

Epee Polska również wzrosną? Jeśli tak, to o ile procent?

– To prawda, że niestabilna i bardzo słaba złotówka nie sprzyja zakupom za granicą, co w konsekwencji pociąga za sobą nieuniknione podwyżki cen towarów i usług. Pomimo wysokich wzrostów kursów walut obcych ceny naszych zabawek do tej pory udawało nam się utrzymać w większości przypadków na tym samym poziomie. Niestety w przyszłości ceny muszą wzrosnąć. Natomiast staramy się, aby nie było to więcej niż kilka, kilkanaście procent.

Jak w czasie kryzysu sprzedawać, by nie stracić? Jaki jest Wasz sposób na kryzys?

– Prowadzenie biznesu w konkurencyjnej gospodarce rynkowej jest tak samo trudne jak w czasie trwania kryzysu. Trzeba być tak samo przewidywalnym i umieć zabezpieczać się przed takimi problemami jak te związane z zawirowaniami na rynku finansowym. Naszą przewagą są na pewno oryginalne zabawki, doskonale dobrane do wieku dziecka i panujących trendów. Wiemy, że dziś liczą się gorące hity, których u nas nie brakuje, popularne licencje i odpowiednia reklama, z której na pewno nie zrezygnujemy.

Jakie nowe produkty znajdują się w Waszym asortymencie?

– Na pewno będziemy kontynuować sprzedaż produktów, które cieszą się nielubianą popularnością wśród dzieci, takich jak chociażby piesek Bobby, Samby czy Miś Bajeczka. Widzimy, że stale jest zapotrzebowanie na te zabawki. Każdego roku nowa grupa dzieci pragnie mieć swojego interaktywnego pieska czy misia opowiadającego im bajki. To zabawki ponadczasowe, które nie wychodzą z mody. Planujemy też wprowadzenie nowych licencji. Jedną z nich jest świnka Peppa. To postać dobrze znana dzieciom z bajki emitowanej w TVPI i MiniMini. Nowością będą też zabawki licencyjne oparte na bajce: Pradawny Łąd (premiera już wkrótce w TVP) o popularnych wśród maluchów dinozaurach. Jest jeszcze kilka innych bardzo gorących tematów licencyjnych, ale nie chcielibyśmy jeszcze tego zdradzać. To niespodzianki przygotowane na drugą połowę roku. Niemniej jednak nasi klienci z pewnością będą zadowoleni.

Na jakich zabawkach będziecie się koncentrować w pierwszej połowie roku?

– Dużą popularność takich linii, jak: Syrenki Muszelki i Kieszonkowi Przyjaciele czy Fifi Niezapominajka dla dziewczynek, przekonała nas do tego, by te tematy rozwijać. W tym roku Noddy będzie obchodził 60-lecie. Z tej okazji przez cały rok na dzieci będzie czekało wiele atrakcji. Jedną z nich jest konkurs na zaśpiewanie przez maluchy ulubionej piosenki z bajki o Noddym. Informacja o konkursie przez dwa tygodnie będzie się pojawiała w postaci spotu w kanale MiniMini z wizualizacją naszych zabawek. A to już więcej niż reklama, to interakcja. Będziemy też docie-



● Świnka Peppa

rać do dzieci poprzez magazyn „Noddy”, gdzie w zaprezentowanych reklamach znajdują się prezentacje naszych zabawek. Ponadto informacja o konkursie znajdzie się na stronach internetowych Epee, MiniMini, Egmontu, Sony Music i Cassfilmu.

Nie rezygnujemy też z doskonale sprzedającej się serii dla chłopców Gormiti – w tym roku pojawi się już kolejna linia tych zabawek. Będą to m.in. figurki z kartami czy zestawy do zabawy. Gormiti to nasz wielki sukces sprzedażowy. Prosty pomysł i wiarygodna historia, zbudowana na podstawie mitu o magicznych mocach i podstawowych siłach natury, zjednuje sobie coraz to nowszych zwolenników. Każdy bohater ma własny, silnie zaakcentowany charakter. Każdy Gormit jest zarówno figurką do kolekcjonowania, jak i bohaterem wielkiej opowieści. To wyroby, które będą silnie wsparte reklamą TV.

Kolejny produkt to wielki sukces sprzedażowy 2008 roku – Latająca Dyskopilka. Absolutnie nie może jej zabraknąć w naszej ofercie na tegoroczną wiosnę i lato.

Podążając za tym sukcesem wprowadzamy linię zabawek Zuru. Pod tą tajemniczą nazwą kryją się: świecące w ciemności dyski, piłki do koszykówki, do gry w nogę czy rugby. Migające światła sprawiają, że zabawa będzie niepowtarzalna.

Jakie wsparcie reklamowe przewidzieliście dla swoich produktów? Które zabawki będą reklamowane w TV? Czy w tym roku wydacie więcej pieniędzy na te reklamy?

– Wydatki na reklamę TV planujemy na mniej więcej tym samym poziomie co przed rokiem. Kampania telewizyjna pozostanie też oczywiście głównym narzędziem wparcia marketingowego naszych produktów. Nasze wpływy na rynku będziemy również poszerzać poprzez cross-promocje organizowane wspólnie np. z wydawcami czasopism, książeczek, DVD, CD, stacjami telewizyjnymi etc. Taka forma współdziałania daje bardzo dobre efekty. Nasze licencje są bardzo mocno wsparte serialami telewizyjnymi, a dodatkowo tematycznymi czasopismami, książeczkami, gramami czy artykułami piśmiennymi.

Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Anna Wakulak

Happy Toys

Happy Toys Jerzy Żejewski P.P.H.
42-263 Słowik k/Częstochowy, ul. Spacerowa 28
tel. / fax (0048 34) 327-54-47
http://www.happytoys.pl
e-mail: biuro@happytoys.pl
info-happytoys@happytoys.pl