

Emami Group's plan to expand in foreign markets

বিদেশে ব্যবসা সম্প্রসারণের পরিকল্পনা ইমামি গোষ্ঠীর

এই সময়: ঘরোয়া বাজারের পাশাপাশি এ বার বিদেশের বাজারেও নিজেদের ব্যবসার সম্প্রসারণ করতে চলেছে ইমামি লিমিটেড। 'আমরা আন্তর্জাতিক ব্যবসা থেকে আয় বৃদ্ধির কাজ শুরু করেছি। আমাদের মোট আয়ের একটা বড় অংশ যাতে আন্তর্জাতিক ব্যবসা থেকে আসে সে বিষয়ে উদ্যোগ নেওয়া হচ্ছে। ২০১৬-১৭ অর্থবর্ষে বিশ্ব বাজারের পরিস্থিতি চ্যালেঞ্জিং হলেও আমাদের এই উদ্যোগ জারি থাকবে,' সংস্থার বার্ষিক রিপোর্টে এ কথা জানিয়েছেন ইমামির ডিরেক্টর প্রশান্ত গোয়েঙ্কা।

দেশের সার্বিক বাজারের বৃদ্ধির থেকেও তাদের ব্যবসা কয়েকগুণ বেশি বৃদ্ধি পাবে সে বিষয়ে ইমামি আশাবাদী ছিল এবং বাস্তবে তা ঘটেছে, গোয়েঙ্কা জানান। তিনি বলেন, 'বড় আন্তর্জাতিক ব্র্যান্ডগুলির সঙ্গে টক্কর দিতে আমরা আমাদের পরিকাঠামো আরও মজবুত করছি। কমনওয়েলথ গোস্ট্রীভুক্ত দেশ ও পশ্চিম এশিয়ার দেশগুলির পাশাপাশি বিশ্বের সমস্ত দেশে আমাদের বিপণন নেটওয়ার্কের সম্প্রসারণ করা হচ্ছে।' ২০১৫-১৬ পর্যন্ত বিগত দশ বছরে ইমামির আন্তর্জাতিক ব্যবসা বার্ষিক ২৫ শতাংশ হারে বৃদ্ধি পেয়েছে।

গত অর্থবর্ষে ব্র্যান্ড প্রমোশন এবং ব্র্যান্ড বিক্টিং বাবদ মোট ৫৩১ কোটি টাকা খরচ করেছে ইমামি, যা সংস্থাটির মোট খরচের ২৪ শতাংশ।

সাধারণ গ্রাহকদের কাছে তাদের পণ্য তুলে ধরার জন্য বহু সেলিব্রিটির ব্যবহার করেছে ইমামি। এই তালিকায় অমিতাভ বচ্চন, শাহরুখ খান, শ্রুতি হাসান এবং শিল্পা শেস্তির মতো চার বিশিষ্ট চিত্রতারকাও রয়েছেন। সম্প্রতি তাদের ফেয়ার অ্যান্ড হ্যান্ডসাম ইনস্ট্যান্ট ফেয়ারনেস ফেস ওয়াশ এবং 'হি' রেঞ্জের ডিওডোরেন্টের জন্য চিত্রাভিনেতা ঋদ্ধিক রোশনকে নিয়োগ করেছে ইমামি।