

28 Ιουνίου 2019

Ξεκίνησε με 500 ευρώ δανεικά και τώρα έχει εταιρεία... 50 εκατ. ευρώ

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#) / [Θεολογία και Ζωή](#)



Πριν από πέντε χρόνια, ο 24χρονος τότε Σεμπάστιαν Μερκχόφερ είχε απλά μια επιχειρηματική ιδέα. Και 500 ευρώ. Και αυτά δανεικά από τους γονείς του.



Ποια ήταν η ιδέα; Να ασχοληθεί εμπορικά με το ...τσάι, βλέποντας από τις στατιστικές ότι οι συμπατριώτες του στη Γερμανία έβαζαν όλο και πιο πολύ το τσάι στις καθημερινές τους συνήθειες.

Σήμερα, ο 29χρονος πλέον Σεμπάστιαν όχι μόνο επέστρεψε στους γονείς του το 500 ευρώ αλλά διαθέτει μια επιχείρηση αξίας 50 εκατομμυρίων ευρώ. Και κάποια από αυτά τα εκατομμύρια μπήκαν στην τσέπη του την περασμένη εβδομάδα, επειδή ο Σεμπάστιαν μόλις πούλησε το 70% των μετοχών της εταιρείας του με την ονομασία Fitvia στον γερμανικό όμιλο Dermapharm.

Πώς το πέτυχε αυτό;

Πτυχιούχος πληροφορικής και διοίκησης επιχειρήσεων, ο Σεμπάστιαν δεν διέθετε τότε το δικό του διαμέρισμα, και στο σαλόνι του πατρικού του σπιτιού αναζητούσε μια επιχειρηματική ιδέα.

«Μου άρεσε πολύ το τσάι», λέει στην Tagesspiegel. «Έβλεπα όμως ότι όλα τα προϊόντα τσαγιού στην αγορά διατηρούσαν μια μάλλον παλιά, σκονισμένη εικόνα. Δεν υπήρχε κάποια καινοτομία ή κάποια νέα προϊόντα».

Η επιχειρηματική του ιδέα ήταν το «παγωμένο τσάι». Όπως λέει «Ήθελα να τονίσω δύο πτυχές του τσαγιού στο προϊόν μου: την επίδραση στην υγεία και μια νέα, μοντέρνα εικόνα».

Οικογενειακή υπόθεση

Στη δημιουργία της επιχείρησης του Σεμπάστιαν βοήθησε όλη η οικογένειά του. «Η αδελφή μου έκανε το σχέδιο, η μητέρα μου έφτιαξε το τσάι μαζί μου στο σαλόνι». Βρήκαμε διαφορετικά τσάγια στη χονδρική αγορά, τα αναμείξαμε σύμφωνα με τις ιδέες μου και κάναμε τη δική μας συσκευασία. Μύριζε τσάι σε όλο το σπίτι», λέει. «Στη συνέχεια αρχίσαμε να πηγαίνουμε τα δέματα στο ταχυδρομείο αλλά και με το αυτοκίνητο σε διάφορα σημεία».

Η ζήτηση αυξήθηκε γρήγορα. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Σεμπάστιαν, η Fitvia ήταν ήδη κερδοφόρα μετά από τέσσερις εβδομάδες. Ο Σεμπάστιαν ανακάλυψε μια αγορά με αυξητικές τάσεις την κατάλληλη στιγμή. Οι ετήσιες πωλήσεις τσαγιού στη Γερμανία πριν από το 2014 κυμαίνονταν μεταξύ 530 και 550 εκατομμύρια ευρώ. Το 2018 ήταν 649 εκατομμύρια ευρώ και σήμερα έφτασε τα 723 εκατομμύρια ευρώ. Οι πωλήσεις τσαγιού ξεπερνούν τα 26 εκατομμύρια τόνους. Αυτό σημαίνει ότι οι Γερμανοί είναι έτοιμοι να ξοδέψουν όλο και περισσότερα για το τσάι τους.

«Το παγωμένο τσάι στο μπουκάλι ταιριάζει απόλυτα με τον αστικό τρόπο ζωής των νέων» λέει ο Μαξιμίλιαν Φιτινγκ, διευθύνων σύμβουλος της γερμανικής Tea Association. Κατά την άποψή του, το τσάι είναι πιο δημοφιλές από ποτέ «ιδίως με τη μορφή του αναψυκτικού».

Με τη βοήθεια του Instagram

Ο Σεμπάστιαν ανέπτυξε μια στρατηγική μάρκετινγκ που ήταν ακόμα σχετικά νέα τότε. Οι διαφημίσεις στο Google και στο Facebook κοστίζουν πολλά χρήματα. Αλλά στο Instagram υπάρχουν πολλοί άνθρωποι με πολλούς οπαδούς. Γιατί λοιπόν να μην χρησιμοποιήσει αυτή τη δυνατότητα; «Απευθύνθηκα στους Instagramers με μερικούς χιλιάδες οπαδούς στέλνοντας τους μερικά δωρεάν μπουκάλια ως πληρωμή για να αναδείξουν τη φωτογραφία του προϊόντος», λέει.

Ο Σεμπάστιαν είχε ανακαλύψει το μάρκετινγκ επηρεασμού ακόμη και πριν γίνει η δική του επιχείρηση. Το Instagram είναι το πιο σημαντικό κανάλι μάρκετινγκ. Επιπλέον, χρησιμοποίησε όλες τις άλλες δραστηριότητες μάρκετινγκ από το Facebook ως το Snapchat .

Σήμερα η Fitvia έχει 65 υπαλλήλους και δραστηριοποιείται σε άλλες έξι ευρωπαϊκές χώρες. Και εδώ, ο Σεμπάστιαν συνεργάζεται με τοπικούς παράγοντες. Πέρα από το τσάι, έχει προσθέσει και άλλα προϊόντα που ταιριάζουν σε έναν υγιεινό τρόπο ζωής, όπως δημητριακά ή συμπληρώματα διατροφής. Με αυτά τα νέα προϊόντα η Fitvia προσδοκά να κερδίσει περίπου 20 εκατομμύρια ευρώ το 2019.

Η πώληση της εταιρίας στην Dermapharm θα σημάνει το επόμενο στάδιο

ανάπτυξης, λέει ο Σεμπάστιαν που θέλει να δει την εταιρεία του να συνεχίσει να αναπτύσσεται. «Εδώ η Fitvia θα μπορούσε να παράγει ακόμη περισσότερα δικά της προϊόντα» και «θα μπορούσαμε να στοχεύσουμε στην ασιατική αγορά», λέει. Αυτό το τελευταίο θα έκανε τελικά το τσάι του να φτάσει από το σαλόνι του πατρικού του σπιτιού σε ολόκληρο τον κόσμο.

Πηγή: newsit.gr