

Κινήσεις ανάπτυξης σε Ελλάδα και εξωτερικά δρομολογεί Παπουτσίνης, η οποία προχωρά σε σημαντικά βήματα ενίσχυσης της εξωστρέφειας της.

Όπως ανέφεραν σε χθεσινή συνέντευξη με δημοσιογράφους ο Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας Μιχάλης Παναγής και ο εκτελεστικός αντιπρόεδρος της Μενέλαος Τασπούλος στόχος είναι το ισόζυγιο εγχώριων πωλήσεων και εξαγωγών της Παπουτσίνης να ανθίσει σταδιακά στο 50%-50% σε σχέση με το 60%-40%, που είναι σήμερα. Συγκεκριμένα, στην χρήση του 2018 οι εξαγωγές της Παπουτσίνης ενισχύθηκαν περαιτέρω κατά 24% και ανήλθαν σε 10 εκατ. ευρώ, αντιπροσωπεύοντας ποσοστό 41% του συνολικού κύκλου εργασιών.

Βασικός στόχος είναι η περαιτέρω ανάπτυξη στην αγορά των ΗΠΑ όπου η Παπουτσίνης διαθέτει παρουσία σε περίπου 400 ανεξάρτητα φαρμακεία του δικτύου της Windmill Health Products, αλλά αφενός θύει να τα διπλασιάσει αφετέρου εξετάζει την πιθανότητα εισόδου και σε άλλα κανάλια. Ακόμη για την Παπουτσίνης που διαθέτει ήδη παρουσία σε 25 χώρες σε όλο τον κόσμο ενδιαφέρον ανάπτυξης υπάρχει και για αγορές όπως ο Καναδάς και η Κορέα αλλά και συγκεκριμένες χώρες της Ευρώπης.

Φυσικά σημαντικό παράμετρος στην περαιτέρω ανάπτυξη της εξωστρέφειας της εταιρείας είναι και η πρόσφατη στρατηγική συνεργασία με την πολωνική σαπυνοποιία Betasop, που όπως ανέφεραν οι άνθρωποι της Παπουτσίνης θα αρχίσει να επιδεικνύει αποτελέσματα στην επόμενη διετία και θα συνδράμει την προσπάθεια της ελληνικής επιχείρησης να διεισδύσει στην αγορά καλλυντικών της Ρωσίας και της Κοινοπολιτείας Ανεξάρτητων Κρατών (ΚΑΚ/СIS).

Σημειώνεται πως γενικότερα η Παπουτσίνης αναμένει διψήφιο ποσοστό ανάπτυξης του κύκλου εργασιών κατά την τρέχουσα χρήση και ανάπτυξη και στους τώσρεις τομείς δραστηριότητας της εταιρείας, με ενίσχυση των επενυμών προϊόντων, αξίηση των εξαγωγών ξενοδοχειακών προϊόντων και στόχευση σε νέες αγορές και συνεργασίες. Το επενδυτικό της πλάνο για το 2019 θα κυμανθεί περίπου 1,2 εκατ. ευρώ, μειωμένο σε σχέση με τα 2 εκατ. ευρώ ετησίως, της προηγούμενης διετίας αλλά είναι προκείμενα συγκεκριμένα ειδικά projects θα αυξηθεί.

Σχόλια για Relaunching

Επίσης, Relaunching για την σειρά προϊόντων Aromatics σχεδιάζει προς το τέλος του έτους η Παπουτσίνης, με τον Διευθύνοντα Σύμβουλο της εταιρείας Μιχάλη Παναγή να αναφέρει αφενός πως έχουν ήδη γίνει κλίποιες πρώτες επαφές σε αναζήτηση του κατάλληλου συνεργάτη για το project αφετέρου ότι το εν λόγω rebranding θα αποτελέσει το πρώτο βήμα και, μάλιστα, το «πρώτο» και για άλλες ανάλογες κινήσεις στην συνέχεια.

Η Παπουτσίνης, γενικότερα, σχεδιάζει την ενδочυση της κατηγορίας επώνυμων προϊόντων (Olivia, Karavaki, Natura, Aromatics κ.λπ.), τόσο μέσω της επέκτασης της προϊοντικής γκάμας και της προώθησης των υφιστάμενων εμπορικών σημάτων της, όσο και με το λανσάρισμα νέων εμπορικών σημάτων. Όπως σημείωσε ο κ. Παναγής σκλή της εταιρείας είναι να προχωρήσει σε κινήσεις που θα βοηθήσουν τα brands να έχουν μεγαλύτερη ανταπόκριση με το σύγχρονο lifestyle και να προσεγγίσουν με πιο αποτελεσματικό τρόπο το νεότερο σε ηλικία κοινό. Σημείωσε, επίσης, πως σκλή της εταιρείας είναι να αναδείξει και να αξιοποιήσει όσο το δυνατόν περισσότερο το σήμα «Καραβίκι» που είναι ταυτισμένο σαν ονομασία με την Παπουτσίνης και την ελληνικότητα της εταιρείας ενσώφωνα με σχετικές φρενές, διατηρητέακμή σημαντική awareness.

Επίσης, ο κ. Παναγής σημείωσε πως επέδωξη της Παπουτσίνης είναι να παρουσιάσει δυναμικές καμπάνιες που θα δώσουν και σημαντική βήρος στο digital marketing, ενσώφονε, επίσης, πως σχεδιάζει να επενδύσει περισσότερο στο πλαίσιο αυτό της νέας στρατηγικής στην επικοινωνία.

Αξίζει να σημειωθεί πως στα τέλη του 2018 η Παπουτσίνης παρουσίασε την νέα σειράς περιποίησης μαλλιών υπό το νέο σήμα HAIRCHIC, για την υποστήριξη της οποίας, υλοποιείται ήδη ολοκληρωμένο πρόγραμμα επικοινωνίας με την υπογραφή της Magnet.