و هم به نفع مصرف‌کننده، زیرا کارکرد بهینه این سیستم درواقع می‌تواند از افزایش قیمت محصول در بخش بنکداری جلوگیری کند.



شهریور ۱۴۰۳ ♦ شماره ۳۰۷

کافش ۱۵

نلدنکر

از آدم تمام‌عقل و تمام‌دیوانه، اگر فرض پیدا شود، هرگز
سرسوزنی آزار نمی‌رسد