



واجهة معرض المعرض للأثاث



رومانتك .. أول معارض المجموعة

الرئيس التنفيذي لمجموعة معارض «رومانتك» أكد أن خوضه ليس سهلا ويحتاج إلى التثقيف سامي الصالح: قيادة السوق ومعرفة الذوق هما أهم ركائز عالم الأثاث والتحدي الأكبر فيه



(سعود سالم)

الرئيس التنفيذي لمجموعة معارض «رومانتك» سامي الصالح

ولتتكمّل منظومة الخدمة الراقية والتي تتناسب مع معارضه، يقدم الصالح بالتعاون مع فريق عمل متخصص من المهندسين والمهندسين خدمة ملكية إذ يمكن أن يقوم هذا الفريق بتقديم دراسة شاملة للمنزل وتقديم التصميم المناسب والذي يتناسب مع ذوق الزبون، كما يقدم هذا الفريق خدمة مباشرة للتصميم حيث يمكن أن يقوم الفريق بعرض الأثاث والألوان وكل ما يتطلبه المنزل داخل أرجائه ليستطيع الزبون رؤية هذه التصاميم كاملة على أرض الواقع بشكل ملموس وليتمكن من اتخاذ القرار المناسب بشأن تصميم وفرش منزله. وللابتعاد عن المألوف يعتمد الصالح على استيراد بضائع معارضه من أميركا وكندا وشرق آسيا وتخضع في الكويت إلى بعض التعديلات المتعلقة بالتخريجات الخاصة به وبخطة الذي يتبعه، وعليه فإن مكاتب أميركا تضم مهندسات أميركيات تعرفن على السوق الكويتي ولديهن زيارات مستمرة للسوق الكويتي والأسواق

المحلي والتعرف على ما ينقصه والتعمق في السوق الكويتي لمعرفة كل جوانبه وعمل على تثقيف نفسه. لم تكن البداية سهلة إذ قرر عام 1996 افتتاح أول معرض مفروشات خاص به وكان معرض «رومانتك» في منطقة الشويخ كونها تعتبر «أساس الأثاث» وبعدها توسع ليصبح صاحب 5 معارض متميزة للمفروشات يقول عنها الصالحة أنهم 5 من بناته لما يتطلبه من رعاية خاصة واهتمام وهو الآن ينتظر ولادة ابنته السادسة وهي عبارة عن معرض جديد يتم حاليا العمل عليه ليكون بذلك قد أراضى 70٪ من طموحه المحلي آملا إرضاء طموحه الخارجي.

ومن أبرز الصعوبات التي واجهها الصالح كانت معرفة الذوق التي يعتبرها التحدي الأكبر الذي يواجه أي تاجر أثاث، حيث يجب أن يعرف كيف يمزج ذوقه بالسوق المحلي لتلبية أذواق الزبائن على اختلافها، وهذا الأمر يحتاج إلى الكثير من تطوير

بين الدعاية والجد بدأت فكرة تأسيسه معرض أثاث يتناسب مع ذوقه فهذه الفكرة جاءت عندما كان يؤث هو وزوجته منزلها ولم يكن يعجبها ما يجدان في السوق من مفروشات وأثاث فكانت دائما لديها أفكار جديدة تخصها لا يشبهها ما هو متوافر في السوق إلى أن مازجهما أحد أقربائهما بأن يفتتحا سوقهما الخاص ربما يجدان ما يناسب ذوقهما.

وهكذا كان، فسامي الصالح ابن الكويت تخرج في جامعة الكويت اختصاص إدارة أعمال وتسويق وخضع لدورات تخصصية في الجامعة الأميركية - واشنطن، أراد أن يحول هذه الدعاية إلى حقيقة ويستخدم اختصاصه في رحلته المهنية ومن هنا كانت البداية ولكنه أرادها مميزة وجديدة لا تشبه ما رآه خلال تأنيجه منزله لذا أول بيئة تعرف من خلالها على سوق المفروشات والأثاث كانت من خلال معرض سان فرانسيسكو في شهر يوليو 1995، وبعدها بدأت رحلة تثقيف نفسه في عالم المفروشات وعاد إلى الكويت لدراسة السوق

المحلي والتعرف على ما ينقصه والتعمق في السوق الكويتي لمعرفة كل جوانبه وعمل على تثقيف نفسه. لم تكن البداية سهلة إذ قرر عام 1996 افتتاح أول معرض مفروشات خاص به وكان معرض «رومانتك» في منطقة الشويخ كونها تعتبر «أساس الأثاث» وبعدها توسع ليصبح صاحب 5 معارض متميزة للمفروشات يقول عنها الصالحة أنهم 5 من بناته لما يتطلبه من رعاية خاصة واهتمام وهو الآن ينتظر ولادة ابنته السادسة وهي عبارة عن معرض جديد يتم حاليا العمل عليه ليكون بذلك قد أراضى 70٪ من طموحه المحلي آملا إرضاء طموحه الخارجي.



سامي الصالح مع مجموعته من الصابون

زوجتي مصدر إلهامي

وفيما يتعلق بمنزله فزوجته تحب أن تملك الأشياء المميزة وهذا ما يعتبره الصالح أنه من أبسط حقوقها لذا ما هو موجود في منزله غير موجود في أي من المعارض على الرغم من أنه في بعض الأحيان قد تعجب زوجته بأي من المعروضات وحماتا تقتنيه وتستخدمه بأسلوبها المميز.

يعتبر سامي الصالح أن زوجته هي الدافع الأساسي لهذا المشروع فلولا صبرها وتحفيزها له لما استطاع أن يحقق النجاح الذي هو عليه اليوم فهي مصدر إلهامه وإحدى مصادر نجاحه إذ تتحمل عنه مسؤولية الأبناء والمنزل وتتحمل أسفاره المستمرة.





ثقافة ترتيب طاولات الطعام



واجهة معرض ذي كاسل

معارض هن بناتي ويحتجن إلى رعاية وعناية خاصة

المفهوم التسويقي الذي أتبعه هو «أخدم.. أبيع.. وأخدم» وعلينا مسؤولية اقتصادية ودور اجتماعي لا بد من تأديتهما



تذكارات الصالح.. «صابون»

حيث يلجأ إليه من حين لآخر ليتأمل رحلة نجاحه وذلك لأن لكل قرص صابون داخل الحوض قصة ونكري من بلد زاره واكتسب منه معارف وخبرات جمعها ووضعها في معرضه الـ 5.

يختصر سامي الصالح أسفاره العديدة في حوض يضعه في زاوية مكتبه في معرض رومانتيك ويضم أقراص صابون قام بتجميعها من مختلف الدول التي زارها، ويشكل هذا الحوض للصالح خصوصية تامة



سامي الصالح يتحدثان للزميلة رندى مرعى



كوييتية على الرغم من أنها محدودة إلى جانب العمالة غير الكويتية، كما أنه يساهم من خلال معارضه بمناقصات الدولة لتقديم الجودة والأسعار وتتعامل مع الديوان الأميري وعدة وزارات كالخارجية والمواصلات والأشغال ومع المحافظين إلى جانب التعامل مع سفارات الكويت في الخارج ومنازل السفراء. كما أكد على ضرورة المشاركة في المناسبات الوطنية والاجتماعية والقيام بهذه المسؤولية من باب تادية أخلاقيات المهنة.

وهذه الثقة التي تحظى بها معارض الصالح لا تصل إلى مرحلة الغرور بل على العكس تزيده تواضعا وثقة بالنفس إيمانا منه بأن من يضع نفسه في برج عاجي حتما مصيره الوقوع، كما يؤمن بأن الزبون هو العنصر الأهم لديه ورضا الزبائن على اختلافهم هو الأهم والأبقى ويجب معاملة الجميع سواسية للمحافظة على العمل والاستمرار بالنجاح.

السوق وتتمتع ببراءة اختراع يتم تقليدها بشكل مشوه، وهذا الأمر هو المرفوض في مجال المنافسة غير أن وجود هذا النوع من التقليد لا يؤثر على مصداقية معارضه وذلك لأنه كما سلف ذكره فإن الزبون الكويتي ذواق ويعرف ماذا يختار وغالبا ما يرغب باقتناء الماركات العالمية مباشرة من المصدر الأصلي.

ويقول الصالح ان الحرص على تقديم الأفضل لا يعني أن الفئة المستهدفة محدودة وذلك لأن معارضه تناسب أصحاب الدخل العالي والمتوسط والمحدود فهذه المعارض بتنوع محتوياتها ومعروضاتها تناسب كل هذه الفئات، أما الفئات التي تهوى اقتناء المقلد فهي حتما ليست الفئة المستهدفة لديه.

تأثير سوق الأثاث على الاقتصاد ويؤمن الصالح بأن سوق الأثاث واسع ويستوعب أعدادا كبيرة من العمالة وعليه يقدم هذا السوق فرصا وظيفية

الخارجية ويقدم تصاميم خاصة تتناسب مع الذوق الكويتي وتقدم في معارض «The Nobles, The Castle, Romantic» كما أن هناك مكاتب مشابهة في الصين حيث يتم أيضا استيراد بضائع لمعارض «Fine Corners والمعرض».

وإلى جانب هذه الخدمة المتميزة في التصميم يقول الصالح أنه لا بد من مشاركة الزبون بعضا من الثقافة التي تمتلكها المصممات ليد من مشاركة الزبون بعضا من الثقافة التي تمتلكها المصممات ونقلها إلى المعرض وهذا يتم عبر طاولات الطعام

حيث يتم تصميم هذه الطاولات بطريقة راقية وتشرح «إيتيكيت» استخدام طاولات الطعام وبأساليب متنوعة للتعريف على الأسس والمبادئ للارتقاء بمستوى استخدام هذه الطاولة والابتعاد عن التفكير بأنها مجرد طاولة طعام عادية فهنا المسألة هي مسألة علم وفن والتثقيف مصاحبة لعملية بيع الأثاث وهذا ما يميز معرض رومانتيك وأخواته.

عالم الأثاث لا بد من توافر ركائز عديدة أهمها الذوق فهو متصدر هذه القائمة لاسيما أن الأذواق تختلف من دولة لأخرى، إلى جانب الجرة وهنا الجرة ليست فقط بمواكبة السوق بل بقيادة السوق والمقدرة على فرض الذوق على السوق خاصة أن الزبون الكويتي ذواق للموضة وشديد الاطلاع من خلال أسفاره المتعددة ومدى درايته بالماركات العالمية، والابتعاد عن المألوف من خلال طريقة عرض الإعلان ووضع مفهوم تسويقي خاص وهنا يعتمد الصالح على مفهوم «أخدم، أبيع، ثم أخدم».

ولا يخشى الصالح المنافسة فهو من عشاقها خاصة عندما تكون شريفة ويعتبر أن أهم منافسيه هم معارضه نفسها ويتعامل مع كل من «بناته» على حدة لتكون منافسا قويا لشقيقتها ومن هنا يتحقق النجاح. أما عن أنواع المنافسة الخارجية المتعلقة بالمعارض الموجودة في السوق فأكثر ما يزعج الصالح هو التقليد المشوه للبضائع الراقية الموجودة فهناك ماركات اجنبية موجودة في

ركائز النجاح في عالم الأثاث

ويرى الصالح أن للنجاح في

