A red sign with a rooster on it

Description automatically generatedPranešimas žiniasklaidai

2025 m. spalio 15 d.

Vilnius

**„Candy POP“ e. prekybą atveria Suomijos rinkai: iš pardavimų Estijoje matyti, kada suomiams atostogos**

Bendrovė „Konfesta“, valdanti specializuotą prekybos prekių ženklą „Candy POP“, pradeda e. prekybą Suomijoje. Tai nuoseklus žingsnis į brandžią, aukšto vartojimo rinką, kur bendrovė sieks įdarbinti savo stiprybes – greitą, naujausiomis tendencijomis grįstą asortimento rotaciją ir ryškų pozicionavimą saldumynų bei užkandžių kategorijose.

„Jau kurį laiką stebime, kad tam tikrais laikotarpiais aukštyn šokteli pardavimai Estijoje. Pasirodo, tuo metu pas mus aktyviai perka atostogaujantys suomiai. Šis elgsenos signalas tapo svariu argumentu žengti į Suomiją su lokalizuotu pasiūlymu“, – sako „Candy POP“ bendraįkūrėjas ir grupės vadovas Dovydas Juškys.

Suomijos smaližiai greitai reaguoja į naujoves, o popkultūros įkvėpti skoniai turi nuolatinę paklausą. „Į naują rinką žengiame jau susipažinę su vartotojų įpročiais ir pasiruošę pakonkuruoti su čia dominuojančiais stipriais nacionaliniais prekių ženklais“, – priduria Dovydas Juškys.

**Investavo į skaitmeninės plėtros platformą**

Prieš žengiant į naują rinką, bendrovė į e. prekybos sprendimą investavo per 150 000 Eur – sukurta speciali platforma, skirta optimizuoti skaitmeninę plėtrą. „Nuo šiol turėsime lankstų įrankį, kuris be papildomų investicijų leis operatyviai testuoti naujas rinkas, o pasitvirtinus rezultatams – per trumpą laiką pilnai lokalizuoti visą pirkėjo patirtį: nuo turinio ir asortimento iki atsiskaitymų bei pristatymo“, – atskleidžia Dovydas Juškys.

„Patirtis rodo paprastą taisyklę – lokalizuotas sprendimas visada veikia geriau, o kalba, terminija ir net navigacijos detalės tiesiogiai didina konversiją. Toks scenarijus reikalauja labai didelių investicijų, todėl nusprendėme turėti tarpinį sprendimą, kad į naujas rinkas žengtume tik visiškai užtikrinti jų potencialu“, – teigia „Candy POP“ bendraįkūrėjas ir grupės vadovas Dovydas Juškys.

**Svarstoma ir apie fizinę plėtrą**

Į Suomijos saldumynų rinką „Candy POP“ žengia pirmiausia per e. prekybą, tačiau neatmetamas ir fizinių tinklo parduotuvių scenarijus. Bendrovės skaičiavimais, per pirmus metus pardavimai Suomijoje galėtų pasiekti apie 5% grupės apyvartos. Paskutinė „Candy POP“ geografinė plėtra įvyko 2022 m., kai įmonė įžengė į Lenkijos rinką.

„Candy POP“ yra pirmaujantis specializuotas mažmeninės prekybos tinklas Baltijos šalyse, siūlantis rinktinius saldumynus, užkandžius ir gėrimus, kurių didžioji dalis atkeliauja iš JAV, Azijos ir kitų egzotinių kraštų. Įmonė valdo 34 parduotuves Lietuvoje, Latvijoje, Estijoje ir Lenkijoje. 2024 m. konsoliduota „Candy POP“ įmonių grupės apyvarta siekė 22 mln. eurų.

**Daugiau informacijos:**

Eglė Rakauskaitė

„Candy POP“ Atstovė žiniasklaidai

egle@noagency.lt, 8 619 66107