نمایشگاه ایران کازمتیکا، فرصتی بکر برای تبلیغات عمومی محصولات آرایشی تولید داخل

written by ravabet | ۱۴۰۰/۰۴/۰۱



به گزارش مجله خبری غذا و دارو، ورود به عرصه تولید محصولات تخصصی آرایشی و کازمتیک و ماندگاری در بازار آن نسبت به محصولات بهداشتی، مشکل‌تر است. از مهمترین دغدغه‌های شرکت‌های این حوزه، قاچاق بی رویه محصولات و عدم امکان تبلیغات عمومی آن‌هاست.

آقای مهندس محمدعلی گرجی، مدیرعامل شرکت لابراتوارهای داروهای گیاهی طبیعت زنده با نام تجاری «سینره» و نزدیک 30 سال سابقه فعالیت درباره نمایشگاه ایران کازمتیکا سال 98 گفت: این نمایشگاه مزیت‌های بسیاری داشت و قدرت تولیدکنندگان محصولات آرایشی و بهداشتی این حوزه را نشان می‌داد.
نمایشگاه ایران کازمتیکا جز معدود نمایشگاه‌هایی بود که درصد قابل قبولی از شرکت‌های تولیدکننده در این نمایشگاه حضور داشتند.

گرجی با بیان اینکه یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های شرکت‌های این حوزه که با آن دست به گریبان هستند بحث عدم امکان تبلیغات است، افزود: ما در محصولات تخصصی بهداشتی با روش‌های گوناگون نزد پزشکان متخصص و غیره امکان معرفی محصول را داریم، ولی برای محصولات آرایشی اصلاً امکان تبلیغ عمومی را نداریم؛ بنابراین چون هیچ راه ارتباطی با مشتری یا مصرف‌کننده به جز شبکه‌های اجتماعی وجود ندارد؛ این مدل نمایشگاه‌ها کمک شایانی به ما می‌کند.

وی خاطر نشان کرد: البته باید اطلاع رسانی بهتری از این حیث صورت گیرد تا مردم عادی هم بتوانند در جریان قرار بگیرند و توانمندی‌های تولید داخل را متوجه شوند.

وی درباره حجم بازار کازمتیک ایران گفت: میزان آن چیزی حدود 60 الی 70 هزار میلیارد تومان در سال با توجه به حجم بازار قاچاق محصولات آرایشی است.