

DA: – O wysoką jakość dba w naszej firmie bardzo wiele osób. W Dziale Badań i Rozwoju Beaphar pracuje 45 osób. Dzięki temu każdemu produktowi możemy poświęcić wiele czasu i uwagi. Dział pracuje nie tylko nad nowymi produktami – nie zapominamy o tym, że mamy także wiele dobrych produktów, które można jeszcze ulepszyć.

IN-B: – **Podczas ostatnich lat w branży zoologicznej mamy do czynienia z prawdziwą eksplozją nowych trendów, filozofii i rozwiązań. Które trendy – Pana zdaniem – są najsilniejsze i najbardziej znaczące? Jak przekładają się na formuły nowych produktów?**

DA: – Wiele zależy od tego, w kontekście jakich produktów poszukujemy najistotniejszych trendów. Myślę, że najważniejsza jest humanizacja zwierząt. W związku z tym, że zwierzęta są traktowane jak członkowie rodziny i żyją coraz dłużej, największe znaczenie dla klientów ma wysoka jakość produktów i korzyści dla zdrowia zwierząt. Klienci najchętniej wybierają produkty działające kompleksowo na różne przypadłości czy niedobory obecne u zwierząt.

IN-B: – **Czy może Pan wskazać najbardziej interesujący produkt zgodny z trendami, jaki Beaphar wprowadził na rynek?**

DA: – To trudne pytanie. Od wielu lat stawiamy na naturalne składniki i posługujemy się procesem ekstruzji, czego jeszcze wiele firm nie robi. Wszystkie produkty są wysokiej jakości i nie jestem w stanie wybrać tylko jednego. Myślę, że w okresie urlopowym warto zwrócić szczególną uwagę na produkt uspokajający psy i koty np. przed podróżą – obroże feromonowe. Dzięki ich zastosowaniu ustępuje zdenerwowanie, zwierzęta stają się zrelaksowane i spokojne. Ważne jest to, że ten efekt osiągamy w sposób naturalny, a nie chemiczny.

IN-B: – **Jak wprowadzają Państwo nowe produkty na rynki międzynarodowe?**

DA: – Wysoka jakość produktu i dobre opakowanie to klucz do sukcesu na każdym

rynku. Połowa sukcesu to opakowanie, więc dbamy o wszystkie wersje językowe, czasem uwzględniamy lokalne wymagania lub oczekiwania, zdarza się także, że musimy wprowadzić lokalną nazwę lub trochę zmienić styl opakowania. Jeżeli chodzi o powodzenie poszczególnych produktów na lokalnych rynkach, zdajemy się na opinie i obserwacje naszych lokalnych dystrybutorów. Szczególnym przypadkiem są natomiast leki. Ich wprowadzanie wymaga szczególnej staranności. Są kraje, w których mogą być sprzedawane jak każdy inny towar, są też takie, w których muszą być rejestrowane.

IN-B: – **Jaką formę marketingu uważa Pan za najbardziej efektywną w zdobywaniu klientów wśród właścicieli zwierząt towarzyszących?**

DA: – Na lokalnym poziomie najlepiej sprawdzają się promocje konsumenckie. Dla właścicieli zwierząt najważniejsza jest informacja i możliwość rozmowy o zwierzęciu. Z tego względu osobisty kontakt sprawdza się na każdym lokalnym rynku.

IN-B: – **Jakie konsekwencje dla firmy Beaphar ma światowy kryzys gospodarczy?**

DA: – Nie ma oczywiście kraju, w którym kryzys nie byłby odczuwalny. Powiedzmy sobie szczerze – wielki wzrost to przeszłość, ale nie ma powodów do narzekania. Na branżę zoologiczną kryzys wciąż ma bardzo ograniczony wpływ. O większości rynków, na których jesteśmy obecni, można powiedzieć, że są stabilne. Ludzie, mimo kryzysu, stale tak samo dbają o swoje zwierzęta i, podobnie jak w przypadku dzieci, nie oszczędzają na zakupach dla nich.

IN-B: – **Jakie najważniejsze zmiany wprowadziła ostatnio firma Beaphar?**

DA: – Inwestujemy w rozwój linii produkcyjnych wytwarzających asortyment dla małych zwierząt i ptaków.

IN-B: – **Jakie są plany Beaphar na przyszłość?**

DA: – Rozwój sieci dystrybucji w całej Europie – w krajach Unii Europejskiej

Beaphar

Firma założona w Holandii w 1943 roku przez Bernarda Aa i do dziś pozostająca własnością rodzinną.

Swoje produkty eksportuje do 86 krajów na całym świecie i dystrybuje poprzez wyłącznych importerów. W Belgii, Czechach, Francji, Niemczech, Polsce, Szwajcarii, Wielkiej Brytanii, na Węgrzech, we Włoszech i w Hong Kongu działają jej filie dystrybucyjne, stanowiące współwłasność firmy.

Beaphar jest jedną z pierwszych weterynaryjnych firm farmaceutycznych w Holandii, nad którą nadzór sprawuje Ministerstwo Zdrowia Publicznego Holandii.

i w Rosji oraz wprowadzanie nowych produktów i nowych leków.

IN-B: – **Jaka jest Pana opinia o Państwa polskim partnerze – firmie Beaphar Polska?**

DA: – Na to pytanie odpowiedź jest bardzo prosta... Z Adelheid Stopą, prezesem firmy Beaphar Polska sp. z o.o., znamy się od ponad dziesięciu lat. Jest jedną z najlepszych przedsiębiorców, jakich znam. Nie przesadzę, gdy powiem, że z takimi ludźmi życie po prostu jest prostsze, a sukces niemalże gwarantowany! Poza tym Polska to jeden z krajów, na których koncentrujemy się w największym stopniu. Cały region Europy Środkowej zaliczamy do najdynamiczniej rozwijających się rynków, ale Polska zajmuje tu pod względem wzrostu wyjątkowe miejsce. Inne kraje także są dynamiczne, jednak wszystko zależy w nich od decyzji wolniej niż w Polsce.

IN-B: – **Jakiej rady udzieliłby Pan komuś, kto planuje rozpocząć działalność nowej firmy w branży zoologicznej?**

DA: – ... (milczenie i pewne zaskoczenie, uśmiech)

IN-B: – **Czyżby... „Nie zaczynaj...”?**

DA: – Nie, nie, to byłoby niekulturalne i nie w porządku. Poradziłbym: „Skoncentruj się na jakości”.