

# Polsko-Austriacka Inicjatywa Współpracy Gospodarczej

## Polskie kosmetyki RESIBO w Austrii

2018-11-25



Małgorzata Kawalec, Export Key Account Manager: "Resibo jest marką, która stawia pierwsze kroki na rynkach zagranicznych, ale są to kroki milowe, ponieważ skupiamy się na wyselekcjonowaniu odpowiednich partnerów i kanałów dystrybucyjnych, którzy będą odpowiednio postrzegali i budowali wraz z nami nasz brand. Nasza strategia eksportowa stawia niekoniecznie na liczbę rynków, co w postrzeganiu „biznesowo-zarobkowym” brzmi może absurdalnie, ale przede wszystkim stawiamy na jakość współpracy z partnerami, sposób prezentacji i wspólne działania nad rozpoznawalnością Resibo".

Istotne jest także odpowiednie przygotowanie do wprowadzenia brandu na rynek, ponieważ nie zależy nam na wystaniu towaru do klienta i już... Ważna jest edukacja i świadomość, dlaczego warto sięgnąć po nasze produkty, jaka jest nasza filozofia i dlaczego wprowadzamy taki a nie inny produkt. Między innymi dlatego niejednokrotnie zajmuje to dłużej, ale stawiamy na współpracę długofalową, która wymaga odpowiedniego przygotowania i indywidualnego podejścia, więc czas jest tu pojęciem względnym. Nasze wartości i podejście do współpracy ceni wielu partnerów z różnych krajów, są otwarci i gotowi do działania, dlatego też w ostatnich miesiącach rozpoczęliśmy współpracę z kilkoma dystrybutorami. Rynki, które właśnie rozwijamy, to Niemcy, które jak wiadomo, są kolebką naturalnej pielęgnacji, gdzie eko i bio brandy królują od lat, dlatego też wraz z naszym dystrybutorem mamy niestandardowy plan działania i podkreślamy korzyści oraz efektywność produktów Resibo.

Z kręgu niemieckojęzycznego współpracujemy z partnerem z Austrii, gdzie właśnie dostosowujemy różne rodzaje ekspozycji do konkretnych partnerów, również mocno skupiając się na silnych w Austrii trendach naturalnych i eko. Kolejnym rynkiem, z którym rozpoczynamy współpracę, są Włochy, gdzie również nie obraliśmy sobie lekkiej drogi, ponieważ jak wiadomo, włoski rynek kosmetyczny jest ogromny, ale także wysoce zróżnicowany i niestety, czasem bardzo kapryśny dla nowych marek kosmetycznych.

Długi proces selekcji partnera oraz negocjacje planów marketingowo-sprzedażowych spowodowały, że jesteśmy przygotowani, aby skraść serca włoskich konsumentów i jeszcze z końcem listopada pojawić się na półkach w sklepach. Z europejskiego sąsiedztwa jeszcze dojdzie nam wkrótce kilka rynków, o których chętnie opowiem przy następnej okazji, pewnie za jakieś 3 miesiące.

Jeśli chodzi o rynki poza UE – Resibo cieszy się ogromnym powodzeniem, zarówno wizualnym, uznaniem dla designu, jak i docenieniem wysokiej jakości i różnorodności produktów przy jednoczesnym zachowaniu kompaktowej gamy.

Często jednak procedury certyfikacji oraz długi czas wejścia na rynek mogą zniechęcać producentów, ale ponownie – selekcjonując i rozmawiając z odpowiednimi partnerami – sukces Resibo jest już odczuwalny.

Po kilku miesiącach rozmów i działań już za kilkanaście dni produkty będzie można zakupić w Japonii i w Chile.

Już wkrótce dojdzie jeszcze kilka innych rynków, ale nie chcąc wyprzedzać faktów z chęcią o nich opowiem, jak już Resibo będzie tam dostępne.

Narzędzia, które są niewątpliwie pomocne w rozwoju eksportu, to gadatliwi i wiecznie będący w delegacji szef eksportu, pół żartem, pół serio.

Ale prawda jest taka, że mając świetny produkt, najwyższej jakości, dobrze podany i jednocześnie z prawdziwą historią właścicielki nie potrzebujemy więcej niż otwartość do dyskusji, chęć pozyskiwania kontaktów i eksploracji nowych rynków. To już lwią część sukcesu. Wystawianie się na międzynarodowych imprezach targowych, takich jak Cosmoprof, InterCharm, czy Beautyworld Middle East jest wyjątkową okazją do pozyskania nowych kontaktów oraz promocji i budowania polskiego brandu Resibo na arenie międzynarodowej.

Źródło: [wirtualnekosmetyki.pl](http://wirtualnekosmetyki.pl)