

Katarzyna Szymańska-Ślesicka:

Kocham to, co robię!

Katarzyna Szymańska-Ślesicka, pionierka rynku ekskluzywnych opakowań w Polsce. Działa w branży od ponad 20 lat. Jej dewiza to „Jakość ma znaczenie!". I choć w Polsce segment opakowań premium nie jest łatwy, ponieważ cały czas pokutuje stereotyp najniższej ceny, jako elementu decydującego, to nigdy się nie poddała i konsekwentnie dąży do budowania nowej świadomości wśród klientów, że warto inwestować w dobre opakowanie. Jakość jej produktów, którą kochają Klienci, to składowa pięknego wyglądu, staranności wykonania i funkcjonalności. Dzięki temu opakowanie służy o wiele dłużej, niż tylko w chwili zakupu, czyniąc je świetną reklamą danej firmy.

Jak pandemia wpłynęła na Pani firmę, klientów, zespół?
Czas pandemii - zwłaszcza na początku - był czasem mocno nerwowym, niepewnym, wymusił na nas zastosowanie nowych, niestandardowych rozwiązań, które finalnie okazały się bardzo trafione. Dotyczyło to zarówno produktów – jak choćby rozszerzenia różnorodności opakowań e-commerce – jak i usług – mamy dobrze zorganizowaną, szeroko rozumianą logistykę i w tych trudnych czasach wyszliśmy naszym klientom naprzeciw, przesuwając dostawy o kilka miesięcy lub dostarczając towar „na wywołanie". Trudno wymagać od klienta odbioru całego zamówienia, jeśli ma zamknięte sklepy czy galerie. Wyznajemy zasadę etyki i elastyczności w biznesie, które jak do tej pory przynoszą dobre efekty. Wprawdzie nie snujemy czarnych scenariuszy, raczej jesteśmy optymistami, ale w dzisiejszych czasach musimy zachować pewną dozę zachowawczości.

W jaki sposób dbają Państwo obecnie o bezpieczeństwo?
Myślę, że jak każdy przedsiębiorca, staramy się zachować maksymalne zasady bezpieczeństwa. Wdrożyliśmy procedury ochrony osobistej, jak choćby częste mycie i dezynfekcja rąk, noszenie masek, częsta dezynfekcja powierzchni, w tym telefonu, niemieszanie działów, częściowa praca zdalna, spotkania online czy zachowywanie dystansu. Wszystkim nam zależy na zdrowiu nas samych, naszych pracowników czy klientów.

Jakie nowe pomysły, innowacje, rozwiązania, wprowadziła Pani w ostatnich miesiącach?
Oprócz rozszerzenia różnorodności linii e-commerce, o której wspomniałam wcześniej czy zmianie polityki w zakresie dostaw, wdrożyliśmy kilka rozwiązań, będących odpowiedzią na potrzeby rynku. Kierując się zasadą „jeden dostawca na wiele potrzeb" mieliśmy także rozwiązania dla tych z klientów, których pandemia dotknęła bardziej, którzy mieli pozamrażane lub zmniejszone budżety. Mieliśmy dla nich alternatywę w postaci opakowań lowcostowych, które zawsze są lepszym rozwiązaniem, niż tanie i szkodliwe „foliówki".
Myślę, że restrykcje związane ze stosowaniem plastiku, a niedługim czasie całkowity zakaz jego produkcji, wzmocnią już i tak mocno rozwinięty eco trend. Obecnie jest już zupełnie inna świadomość konsumenta, który sam ma wkład w naszą przyszłość i często wybiera opakowanie eco, wykonane z surowców z recyklingu, z certyfikatem Green Point czy FSC. Opakowania ecofriendly są z pewnością naszą wizytówką, zwłaszcza że promujemy ich podanie w wersji trochę bardziej luksusowej i przekonujemy, że eco nie musi być przaśne i smutne. Zastosowanie na nich embossingu czy zadruku wewnątrz oraz dodanie bibułki czy eco tasiemki nadaje im zupełnie nowego wyrazu.

Jak utrzymuje Pani wewnętrzną równowagę w tym trudnym czasie?
Cały czas myślę pozytywnie. Szukam rozwiązań i na ile to możliwe, dostosowuję się do sytuacji.



Czasy nie są łatwe, ale kiedyś to się skończy. Kiedyś będzie normalnie.

Jakie plany rozwoju ma Pani firma na najbliższe miesiące?
Z pewnością będziemy kontynuować rozwój opakowań premium, ale jednocześnie dynamicznie będziemy rozwijać linie opakowań e-commerce i ecofriendly. Mamy tu jeszcze wiele do zrobienia. Oczywiście, mamy jeszcze kilka nowych pomysłów i projektów, ale na razie niech pozostaną one naszą słodką tajemnicą.

Proszę przybliżyć czytelniczkom i czytelnikom swoją firmę i markę.
Catipack to jakości znak! Nawet się rymuje (śmiech). To hasło przyświeca nam od zawsze. W biznesie każdy powinien się czymś wyróżniać i my postawiliśmy na jakość.
Zajmujemy się produkcją opakowań dla sektora premium, jak torby papierowe, pudełka na magnes, bibułki, pudełka produktowe, e-commerce, tasiemki z nadrukiem i wiele innych akcesoriów, niezbędnych do pięknego zapakowania.
"Perfect unboxing experience" jest naszą dewizą. Pokazujemy, że każde opakowanie, nawet to proste i ekologiczne, może być podane w wersji premium. Dbamy o szczegóły, o detale, które mają ogromne znaczenie. Nie sprzedajemy produktu, sprzedajemy wizję.
Każde nasze opakowanie jest przemyślane, stworzone z dbałością o szczegóły. Klient sięgający po produkty premium, chce mieć poczucie wyjątkowości i unikatowości, oczekuje miłych doznań, poczucia, że naprawdę wybrał coś unikalnego. Dzisiaj klient chce nie tylko „mieć", ale i „czuć". Wszystko ma znaczenie, efekt wizualny i estetyczny, intuicyjność, personalizacja czy doznania przy rozpakowywaniu. Musimy zawsze o tym pamiętać.
Mindfulluxury czyli świadomy luksus – nasze kredo, aby każde opakowanie dawało klientowi wyjątkowe doznania i przeżycia, aby było tak zaprojektowane, żeby klient poczuł, że utożsamiamy się z jego wartościami.
Mimo zmieniających się trendów, inwestycja w jakość, estetykę i funkcjonalność pozostanie ponadczasowa.

Skąd pomysł na działalność właśnie w tej, przyznajmy, niełatwej branży z dużą konkurencją?
Zawsze byłam wizjonerką! (śmiech). Mieszkałam przez jakiś czas na zachodzie Europy, gdzie podejście do opakowania, jako wizerunku firmy, jest zupełnie inne. Tam inwestuje się w jakość, w efekt końcowy, wartość opakowania stanowi 10% wartości produktu. Chciałam, aby i w Polsce był taki trend i konsekwentnie dążyłam do budowania nowej świadomości wśród klientów, że warto inwestować w dobre opakowanie. Kiedy zaczynałam moją przygodę z tą branżą, konkurencja była niewielka, ale i świadomość klientów była zupełnie inna, niż dzisiaj. Dzisiaj jest większa konkurencja, jest dużo więcej firm „garażowych", ale i powoli zmienia się podejście klientów, co nas bardzo cieszy. Zaczynają dostrzegać różnice w jakości, doceniać wysoki standard, dopytują o certyfikaty czy legalność zatrudnienia. Mam poczucie, że było warto czekać i jest w tym chyba mój malutki wkład.

Z jakich dokonań i osiągnięć swojej firmy jest Pani najbardziej dumna?
Mogłabym mówić o pozycji, certyfikatach, ISO, wyzwaniach, ale chyba istotniejsze są dla mnie inne rzeczy. Po pierwsze jestem dumna z naszej jakości i z tego, że jesteśmy z nią utożsamiani. A po drugie - z wypracowanych długofalowych relacji z klientami. Klienci doceniają naszą jakość, zawsze do nas wracają, polecają nas innym. Zadowolenie klienta jest naszym priorytetem.

Co Panią motywuje do nowych działań i rozwiązań, co napędza do działania każdego dnia?
Z natury jestem bardzo zdyscyplinowana i nie potrzebuję jakiegoś specjalnego bodźca, aby iść do pracy. Każdego dnia praca przynosi mi radość, satysfakcję i napędza do dalszego działania. Myślę, że jeśli robi się to, co się lubi, a do tego przynosi to wyniki, to jest to prawdziwe szczęście.

O czym Pani marzy zawodowo?
O tym, aby zmieniło się podejście klientów, aby wzrosła świadomość, że warto inwestować w dobre opakowania. Aby klienci nie kierowali się wyłącznie ceną, ale dostrzegali jakość produktu, jakość obsługi i warunki współpracy. Dałoby mi to poczucie, że jesteśmy gotowi na kolejny etap, że możemy dalej rozwijać skrzydła i realizować jeszcze lepsze pomysły.

Jak godzi Pani pracę z życiem prywatnym?
Cóż, mając własną firmę decydujemy się na pewne wyrzeczenia, ograniczenia, na nienormowany czas pracy i wiele innych „poświęceń". Ważne jest dla mnie, aby zachować równowagę. Z czasem nauczyłam się bardziej chronić moje życie prywatne, znajdować czas dla siebie, dla moich bliskich. Doceniam małe rzeczy, bo to dzięki nim życie nabiera kolorów.

Za co Pani lubi siebie?
Za wartości, którymi się kieruję. Za optymizm. Za pasję. Za wytrwałość. Za to, że nie boję się marzyć. Za to, że mimo różnych przeciwności, które mogły mnie zmienić, pozostałam sobą.

Z czego w sobie samej jest Pani najbardziej dumna?
Jestem dumna z tego, kim jestem, bo to doprowadziło mnie do miejsca, w którym się znajduję. Bo „sukces to nie to, co masz, ale to, kim jesteś." Z tego, że nigdy się nie poddaję i jestem wytrwała, niezależnie od okoliczności. Udało mi się zrealizować kilka moich największych marzeń, więc z pewnością jest to powód do dumy.

Gdyby miała Pani określić siebie samą trzema przymiotnikami, które najlepiej Panią opisują, jakich słów by Pani użyła i dlaczego?
Nie jest łatwo pisać o sobie (śmiech), ale jeśli miałabym opisać siebie w trzech przymiotnikach byłyby to: uczciwa, pracowita, uczuciowa.
Uczciwa – w każdej sferze życia uczciwość ma dla mnie ogromne znaczenie, zarówno zasady moralne w życiu prywatnym, jak i etyczne w biznesie. Uczciwość to bardzo solidny fundament - zarówno w relacjach międzyludzkich, jak i w biznesie.
Pracowita – staram się uczynić każdy dzień pożytecznym i radosnym. Ponieważ kocham to, co robię, to praca przynosi mi radość, satysfakcję i napędza do dalszego działania.
Uczuciowa - z wiekiem dochodzimy do tego, co jest w życiu naprawdę ważne. W zasadzie NAJWAŻNIEJSZE. Dla mnie siłą napędową do wszystkiego jest MIŁOŚĆ. O nią należy dbać za wszelką cenę.

Proszę opowiedzieć nam o działalności Pani firmy. Jak znalazła się Pani w tym miejscu swojej kariery zawodowej, w którym jest obecnie?
Cóż, długo by opowiadać. Zostawmy to na indywidualny wywiad (śmiech).
Jestem tu, gdzie jestem, dzięki wytrwałości, odwadze, ciężkiej pracy i cudownym ludziom, którymi się otaczam.

Co było najtrudniejsze w dążeniu do sukcesu zawodowego?
Każdy z nas przeżywa czasem trudne chwile. Najtrudniejsze były chwile zwątpienia, które się pojawiały, kiedy przeciwności w danym momencie było za dużo. Trzeba wówczas znaleźć w sobie siłę, aby mimo wszystko myśleć pozytywnie, wierzyć, że są dobre strony danej sytuacji. To chyba jest najtrudniejsze. Nigdy nie należy się poddawać, w myśl zasady „co nas nie zabije, to nas wzmocni". Wierzę, że wszystko, co nas w życiu spotyka, czemuś służy. I mimo, że w danej chwili nie wiemy jeszcze czemu, to odpowiedź przychodzi później, ale przychodzi.

Dlaczego nigdy nie warto się poddawać? A jeśli już się poddać i zacząć coś nowego, to kiedy?
Nie poddajemy się, dokąd jest nadzieja. Dokąd mamy jeszcze siłę i pasję. Jeśli je utracimy, to może czas pomyśleć, że to nie było dla nas, że jest nam pisany inny rozdział.

Co poradziłaby Pani Kobietom, które obecnie znajdują się w trudnej zawodowo sytuacji?
Powiedziałabym, że każdy z nas przez to przechodził. Że nie są same. Że muszą być silne i wytrwałe. Żeby się wsłuchały w siebie i jeśli czują, że robią to, co kochają, to na pewno są na właściwej drodze. Może trochę akurat wyboistej, ale to jest ich droga, ich path. A wówczas trzeba konsekwentnie próbować dalej. Może w innym miejscu, z innymi ludźmi, w innej formule. Nikt nie mówił, że będzie łatwo, ale „nie narzekaj, że masz pod górę, jeśli zmierzasz na sam szczyt".

Fot. Prywatne archiwum Bohaterki

