هانیلی ، کسب و کاری به شیرینی عسل

توزیع محصولات کشاورزی پیچیدگی‌های فراوانی دارد. گاهی چندین واسطه برای رسیدن این محصولات به دست مصرف‌کننده نهایی نقش آفرینی می‌کنند و گاهی این امکان وجود دارد که این محصولات مستقیما توسط کشاورز عرضه شوند. نمی‌توان برای تعداد واسطه‌های زنجیره‌ی توزیع محصولات عدد خاصی را معین کرد اما آن دسته از کسب و کارهایی بتوانند تعداد واسطه‌ها را کاهش دهند، به سبب کاهش هزینه‌های نهایی، مورد اقبال مصرف‌کنندگان خواهند بود. فروشگاه‌های آنلاین یکی از بسترهایی هستند که زمینه کاهش تعداد واسطه‌ها و خرید آگاهانه را فراهم کرده‌اند. برخی از این فروشگاه‌ها به طور عمومی فعالیت می‌کنند و برخی از آن‌ها بر محصول خاصی متمرکز هستند. هانیلی یک فروشگاه آنلاین است که بر محصول عسل تمرکز کرده و سعی دارد دسترسی مصرف‌کنندگان به عسل طبیعی قابل اعتماد را تسهیل کند. چند دقیقه‌ای با محمد خاهانی، بنیانگذار هانیلی، همکلام شدیم که شرحش را با شما به اشتراک می‌گذاریم.

هانیلی

اگر بخواهم خیلی ساده توضیح بدهم، هانیلی یک فروشگاه است برای اینکه همه بتوانند با اطمینان از زنبورداران صادق و متعهد عسل طبیعی و سایر فرآورده‌های زنبور عسل را خریداری کنند.

ما سعی داریم مشکل عدم اطمینان در پیدا کردن عسل طبیعی را حل کنیم و همزمان به زنبوردارانی که صادقانه برای تولید عسل طبیعی تلاش می‌کنند بازارهای بزرگتری را نشان بدهیم.

روش کار ما به این شکل است که با استفاده از شیوه‌های مختلف که فعلا بیشتر بر مبنای معرفی دوستانمان است، زنبورداران حرفه‌ای و متعهد را پیدا می‌کنیم و بعد از بررسی‌های اولیه که شامل آزمایش طبیعی بودن عسل و بررسی زنبورستان برای اطمینان از بهداشتی بودن و عدم استفاده از داروهای شیمیایی مضر است، به زنبوردار یک فروشگاه در سایت هانیلی اختصاص می‌دهیم.

هر زنبوردار اگر تمایل داشته باشد می‌تواند به فروشگاه خودش دسترسی داشته باشد و میزان تراکنش‌ها و خریدهایش را کنترل و محصولاتش را ویرایش کند. البته در حال حاضر این کار توسط خود تیم هانیلی انجام می‌شود.

هدف ما این است که اعتماد از دست رفته در بازار عسل را دوباره برگردانیم. درحال حاضر در هر دو سمت خریداران عسل و فروشندگان عسل مشکلات زیادی وجود دارد. خریداران هیچ وقت اطمینان صد در صد از محصول عسل خریداری شده ندارند و فروشندگان هم به خاطر وجود عسل تقلبی با قیمت‌های پایین در بازار نمی‌توانند عسل خود را به قیمت واقعی‌تر بفروشند.

تجربیات قبل از هانیلی

من رشته مدیریت کسب و کار با گرایش بازاریابی خوانده‌ام و بعد از دانشگاه در حوزه بازاریابی دیجیتال با تمرکز بر روی بازاریابی محتوایی شروع به کار کردم. حدود پنج سال پیش به عنوان هم بنیانگذار یک تیم بازاریابی محتوایی شروع به فعالیت در حوزه تولید محتوا برای مجموعه‌های مختلف کردیم و با شرکت‌های بزرگی توانستیم همکاری کنیم که این برای من تجربه ارزشمندی محسوب میشود.

ECOMOTIVE

بعد از دوسال یکی از پروژه‌هایی که در این شرکت داشتیم برای من جذابیت بیشتری پیدا کرد و طوری شد که به عنوان سهام دار وارد تیم آن پروژه شدم و دوسال هم مدیرعامل این فروشگاه اینترنتی بودم. هر دوی این کسب و کارها الان یکی از موفق ترین‌های حوزه خودشان و هنوز سرپا هستند. به نظرم در وضعیتی که بسیاری از کسب و کارها با شکست مواجه می‌شوند این دو تجربه من یک موفقیت است و همیشه با افتخار از آن‌ها یاد خواهم کرد.

ایده هانیلی

5سال فعالیت در حوزه بازاریابی دیجیتال اعتماد به نفس کافی را به من داده بود که به ایده‌های جدیدتری فکر کنم و وارد حوزه‌هایی بشوم که هنوز چندان دیجیتالی نشده‌اند. کشاورزی و دامداری یکی از این حوزه‌ها بود.

ایده ورود به حوزه عسل و زنبورداری هم خیلی ناگهانی و الهام گونه به ذهنم رسید و دغدغه همیشگی که همه دوستان و آشنایان در پیدا کردن عسل طبیعی داشتند یک مشکل و نیاز بدیهی بود که از نظر من خیلی احتیاج به نیازسنجی و اعتبار سنجی عمیقی نداشت. با این وجود از خیلی از اطرافیان با استفاده از روش مصاحبه غیرمستقیم نیازسنجی را انجام دادیم. در نیاز سنجی‌هایمان به این نکات توجه داشتیم که فرایند خرید عسل در یک خانواده چطور انجام می‌شود، میزان مصرف چقدر است و آیا دغدغه‌ای که تصور می‌کردیم وجود دارد واقعی هست یا نه؟

نتایج اولیه مثبت بود ولی سختی‌های فروشگاه‌داری اینترنتی بارها باعث شد که از شروع به کار منصرف شوم. چون همانطور که میدانید فروشگاه‌های اینترنتی که با بحث لجستیک درگیر هستند چالش‌های خودشان را دارند و این یکی از دلایلی بود که باعث شده بود در شروع این استارتاپ دچار تردید شوم.

اما خوشبختانه ماجرا همین‌جا تمام نشد. در همین مدتی که این ایده در ذهن من میچرخید با دنیای عجیب و شگفت آور زندگی زنبورهای عسل آشنا شدم و به قدری جذب این موجودات ریز دوست داشتنی شدم که اهمیت شروع کسب و کار هانیلی برایم قطعیت پیدا کرد. زنبورهای عسل یکی از مهمترین موجودات روی این کره خاکی هستند و حدود ۳۰ درصد از مواد غذایی که ما انسان‌ها مصرف می‌کنیم به طور مستقیم یا غیر مستقیم وابسته به گرده افشانی حشراتی مانند زنبورهای عسل است.

اهمیت این حشرات ریز و جذاب در کنار مشکلات بزرگی که در سال‌های اخیر موجب شده زندگی زنبورهای عسل تهدید شود باعث شد که هانیلی بیشتر از آنکه یک کسب و کار با منافع مادی باشد یک استارتاپ با ماموریتی مهم برای نشر آگاهی در مورد اهمیت زنبورهای عسل برای محیط زیست و کمک به حفظ جمعیت در حال کاهش این موجودات باشد.

برنامه‌هایی برای آموزش زنبورداری شهری و آموزش مفاهیم جذاب زندگی زنبور عسل به کودکان از جمله کارهایی هست که در راستای رسالت محیط زیستی در هانیلی در حال طراحی آن‌ها هستیم.

جذابیت اقتصادی بازار عسل هم کم نیست و بازار بزرگی را می‌توانیم پیش روی هانیلی ببینیم.

با وجود این همه دلایل به نظرم دیگر بهانه‌ای وجود نداشت که این ایده را عملی نکنیم و در نتیجه در مهر ۹۷ استارت کار را زدیم و هانیلی متولد شد.

ECOMOTIVE

تیم سازی

تیم ما خیلی تیم بزرگی نیست، سعی خواهیم کرد که خیلی هم بزرگ نباشیم چون کوچک بودن مزیت‌های زیادی دارد که به نظرم برای یک استارتاپ حیاتی هستند.

در تیم ما یک بازاریاب دیجیتال، یک مدیر فروش متخصص حوزه صنایع غذایی و یک زنبوردار وجود دارند.

جذابیت این ایده به قدری بود که تشکیل تیم خیلی طول نکشید و از بین دوستان خودم توانستم هم تیمی‌هایم را پیدا کنم، به خصوص که وجود یک زنبوردار که خودش تجربه بالایی در این حوزه دارد خیلی کمک کرد که بتوانیم مسیر درستی برویم.

محصول اولیه

ایده کلی هانیلی خیلی پیچیده نیست و زمان زیادی از ما نگرفت، شاید دو ماه طول کشید تا نسخه اولیه سایت آماده شود. البته تجربه قبلی در حوزه بازاریابی دیجیتال و وب باعث شد که سریع‌تر آماده ورود به بازار شویم.

ورود به بازار

هنوز در حال تست بعضی ویژگی‌ها هستیم و خیلی پر سرو صدا وارد بازار نشدیم، در حال سعی و خطا در ابعاد کوچک‌تر هستیم ولی بیشتر با استفاده از روش بازاریابی محتوایی و حضور در نمایشگاه‌های مختلف قصد توسعه بازار داریم.

رقابت

رقبای جدی هم داریم ولی ویژگی اصلی که مزیت رقابتی ما محسوب می‌شود این است که ما یک بازارچه هستیم که هر زنبورداری که عسل واقعا طبیعی تولید می‌کند می‌تواند از زیرساخت هانیلی استفاده کند. بیشتر رقبای ما این ویژگی را ندارند.

بازخورد

بازخوردهای زیادی می‌گیریم، بیشتر در حوزه بسته بندی بوده و البته قیمت گذاری. قیمت گذاری در بازار عسل خیلی پیچیده است و ما سعی می کنیم به خاطر فروش مستقیم از زنبوردار، واسطه‌های زیادی را که در این بازار وجود دارند حذف کنیم و سود بیشتری را به دست زنبوردار برسانیم به همین خاطر هنوز در حال تست قیمت هستیم که بتوانیم یک تعادل بین قیمت منصفانه برای مشتریان و سود منصفانه برای زنبوردار و هانیلی برقرار کنیم.

جذب سرمایه و شتابدهی

در مورد سرمایه گذاری پیشنهادات زیادی شده ولی به دنبال سرمایه گذار هوشمند هستیم که با حوزه مواد غذایی آشنایی داشته باشد و بازار عسل را بشناسد، تمایلی به ورود به فرآیندهای شتابدهی در شتاب دهنده های مرسوم را نداریم. دوست داریم با

ECOMOTIVE

سرمایه‌گذارانی کار کنیم که به حوزه کشاورزی و دامداری و صنایع وابسته آشنایی داشته باشند و دغدغه‌های محیط زیستی هم داشته باشند.

توسعه

فعلا در حوزه زنبورداری که محصولات متنوعی مثل عسل، ژل رویال، بره موم، زهر زنبور و گرده گل هست شروع به کار کردیم ولی در گوشه ذهنمان به سایر محصولات کشاورزی و دامی هم فکر می‌کنیم. با این وجود نمی‌خواهیم تمرکزمان را از دست بدهیم و علاقه داریم که قدم به قدم پیش برویم و عجله‌ای در توسعه خدمات و محصولات نداریم.

چالش ها

فکر نکنم کسب و کاری داشته باشیم که چالش نداشته باشد، ما هم در توسعه هانیلی در حوزه طراحی بسته بندی مناسب با مشکلاتی مواجه بودیم چرا که اکثر فروش ما به صورت ارسال پستی انجام می‌شود و باید بسته بندی طوری باشد که در شرایط مختلف سالم به دست مشتری برسد.

خوشبختانه با تحقیقات زیادی که کردیم به این نتیجه رسیدیم که هم از نظر زیبایی و برندینگ و هم اطمینان از تحویل مناسب محصول باید بسته بندی ویژه خودمان رو طراحی کنیم و در حال حاضر مراحل طراحی را طی می‌کنیم.

این روزها دائما کلیپ‌ها و اخباری در شبکه‌های اجتماعی در مورد روش‌های مختلف تولید عسل تقلبی دست به دست می‌شود. به همین دلیل فرهنگ‌سازی و اعتمادسازی یکی از چالش‌های مهم ماست.

همونطور که میدانید عسل ششمین محصول پر تقلب دنیاست. این کار را برای ما خیلی سخت کرده چون باید تلاش بسیار زیادی بکنیم که اعتماد از دست رفته مردم به بازار عسل را دوباره برگردانیم. راه‌های مختلفی را در حال تست کردن هستیم ولی تکنیک داستان سرایی و انعکاس تلاش واقعی زنبوردارانی که صادقانه در حال تولید عسل هستند اصلی ترین راه حل ما برای ایجاد اعتماد هست.

ECOMOTIVE