



افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی با برند هر بانیک توسط گروه سرمایه گذاری هافمن

HERBANIC

آنچه در این شماره می خوانیم:

- فاینانس و ریفاینانس
- مصاحبه با نماینده مونتاز هافمن در تهران
- هافمن در خبرگزاری ها و رسانه ها
- مصاحبه با نماینده مونتاز هافمن در البرز

- راهبردهای خلاقانه در بالا بردن جایگاه برند یک کسب و کار
- افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی پینارلبن تبریز
- هافمن ، حامی ورزش و ورزشکاران
- مشکلات تولید در اکسترودر

هافمن

پیشهاد اهل فن

فهرست

- ۱..... مقدمه
- ۲..... افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی پینار لبن تبریز با برند هرپانیک
- ۴..... هافمن حامی ورزش و ورزشکار
- ۵..... مشکلات تولید در اکسترودر
- ۷..... فاینانس و ریفاینانس
- ۹..... مصاحبه با نماینده مونتاژ هافمن در تهران
- ۱۰..... هافمن در خبرگزاری ها و رسانه ها
- ۱۲..... مصاحبه با نماینده مونتاژ هافمن در البرز

افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی با برند هرپانیک توسط گروه سرمایه‌گذاری هافمن

HERBANIC

آهنگ در این شماره می‌خوانیم:

- مصاحبه‌های اختصاصی در پلاژ در بارگاه برند یک کسب و کار
- افتتاح کارخانه تولید محصولات لبنی پینار لبن تبریز
- هافمن - حامی ورزش و ورزشکاران
- مشکلات تولید در اکسترودر
- رفاینانس و ریفاینانس
- مصاحبه با نماینده مونتاژ هافمن در تهران
- هافمن در خبرگزاری ها و رسانه ها
- مصاحبه با نماینده مونتاژ هافمن در البرز

OFMANN

پیام هافمن

دو ماهنامه داخلی فرهنگی تخصصی

سال چهارم / پیش شماره هفدهم / دی ماه ۹۹

صاحب امتیاز: هافمن

شهر و کشوری، زندگی روزمره مردم آن شهر و روستا دچار تغییر خاصی گردیده و با رسیدن تکنولوژی به آن شهر و روستاها دیگر همه به طور روزانه از اخبار و رویدادهای اتفاق افتاده در اطراف خود به صورت آنلاین با خبر می باشند. ولی به دلیل مشغله زیاد احتمال اینکه نسبت به نیاز خود اطلاعات تکمیلی را به دست بیاورند کم است. پس در اولین گام در جهت تصویر سازی می بایست اطلاعات دقیق و تکمیلی از نوع خدمات یا محصول ارائه شده توسط یک برند در اختیار مصرف کننده نهایی قرار گیرد.

برخی اوقات می بینیم که یک محصول فقط بر روی نام خود تکیه کرده و دیگر هیچ جزئیاتی از محصول را ارائه نمی کند، در این مورد می توان فردی را مثال زد که در اتاق تاریکی را باز کرده و بدون دیدن اشیاء داخل اتاق فقط اسامی آنان را برای او بازگو می کنیم. آیا این فرد می تواند تصویر ذهنی خوبی از اتاق داشته باشد؟ طبیعی ست که او هیچ تصویری در ذهنش نمینشاند چرا که قانون مرئی و نامرئی بودن را نیز رعایت نکرده ایم. طبق قوانین فیزیک، شی مرئی به آن گفته می شود که تحت نور دیده شود. پس اگر نور را از آن بگیریم، دیگر قابل رویت نخواهد بود. که در امر دادن اطلاعات به مصرف کننده می بایستی تمام نورهای برند بر روی محصول یا خدمات خود تابیده شود. این نورها شامل محتواهای مفید و کوتاهی است و گاهاً می تواند یک مقاله یا فیلمی باشد که توضیحاتی کامل در خصوص محصول یا خدمات ارائه شده می دهد.



پس انتظار نداشته باشیم که بدون اطلاع رسانی و دادن اطلاعات کامل، همه ما را ببینند.

رسانه های زیادی با پیشرفت علم و تکنولوژی در اختیار ما قرار گرفته که بتوانیم با ایجاد ارتباط های دو سویه با مصرف کنندگان نهایی، خود و محصول خود را بیشتر معرفی کنیم.

پی نوشت:

اگر موافق ادامه این بحث می باشید و مشتاق به بررسی راهکارهای ارتباطی هوشمند، می توانید به سایت Hofmannprofile.com رفته و یا از طریق پیج اینستاگرامی به صورت دایرکت پیشنهاد در خصوص مبحث بعدی این مقوله را ارسال نمایید.



بهرام سیاوش نیا
مدیر تبلیغات و روابط عمومی

مقدمه

راهبردهای خلاقانه در بالا بردن جایگاه برند یک کسب و کار

اگر در کسب و کارهای قدیمی با در کتاب های تاریخی گشتی بزنیم و عکس های اصناف و کسبه قدیم را به دقت بنگریم، می بینیم که این اصناف جهت بیشتر کردن سهم خود از بازار، با توجه به فرهنگ زمان خود چه کارهایی برای ایجاد جایگاه در بین اصناف انجام داده اند.

یکی با دادن خدمات اضافی، دیگری با صدای خوش و دیگر دیگر دیگر! اکنون با پیشرفت کسب و کارها و تغییر در نحوه ارائه خدمات و علمی تر شدن کسب و کارها، دیگر زمان آن نیست که با یک جای مثل حاجی بازارهای قدیمی و یا یک آوای خوش، مشتری یا مشتریان را وفادار نموده و برای برند خود جایگاه ایجاد کرد.

مشتری از چند نظر می تواند به برند اعتماد کرده و در ذهن خود به آن جایگاه بخشد. مثال بارز آن چلو کبابی هایی که در هر شهر در بازارهای سنتی دارای اعتبار و ارزش خاص میان عامه مردم هستند، چراکه با ارائه بهترین خدمات توانسته اند اعتماد افزایی نموده و جایگاه خاص خود را در آن مکان بدست بیاورند.



اکنون با گسترده شدن فضای ارتباطی و تنوع در ارائه خدمات و تولیدات زمان آن رسیده که با راهبردهای خلاقانه ای مشتری را آماده اعتماد نمود.

گام اول: معرفی کامل محصولات یا خدمات در راستای ایجاد تصویر ذهنی

با توجه به مدرن شدن زندگی ها حتی در روستاهای هر

گروه سرمایه گذاری هافمن، یکی از مطرح ترین برندهای صنعتی کشور وارد عرصه لبنیات شد

واحد تولید محصولات لبنی پینار لبن تبریز با برند هربانیک و با سرمایه گذاری گروه سرمایه گذاری هافمن افتتاح گردید.



این کارخانه روز سه شنبه ۹ دی ۹۹ با حضور استاندار آذربایجان شرقی، نماینده ولی فقیه در استان، فرماندار تبریز، رئیس کل دادگستری آذربایجان شرقی، دادستان کل شهرستان تبریز، ریاست سازمان صمت استان و جمعی از مسئولین استان و شهرستان تبریز در خسروشاه به بهره برداری رسید، انواع محصولات لبنی مانند شیر پاستوریزه، پنیر، خامه و دوغ و... را با بهترین کیفیت روانه بازار خواهد نمود. گروه سرمایه گذاری هافمن سیاستهای اتخاذ شده در خصوص کیفیت را این بار در خصوص تولید برترین محصولات لبنی با برند هربانیک به کار خواهد بست، تا محصولاتی شایسته ذائقه و طبع ایرانی روانه بازار نماید.



استاندار آذربایجان شرقی در مراسم افتتاحیه خط تولید جدید کارخانه پینار لبن تبریز:

امروز نیاز مبرم کشور به رونق بخش تولید بیش از هر زمان دیگری است و کارزار فعلی بسیار گسترده تر از سالهای دفاع مقدس است. جای همکاری و همدلی لازم در بخش تولید خالی است و متأسفانه در این جنگ اقتصادی، همت و جدیت لازم در بین نهادهای مختلف و مردم وجود ندارد.

افتتاح دوباره این کارخانه در این شرایط مایه مسرت است، شاید اگر این کارخانه افتتاح می شد، اینقدر باعث خوشحالی ما نبود، اما بازگشت دوباره آن به چرخه تولید، باعث شادمانی ماست. اما باز جای خالی همت های عالی و ایده آل احساس می شود.



خوشبختانه در این دوره اجازه ندادیم حتی یک واحد تولیدی تعطیل شود.

خود باید ب فکر حل معضلات اقتصادی خود باشیم. همه با هم باید آستین بالا بزنیم چرا که مسئله اشتغال بسیار مهم بوده و در این راستا باید همت مقامات استان برای همه درس و الگو قرار گیرد.

موسی خلیل الهی، رئیس کل دادگستری آذربایجان شرقی، با اشاره به تلاش های پیگیرانه مدیرعامل گروه سرمایه گذاری هافمن اظهار داشت: تلاش بسیار دکنتر حمیدیه مدیرعامل مجموعه صنعتی هافمن که نسبت به بازسازی و راه اندازی مجدد کارخانه پینار لبن تبریز اقدام نموده اند واقعا جای تشکر و قدردانی دارد. تلاش های ایشان امروز موجب ایجاد زمینه اشتغال برای ۵۰ نفر گردیده که ان شاءالله با افقی که در نظر گرفته اند، امیدواریم این مجموعه را به سطح بالایی از تولید برسانند.





دکتر حمیدیه مدیرعامل گروه سرمایه‌گذاری هافمن در آیین افتتاحیه کارخانه پینارلبن تبریز ضمن تشکر از حمایت‌های سیستم قضایی استان بویژه دکتر خلیل‌اللهی و دغدغه آن‌ها در خصوص ایجاد اشتغال و تولید کار اظهار داشت: اگر سیستم قضایی استان این دغدغه را نداشت، شاید سرنوشت این واحد صنعتی نیز مانند بسیاری از واحدها می‌شد و این واحد هم در رکود مانده و فعال نمی‌شد.

وی با اشاره به پتانسیل‌های واحد تولیدی پینار لبن گفت: ظرفیت تولید این واحد هم‌اکنون بیش از ۱۰۰ تن در روز در دو شیفت کاری می‌باشد و پتانسیل جذب ۷۰ الی ۷۵ نفر نیروی کار را دارا می‌باشد و با توجه به تجربه و سابقه‌ای که از هافمن در مورد سایر فعالیت‌هایمان داریم، هدف ما تبدیل پینار لبن تبریز با برند هرپانیک به یک برند

ملی است و قصد نگه داشتن تولید در این ظرفیت و صرفاً در سطح استان را نداشته و مطمئناً با اجرای طرح‌های توسعه این واحد را به یک برند ملی در لینیات تبدیل خواهیم کرد.

وی با اشاره به مشکلات موجود در شهرک‌های صنعتی و تعداد بالای شهرک‌های صنعتی استان افزود: ای کاش به جای توسعه شهرک‌ها و ایجاد نواحی صنعتی جدید، که در تمامی دوره‌های دولت انجام شده است و صرفاً نسبت به توسعه فضاهای صنعتی اقدام می‌شود و هم‌اکنون بیش از ۴۰ الی ۵۰ درصد واحدهای موجود در این شهرک‌ها راکد و تعطیل بوده و با با ظرفیت بسیار پایینی کار می‌کنند. نسبت به کمک به احیای نواحی صنعتی فعلی و واحدهای راکد اقدام می‌شد.

وی افزود: نواحی صنعتی بسیاری هست که راکد و نیمه راکد است و پیشنهاد می‌کنم نسبت به احیای آن‌ها اقدام شود. ایجاد شهرک‌ها و فضاهای صنعتی جدید با عناوینی چون بزرگترین در کشور و بزرگترین در منطقه دردی از ما دوانمی‌کند و شاید با مبالغی بسیار پایین و تفکراتی جدید بتوان نواحی و شهرک‌های صنعتی راکد را شکوفا کرد و ای کاش حرکت به این سمت بود؛ بنابراین باید به جای گسترش حجمی و کمی مناطق صنعتی به فکر احیا و به کارگیری بهینه از نواحی فعلی باشیم. این شهرک‌ها و واحدهای راکد سرمایه ملی هستند و ما باید آن‌ها را احیا کنیم.

وی با اشاره به نامگذاری سال‌های اخیر با عناوین اقتصادی توسط رهبر معظم انقلاب افزود: رهبر معظم انقلاب طی دهه اخیر، تمامی سال‌ها را با عناوینی در خصوص اشتغال، صنعت و رونق کار و تولید نامگذاری کرده‌اند و ای کاش در این مورد اهتمام بیشتری بشود.

دکتر حمیدیه با اشاره به جملاتی از دکتر خلیل‌اللهی رییس کل دادگستری آذربایجان شرقی در خصوص خرید و فروش املاک شهرک‌های صنعتی توسط افراد سودجو گفت: زمین‌های شهرک‌های صنعتی باید در اختیار تولید باشد، نه در اختیار دلال‌ها و سودجوها که فقط با هدف سود بردن از ارزش افزوده خرید و فروش ملک، می‌خواهند به سود برسند نه با ایجاد سود از طریق تولید و اشتغال.





هافمن ، حامی ورزش و ورزشکاران ، در راستای اجرای مسؤلیتهای اجتماعی

ثبت رکورد ملی توسط قوی ترین زن ایران گیتی موسوی دو رکورد ملی اسکات دیوار و جابه جابه لاستیک ۱۲۰ کیلوگرمی را از آن خود کرد.

به گزارش روابط عمومی هافمن، قوی ترین زن ایران به مناسبت سالگرد شهادت سردار سلیمانی توانست دو رکورد جدید ملی را با حضور جمعی از مسؤلین و رسانه های استان و همچنین نماینده ثبت رکورد های فدراسیون ورزش های همگانی، در باشگاه ورزشی اسپا بیمارستان ولی عصر تبریز که با حمایت هافمن برگزار شده بود به ثبت رساند.

رئیس کمیته ثبت رکورد های فدراسیون ورزش های همگانی با بیان اینکه خانم گیتی موسوی درخواست ثبت دو رکورد را از فدراسیون داشتند، گفت: ایشان توانستند در حضور رسانه ها دو رکورد جدید ملی را ثبت نمایند که رکورد اولشان بیشترین زمان ماندن در حرکت اسکات دیوار با تحمل وزنه ۲۷۵ کیلوگرمی بود که توانستند مدت ۱ دقیقه و ۱۷ ثانیه و ۷۵ صدم ثانیه این وزنه را در حرکت اسکات حفظ نمایند.

هادی رضایی ادامه داد: رکورد دوم نیز مربوط به آیتم جابه جابه لاستیک ۱۲۰ کیلوگرمی در زمان یک دقیقه بود که موفق شدند ۱۱ دور جابه

جایی لاستیک را در این مدت زمان داشته باشند.

وی افزود: نام خانم گیتی موسوی و تمامی رکورد دارانی که در استان های مختلف رکوردشان به ثبت رسیده در کتابی به اسم رکورد های ملی ایران در ابتدای سال ۱۴۰۰ به ثبت خواهد رسید و این کتاب در اختیار عموم قرار خواهد گرفت.

گیتی موسوی که روز گذشته در غم از دست دادن پدر خود به سوگ نشسته بود بعد از ثبت رکورد در جمع خبرنگاران گفت: پدرم همیشه در صحنه رکورد و در کنارم حضور پیدا می کرد و متأسفانه روز گذشته او را از دست دادیم و اکنون به این دلیل در اینجا حضور دارم تا اعلام کنم مشکلات و اندوهی که در زندگی وجود دارد نمی تواند مانع پیشرفت شود و این را می دانم که پدرم نیز خواستار این امر بود.



فشار بالا در جریان برگشتی در قسمت گلوبی این مشکل توسط شاخص فشار سنخ نشان داده می شود و با راهکارهای روبرو می توان مرتفع گردد: کاهش سرعت اکسترودر ماردون، افزایش سرعت فیدر، و افزایش دمای قالب.

بار موتور بیش از حد بالا است این مشکل می تواند ناشی از این باشد که مواد در ناحیه گاززدایی خیلی کم حالت پلاستیک و نرم داشته باشد. اسکروها باید پر و سرعت آن مطابق با مقدار خوراک دهی باشد.

اگر در داخل اکسترودر از محدودکننده هایی مانند تورهای سیمی یا فیلتر استفاده شود باید اندازه سوراخهای آن بزرگتر انتخاب گردد.

همچنین افزایش سرعت فیدر، افزایش دمای زونها و افزایش دمای قالب یا تغییر در فرمولاسیون مواد مصرفی، می تواند بار موتور یا آمپراژ مصرفی را کاهش دهد.

خروجی پایین

اکسترودری که نتواند به تولید مورد انتظار دست یابد می تواند ناشی از تغییر فرم مواد در ناحیه هاپر (به حالت کیک در آمدن) یا دمای بالا باشد. در ابتدا سرعت اکسترودر و فیدر را با دقت کنترل نمایید.

دمای زون ۱ و ۲ را کاهش دهید. سرعت اکسترودر را افزایش دهید. در صورت ادامه داشتن مشکل فرمولاسیون دیگری از مواد را امتحان کنید. لازم به ذکر است کنترل سیلندر و ماردون برای بررسی خوردگی و درگیری آنها کاملاً در حل این مشکل ضروری است.

مشکلات مربوط به دهانه هاپر (ورود مواد اولیه به داخل اکسترودر)

- پل زدن مواد یا قطع جریان عادی پودر به داخل مارودن ها، که باعث جریان نامنظم به قالب یا ناقص پر کردن قالب می گردد. علت آن می تواند این باشد که یا پودر مورد استفاده خیلی گرم است (تازه میکس شده است) و باید به آن ۲۴ ساعت زمان برای خنک سازی داده می شد، یا در داخل پودر رطوبت و آلودگی وجود دارد.

وجود ویراسیون و لرزش در مخزن هاپر نیز به ویژه برای ترکیباتی که در آنها از مقدار زیادی مواد پرکننده استفاده گشته است، مفید می باشد.

مقدار پودر ورودی به اکسترودر از طریق دهانه به تدریج کاهش می یابد. پودر به تدریج در قسمت تغذیه ماردون به علت وجود الکتریسیته ساکن یا فشرده سازی تجمع می کنند که حجم پودر انتقالی به قسمت جلو را کاهش می دهد. قسمت تغذیه ماردون باید به طور مرتب تمیز گردد.



مهدی آقاجانی

مدیر تولید

مشکلات تولید در اکسترودر

برای رسیدن به اکستروژن بهتر، مواد در درجه خروجی به جای ظاهری ذوب شده باید دارای ظاهری قشنگ و پنیری شکل باشد. در شرایط پنیری پودر به صورت کامل از گازهای موجود در آن تخلیه گشته است. پره های ماردون در قسمت تغذیه اکسترودر باید به طور مناسبی پر شده باشد به طوری که گلوبی قسمت تغذیه به طور کامل پوشانده شده باشد.

مشکلات تولید در اکسترودر

مشکلات اکستروژن پروفیل را می توان به ۳ دسته تقسیم کرد: اکستروژن، کالیبراسیون و محصول. در طی فرآیند اکستروژن یا عیب یابی ۴ نکته را باید مد نظر داشت:

- اجازه ندهید به تجهیزات صدمه فیزیکی وارد گردد.
- محصول باید کیفیت مد نظر را داشته باشد.
- دما را فقط تا حدود ۵ درجه افزایش دهید، افزایش بیش از حد دما باعث ایجاد سوختگی می گردد.
- در آداپتور و بخش توری کنترل دما باید با دقت انجام پذیرد زیرا خنک کردن این ناحیه بسیار دشوار است.

مشکل استارت مواد

این مشکل می تواند ناشی از کمبود استحکام باشد. در طول فرآیند محصول اکستروژن شده بسیار داغ است و زمانی که از تانک خنک کننده به سمت کشنده حرکت می کند می تواند به راحتی پاره شود.

راه حل عبارتند از افزایش دمای تمام زونها و افزایش دمای قالب که باعث بهبود پخت مواد می گردد. ذکر این نکته لازم است که مواد بعد از اکستروژن در دمای بالای ۱۰۰ می تواند خطوط قرمز یا سیاه داشته باشد که منجر به سوختن آن می گردد.

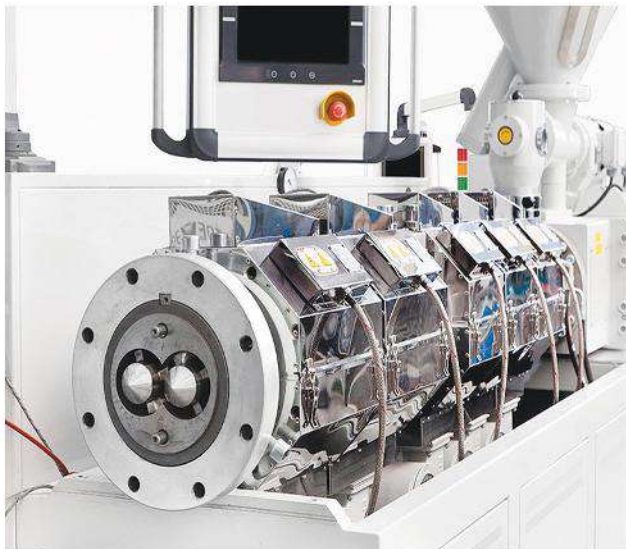
مشکل مکش مواد به درون وکیوم

این مشکل می تواند به خاطر از دست دادن وکیوم در درجه مربوطه یا گرفتگی پمپ خلاء یا فیلترها می باشد. سرعت تولید را با کاهش دور ماردون در دقیقه (RPM) کاهش دهید یا سرعت کشنده را تنظیم کنید.

راه حل می تواند افزایش مقدار وکیوم، افزایش دمای زون ۱ و ۲، یا در نهایت افزایش دمای تمام زونها باشد.

۱ و ۲ را افزایش دهید.

- فشار مذاب برگشتی پایین که به علت ویسکوزیته پایین مواد صورت پذیرفته است. ممکن است دمای سیلندر و ماردون خیلی بالا باشد در این صورت آنها را کاهش دهید و کنترلرها را چک نمایید.
رینگ موجود در آداپتور هم ممکن است بزرگ باشد که در این صورت از سایز کوچکتر آن استفاده نمایید.
فرمولاسیون مواد را چک کنید و واکس موجود در آن را کاهش دهید.



- آمپراژ یا فشار مذاب برگشتی متغیر، که این در درجه اول نشان از ترکیب نایکناوخت مواد دارد لذا میکسر باید کنترل گردد. تغییر ناگهانی اما یکنواخت در آمپراژ و فشار برگشتی نشان از وجود یک ترکیب جدید با دانسیته متفاوت، اندازه ذرات و خواص جذبی رزین جدید دارد.

- وکیوم پودر را مکش می کند که نشان از این می دهد ماردون به صورت پر عمل نمی کند و باید سرعت تغذیه را افزایش داد. همچنین دمای زونهای پشتی پایین است که در این صورت دمای زون ۱ و ۲ را باید افزایش داد.

- مواد به صورت پودری یا نیمه پودری همراه با جریان مذاب از اکسترودر خارج می گردد که در این صورت پروفایل دمایی سیلندر بر طبق روال نیست و نیاز هست تا دمای تمامی زونها افزایش یابد که البته این کار برای اکسترودرهای دو ماردون است و برای اکسترودرهای تک کاریبج باید دما را کاهش داد.

در نهایت این می تواند نشانی از خوردگی و فرسایش درون سیلندر باشد و به عنوان یک راه حل مقطعی می تواند ماردون را اندکی به سمت جلو حرکت داد.

قطع ناگهانی و لحظه ای پودر به ماردونها که در اینصورت باید سریعاً سرعت کشنده را کاهش داد، خطوط و اکیوم را خاموش کرد.

اگر این کار را سریعاً انجام دهید خط تولید قطع نخواهد گشت. سپس سرعت کشنده را بتدریج افزایش دهید تا سرعت خروج از قالب افزایش یابد و واکيومها را روشن نموده و تنظیمات کالیبراسیون را انجام دهید.

مشکلات مربوط به سیلندر

- آمپراژ بالای دستگاه برای نفوذ مواد در خروجی با ظاهری موج و براق: در این حالت یا دمای ماردون بسیار بالاست که باید آن را کنترل کرد. باید این نکته را دانست که دمای روغن اسکرو در حدود تلورانس ۲۰ درجه ناحیه METERING ماردون باشد.

حالت دوم این است که دمای زونهای پشتی بالاست لذا دمای زون ۱ و ۲ را کاهش دهید. یا اینکه زونها جلویی خیلی سرد هستند لذا دمای زون ۳ و ۴ را افزایش دهید.

همچنین کنترلرهای دمایی سیندر و ماردون را برای صحت کار آنها کنترل نمایید. به عنوان آخرین راه حل سرعت تغذیه را کاهش دهید در حالی که منتظر هستید دما کاهش یابد.



- فشار مذاب برگشتی بالا به وسیله مقاومتهایی که در ناحیه آداپتور، سر و قالب وجود دارد. برای این کار نواحی حرارتی آداپتور، سر و قالب و کنترلرها را بررسی نمایید، شاید خیلی سرد باشند و دما را در حدود ۵ درجه سانتیگراد بالا ببرید.

ممکن است رینگ آداپتور خیلی کوچک باشد که در این صورت از رینگهای بزرگتر استفاده نمایید. در نهایت احتمال دارد که مذاب به صورت سخت از ناحیه انتهایی ماردون وارد آداپتور گشته باشد که در این صورت دما و کنترلرها را چک کنید.

- آمپراژ پایین دستگاه، مواد به صورت پودری در دهانه خروجی ظاهر می شوند. در این صورت ممکن است ماردون به طور کامل پر نگشته باشد تا کار و حرارت بیشتری در داخل سیلندر و ماردون ایجاد شود.

یا اینکه نفوذ مواد در درون هم به صورت خوبی صورت نگرفته باشد که در این صورت دماها به ویژه دمای زون

انواع روش‌های فاینانس

۱. روش فاینانس خودگردان

در این روش شرکتی قصد دریافت اعتبار را دارد، از آن در جهت صادرات کالا استفاده می‌کند و از این راه اقساط آن را به صورت ارزی پرداخت می‌نماید.

۲. روش غیر خودگردان

این شیوه مخصوص سرمایه‌گذاری بر روی پروژه‌ها با عملیات مشخص مانند خرید تجهیزات تولیدی و غیره به کار می‌رود.



حمید رفی

مدیر فاینانس و امور خزانه

فاینانس و ریفاینانس

همه ما با مقوله وام و دریافت تسهیلات از بانک‌ها و مؤسسات مالی آشنا هستیم. حالا اگر این منابع مالی را بخواهید از مؤسسات مالی جهانی و به صورت اعتبار ارزی دریافت کنید، به آن فاینانس خارجی می‌گویند. البته این تعریف بسیار کلی و ساده‌ای از این اصطلاح بود و ما در ادامه مطلب به ریفاینانس و همچنین تفاوت‌های آن، معایب و... صحبت می‌کنیم

فاینانس چیست؟

کلمه فاینانس (FINANCE) در به معنای "تأمین مالی" است و در حوزه سرمایه‌گذاری به قراردادهای مالی گفته می‌شود که طبق آن مؤسسات مالی خارج از کشور مانند بانک‌های جهانی یا موسسه تجاری خارجی وامی را به یک کشور دیگر یا شرکتی پرداخت می‌کند. این وام تنها در جهت عملیاتی مشخص و از پیش تعیین شده بوده و موسسه هیچ گونه دخالت و نظارتی بر روی وام اختصاص داده شده ندارد. به این گونه مؤسسات و شرکت‌های تأمین‌کننده مالی یا سرمایه‌گذار فاینانس (FINANCER) گفته می‌شود. بنابراین در موفقیت یا شکست پروژه نقشی نداشته و تنها در زمان سررسید اصل وام به همراه سود مشخص شده در قرارداد را از وام‌گیرنده اخذ می‌نماید. نرخ سود بسته به این‌که کشور خریدار فقیر یا ثروتمند باشد، تعیین می‌گردد.



مرکزی ادامه مراحل اداری سپری شود. در این بین طبق مقررات شرکت خریدار علاوه بر ضمانت‌های لازم باید ۱۵ درصد مبلغ فاکتور یا هزینه سرمایه پروژه را پرداخت نماید و ۸۵ درصد باقی‌مانده را دریافت و سپس طی زمان توافق شده در اقساط معین همراه با سود پرداخت نماید.

ریفاینانس چیست؟

تعریفی مشابه فاینانس داشته و در جهت تأمین منابع مالی و استفاده از خطوط اعتباری فعال استفاده می‌شود. اما برای شناخت بهتر و بیشتر آن بهتر است تفاوت‌های فاینانس و ریفاینانس را بدانید.

فاینانس یکی از انواع روش‌های تأمین مالی برای اجرای پروژه و طرح‌ها، خرید و سرمایه‌گذاری بر روی تجهیزات طرح‌های تولید و نیز خدمات فنی و مهندسی پروژه‌ها با کمک دریافت تسهیلات اعتباری ارزی میان مدت از مؤسسات مالی خارج از کشور است. در این راه شرکت‌های بیمه بازپرداخت به موقع این تسهیلات را بیمه و ضمانت می‌کنند.

در حقیقت هنگامی که فروشنده محصول حاضر نیست به اسناد مدت‌دار (یوزانس) را بپذیرد و خریدار نیز میزان نقدینگی کافی برای افتتاح اعتبار اسناد را ندارد، از فاینانس استفاده می‌شود و به کمک یک موسسه مالی هزینه کالا به فروشنده پرداخت شده و خریدار موظف است در زمان توافق شده اصل پول و سود را به موسسه برگرداند.

کالاهای تعیین شده توسط بانک برای واردات آن به کشور هست.

۴. فاینانس برای تمام افراد حقیقی و حقوقی، شرکتها، سازمانهای دولتی و وزارتخانه قابل استفاده است. اما ریفاینانس را شرکتها و سازمانهای وابسته به دولت چنانچه از منابع بودجه دولتی استفاده نکنند، می توانند درخواست نمایند.

معایب و نقاط ضعف

۱. دریافت وثیقه های سنگین توسط بانکها
۲. هزینه تمام شده بالای تسهیلات فاینانس
۳. عدم همکاری بانکها در تأمین ریال
۴. نداشتن اطلاعات کافی سرمایه گذاران از فاینانس
۵. ضعف آموزشی و ناتوانی کارشناسان
۶. ناهماهنگ بودن دستگاههای مرتبط با فاینانس
۷. عدم وجود بازار سلف ارز
۸. کمبود منابع و مراجع مانند فیلم، کتاب و نشریه درباره فاینانس

جمع بندی

بنا بر آنچه گفته شد فاینانس و ریفاینانس همان وامها و تسهیلات بلند مدت و کوتاه مدتی هستند که توسط مؤسسات تجاری و بانکهای عامل خارج از کشور زیر نظر بانک مرکزی پرداخت شده و کار تأمین هزینهها و سرمایه گذاری برای پروژهها را انجام می دهند. بیشترین کاربرد فاینانس و ریفاینانس در صادرات و واردات کالا است بنابراین چنانچه شرایط و ابزارهای لازم این تسهیلات فراهم باشد، باعث بهبود و توسعه واردات و صادرات شده و نیز سبب افزایش انتقال ارز و جذب سرمایه در داخل کشور خواهد شد.

FINANCE اصطلاحی برای امور مربوط به مدیریت، ایجاد و مطالعه سرمایه و سرمایه گذاری است.

سوالاتی را در مورد چگونگی دستیابی فرد مورد نیاز به سرمایه و نحوه خرج کردن یا سرمایه گذاری آنها به دست می آورد.



تفاوت های اصلی فاینانس و ریفاینانس

۱. بارزترین تفاوت فاینانس و ریفاینانس در مدت زمان تسهیلات است که ریفاینانس تسهیلات کوتاه مدت و زیر یک سال بوده اما فاینانس تسهیلات بلندمدت و بیش از یک سال است.
۲. ضمانت بازپرداخت فاینانس توسط بانک مرکزی و در مورد ریفاینانس تضمین کننده بانکهای تجاری هستند.
۳. فاینانس در جهت صادرات کالا و نیز تأمین سرمایه طرح های داخلی کشور است اما ریفاینانس تأمین مالی



چه امتیازاتی در مجموعه هافمن وجود داشت که شما را به همکاری دراز مدت با این مجموعه ترغیب کرد؟

مجموعه هافمن با پیشرفت‌های خود در زمینه تولید و کامل بودن قالب‌های خود و همچنین کیفیت مطلوب محصولات تولیدی و تبلیغات گسترده و هدفمند توجه مخاطبین را جلب نماید. با در نظر گرفتن تمامی موارد و صحبت‌های فیما بین، همکاری با آن شرکت محترم را از سال ۱۳۹۷ آغاز نموده ایم.

آیا از خدمات و پشتیبانی هافمن طی مدت همکاری رضایت دارید؟

از نکات مثبت مجموعه هافمن میتوان به پاسخگو بودن مدیران فروش و همکاری و حس پشتیبانی و ایجاد نگاه و منافع مشترک و همچنین پیگیری و ممارست در رفع مشکلات فنی پیش آمده از سمت همکاران فنی آن شرکت، اشاره نمود.

چه پیشنهادهایی برای بهتر شدن فعالیت هافمن در بعد تولید، خدمات یا فروش دارید؟

با توجه به شرایط متغیر بازار، نشان دادن ثبات رویه در تولید و تحویل بار و همچنین مشخص بودن خط مشی هافمن در امر فروش می‌تواند در طولانی مدت باعث یکپارچگی بیشتر بین مونتاژکاران و هافمن گردد و این احساس را القا کند که هر طرفین ذینفع این تولید دارای منافع مشترک بوده و همچنین منافع هر دو طرف در تمامی مراحل اعم از کیفیت تولید و تحویل به موقع محصولات و امنیت رقابتی بودن قیمت که در آخر به رضایتمندی مشتریان نهایی می‌انجامد، در نظر گرفته میشود.

برنامه‌های آتی مجموعه شما برای فعالیت در این صنف چیست؟

مهم‌ترین و اصلی‌ترین هدف مجموعه آساوین حفظ کیفیت تولید و ایجاد قیمت رقابتی در تمام شرایط پرتلاطم بازار فعلی درب و پنجره و نما می‌باشد که در انتها به ایجاد مشتریانی پایدار و وفادار برای هر دو مجموعه می‌گردد.



صادق توکلی

نماینده مونتاژ هافمن در تهران

مصاحبه:

مجموعه آساوین از سال ۱۳۵۳ با برند آلومیک فعالیت خود را در زمینه پنجره‌های آلومینیومی و نماهای فریم لس و کرتن وال آغاز نموده است و با گذر زمان و توجه به نیازمندی‌های صنعت از سال ۱۳۹۱ فعالیت خود را در زمینه تولید درب و پنجره UPVC با برند آساوین در دو کارگاه مجزا و به صورت حرفه‌ای در فضایی بالغ بر ۱۵۰۰ متر مربع، با بکارگیری از برترین دستگاه‌های روز آلمانی و ترک ادامه داده است.

در حال حاضر چه محصولاتی را در مجموعه خود تولید می‌کنید؟

این واحد تولیدی در حال حاضر با تولید تخصصی درب و پنجره‌های UPVC و آلومینیومی انواع نماهای فریم لس و کرتن وال مشغول به فعالیت می‌باشد.

بازار فروش و مناطق تحت پوشش نمایندگی شما کدام مناطق است؟

آساوین با در نظر گرفتن نیازمندی‌های روز افزون مناطق مختلف ایران و با همکاران متعهد خود در استان تهران، استان مرکزی، استان مازندران و گیلان در حال ارائه محصولات و دارای شعب نمایندگی می‌باشد.



دو ماهنامه
توزیعی تخصصی
داخلی
سال چهارم
پیش شماره هفتم
دی ۱۳۹۹

خبرگزاری جمهوری اسلامی ۱۳۱۳

۲۱ دی ۱۳۹۹

مدیریت هزینه‌ها و صرفه جویی در مصرف انرژی



OFMANN

کشورهای توسعه یافته چگونه در کشورهای متقدم دنیا مصرف انرژی را کنترل و مدیریت می‌کنند؟ در فصول سرد سال انرژی گرمایی توسط برق یا گاز تولید می‌شود چنانچه در ایران نیز همین دو منبع گرمای خانه‌ها را تامین می‌کنند.

اما تفاوت آن جایی رقم می‌خورد که این انرژی‌های گران وقتی به انرژی گرمایی تبدیل می‌شوند در کشورهای پیشرفته دنیا به همین راحتی هدر نمی‌روند. در حالی که در ایران بسیاری از خانه‌ها هنوز درب و پنجره‌هایی دارند که درصد بسیار بالایی از انرژی گرمایی را هدر می‌دهند. استفاده از درب و پنجره‌های UPVC دوجداره که در اروپا و سایر کشورهای توسعه یافته امری کاملا جا افتاده است باعث می‌شود هزینه کمتری برای تولید انرژی گرمایی صرف شود و به همین راحتی انرژی تولید شده به هدر نرود.

ضمناً وقتی انرژی هدر می‌رود نیاز بیشتری به تولید مجدد آن وجود خواهد داشت. این یعنی سوخت بیشتر انرژی‌های فسیلی و این یعنی ما انسان‌ها برای محیط زیست مان انرژی قابل نسیتم در حالی که باید از هر روشی که می‌توانیم بهره ببریم تا حتی الامکان کمتر انرژی‌های فسیلی را بسوزانیم و به زمین بیشتر احترام بگذاریم.

هافمن، پیشرو در حفظ و صرفه جویی سرمایه‌های ملی، انرژی‌های فسیلی و برق

هافمن در ایران جزو شرکت‌های پیشتازی است که سعی کرده این مشکل بزرگ در هدررفت سرمایه ملی را به حد توان خود مرتفع کند. شما هم اگر در خانه، محیط کار یا حتی ویلاهای خود درب و پنجره‌هایی دارید که انرژی را به راحتی از خود عبور می‌دهند و گرما در محیط باقی نمی‌ماند می‌توانید با شماره تلفن 1644 با کارشناسان هافمن تماس بگیرید تا آنها شما را برای تعویض درب و پنجره‌هایتان راهنمایی کنند.

تمامی مراحل تعویض درب و پنجره‌های شما بدون تخریب و هزینه‌های اضافی خواهد بود و کارشناسان هافمن شما را راهنمایی می‌کنند که چطور با کمترین هزینه بتوانید صرفه جویی در مصرف انرژی و هزینه‌های ناشی از آن را شروع کنید.

درب و پنجره‌های UPVC عایق صدا

آلودگی صوتی در شهرها چیزی نیست که بتوان همیشه از آن فرار کرد. وقتی شما بعد از یک روز کاری سخت و پر هیاهو به خانه برمی‌گردید، می‌خواهید که در نهایت سکوت و آرامش به استراحت بپردازید.

در محیط کارتان که معمولا در محله‌های شلوغ و پر تردد شهرها قرار دارد شما نیاز دارید تمرکز کنید و به کارتان برسید. در این شرایط دور شدن از آلودگی‌های صوتی بسیار حیاتی است. درب و پنجره‌های عایق صدا نیز هستند و اگر در محیطی زندگی می‌کنید که صدای محیط اطراف شما را آذین می‌کند.

به راحتی با نصب این نوع پنجره‌ها از شر صداهای مزاحم خلاص می‌شوید.

بهترین کار این است که برای شروع از کسانی که اطلاعات و تجربه زیادی در صنعت تولیدات UPVC دارند مشورت بگیرید و اطلاعات خود را در کام اول کامل کنید. اطلاع از مراحل کار، مدت زمان مورد نیاز، هزینه‌ها، قیمت‌ها و تنوع محصولات را از طریق یک مشاوره رایگان یا کارشناسان هافمن بدست می‌آورید. برای مشاوره رایگان می‌توانید این فرم را در وبسایت هافمن پر کنید تا آنها با شما تماس بگیرند.

۱۰:۲۸ ۱۳۹۹/۱۰/۲۴

خبرگزاری فارس

به چه شرکتی برای تعویض پنجره‌های قدیمی خانه اعتماد کنیم؟

بازسازی خانه‌های قدیمی یکی از راهکارهای مرسوم در جوامع مختلف است تا هم منزل یا محل کار به فضای بهتری برای زیستن تبدیل شود، هم نیازی به تخریب ساختمان و از نو بنا کردن سازه‌های چندین طبقه با هزینه‌های گزاف نباشیم.



بسیاری از افراد هم به این علت که توافق و تصمیم جمعی قاطعی در بین کل صاحبین واحدهای یک ساختمان برای تخریب و ساخت وجود ندارد تصمیم می‌گیرند فقط واحد آپارتمانی خود را بازسازی کنند. در برخی اوقات نیز ساختمان‌ها مشکلات جزئی و محدودی دارند. مثل مشکل پنجره‌ها که ممکن است اتلاف انرژی زیادی داشته باشند یا از ورود سر و صدا و آلودگی جلوگیری نکنند. پس بهترین کار تعویض پنجره‌های قدیمی با نسل جدید درب و پنجره‌های UPVC است. اما سوال اینجاست که چه پنجره‌ای بخریم؟ کدام پروفیل مناسب است و بعد از خرید چطور باید آنها را نصب کنیم؟ یا چطور به یک شرکت یا برند اعتماد کنیم و این کار را به آنها بسپاریم؟

دسترسی

اولین ویژگی برای فروشنده‌ای که می‌توانیم به آن اعتماد کنیم و پروفیل UPVC پنجره‌هایمان را از او خرید کنیم این است که همیشه در دسترس مان باشد. یعنی به راحتی بتوانیم برای مشاهده تنوع محصولات، ثبت سفارش خرید، و خدمات پس از فروش یا آنها در تماس باشیم. اینکه یک شرکت وسایت بروز و کاملی داشته باشد، از طریق تلفن به راحتی بتوان با کارشناسان فروشش در ارتباط بود و در شبکه‌های اجتماعی حضور فعال داشته باشد خیال شما را بابت این دسترسی‌های همیشگی راحت می‌کند.

مشاوره رایگان

از آنجایی که تنوع محصولات UPVC از نظر جنس، اندازه، رنگ و... بالاست و مراحل نصب آن تخصصی است شما همیشه نیاز دارید قبل از خرید حتما با مشاوران متخصص صحبت کنید، نیازها و شرایط خود را عنوان کنید و اطلاعات مفیدی کسب کنید. سپس بر اساس اطلاعات کاملی که بدست می‌آورید تصمیم بگیرید چه پنجره‌ای برای خانه‌ی شما مناسب‌ترین گزینه است و خریدتان را انجام دهید. پس به یاد داشته باشید شرکتی که به شما مشاوره می‌دهد می‌تواند قابل اعتمادتر از فروشنده‌ای باشد که فقط محصول به شما می‌فروشد.

نصب سریع و بدون دردسر

یکی از کلیدی‌ترین نکته‌ها در خرید پنجره UPVC این است که شرکتی که فروشنده‌ی این محصولات کار نصب درب و پنجره را هم خودش انجام دهد. چون اگر نصب توسط شخص دیگری انجام شود فروشنده همیشه این بهانه را خواهد داشت که بی‌کیفیتی محصولاتش را به پای مراحل ناقص و اشتباه نصب بگذارد و خدمات پس از فروش کاملی به شما ارائه ندهد. ضمن اینکه شما باید بدانید شرکتی که صفر تا صد تعویض شرکتی که به شما را انجام داده و بعد از نصب نیز تا سال‌ها محصولات خود را در منزل شما گارانتی کند.

گارانتی محصول

شرکتی که از درب و پنجره‌ها را از آن می‌خرد با توجه به کیفیت محصول آن را گارانتی می‌کند. دقت کنید این محصولات می‌توانند تا ۲۵ سال بدون مشکل عمر کنند و کیفیت شان را از دست ندهند. حتما کارت گارانتی معتبر در هنگام خرید دریافت کنید و نزد خود نگه دارید تا این اطمینان را داشته باشید که در صورت بروز هر گونه مشکل شرکت فروشنده در خدمت شما خواهد بود.

تمام این موارد جزو سرویس‌ها و ویژگی‌های یکی از معتبرترین و قدیمی‌ترین برندهای پروفیل UPVC ایران، یعنی برند هافمن است. شما می‌توانید علاوه بر اینها با تماس تلفنی با شماره ۱۶۴۴ برای بازدید و مشاوره تخصصی برای تعویض پنجره‌هایتان با آنها در ارتباط باشید. هافمن برندی است که کارشناسان و متخصصان این حوزه آن را توصیه می‌کنند. به قول خودشان هافمن پیشنهاد اهل فن.

دیباچه اقتصاد

دوشنبه ۱۵ دی ماه ۱۳۹۹

صنعت تولید پروفیل UPVC در سال جهش تولید



در سال‌های گذشته تولید که نوسان نوسانات به سمت روی کارخانه‌ها، بیشتر کار آفرینی و آرزوی برای کشور است؛ یکی از صنایعی که در این اهداف موفق عمل کرده صنایع مربوط به تولیدات پروفیل UPVC است. در این صنعت بزرگانی در دنیا فعالیت می‌کنند که از جمله آنها می‌توان به برند هافمن که یک برند ایرانی است، اشاره کرد. هافمن با توجه به ۹ ماه نخست سال جاری یعنی از نیمه تابستان آغاز ساخت و آرزوی برای ایران عزیز داشته‌اند. مجموعاً ۲۵۰ نفر بر دو واحد صنعتی هافمن در ایران مستقر است. این شرکت با توجه به نیازهای مشتریان و با توجه به اینکه هافمن توانسته با کیفیت بالای قطعات و محصولات تولیدی، بیش از ۹۰ درصد رضایت آرزوی دارد.

چاپ ۱۳۹۹ پیش شماره هفدهم پیام هافمن

یکی از بزرگترین تولید کنندگان پروفیل یو پی وی سی در کشور



عارف شیرین صفت
نماینده مونتاز هافمن در البرز

دوماهنامه
فردنی شخصی
مانلی

سال چهارم
پیش شماره هفدهم
دی ۱۳۹۹

تیغچه به مشتریان به کندی انجام میپذیرد، ارسال کالا به علت حجم فروش بالای شرکت طبق درخواست عاملیت انجام نشده و همیشه سفارش عاملیت با کم و کاستی مواجه بوده است و تولید و ارسال پروفیل لمینیت (رنگی) در شرکت هافمن بامشکل مواجه میباشند و درخواست ها یا ارسال نشده و یا خیلی دیر تولید و ارسال میشود

چه پیشنهادهاتی برای بهتر شدن فعالیت هافمن در بعد تولید، خدمات یا فروش دارید؟

متأسفانه عدم ثبات قیمت ارز باعث نابسامانی در سطح فروش میگردد، اشنا نبودن مصرف کننده نهایی با درب و پنجره های یو پی وی سی با کیفیت، باعث سوءاستفاده برخی از تولید کنندگان شرکت های یو پی وی سی و ارائه پروفیل های ارزان قیمت در سطح بازار و نیز عاملی برای سودجویی انبوه سازان در استفاده از محصولات در ساختمان سازی به علت سود بیشتر میگردد. لذا خواهشمند است در راستای تبلیغات رسانه ای یا محیطی در صورت امکان به نکات ریز پنجره های یو پی وی سی اشاره گردد.

قیمت گذاری مناسب در محصول نهایی باعث جذب مشتریان بیشتر میگردد، بی تعهد بودن مونتاز کاران نسبت به برند به علت بالا رفتن قیمت موجب نابسامانی و عدم برنامه ریزی دقیق تر بازار میشود چرا که اکثر مونتاز کاران و یا انبوه سازان بیشتر دنبال منافع شخصی و سود خودشان هستند، استفاده از مواد اولیه مرغوب و همسان بودن قیمت محصول با برند های موجود بازار، بازدید میدانی مدیران و روسای فروش شرکت هافمن از کارگاه ها و عاملیت های فروش استفاده از پیشنهاد ها و انتقادات و تجربیات مشتریان، پایبندی به تعهدات و قرارداد های توافق شده با مشتریان، برپایی جلسات در دوره های سه ماهه یا شش ماهه با نماینده ها و مونتاز کاران نمونه، تأمین به موقع کالا.

برنامه های آتی مجموعه شما برای فعالیت در این صنف چیست؟

اگر عمری باقی بود، افزایش تعداد مشتریان با حمایت های شرکت هافمن و تأمین کالا به صورت انبوه با افزایش سرمایه و بالا بردن سطح علمی و عملی مجموعه خودمان در محدوده و حوزه تعیین شده هستیم.

مصاحبه:

فعالیت شخصی ام از حدود سال ۸۹ در صنعت یو پی وی سی در بخش تولید به عنوان مدیر کارخانه و مدیر فروش در یکی از شرکتهای تولید کننده پروفیل یو پی وی سی میباشد. با شرکت هافمن از تیر ماه به عنوان عاملیت فروش این شرکت با برند های هافمن و وایزر وین در استان البرز مشغول فعالیت هستم.

در حال حاضر چه محصولاتی را در مجموعه خود تولید می کنید؟

به صورت انحصاری محصولات میراب پروفیل عرضه و به فروش میرسد.

بازار فروش و مناطق تحت پوشش نمایندگی شما کدام مناطق است؟

حوزه فعالیت عاملیت فقط استان البرز میباشد.

چه امتیازاتی در مجموعه هافمن وجود داشت که شما را به همکاری دراز مدت با این مجموعه ترغیب کرد؟

بالترین امتیاز هافمن کیفیت خوب، تبلیغات، قیمت مناسب و قابل رقابت با رقبا و استفاده از ماشین الات روز دنیا در تولید، سازگار بودن با دمای هوای ایران چه در نقاط سردسیر و در نقاط گرمسیر

آیا از خدمات و پشتیبانی هافمن طی مدت همکاری رضایت دارید؟

با توجه به نام شرکت هافمن و تبلیغات گسترده ای که در عرصه رسانه ملی و محیطی توسط توسط شرکت میراب پروفیل انجام میشود بازدید کارشناسان فنی در صورت درخواست جهت بازدید از کارگاه های مشتریان این مجموعه در اسرع وقت انجام میپذیرد، ولی به خاطر پوست اندازی شرکت و بزرگ شدن مجموعه ایراداتی نیز وجود دارد به عنوان مثال تأمین و ارسال



وايِرر وين

Wisser Win

UPVC PROFILE PRODUCER



ضمانت ۱۰ ساله با بیمه نامه بیمه کار آفرین

HOFMANN

UPVC PROFILE PRODUCER



low Maintenance



Sound insulation



Save Energy



elegant looks



Prevent dust buildup



Storm resistant



insulation against pollution



Weather resistant

☎ 1644

هافمن پیشنهاد اهل خن

www.hofmannprofile.com

@hofmannprofile t.me/hofmannprofile

دفتر مرکزی: تهران - سعادت آباد - میدان کاج - فیابان نهم - پلاک ۱۸
 کد پستی: ۱۹۹۸۷۱۳۶۴۱
 تلفن: ۰۲۱ ۷۹۱۳۲
 کارخانه شماره ۱: تبریز، شهرک صنعتی سرمایه گذاری فارمی، فیابان آسیای ۲
 کد پستی: ۵۱۸۹۱۵۳۱۷۴
 تلفن: ۰۴۱ ۳۱۱۶
 کارخانه شماره ۲: شهرکرد، شهرک صنعتی شهرکرد، فیابان کوشش غربی
 کد پستی: ۸۸۱۳۶۵۵۸۳۵
 تلفن سراسری: ۱۶۴۴