

AKO NAŠTARTOVAŤ BIZNIS S VÝŽIVOVÝMI DOPLNKAMI V 10 KROKOCH

Očakáva sa, že trh s výživovými doplnkami bude v rokoch 2024 až 2030 rásť s priemernou ročnou mierou rastu 9,1 %*, čo ponúka príležitosti pre začínajúcich podnikateľov aj zabehnuté značky. Preto môže byť rozbehnutie podnikania v oblasti výživových doplnkov výnosným krokom, ak k nemu budete pristupovať systematicky. Preto sme pre vás spísali desať krokov, ktoré vám pomôžu úspešne rozbehnúť podnikanie v oblasti výživových doplnkov.

* Dietary Supplements Market Size, Share & Trend Analysis Report, Grand View Research



KROK 1:

NÁJDITE SVOJU MEDZERU NA TRHU

- Urobte si dôkladný prieskum trhu**, aby ste identifikovali trendy, požiadavky a medzery na trhu, ktoré súčasné produkty dostatočne neriešia. Nástroje ako Google Trends, správy o prieskume trhu a odborné publikácie vám môžu poskytnúť cenné informácie.
- Hoci odporúčame **začať s predajom výživových doplnkov na regionálnej úrovni**, je dobré si už v tomto bode ujasniť ambície s medzinárodnou expanziou.
- Identifikujte kľúčových konkurentov** na trhu a analyzujte ich ponuku produktov, cenové stratégie, marketingové stratégie, ako aj recenzie zákazníkov. To vám pomôže pochopiť, čo na trhu funguje dobre a kde by mohli byť medzery.
- Definujte svoju cieľovú skupinu** na základe veku, pohlavia, výšky príjmu, vzdelania a geografickej polohy. Detailnejšie sa oboznámte s jej životným štýlom, hodnotami a záujmami. Pochopte jej ciele v oblasti zdravého životného štýlu, stravovacie preferencie a špecifické zdravotné problémy.

KROK 2:

VYPRACUJTE SVOJ PODNIKATEĽSKÝ PLÁN

- Predstavte stručný prehľad svojho podnikania** v oblasti výživových doplnkov vrátane vášho poslania, vízie a základných hodnôt. Opíšte svoje krátkodobé a dlhodobé obchodné ciele. Tie môžu zahŕňať konkrétne ciele v oblasti príjmov, ciele v oblasti podielu na trhu alebo časový plán uvedenia produktov na trh.
- Upresnite typy výživových doplnkov, ktoré plánujete predávať, napríklad vitamíny, minerály, bio výživové doplnky alebo proteínový prášok. **Zahrňte podrobné finančné odhady** s uvedením počiatočných nákladov, prevádzkových výdavkov, prognóz príjmov a analýzy rentability.
- Určite potenciálne riziká pre vaše podnikanie** vrátane trhových rizík, legislatívnych rizík a prevádzkových rizík. Vypracujte stratégie na ich minimalizáciu.

KROK 3:

POCHOPTE LEGISLATÍVNE POŽIADAVKY

- Oboznámte sa s právnymi predpismi** špecifickými pre výživové doplnky vo vašom regióne (regiónoch), ako sú predpisy FDA v USA alebo nariadenia EFSA v EÚ.
- Uistite sa, že všetky etikety na produktoch sú v súlade s právnymi požiadavkami.** To zahŕňa uvedenie panelu s informáciami o výživových doplnkoch, zoznamu zložiek, odporúčaného použitia a všetkých potenciálnych alergénov.
- Uvádzajte len zdravotné tvrdenia, ktoré sú povolené zákonom.** Zavádzajúce tvrdenia môžu viesť k právnym krokom a poškodiť vašu povesť. **Spolupracujte s právnymi expertmi so špecializáciou na výživové doplnky** a dodržiavanie právnych predpisov, aby ste zabezpečili, že všetky aspekty vášho podnikania sú z právneho hľadiska v poriadku.



KROK 4:

VYTVORTE BRANDING A OBALY

- Vyberte si zapamätateľný, jedinečný a ľahko vysloviteľný názov značky,** ktorý odráža hodnoty vašej firmy a oslovuje vašu cieľovú skupinu. Vytvorte osobité logo, ktoré vizuálne reprezentuje vašu značku a je ľahko rozpoznateľné. Vytvorte chytľavý a výstižný slogan.
- Zadefinujte si základné hodnoty,** ktorými sa bude vaše podnikanie riadiť, a vytvorte jasné poslanie, ktoré bude vyjadrovať účel a dlhodobé ciele vašej značky. **Nastavte konzistentný spôsob komunikácie značky** (tzv. brand voice), ktorý bude v súlade s vašou identitou. Vyberte si farebnú škálu a písma, ktoré budete používať.
- Navrhňte vizuálne príťažlivé obaly,** ktoré vyniknú v predajniach. Pri ich navrhovaní zohľadnite preferencie vašej cieľovej skupiny a zákonné požiadavky. Uistite sa tiež, že sa ľahko otvárajú, ľahko sa s nimi manipuluje a ľahko sa skladujú.

KROK 5:

VYBERTE SI SVOJHO VÝROBCU

- Vyberte si renomovaného výrobcu** s certifikátmi ako GMP, HACCP a FDA a s dobrými referenciami. Máte dve možnosti, ako získať svoje produkty - privátnu značku a zákazkovú výrobu.
 - Privátna značka** znamená výber už existujúcich receptúr výrobkov, ktoré pripravil výrobca, a ich označenie pod vašou značkou.
 - Zákazková výroba** znamená vývoj vašich receptúr výrobkov spolu s výrobcom. Jeho tím vám pomôže vybrať optimálnu možnosť pre vašu značku.
- Následne spolu s výrobcom **vypracujte plán výroby** vrátane časového harmonogramu a veľkosti šarží. Zabezpečte, aby výrobca zaviedol prísne procesy kontroly kvality, ktoré zaručia bezpečnosť a konzistenciu výrobkov.

KROK 6:

PRIPRAVTE SVOJU CENOVÚ STRATÉGIU

- Vypočítajte priame náklady** na výrobu vašich doplnkov stravy vrátane surovín, výroby, balenia a označovania. Zahrňte nepriame náklady, ako sú marketing, distribúcia, skladovanie a administratívne náklady.
- Urobte si analýzu cien výrobkov, ktoré ponúkajú konkurenti** vo vašej oblasti, a použite ich ako referenčné hodnoty na stanovenie pozície vašich výrobkov. Okrem cenových stratégií je dôležité pochopiť aj ich hodnotové propozície a umiestnenie na trhu.
- Pochopte platobnú ochotu vašej cieľovej skupiny** na základe demografických údajov, zdravotných cieľov a nákupného správania. Posúďte, ako citlivo reaguje vaša cieľová skupina na zmeny cien. Niektorí zákazníci môžu uprednostňovať kvalitu pred cenou, zatiaľ čo iní môžu byť cenovo senzitívnejší.

KROK 7:

VYPRACUJTE SVOJU MARKETINGOVÚ A PREDAJNÚ STRATÉGIU

- Identifikujte, čo odlišuje vaše výživové doplnky** od produktov konkurencie. Zdôraznite jedinečné zloženie, špičkovú kvalitu alebo špecifické zdravotné benefity.
- Vytvorte presvedčivý príbeh značky**, ktorý bude rezonovať s vašim publikom a vybuduje si dôveru.
- Vytvorte si profesionálnu webovú stránku** s optimalizáciou pre vyhľadávače, aby ste zvýšili viditeľnosť. **Vytvárajte hodnotný obsah**, ako sú blogy, videá a príručky, aby ste vzdelávali a zaujali svojich zákazníkov. Dobrou marketingovou stratégiou je aj budovanie komunity na sociálnych sieťach, kde sú aktívni. **Posielajte e-mailový newsletter**, aby ste ich informovali o nových produktoch, akciách a tipoch pre zdravie.
- Svoje produkty môžete **predávať na vlastnej webovej stránke alebo na populárnych online platformách**, ako sú Amazon, Shopify a eBay. Partnerstvá s obchodmi so zdravou výživou, lekárňami a posilňovňami vám pomôžu **s offline** predajom vašich doplnkov stravy.

KROK 8:

NASTAVTE DISTRIBUTUČNÉ KANÁLY A LOGISTIKU

- Úzko spolupracujte s výrobcem**, aby ste si zabezpečili dobre načasovanú výrobu a dodávku hotových produktov. Zavedte systém riadenia zásob na sledovanie úrovne zásob a zaistite, aby ste mali dostatočné množstvo produktov na pokrytie dopytu.
- Vyberte si skladové riešenia**, ktoré dokážu bezpečne uskladniť vaše hotové produkty. Zabezpečte, aby zariadenie spĺňalo všetky špecifické podmienky pre skladovanie, ktoré vyžadujú vaše doplnky.
- Spolupracujte so spoľahlivými prepravcami**, aby ste zabezpečili promptné a bezpečné dodanie vašich produktov zákazníkom a maloobchodným partnerom. Zabezpečte súlad so všetkými príslušnými dovoznými/vývoznými predpismi, ak plánujete predaj na medzinárodnej úrovni.



KROK 9:

ZAMERAJTE SA NA PRÍPRAVY PRED UVEDENÍM NA TRH

- Spustite teaserové kampane** na sociálnych sieťach a prostredníctvom e-mailového marketingu, aby ste vzbudili pozornosť. Ponúknite možnosti predobjednávok na zistenie dopytu a zabezpečenie predčasného predaja. **Prpravte podrobné popisy produktov**, často kladené otázky a návody na použitie. Vypracujte propagačné materiály, ako sú brožúry, letáky a digitálne reklamy.
- Identifikujte potenciálne riziká, ktoré by mohli vzniknúť počas uvádzania produktu na trh**, ako napríklad narušenie dodávateľského reťazca, problémy s legislatívou alebo negatívna spätná väzba. Vypracujte krízové plány na ich rýchle a účinné riešenie.

KROK 10:

UVEĎTE SVOJ PRODUKT NA TRH

- Usporiadajte uvádzací event** so zľavami a darčekom pre účastníkov, a to virtuálne alebo naživo. Na toto podujatie pozvite médiá a influencerov, aby ste získali publicitu.
- Ak chcete podporiť prvé nákupy, dobrým krokom môže byť **poskytnutie časovo obmedzených zliav a akcií**. Zabezpečte, aby vaši maloobchodní partneri boli zásobení a pripravení predávať váš výživový doplnok. Váš produkt by mal byť dostupný na všetkých plánovaných online platformách a trhoviskách



Naším poslaním v spoločnosti GreenPharm je umožniť ľuďom viesť zdravší život prostredníctvom inovatívnych výživových doplnkov. Veríme, že každý si zaslúži prístup k doplnkom stravy a funkčným potravinám prémiovej kvality, ktoré podporujú jeho jedinečné wellness ciele. Obráťte sa na nás ešte dnes, aby ste získali spoľahlivého partnera na vašej ceste k výživovým doplnkom.

GreenPharm bola založená v roku 2016 ako spoločnosť zaoberajúca sa výživovými doplnkami pre privátne značky s cieľom podporiť naše rodinné podnikanie v oblasti zdravia a krásy. Máme 25 rokov skúseností s predajom medicínskych zariadení na domácu starostlivosť. V roku 2014 sme spolu s týmito zariadeniami začali ponúkať aj kolagénové výživové doplnky, na ktoré sme mali výbornú spätnú väzbu. V nasledujúcich rokoch sme do nášho portfólia pridali výrobu kapsúl a tabliet. V súčasnosti vyrábame viac ako 400-tisíc produktov mesačne. Vďaka 6 výrobným

linkám dokážeme rýchlo a spoľahlivo vyvinúť a vyrobiť produkty pre vašu značku. Náš tím je pripravený pomôcť vám s vývojom doplnkov stravy na základe vašich potrieb. Sortiment našich produktov zahŕňa prášky, kapsuly, tablety, softgély, gumené cukríky a nápoje. Všetky ingrediencie, ktoré používame, sú vyrábané podľa noriem ISO-GMP, sú schválené EÚ a pochádzajú od najrenomovanejších výrobcov na svete.



KONTAKTUJTE NÁS

Vďaka nášmu odbornému poradenstvu a komplexnej podpore sa môžete bez obáv zorientovať v zložitých otázkach vývoja produktov, výroby a trendov na trhu. Či už uvádzate na trh nový produktový rad, alebo sa snažíte rozšíriť svoje existujúce portfólio, radi vám pomôžeme. Kontaktujte nás ešte dnes a vytvorte trvalú zmenu vo svete výživových doplnkov.

+421 905 587 699
sales@greenpharm.sk

