

تجربه‌ای نو از حس پاکیزگی

هر قشری از افراد جامعه دور و برمان، برای زندگی روزمره‌اش نیازهای خاص خودش دارد که هرچه آن نیازها را راحت‌تر، در دسترس‌تر و با کیفیت بهتر به دست آورد احساس رضایتمندی بیشتری از زندگی روزمره‌اش خواهد داشت. حالا بسته به این که آن قشر از چه جنسیتی، در چه سطح سنی و فکری و در چه موقعیت زمانی و مکانی زندگی می‌کند، حتماً آن نیازها هم متفاوت خواهد بود اما برخی نیازهای مشترک با محصولاتی پاسخ داده می‌شود که آن محصول با محبوبیتی که از طریق کیفیت، نحوه توزیع و... یافته خودش را در دل مشتری جا می‌کند و یک بازی برد-برد دوطرفه را برای مشتری و تولیدکننده در پی دارد. از جمله نیازهای خاص قشرهای خاص، محصولات بهداشتی مخصوص خانم‌هاست که در جامعه ما به دلایل عرفی و فرهنگی، خرید برخی محصولات ویژه گاهی برای آنها سخت می‌شود اما این سختی را که آنها نمی‌توانند نیاز خود را به راحتی با فروشندگان مرد داروخانه‌ها یا فروشگاه‌ها در میان بگذارند از سویی می‌توان با خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای بزرگ که حق انتخاب و برداشتن اجناس توسط مشتریان از قفسه‌ها آزاد است، جبران کرد از سویی دیگر هم به این ترتیب با ارائه محصولی نو و باکیفیت در دل این دسته از مشتری‌ها کاملاً جا باز کرد و به عنوان خریداری همیشگی آنها را به سمت همان قفسه‌های خاص کشاند. قرار است گزارشی بنویسم درباره محصولی که در بازار موجود است اما به دلیل نبود اطلاع‌رسانی و تبلیغات در این رابطه هنوز بسیاری خانم‌ها اطلاع درستی از نحوه استفاده و حضور آن ندارند. برای پیدا کردن این محصول و گفت‌وگو با چند نفر از مصرف‌کنندگان آن به یکی از نزدیکترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای و به قفسه محصولات بهداشتی بانوان این فروشگاه مراجعه کردم. بسته‌های نوار بهداشتی روزانه را در قفسه‌ها پیدا کردم. هم‌زمان خانمی به سمت قفسه می‌آید، انگار قصد خرید محصول خاصی را ندارد یکی یکی بسته‌ها را بر می‌دارد و سرجایشان می‌گذارد، از او درباره نوار بهداشتی روزانه جویا می‌شوم، می‌گوید حتی اسمش را هم تا به حال نشنیده است. تحصیلات لیسانس دارد و صاحب یک کودک 2 ساله است و به خاطر حساسیت و بیماری‌هایی که بعد از زایمان درگیرش بوده نیاز دارد که محصولات باکیفیت را ببیند و بشناسد، البته خیلی مایل نیست راجع به نوع بیماری یا حساسیت‌اش سخن بگوید، فقط تا اینجا به حرف‌هایم گوش می‌دهد که اگر محصولی برای ترشحات زیاد بدنش نیاز دارد نوار بهداشتی روزانه می‌تواند به وی کمک کند.

دور دیگری می‌زنم و با دختر جوانی برخورد می‌کنم که از نوع انتخاب‌های موجود در سبد خریدش معلوم است از همه محصولات مواد غذایی جدید و لوازم خانگی لوکس خبر دارد. با او درباره نوار بهداشتی روزانه حرف می‌زنم و می‌گوید این محصول یک محصول خارجی و معمولاً گران است و به خاطر گران‌بودنش کمتر از آنها

استفاده می‌کند. دو سه نفر دیگری از میان قفسه‌ها عبور می‌کنند اما جز یک نفر از این محصول خیری ندارد، او زن میان‌سالی است که به خاطر پادردهایش به استخر می‌رود و این محصول را به دلیل داشتن ترشحات زیاد بعد از استخر به توصیه دکترش مصرف می‌کند. آخرین نفر که از توصیه‌های دکترش یاد می‌کند، من هم ترغیب می‌شوم با یک پزشک آگاه و متخصص زنان و زایمان که قطعاً درباره این محصول نکات بهداشتی زیادی می‌داند سخن بگویم. دکتر معصومه محمدآهاری درباره افرادی که نوار بهداشتی روزانه می‌تواند به آنها کمک کند می‌گوید: این محصول کمک زیادی به خانم‌هایی خواهد کرد که ترشحات زیاد دارند و مدام بدنشان خیس می‌شود، در ضمن این محصول می‌تواند برای روزهای اول و آخر عادات ماهیانه که خونریزی کمتر است توسط خانم‌ها مورد استفاده قرار گیرد. دکتر آهاری در بخش دیگری از سخنانش به موارد استفاده بعد از استخر اشاره کرده و می‌گوید برخی خانم‌ها بعد از خروج از آب ترشحاتی دارند که به منظور حفظ پاکیزگی بیشتر و جلوگیری از تعویض مکرر لباس زیر در یک روز می‌توانند از این محصول استفاده کنند، همچنین کسانی که دچار بیماری‌های عفونی و مجبور به استفاده از پمادهای مخصوص واژینال هستند، می‌توانند از نوار بهداشتی روزانه استفاده کنند که از بدن خارج شدن پماد جلوگیری نماید.

اما قطعاً استفاده از این نوار بهداشتی برای بعضی‌ها مناسب نیست، در توضیح این که چه کسانی بهتر است از این نوع نوار بهداشتی استفاده نکنند، دکتر آهاری می‌گوید: برای کسانی که تعرق زیاد دارند یا چاق هستند استفاده از این نوع نوار بهداشتی توصیه نمی‌شود چون ممکن است باعث رشد قارچ در بدن بشود. وی همچنین تصریح می‌کند: یک ویژگی و مزیت خوب این نوار بهداشتی‌ها و موارد خاص استفاده آنها برای خانم‌های بارداری است که مشکوک به پارگی کیسه آب هستند، آنها می‌توانند با استفاده از این نوع نوار بهداشتی روزانه و از طریق خیس‌شدن آن متوجه شوند که کیسه آب آنها پاره شده است یا نه.

ایرانی‌ها حق و پول استفاده از انواع بهترین محصولات را دارند

مهدی افتاده قدیمی‌ترین و نخستین واردکننده محصول پنتی به ایران درباره نوع محصول و ویژگی‌های خاص مشتریان و نوع فروش آن به نکته‌های جالبی اشاره می‌کند، وی می‌گوید: 10 سال پیش که برای روزهای نخستین این محصول را وارد کشور کردیم کار ما خیلی سخت بود اما این روزها محصول جا افتاده و مشتری خودش را پیدا کرده است. وی عنوان می‌کند: فروش این نوع محصولات در کشور به علت نبود فضای تبلیغاتی در ابتدای راه سخت بود مثلاً برای بازاریابی و معرفی محصول و برای این که متصدی داروخانه با مشکلات کمتری مواجه باشد مجبور بودیم بسته‌بندی را باز کنیم، یک عدد از محصول را در کاور براق قرار داده و زیر میز شیشه‌ای

پیشخوان داروخانه قرار دهیم. به این ترتیب مشتری که برای خرید محصولات بهداشتی وارد داروخانه می‌شد و قصد خرید محصولات بهداشتی را داشت خودش از متصدی داروخانه می‌پرسید که این چه محصولی است و آن شخص با خیال راحت نوع محصول، نام و کاربرد آن را به مشتری معرفی می‌کرد و مشتری با دیدن آن از نزدیک به خرید ترغیب می‌شد.

وی تاکید می‌کند: خوبی این محصول آن است که هر شخصی با توجه به نوع اندام، آناتومی بدن، چاقی و لاغری و نوع حساسیت‌های خود می‌تواند محصول مناسب خود را انتخاب کند و قرار نیست یک دختر نوجوان همان محصولی را انتخاب کند که مادرش از آن استفاده می‌نماید و این مزیت پنتی نسبت به نوار بهداشتی است چون همه مجبورند از یک محصول فقط در اندازه‌های گوناگون استفاده کنند. ضمن این که برای استفاده از این نوع محصول لازم نیست خانم‌ها لباسزیر مخصوص استفاده کنند و نازک بودن و خاصیت چسبنده بودن آن که نیازی به پودرهای جاذب ندارد استفاده را برای خانم‌ها مطلوبتر می‌کند.

وی همچنین به نوع معطر محصول وارداتی پنتی اشاره کرده و می‌گوید: خیلی از خانم‌ها به دلیل عفونت دچار بوی بد بدن هستند، اما محصولات متنوع پنتی گونه‌ای دارد که با ترشحات بدن معطر شده و بوی بد بدن را از بین می‌برد.

وی درباره قدمت استفاده از این محصول در اروپا و آمریکا می‌گوید: این محصول 30 سال است که در بازارهای اروپایی و آمریکایی عرضه شده و مورد استفاده خانم‌ها قرار می‌گیرد و این شرکت واردکننده برای اولین بار از سال 80 این محصول را وارد ایران کرده است که حالا بازار خوبی هم برای خودش یافته است. جالب آن که مصرف‌کننده عمده این محصول به گفته این وارد کننده بانوان جنوبی و شمالی کشور هستند و خیلی بیشتر از پایتخت این محصول در این نقاط با اقبال مواجه شده است.

وی اشاره می‌کند که بیشترین مشتریان پنتی را خانم‌های بوشهری و شهرهای بندری ایران و خانم‌های خطه شمال مصرف می‌کنند به دلیل اینکه شیوع بیماری‌های عفونی زنان در این مناطق خیلی بیشتر از نقاط دیگر کشور است و آنها با این محصول و نوع کاربرد آن به خوبی آشنا شده و از آن استفاده می‌کنند.

وی نماینده یک شرکت آلمانی است و اظهار خوشحالی می‌کند که به‌تازگی یک شرکت داخلی هم این نوع محصول را وارد بازار کرده است. وی در پایان صحبت‌هایش به دغدغه‌هایش نیز اشاره می‌کند و می‌گوید به دلیل نبود اجازه تبلیغ کار فرهنگسازی برای مصرف این محصول به آسانی میسر نیست. وی تاکید دارد که او محصولاتش را به طور عمده و با بازار خوب می‌فروشد، اما معتقد است که برای اجاد فرهنگسازی مناسب باید کاری کرد و باید به مشتری خوب محصول خوب ارائه کرد چون ایرانی‌ها حق و پول استفاده از انواع بهترین محصولات را دارند.

لازم به ذکر است همان گونه که در گزارش هم به آن اشاره شد این محصول نمونه داخلی هم دارد ولی علی‌رغم تماس‌های مکرر با مدیران و روابط عمومی شرکت مذکور، برای تهیه این گزارش هیچ‌گونه مساعدتی با نشریه آوند صورت نگرفت.