

مدیر یکی از فروشگاه‌های اسباب بازی منطقه می گوید شاغلان این حرفه باید روان‌شناسی کودک بدانند

نسخه‌پیچی با بازی‌های فکری

منطقه
۱۱



دوام بیاورند که دغدغه‌های فرهنگی داشته باشند. در واقع من و خانواده‌ام که در این فروشگاه سرمایه گذاری کرده‌ایم بیشتر از دغدغه‌های مادی به این فکر می‌کنیم که آینده کشور به دست کودکان ساخته می‌شود و این که در کنار این قشر باشیم لذت می‌بریم و گرنه اگر سرمایه‌بهره کار برده شده در این مغازه راه دیگری صرف کنیم درآمد بیشتری به دست می‌آوریم.»

این مدیر فروشگاه بازی‌های فکری که تحصیلاتش در حوزه روان‌شناسی عمومی است، حداقل سرمایه لازم برای تأسیس یک فروشگاه اسباب بازی فروشی معمولی را ۲۰ میلیون تومان می‌داند و توضیح می‌دهد: «آورنده این سرمایه بهتر است برای پرداخت آن درگیر اقساط بانکی نباشد چرا که در این صورت، پس از کسر هزینه‌ها به شدت سطح درآمدش کم می‌شود. همچنین از آنجایی که خرید اسباب بازی و به ویژه بازی فکری به میزان زیادی تحت تأثیر درآمد، فرهنگ و سواد مردم قرار دارد، بهتر است فروشگاه در مناطق برخوردار دایر شود.»

به گفته او بازی‌های فکری سنین کمتر بیشتر مورد استقبال قرار می‌گیرد چرا که والدین علاقه مند هستند چنین بازی‌هایی برای فرزندانشان بخرند اما با بزرگ تر شدن بچه‌ها و وجود قیوب سرسختی به نام گوشی و تبلت، گرایش به خرید بازی‌های فکری کم می‌شود.

از بردسازی تا بازیابی

مراغه جاقفادان بین مردم محله و اعتماد سازی را از عوامل موفقیت در این شغل می‌داند و می‌گوید: «وقتی فروشنده فردی صادق، منصف و خوش اخلاق باشد، مشتری به او اعتماد می‌کند و این فروشگاه‌های

فهمیده شهری چند سالی هست که بازی‌های فکری جای خود را در تفریحات مردم باز کرده‌اند و بسیاری از والدین ترجیح می‌دهند بخشی از خریدشان را به این دسته از اسباب بازی‌ها اختصاص دهند تا به نوعی به رشد بیشتر ذهن کودکان در سن کم کمک کنند. در مناطق برخوردار که خانواده‌ها توان اقتصادی مطلوب تری دارند توجه بیشتری به این نیاز کودکان می‌شود و بر اساس همین نیاز، فروشگاه‌های عرضه اسباب بازی فکری را بیشتر از قبل در بازار می‌توانیم ببینیم. در ادامه با مدیر یکی از مراکز فروش بازی‌های فکری در محله دانش آموز گفت و گو کرده‌ایم. زهرامراغه بانیا سنجی ای که از جامعه دانش‌آزموده از این فرصت برای ایجاد شغلی مناسب بهره برده است.

سرمایه گذاری فرهنگی

۴۶ سال دارد و ۱۲ سال پیش به همراه گروهی ۱۲ نفره از روان‌شناسان و استادان دانشگاه تصمیم به دایر کردن فروشگاه بازی فکری می‌گیرند اما هر کدام از اعضای گروه به دلایلی کنار می‌روند و او به تنهایی این ایده را اجرایی می‌کند. آن زمان هنوز بازی‌های فکری چندان به اسباب بازی فروشی‌ها راه‌آزمای نکرده بود و بیشتر مغازه‌ها پراز تفنگ و عروسک و وسایل این چنینی بودند. به گفته مراغه به همین دلیل بوده که وقتی این فروشگاه با تمرکز بر بازی‌های فکری تأسیس شد، حتی شهروندان محله‌های اطراف که خواستار خرید بازی فکری برای کودکانشان بودند، آدرس این فروشگاه را به یکدیگر می‌دادند تا اینکه به مرور بر تعداد این فروشگاه‌ها افزوده شد. زهرامراغه این شغل را یک کار فرهنگی می‌داند و می‌گوید: «خرید بازی فکری برای مردم جزو واجبات نیست بنابراین حاشیه سود زیادی ندارد و فقط کسانی می‌توانند در این شغل

سطح خرید مردم آن منطقه آشنا شود و بتواند سبک بازی‌هایی را بیاورد که مورد پسند مشتریان است.» او به اختصاص دادن فضایی در فروشگاه برای بازی کودکان اشاره می‌کند و می‌گوید: «این کار الزامی نیست اما در نظر گرفتن آن باعث می‌شود کودکان و والدین تمایل بیشتری برای حضور در فروشگاه داشته باشند.»

مراغه، صبور و تاب‌آوری زیاد را از ویژگی‌های مورد نیاز دایر کننده این شغل بیان می‌کند و می‌افزاید: «ما با کودکان و نوجوانان سروکار داریم که هیجان و جنب و جوش زیادی دارند و فروشنده باید بتواند با هر بچه‌ای به زبان خودش ارتباط برقرار کند.»

مختلف، ترجیح می‌دهد از آن فروشگاه خرید کند. البته کنار این‌ها با توجه به اینکه جهان امروز به شدت در حال تغییر است لازم است دایر کننده این شغل، دوره‌های بازاریابی را پیش استادان خوب بگذراند چرا که با این کار می‌تواند چیزهایی را که بعد از ۵ سال تجربه کسب می‌کند، در عرض سه ماه فرا بگیرد و بهره‌آن را ببرد. همچنین در برابر چالش‌هایی مانند کرونا که پیش می‌آید فقط کسانی می‌توانند دوام بیاورند که به اصول بازاریابی مسلط باشند.»

زهرامراغه در حالی که حواسش به بازی‌های چیده شده داخل قفسه‌ها پرت می‌شود می‌گوید: «باید مدت زمانی از شروع کار بگذرد تا مدیر فروشگاه با سلیقه و

تحریم‌ها و بومی شدن بازی‌ها

به گفته مراغه تحریم‌ها در عرصه بازی فکری نتیجه خوبی داشته و موجب رشد ما شده است. او توضیح می‌دهد: «در گذشته بازی‌های فکری خارجی با قیمت گرانی وارد می‌شد اما بعد از تحریم‌ها این بازی‌ها بومی سازی شدند و شاهد تولید آن‌ها در داخل بودیم. گرچه ابتدا ضعف‌هایی داشتیم اما اکنون به جرئت می‌توان گفت پیشرفت خیلی خوبی در این عرصه داشته‌ایم و کیفیت، تنوع، میزان هیجان و زیبایی‌های بصری بازی‌های داخلی، سطح بالا و خوبی دارد. البته در حال حاضر بیشتر در زمینه بازی‌های کاغذی موفق هستیم و برای بازی‌هایی که مواد اولیه آن‌ها پلاستیک یا چوب است فناوری لازم را به دست نیاورده‌ایم.» او تغییر مدام قیمت‌ها را از مشکلات کنونی ذکر می‌کند و ادامه می‌دهد: «به دلیل نوسان بازار، حتی هفته به هفته قیمت‌ها تغییر می‌کند و ما باید دائم در حال توضیح دادن علت تغییر قیمت‌ها برای مشتری باشیم.»

درک فروشنده از سلیقه مشتری

خود فروشنده مغازه اسباب بازی فکری مهم‌ترین نقش را در میزان فروش دارد. مراغه این موضوع را چنین توضیح می‌دهد: «فروشنده باید خودش به بازی فکری علاقه‌مند باشد چرا که لازم است تمام این بازی‌ها را انجام دهد تا بتواند برای مشتری تشریح کند. از طرفی هم باید هوش خوبی داشته باشد چون بعضی بازی‌ها سطح بالایی دارند و هر کسی قادر به درک آن‌ها نیست.» به عقیده او وقتی افراد برای خرید وسایلی مانند کفش، کیف، لباس... مراجعه می‌کنند خودشان کالا و کیفیت آن را می‌بینند و انتخاب می‌کنند اما در بازی فکری، فروشنده باید سطح فکری و شخصیتی مشتریانش را متوجه شود. مراغه می‌گوید: «گرداننده این شغل باید بتواند مشتریانش را از کودکی تا بزرگسالی حفظ کند و هر جا در بین راه اشتباه کند برای همیشه آن مشتری را از دست می‌دهد. همین حساسیت‌ها باعث می‌شود که ما همیشه برای پیدا کردن فروشنده مناسب با مشکل روبه‌رو باشیم.»

موبایل
رقیب سرسختی
برای بازی‌های
فکری است که
خرید آن را
کاهش داده
است

