

## فازو” هدايا من .. عصاره الكتب على قصاصات ملونة“

فازو” ليس مجرد مشروع تجاري، بل يحمل في فحواه فكرة عميقة، تركز على القراءة، وتحويل عبارات الكتب إلى هدايا جميلة، فيها العبرة والحكمة وحلو الكلام، يتهاداها الأصدقاء بحب، موضوعه داخل ذلك الوعاء الزجاجي، بألوان قصاصاته المميزة والمفعمة بالحياة، وكأنها قوس قزح يصل بين صديقين، فيزيد من متانة العلاقة الإنسانية.

### تجارب

صاحبة المشروع هي “إسراء عمر بن عاشور”، طالبة بكلية طب الأسنان، خاضت العديد من المجالات رغم صغر سنها، فكانت لها تجربة في إنشاء تطبيق الكتروني ولم يكتمل بعد، إلى جانب اهتمامها بمجال التنمية البشرية، وانضمامها إلى فريق “نادي التنمية البشرية”، وشغلها منصب نائب الفريق، ومشاركتها في عديد المحافل والفعاليات، كما أنها عملت ضمن فريق المناظرات، ومؤخرًا طرقت باب الإعلام، فخاضت تجربة التقديم الإذاعي.

### بساطة وأناقة

تقول إسراء بن عاشور: “إن الفكرة ببساطة شديدة جاءت محض الصدفة”، ففي عيد ميلاد صديقتها لم تجد ما تهديها، نظرًا لعدم امتلاكها المال الكافي في تلك الفترة.

فكرت “إسراء” في عمل شيء مميز بيديها، فوجدت عددًا من القصاصات الورقية الملونة في مكتبتها الصغيرة، وبرطمانًا زجاجيًا (فازو)، فكتبت على القصاصات بعض العبارات، ووضعتها بطريقة اسطوانية داخل البرطمان الزجاجي، ومن ثم قامت بتغليفها

فكان شكل الهدية مميزًا، ونال إعجاب صديقتها وبقية الحضور كثيرًا، وانهارت عليها الأسئلة عن مكان بيع (الفازو)، ومن هنا جاءت فكرة المشروع

### خطوات جادة

بدأت صاحبة المشروع في اتخاذ خطوات جادة، فأجرت دراسة سريعة للتكلفة، وبحثت عما إذا كانت هناك مشاريع مشابهه، فوجدت أن الأمر غير متداول، وأغلب المشاريع تركز على بيع وتغليف الهدايا

ثم شرعت في التنفيذ عبر وسطها الضيق من أصدقاء وأقارب، ووضعت سعرًا مناسبًا وفي متناول الجميع، إذ لا يتجاوز الـ20 دينارًا للحجم الكبير، المملوء بقصاصات مكتوب عليها عبارات منتقاة بشكل عشوائي

أما البرطمانات التي تحتوي قصاصاتها على عبارات من كتاب معين، فأسعارها تصل إلى 35 دينارًا، أي أن الأمر يتوقف على سعر الكتاب عند شرائه من المكتبة.



## الترويج والتسويق

وبالسؤال حول أيهما تفضل التسويق الإلكتروني، أو فتح محل خاص بها، قالت بن عاشور: (بطبيعة الحال أنا أفضل التسويق الإلكتروني، فهو أفضل من ناحية الدعاية والترويج)، لأن



أغلب الناس متواجدة بشكل يومي على السوشيال ميديا، بعكس المحل الذي يحتاج إلى إقناع الزبائن بالمنتج، بينما في مواقع التواصل وعبر إعلان ممول، يصل الترويج إلى أعداد كبيرة، فيوفر مسألة الحديث والإقناع المباشر، ويصل للفئة المستهدفة على أكبر نطاق

وأضافت: (حاليًا مع خدمة التوصيل أصبحت الأمور أكثر سهولة ويسرًا، وفي حال كبر المشروع واحتاج لتخصيص محل، سأفعل.. تضحك وتقول: (علاش لا)

ورأت إسراء، أنها لازالت حتى الآن، في طور الترويج من خلال الصفحة، حتى تستقطب أكبر عدد، وأنها تسير في خطوات جيدة جدًا، فعدد الطلبات في تزايد

## فن ورسالة

اللافت للنظر في هذا المشروع، هو اهتمامه بجانب الثقافة، ففي زمن قلّت فيه القراءة ولم يعد للكتاب مكان، جاء ليجمع بين شغف وتتيم صاحبة المشروع بالكتب، وحبها للاستقلالية، وخلق فضاء تجاري خاص بها، وإثبات ذاتها من خلاله، فكانت النتيجة "فازّو"