

عبد العزيز سعد العنزي:
التحول لإمبراطورية متكاملة في المشاريع الصغيرة والمتوسطة

الاسم:	عبد العزيز سعد العنزي
الوضع العائلي:	متزوج
تاريخ الميلاد:	1985/12/15
التخصص:	محاسبة/ إدارة أعمال جامعة الأكاديمية الحديثة، مصر.
العلامات التجارية:	Fabric, Juice ,Joe's, Love, Choco Queen, Joseph
القطاع:	تجزئة (Retail) (الأغذية والمشروبات) (Food and Beverage)

إذا كنت ترغب في اختصار تجربة عبد العزيز سعد العنزي وابن عمه محمد العنزي من حيث الفترة الزمنية، وشركتهما وقصتهما في عالم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، يمكنك القول بعبارات قليلة أنها قصة شابين طموحين بدأ بمشروع مصبغة لتنظيف الملابس ومرا بعدة تجارب في قطاع المطاعم وخلال سنوات قليلة باتا يتحدثان بواقعية تامة عن توجه للتحويل إلى إمبراطورية متعددة الأنشطة والخدمات، حدودها الجغرافية على وشك تجاوز الكويت إلى دبي وصولاً إلى لندن، وإن سألت عبد العزيز العنزي عن سر إكسبير نجاح هذه التجربة أتت الإجابة إلى جانب المثابرة والمتابعة والتأني، العنصر الأهم وهو العمل على خلق ثقافة جديدة في أي مشروع، ومتابعته وملازمته في أدق تفاصيله في مراحل نجاحه أكثر مما هو عليه الأمر في مراحل ما بعد تأسيسه، هذه الأفكار التي تبدو عامة لا بد وأن تصبح أكثر جاذبية عندما يعي المتابع بأن درب الثنائي العنزي لم يكن مفروشاً بالورود وقد اختبارا عدم النجاح في أكثر من مشروع، فكان ذلك محطة لاستنتاج العديد من الدروس والعبر المهمة.

ما إن انتهى من دراسته الثانوية، فضل عبد العنزي اعتماد خيار "الانتساب" (Distance Learning) في مرحلته دراسته الجامعية على السفر للدراسة في أميركا، ويكمن عنصر المفاضلة بين الخيارين لرغبته في اكتساب الخبرة في الحياة العملية، وبالفعل فقد أتاح له هذا التوجه الانضمام باكراً إلى شركة "إبصار" القابضة المتخصصة في مجال الإعلام تمهيداً لاكتساب الخبرة الكافية والانتقال فيما بعد إلى العمل الحر وتحديداً في للعمل في قطاع التجزئة (Retail Business) مشيراً إلى أن اختيار لهذا القطاع أتى بالنظر إلى شغفه الشخصي به وبالعلامات التجارية المحلية والعالمية وكونه يمثل نمط حياة، وأيضاً لكونه يرى فيه في أنه يوفر فرصاً للابتكار والإبداع.

Juice Bar و Fabric

لم يطل الأمر بالعنزي أكثر من عامين على بدء مشروعه بعد تجاوزه مرحلة الثانوية، إذ افتتح بالشراكة مع ابن عمه محمد العنزي مصبغة للملابس تحت اسم العلامة (Fabric)، ولم يكن عمره يتجاوز سن الواحد والعشرين، وقد استفادا من محفظة البنك الصناعي لتوفير تمويل بقيمة 18 ألف دينار من إجمالي رأس مال البالغ 70 ألف دينار، وقد بدأ المشروع نشاطه التشغيلي في شهر فبراير من العام 2009، علماً أن جهود أبناء العم قد بدأت قبل نحو عام على ذلك، وهنا تستنتج بأن العنزي لا يود التوقف عن التحديات التي واجهته إلى جانب شريكه على مستوى إتمام الإجراءات الرسمية والدورة المستندية، "عملنا ليلاً نهاراً حتى بصفة مناديب (مندوب)، كما يقول، ثم يردف قائلاً: "... لكن من يريد بلوغه هدفه لا يفترض به التوقف عند هذه التحديات". في المحصلة مضت فترة وجيزة بدأ فيها الثنائي الشريك بجني ثمره جهودهما، حيث جرى تشغيلها وفقاً لنموذج مختلف عما هو سائد في السوق، فضمت فرعين إلى جانب مغسل مركزي، وجرى

تأسيس مركز خدمات اتصال خاض فيها لخدمة العملاء إلى جانب إعداد ممر للسيارات من حولها (Drive Through) يخول العميل استلام وتسليم ملابسه دون الخروج من السيارة. شكل النجاح في مشروع Fabric حافظاً لدى الثنائي العنزي لمواصلة مسيرتها في مجال المشاريع الصغيرة والمتوسطة، وهذه المرة قررا التحول نحو قطاع الأغذية والمشروبات من خلال افتتاح نموذج محلي لمحل متخصص في مجال العصائر، هنا يقول العنزي: " كان هذا المشروع عبارة عن جس نبض لقطاع المأكولات والمشروبات والعمل على تقييم التجربة والاستفادة منها مشيراً إلى أن النموذج شهد إقبالاً مهماً، فضم فيما بعد فرعين، والأهم أن بدء هذا المشروع اتى هذه المرة مستنداً إلى الإيرادات المحققة من مشروع Fabric دون الاستعانة بأي مصدر تمويل خارجي.

دروس وعبر

في خضم تلك النجاحات التي اختبرها الثنائي العنزي، سعياً إلى التوسع في مجال المشاريع ذات الصلة بالأغذية والمطاعم، عندما اتجاها لافتتاح مطعم يقدم المأكولات الكويتية، وعلى الرغم من المعايير العالية التي جرى على أساسها تنفيذ المشروع، إلا أنه لم يكتب له التوفيق، ربما تتفاجأ بالعنزي يقول: " الحمد لله أنه لم ينجح!"، أما مبرر ذلك فهو أن هذا المشروع كان سيقلب توجهات العنزي وشريكه لو كتب له النجاح، "لم نكن لنكون ما نحن عليه لو نجحنا في ذلك المشروع"، وعاد الواقع ليكرر عند افتتاح مشروع مطعم آخر، دون أن يعني ذلك أن يحد من عزيمة الشريكين، ويضيف العنزي: " كانت تلك التجربة خلاصة مجموعة من الدروس والعبر التي تهم سائر المبادرين والتي يلخصها بالآتي: عدم الدخول في أي مشروع إلا بعد دراسات وافية كافية تضمن نجاحه من حيث التوقيت المناسب للبدء به، توجيهه للشريحة المناسبة، أما العنصر الأهم في هذه التجربة فتتمثل برأيه في التآني وعدم التسرع في اتخاذ القرارات.

Joe's و Joseph النقلة النوعية

مع التمرس والنجاح الذي اختبره الثنائي العنزي في مجال قطاع الأغذية والمشروبات، عادت لتساور عبد العزيز ذكرياته اللندنية إلى مطعم Joe's في عاصمة الضباب، إذ خلال فترة من فترات مراحل تمرسه في المجال العلمي، تردد عدة مرات على ذلك المطعم، وهناك ولدت فكرة استقطاب هذا النموذج إلى الكويت عن طريق الوكالة، وفي ظل مرحلة النضوج التي بلغ الشريكان على المستوى العملي، قرر العنزي إيقاظ ذكرياته السابقة وتحويلها لنموذج قائم، وهنا يقول: " ما لبثنا أن راسلنا الشركة المسؤولة، بطبيعة الحال بشكل السعي لاستقطاب وكالة أجنبية تحدي، إذ غالباً ما تتطلب الشركات المالكة سيرة حافلة للشركات الراغبة في الحصول على وكالتها"، رغم كل ذلك كانت السيرة الذاتية لشركة أوريون الكويت (Orion Kuwait) الحاضنة للمشاريع الثنائي العنزي كافية لإقناع الشركة الإنكليزية بالحصول على وكالة Joe's، فاختير مكاناً مميزاً لها في منطقة برستيخ في مجمع الأفنيوز، وبالتزامن جرى افتتاح محل Joseph المتخصص في مجال الملابس النسائية.

Love و Choco Queen نماذج جديدة

في مؤشر على أن دورة العمل لدى الثنائي العنزي تسير بلا هوادة، وفي الوقت الذي كان يتم العمل فيه على الانتهاء من الإجراءات ذات الصلة بمطعم Joe's، لم يشأ الشريكان أن يمر الوقت دون عمل، وخلال تلك الفترة التي تضمنت الكثير من الانتظار لم يجلسا مكتوفي الأيدي، إذ عملا على إعداد سبعة نماذج لمشاريع جديدة مع الدراسات الخاصة بها وجميعها أصبحت ضمن ملفات جاهزة من ناحية جميع العناصر ولكن غير منفذة، ولعل من أهم هذه المشاريع التي جرى وضعها على سكة التنفيذ كانت مطعم جديد تحت اسم Love، وهو متواجد من خلال فرعين ويتم العمل على مضاعفة هذا العدد، والتجربة نفسها تنطبق على مشروع آخر تحت اسم Choco Queen والذي وضعت له خطة واضحة لافتتاح مزيد من الفروع الخاصة به.

تكريس وصناعة ثقافة جديدة

وأنت تحاور عبد العزيز العنزي يستوقفك حديثه المتكرر عن "صناعة ثقافة جديدة" في كافة المشاريع التي يجري افتتاحه، يذهب بك إلى عناصر قلما يحسب صاحب أي مشروع حسابها فيقول: "لدينا رغبة في تكريس ثقافة جديدة في كافة مشاريعنا وتحقيق قيمة مضافة حقيقية، حتى نريد أن يتلمس مرتادو المطاعم ومشاريعنا بصفة عامة، بأن المكان يمثلهم مشيراً إلى الدافع الأهم وراء تكريس هذا المفهوم يعود في الحقيقة إلى خصوصية المستهلك الكويتي الذي يتميز بحس عال ومرهف وبالتالي من الصعب إرضاءه قبل أن يخلص إلى القول: "نحن نعتقد في أوريون الكويت ومن خلال مشاريعنا كرسنا مفهوم عنصر الروعة أو ما يعرف بالـ(Wow Factor).

إمبراطورية مترامية

لا تقف طموحات العنزي عند حدود معينة، بل يبدو واضحاً أنه يسير وشريكه وفقاً لخطة واضحة المعالم منذ سنوات وهي ممتدة إلى الأعوام القادمة، إذ يجري التخطيط لتطوير نموذج عمل جديد، يحمل الاسم Love أيضاً ويستفيد من النشاطات المختلفة في مجال التجزئة والمطاعم المنضوية تحت مظلة "أوريون الكويت"، وذلك إلى جانب وجود خطة للتوسع الجغرافي بهذه العلامات التجارية المختلفة إلى حدود واسعة تبدأ من دبي ولا تنتهي في لندن.

شراكة نموذجية

لا بد وأنت تتابع تجربة الثنائي العنزي أن تتوقف وتتساءل عن مقومات نجاح الشراكة وأهميتها في مجال المشاريع الصغيرة والمتوسطة، لا سيما إذا ما أخذنا بالحسبان بأنه كان هناك شراكات وراء إغلاق مشاريع صغيرة ومتوسطة وفشلها عوضاً أن تكون عنصراً من عناصر نجاحها، يجيب العنزي قائلاً: "أي شراكة يجب أن تقوم على أسس رؤية واضحة، حتى أن يكون فضها والانتهاؤها منها وفق أسس متفق عليها منذ البداية، ومن العناصر الأخرى أهمية تقسيم المسؤوليات وفقاً لقدرات وتوجهات كل شخص على حد معتبراً أن تلك الشراكة بينه وبين ابن عمه هي بمثابة تكامل في العمل ويضيف أن كافة القرارات المشتركة تأتي على أسس حوار شفاف يعبر فيه كل واحد رأيه...