Case Study

Companie
Ina Essentials

Țara
Bulgaria

Stimularea cererii

Site web
https://inaessentials.com/

"Ina Essentials" este o afacere de familie, înființată în 1999. Au început prin a cultiva trandafiri şi lavandă. Până în 2007, au avut mari pierderi şi le-a fost foarte teamă. "**Totul s-a schimbat în 2007**, când Bulgaria a intrat în UE şi am reuşit, în sfârşit, să găsim o piaţă pentru produsele noastre. 2013 a fost anul în care am avut în sfârşit un cont bancar pe profit, după ce am început afacerea cu 14 ani mai devreme.", spune Veselina, proprietara companiei.

Astăzi, "Ina Essentials" este un exemplu de succes al unei afaceri de familie. Din 2019, acest brand de familie continuă să se dezvolte. În prezent, îşi desfăşoară activitatea pe 18 pieţe din UE. Oferind suport permanent pentru clienţi, produse şi livrare rapidă în întreaga Europă.

ÎN CE MĂSURĂ PRODUSUL SAU SERVICIUL ESTE INOVATOR? CE LACUNĂ/NEVOIE DE PE PIAȚĂ ACOPERĂ?

"Culturile noastre sunt prelucrate în propria distilerie, iar produsele finale sunt realizate în unitatea noastră de producţie. Acest ciclu închis a fost o necesitate pentru mine, astfel încât să pot rămâne cu numele meu în spatele unui lucru pe care îl văd de la sămânţă până la produsul final. Ceva ce pot folosi cu familia mea acasă şi pe care îl pot oferi celei de-a doua familii a mea - clienţii noştri extraordinari! Toate produsele noastre sunt produse din grădinile noastre, pe care le cultivăm în mod organic."
Produsele lor sunt 100% naturale şi organice, cu ambalaje reciclabile şi netestate pe animale. Astăzi, piaţa produselor organice de îngrijire a pielii se confruntă cu noi provocări, una dintre ele fiind "greenwashing". Multe companii oferă produse "organice" nu pentru că sunt preocupate de sustenabilitate, ci mai mult pentru că este modern şi atrage clienţii. "Ina Essentials" dovedeşte că o mică afacere de familie se poate dezvolta la nivel internaţional, păstrând calitatea producţiei sale.

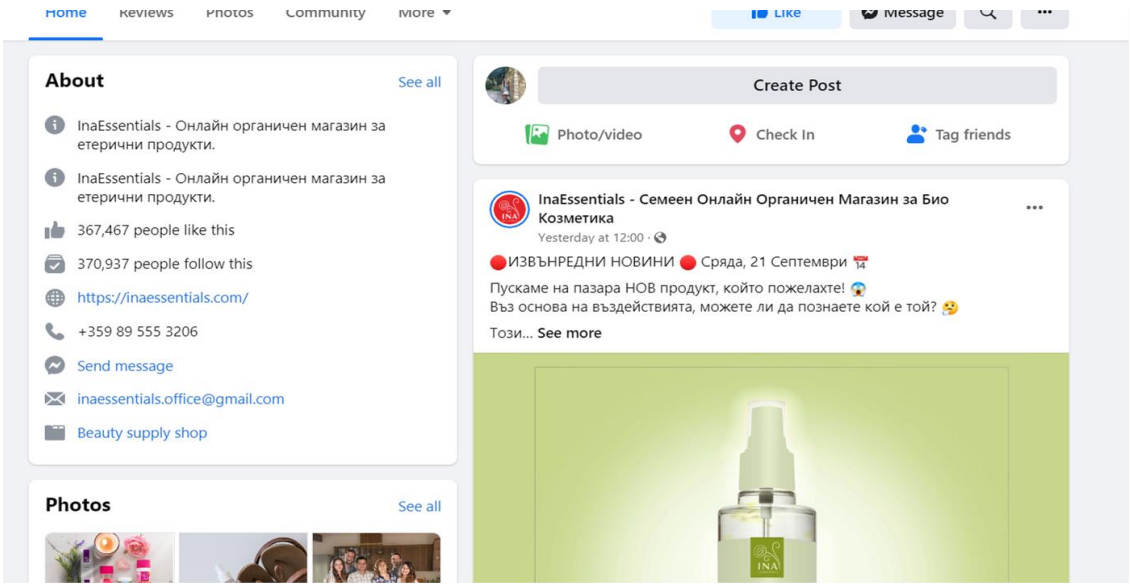
PE CE SE CONCENTREAZĂ CONCEPTUL DE DEZVOLTARE ECONOMICĂ?

- Utilizarea tehnologiilor digitale în fiecare etapă a procesului (de la producţie la comerţul electronic).
- O politică socială puternică (angajarea mai ales a familiilor din rândul minorităţilor)
- Menţinerea listei de ingrediente simple şi organice (majoritatea produselor lor sunt complet naturale, nu conţin aditivi, ceea ce le face perfect potrivite pentru toţi clienţii).
- Construirea încrederii în rândul consumatorilor prin contact direct.
- Utilizarea exclusiv a ambalajelor reciclabile.

CE INSTRUMENTE SUNT UTILIZATE PENTRU A STIMULA CEREREA DIN PARTEA CLIENȚILOR?

- Brandul are un grup ţintă mare, aşa că utilizează diferite instrumente pentru a atrage clienţii: anunţuri sponsorizate pe reţelele de socializare, reclame TV, reclame pe Youtube, interviuri şi comerţ electronic.
- Ei insistă asupra listei de ingrediente şi asupra produselor organice, cultivate în propria fermă.
- Strategia de comunicare a "Ina Essentials" este foarte modernă, ei se concentrează pe implicarea în social media pentru a genera lead-uri.
- Furnizarea de conţinut interactiv (sondaje, jocuri şi cadouri pentru a atrage tot mai mulţi clienţi).
- Rămânând aproape de clienţii lor (deoarece menţinerea interacţiunii cu grupul ţintă joacă un rol important în generarea cererii).
- Stimularea notorietăţii mărcii: furnizarea de informaţii relevante şi educarea grupurilor ţintă pentru a afla mai multe despre produsele lor (producţie, ingrediente, politică socială, povestiri, etc.).
- dovedind valoarea produselor lor prin recenzii ale clienţilor şi fotografii "înainte/după", creând astfel nevoia de a cumpăra.
- Utilizarea conţinutului de marketing video, tradus în diferite limbi pentru piaţa internaţională.

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Pagina de Facebook al "Ina Essentials" are aproape 400 000 de urmăritori.