

Pro Pac w rękach Euro-Zoo

O rozpoczęciu dystrybucji marek Pro Pac, Sportmix oraz Earthborn Holistic, podaży w segmencie karm suchych dla psów i kotów oraz o zagadnieniach związanych z budowaniem wizerunku nowego produktu, z **Adamem Koszowskim, prezesem firmy Euro-Zoo Sp. z o.o.,**

ROZMAWIA PAULINA WASILUK



ADAM KOSZOWSKI

PAULINA WASILUK: W ostatnim czasie Euro-Zoo poszerzyło portfolio produktowe o trzy nowe marki. Czy firmie skupiającej tak potężną liczbę pozycji asortymentowych nadal potrzebne są kolejne indeksy w systemie?

ADAM KOSZOWSKI: Na początku maja oficjalnie staliśmy się wyłącznym dystrybutorem marek Pro Pac, Sportmix oraz Earthborn Holistic na terenie naszego kraju. Oczywiście nie jest to przypadek, tylko wynik zaplanowanych wcześniej działań. Pomyśl, aby nawiązać współpracę z liczącym się na rynkach światowych producentem karm suchych dla psów i kotów, miał zrównoważyć nasze portfolio produktowe, w którym

brakowało silnej oferty w tym segmencie. W efekcie tego w naszej ofercie znalazły się m.in. produkty firmy Morando. Po tym, jak zakończyliśmy współpracę z producentem karm Hill's, skupiliśmy się na znalezieniu silnego, znanego i ogólnie dostępnego brandu. Poszukiwania odpowiedniej marki trochę trwały, ale zakończyły się nawiązaniem współpracy z amerykańskim producentem – Midwestern Pet Foods.

Firma Midwestern Pet Foods słynie ze swojego przywiązania do wyjątkowej jakości produktów...

Tak! Midwestern Pet Foods to firma prywatna istniejąca na rynku od 1926 roku, a jej produkty znane są w ponad

75 krajach świata. Jednak cała produkcja odbywa się nadal wyłącznie w Stanach Zjednoczonych przy wykorzystaniu tamtejszych naturalnych składników. Właściciele firmy kładą szczególny nacisk na jakość oferowanych karm, dlatego większość nakładów finansowych inwestują właśnie w produkcję i produkty. Mniej natomiast koncentrują się na globalnym marketingu, pozostawiając ten obszar wiedzy i doświadczeniu dystrybutorów w poszczególnych krajach.

Wnioskuje zatem, że przed pracownikami Euro-Zoo niezwykle intensywny i pracowity czas?

Na pewno czeka nas wiele miesięcy, a następnie lat wytężonej pracy. Choć

karma Pro Pac była wcześniej dystrybuowana w Polsce, jej wizerunek musi zostać zbudowany od nowa, a takie działania wymagają czasu. Podobnie jest w przypadku marek Sportmix oraz Earthborn Holistic, mniej znanych w naszym kraju.

Ale z tego, co wiem, marka Pro Pac jest już znana niektórym detalistom...

Potwierdzają to informacje z rynku sklepów zoologicznych oraz wypowiedzi konsumentów na forach internetowych. Padło tam wiele pozytywnych opinii na jej temat. Świadomość marki zatem jest. Ale nie w skali ogólnopolskiej.

Przechodząc do tematu samych karm, czym marki Pro Pac, Sportmix oraz Earthborn Holistic wyróżnią się na i tak zatłoczonej już półce?

Szeroką ofertą, jakością i konkurencyjną ceną. Pro Pac to seria karm dla psów i kotów reprezentujących jakościowo segment super premium, jednak oferowanych w bardzo konkurencyjnych cenach oraz, co oczywiste, w praktycznie wszystkich wariantach karm bytowych niezbędnych w codziennym żywieniu psów i kotów. Sportmix oferuje karmy z segmentów premium i ekonomicznego, natomiast Earthborn Holistic jest linią karm holistycznych.

Choć na polskim rynku jest miejsce dla nowych graczy, wejście w segment karm dla psów i kotów graniczy wręcz z cudem ze względu na dużą podaż. A przecież konsumenci nie kupią wszystkiego...

Zaistnienie na rynku karm to faktycznie bardzo trudne zadanie, dlatego jednym się to udaje, innym niekoniecznie. Euro-Zoo jest firmą z długoletnią tradycją. Posiadamy zatem nie tylko niezbędne doświadczenie, ale też i pozostałe narzędzia: silnie rozbudowane kontakty, potężne zaplecze logistyczne, zgrany zespół pracowników, sprawdzone metody dystrybucji i opinię solidnego partnera biznesowego. Zabrzmiało to nieskromnie, ale myślę, że z tym wyzwaniem poradzimy sobie równie dobrze, jak z innymi.

W naszym kraju rynek karm super premium kojarzy się z bardzo wysoką ceną. Czy nie obawia się Pan, że Pro Pac jako karma z tej właśnie półki będzie omijana szerokim łukiem przez klientów?

Polska to specyficzny kraj, gdzie faktycznie segment karm super premium kojarzy się przede wszystkim z wysoką ceną. Inaczej jest za granicą. Tam mówi

się o rynku super premium w kontekście najwyższej jakości produktu, a cena jest pochodną tej jakości. Ale wracając do pytania, nie, nie obawiam się. Pro Pac jest bardzo konkurencyjnym produktem i wśród innych karm super premium wyróżnia się nieco niższą ceną przy zachowaniu niezmiennie najwyższej jakości.

Marki Pro Pac i Sportmix można określić jako tradycyjne. Mają bowiem tradycyjny skład, podział na poszczególne kategorie, mają także tradycyjne opakowanie i jasny przekaz. Zupełnie inaczej jest w przypadku marki Earthborn Holistic. Czym zatem zaskarbi sobie ona uznanie polskiego konsumenta?

Za oceanem karmy holistyczne powstały w odpowiedzi na oczekiwania konsumentów, którzy chcieli dla swoich zwierząt produktów pozbawionych np. mięsa albo zbóż. Te składniki zastąpiono więc warzywami czy rybami. Według badań przeprowadzonych przez naukowców, pierwotnym mięsożercą jest kot, pies stał się nim na skutek długotrwałego procesu udamawiania. W Stanach Zjednoczonych dobrze sprzedających się marek holistycznych jest kilkadziesiąt. Jak widać, tam ten trend rozwija się bardzo dynamicznie. W Europie i Polsce moda na karmy holistyczne dopiero raczkuje. Ale przyjdzie czas i na nią. My wówczas będziemy mieć ją w swojej ofercie.

Nawiązanie trwałej współpracy z detalistami zainteresowanymi nowymi markami jest obecnie dla Euro-Zoo najważniejsze. Jakie narzędzia wykorzystuje firma podczas promocji?

Ze względu na ogromną konkurencję w segmencie karm dla psów i kotów działania promocyjne będziemy prowadzić wielotorowo w bardzo długiej perspektywie czasowej. Rozpoczniemy wraz z pierwszym zatowarowaniem sklepów od promocji inicjacyjnej. Przygotowaliśmy atrakcyjne pakiety startowe i bonusy dla klientów, które będą przyznawane indywidualnie w zależności od zamówień. Nowym markom będą także towarzyszyły liczne gadzety przeznaczone dla klientów ostatecznych, które ułatwią późniejszą odsprzedaż. Planujemy również konkurs dla sklepów zoologicznych pod hasłem „Szalone nagrody” z karmami Pro Pac w roli głównej. Nowe marki pojawią się też zapewne na targach i krajowych wystawach. A to dopiero początek działań. Na początku jesieni rozpoczną się kolejne akcje. Właśnie ruszyła nasza nowa strona internetowa www.euro-zoo.com.pl, na którą przy

tej okazji serdecznie zapraszam. Stronę wyposażyliśmy w nowoczesne narzędzia promocji oraz komunikacji z klientami naszej firmy, a także w rozbudowane sekcje poświęcone kluczowym markom. Będzie ona oczywiście powiązana z portalami społecznościowymi, najważniejszymi mediami branżowymi i konsumenckimi. Znajdą się tam szczegółowe informacje na temat marek Pro Pac, Sportmix oraz Earthborn Holistic.

Promocja marki Pro Pac zapowiada się niezwykle interesująco, ale gdzie w tym wszystkim budowanie wizerunku dwóch pozostałych marek?

Import produktów z dalekich Stanów Zjednoczonych, a także budowanie wizerunku marki na polskim gruncie to poważne przedsięwzięcie wymagające od nas, jako dystrybutora, szczególnego przygotowania. Dlatego w pierwszej kolejności pragniemy skupić się na promocji marek Pro Pac i Sportmix oferujących karmy, które są już dostępne dla klientów. Następnie zajmiemy się karmami dla kotów, przysmakami, które również są obecne w ofercie, oraz marką Earthborn Holistic.

A nie prościej byłoby sprowadzać produkty z kraju położonego gdzieś bliżej?

Może i tak. Ale Euro-Zoo nie boi się wyzwań. Zresztą od lat dystrybuujemy marki sprowadzane z różnych odległych części świata, co wbrew pozorom nie jest łatwym formalnie i logistycznie przedsięwzięciem. Mogę zagwarantować, że i w tym przypadku płynność dostaw, a więc dostępność produktów w sprzedaży, będzie zachowana.

Czy, porównując współpracę z firmą Midwestern Pet Foods i innymi dotychczasowymi kontrahentami, można już mówić o różnicach wynikających z zawarcia umowy akurat z tym producentem?

Zarówno cała logistyka, jak i działania promocyjno-reklamowe, mające na celu budowanie wizerunku nowych marek, są zdecydowanie inne. Niewątpliwą zaletą współpracy z firmą Midwestern Pet Foods jest to, że producent pozostawia nam dużą swobodę działania. Nie narzuca określonej linii marketingowej czy ogólnie ustalonej strategii. Midwestern Pet Foods wychodzi z założenia, że każdy dystrybutor najlepiej zna swój rynek. Tak więc od nas zależy, czy karmy zdobędą uznanie klientów, oczywiście producent odpowiada za ich gwarantowaną jakość. ◀