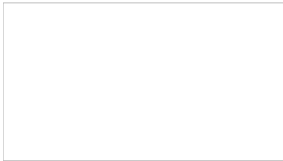


"L'Occitane en Provence" sėkmė ir strategija



Kokios yra "L'Occitane en Provence" sėkmės paslaptys?

"Loccitane" grupė siūlo aukštos kokybės ir aukščiausios kokybės grožio produktus ir autentiškus kvėpalus. Tai 5 prekės ženklų natūralių produktų šeima: "Loccitane en Provence", "Loccitane en Brésil", "Melvita", "Le Couvent des Minimes" ir "Erborian".

Melvita" siūlo medaus pagrindu pagamintus produktus, taip pat daugybę natūralių produktų visai šeimai. Be to, "Le Couvent des Minimes" siūlo visą gamtinių priežiūros priemonių asortimentą. Loccitane en Provence naudoja daugiau kaip 200 natūralių ingredientų.

Taigi, reikia pastebėti, kad vienas iš svarbiausių Loccitane en Provence strategijos punktų yra "Provanso" įnešimas į savo gaminius per daugybę autentiškų kvapų. Be to, ji turi 5 prekės ženklus, kurie atitinka skirtingus poreikius. Be to, atsižvelgdama į natūralių ir ekologiškų produktų perspektyvą, "Loccitane en Provence" niekada netestavo savo produktų su gyvūnais ir daugumai savo produktų suteikė ECOCERT ženklą. Jos kosmetikoje nėra cheminių medžiagų ir cheminių konservantų. Todėl kurdama natūralius kvapus, "Loccitane en Provence" mažina savo poveikį aplinkai, kurdama ekologiškus užpildus iš aplinkai nekenksmingo plastiko. Provanso įnešimas į savo gaminius nėra vienintelis pagrindinis veiksnys, lemiantis "Loccitane" sėkmę, nors tai yra svarbiausia savybė, kurios ieško vartotojai.

Be to, Loccitane en Provence greitai suprato, kad augančios ir besiformuojančios rinkos yra raktas į sėkmę. Iš tikrųjų ji tarptautiniu mastu plėtėsi per keturias pagrindines rinkas: Jungtines Amerikos Valstijas, Rusiją, Honkongą ir Kiniją. Pavyzdžiui, Jungtinėse Amerikos Valstijose "Loccitane" turi 186 parduotuves ir ketina padidinti šį skaičių iki 400. Be to, 49 % "Loccitane" veiklos vykdoma Kinijoje. Tai didžiulis skaičius!

Būti tarptautiniu mastu išvystytų prekės ženklų gali būti nepakankama, ir tai "Loccitane" aiškiai suprato nuo pat pradžių. Natūralios kosmetikos prekės ženklas, siekdamas pritraukti vis daugiau klientų visame pasaulyje, savo strategijoje pagrindinį dėmesį skyrė klientų patirčiai ir skaitmeninei rinkodarai. 2014 m. "Loccitane" laimėjo "Qualiweb/Strategies" trofėjų, skirtą santykių su klientais internetu kokybei. Tarp 350 prekių ženklų svetainių ir 18 pramonės šakų "Loccitane" buvo vienintelis prekių ženklas, atsakęs į 7 paslaptinius elektroninius laiškus: keturis informacijos prašymus, skundą, techninę svetainės problemą ir užuojautos pareiškimą. Loccitane en Provence yra gražus įvaizdžio darnos daugiakanaliuose santykiuose su klientais pavyzdys. Tenka pastebėti didelį atsakymų elektroniniu paštu ar per "Facebook" vienodumą ir ypač šiltą toną, kurį galima rasti grafiniame standarte. Ši aptarnavimo kokybė atsiduria skaičiuose, nes prekės ženklas skaičiuoja daug sekėjų socialiniame tinkle "Twitter".

Todėl "Loccitane en Provence" žinojo, kaip prisitaikyti prie skirtingų rinkų ir kartu kurti klientų lojalumą pasitelkiant socialinę žiniasklaidą ir juslinę rinkodarą parduotuvėje.

"Loccitane" kainos ir kainodaros strategija:

Toliau pateikiama Loccitane rinkodaros strategijos kainodaros strategija:

Loccitane" yra aukščiausios kokybės, o jos tikslinė auditorija - aukštesnės vidutinės ir aukštesnės klasės moterys. Be to, kartais taikomos sezoninės nuolaidos, šventiniai pasiūlymai ir išpardavimas ypatingomis progomis. Kadangi tai yra diferencijuotas prekės ženklas ir grožio segmente paprastai būna lojalių klientų, jis nesilaiko konkurencinio kainų modelio. Indijoje jos produktų kainos svyruoja nuo 10 JAV dolerių už 12 ml lūpų balzamą iki kai kurių produktų, kurių kaina taip pat gerokai viršija 200 JAV dolerių. Loccitane" turi platų produktų asortimentą, todėl jos gaminiai yra skirtingų asortimentų, o kiekviename segmente jų kainos skiriasi.

"Loccitane" vieta ir platinimo strategija:

Toliau pateikiama "Loccitane" rinkodaros komplekso paskirstymo strategija:

"Loccitane" turi daugiau kaip 3100 parduotuvių visame pasaulyje ir 8300 darbuotojų visame pasaulyje, ji yra įsitvirtinusi natūralių prabangių odos priežiūros, grožio ir namų apyvokos produktų srityje. Ji turi tvirtą tiekimo grandinės tinklą su išskirtinių platintojų parku. Jos išskirtinis bruožas - efektyvi gamybos sistema, kurioje žaliavos išgaunamos, naudojamos naujoviškos formulės, ingredientai maišomi ir galutiniai produktai gaminami gamykloje sklandžiai ir orientuojantis į operacijas. Gamybos gamykloje ypatingas dėmesys skiriamas poveikio aplinkai mažinimui ir tvariam vystymuisi. Gamybos įmonė yra įsikūrusi Prancūzijoje ir specializuojasi gaminti produktus iš specialių vietinių ingredientų. Bendrovė "Loccitane" palaiko ilgalaikę partnerystę su vietos tiekėjais, kuriems ne tik tiekia gaminius, bet ir ypatingą dėmesį skiria gaminių specifikacijoms ir ypatingoms savybėms paaiškinti. Ji orientuojasi į mažus, bet integruotus tiekėjų tinklus, kad galėtų geriau valdyti ir atsekti jų ingredientus, o vėliau ir savo produktus. "Loccitane" žaliavas įsigyja iš vietos subjektų, taip remdama vietos tiekėjus ir kurdama pasitikėjimą ir tvarumą grindžiamus santykius.

Loccitane skatinimo ir reklamos strategija:

Rėmimo ir reklamos strategija Loccitane rinkodaros strategijoje yra tokia:

"Loccitane" orientuojasi į platų žiniasklaidos priemonių spektrą. Loccitane įgyvendina išmanią mobiliosios rinkodaros strategiją. Ji dirbo kartu su reklamos ir skaitmeninės rinkodaros specialistais "Threepipe". Sumaniai naudoja technologijas savo prekės ženklui reklamuoti. Naudojo technologijomis pagrįstą artimumo ir (arba) vietos parinkimą parduotuvėms, kuriose JK ir kitose vietovėse lankosi daugiau žmonių, kad skatintų prekės ženklą įsitraukimą ir sąveiką su klientais programą. Ši strategija davė puikių rezultatų - daugiau nei 7 proc. išaugo pėsčiųjų pardavimai. Naudojamos prekės ženklų žinomumo skatinimo ir klientų įsitraukimo programos. Skaitmeninė reklama naudojama dažniau nei tradicinė. Naudoja mobiliuosius skelbimus, kurie yra programėlėje ir pritaikyti klientams. Siūlo reklamines nuolaidas ir pasiūlymus šventiniais sezonais. Naudoja įvairias reklamos priemones, įskaitant spaudą ir daugiausia skaitmeninę žiniasklaidą. Taigi tai užbaigia Loccitane rinkodaros priemonių rinkinį.

Provanso įsikūręs odos priežiūros prekių ženklas daugiausia dėmesio skiria keturioms pagrindinėms vertybėms, kuriomis dalijasi jo klientai: parama gamintojams, moterų gerbimas, atliekų mažinimas ir pagarba biologinei įvairovei.

Prancūzijos natūralaus grožio prekių ženklas "Loccitane", pristatydamas naujausią kampaniją, skirtą parodyti pagrindines prekių ženklų vertybes - tvarumą ir įgalinimą, parodo savo tikrąjį veidą. Provanso įsikūrusio prekės ženklų #IChooseLoccitane vaizdo klipui sukurti pasitelkti įvairūs vyrai ir moterys, kurie atstovauja keturiems pagrindiniams įsipareigojimams: Parama gamintojams, moterų įgalinimas, atliekų mažinimas ir pagarba biologinei įvairovei. Klipe, kuris, kaip teigiama, yra įtraukiantis ir atspindintis šiuolaikinę Didžiąją Britaniją, vartotojai atskleidžia savo pasirinkimo priežastis geltoname fone, kurį "Loccitane" pasirinko tam, kad atspindėtų Provanso saulę ir teigiamas asociacijas su atminties aktyvavimu, bendravimo skatinimu, pasitikėjimo savimi stiprinimu ir nervų sistemos stimulavimu.

Tarp jų yra ir "Loccitane" klientė Bay, kampanijos "Project Earth" aktyvistė, padėjusi labdaros organizacijai "Oxfam" patekti į prabangią universalinę parduotuvę "Selfridges", kuri pasakoja, kaip ją įkvėpė "Loccitane" santykiai su gamintojais ir perdirbimo iniciatyvos. "Ji labai džiaugėsi savo pavyzdžiu: "Loccitane" yra kuklūs... jie pažįsta savo gamintojus vardais ir pavardėmis, palaiko ilgalaikius ryšius, todėl žemė, žmonės, augalai ir ekosistemos klesti".

Tuo tarpu banglentininkas Jonas Paulas ir menininkė Ameerah taip pat giria prekės ženklo įsipareigojimą perdirbti atliekas, atstovaujant atliekų mažinimo principui. Pasak Ameerah, kuri taip pat sukūrė vaizdo įrašą matomas iliustracijas, kad prekės ženklo principai taptų gyvi, "Loccitane" savo parduotuvėse nuo 2008 m. siūlo ekologiškus produktų papildymus, padedančius 97 % sumažinti atliekų kiekį.

Gražinimas planetai

Klipe taip pat rodomas "biologinės įvairovės entuziastas" Evonas, kuris "daug metų" dirbo siekdamas didinti informuotumą apie biologinės įvairovės svarbą ir rūpinimąsi mūsų planeta. Ji pabrėžia "Loccitane" kilmę iš Viduržemio jūros baseino "biologinės įvairovės karšto taško" ir jos pastangas išsaugoti tūkstantį augalų rūšių bei pasodinti "tūkstančius medžių Jungtinėje Karalystėje ir dar daugiau".

Galiausiai - Jay Jay, moterų įgalinimo aktyvistė, kuri save apibūdina kaip "super juodaodę, super išdidžią afrikietę [ir] super feministę". Ji gyrė "Loccitane" pastangas remti moteris, kurios renka taukmedžio sviestą, naudojamą jos odos priežiūros produktuose, ir pažymėjo: "Per pastaruosius 15 metų Burkina Faso moterys augintojos pradėjo dirbti nuo 12 moterų iki daugiau nei 10 000 pagal "Fairtrade" susitarimus".

Ši kampanija yra naujasis "Loccitane" bandymas didinti prekės ženklo žinomumą po praėjusiais metais sukurto klipo "Kaip sakyti Loccitane?", kuriame kartu su radijo laidų vedėju Nicku Grimshaw ir buvusiu "Great British Bake Off" dalyviu Mamonu Lagrève'u mokė žiūrovus, kaip teisingai ištarti prekės ženklo pavadinimą ("L'Occitane").

Kokie yra geriausiai parduodami "Loccitane" odos priežiūros produktai?

"Loccitane" turi gana įspūdingą odos priežiūros produktų asortimentą. Pavyzdžiui, šis prekės ženklas turi veido odos priežiūros produktų, pavyzdžiui, makiažo valiklių, valiklių, miglų, akių priežiūros priemonių, šveitiklių, serumų ir kt. "Loccitane" taip pat gerai žinoma dėl savo vonios ir kūno priežiūros produktų, pavyzdžiui, prancūziško tradicinio muilo, dušo aliejaus, kūno šveitiklių, dezodorantų, kojų priežiūros priemonių ir kt. Nepamirškime ir "Loccitane" rankų priežiūros priemonių, kūdikių priežiūros priemonių bei kvepalų! Šioje apžvalgoje daugiausia dėmesio skirsime trims geriausiai parduodamiems "Loccitane" odos priežiūros produktams.

• "Loccitane" taukmedžio sviesto rankų kremas

Geriausiai parduodamas "Loccitane" odos priežiūros produktas yra taukmedžio sviesto rankų kremas. Tiesą sakant, "L'Occitane" rankų kremas visame pasaulyje parduodami kas dvi sekundes! Rankų kremas su taukmedžio sviestu yra kreminis balzamas, kurio sudėtyje yra 20 % ekologiško taukmedžio sviesto. Jis greitai įsiskverbia į odą, kad apsaugotų, pamaitintų ir sudrėkintų rankas.

• "L'Occitane" migdolų dušo aliejus

L'Occitane migdolų dušo aliejus, patekęs į vandenį, virsta skaidriu pieno spalos losjonu, kuris švelniai valo kūną ir kartu drėkina odą. Šis "L'Occitane" dušo aliejus tinka normaliai ir sausai odai.

• L'Occitane Immortelle Overnight Reset Oil-in-Serum

L'Occitane Immortelle Overnight Reset Oil-in-Serum skirtas įvairaus amžiaus ir tipų odai, jis padeda išlyginti smulkias raukšleles ir suteikia jaunatviško spindesio. Iš tiesų teigiama, kad "Immortelle Overnight Reset Oil-in-Serum" "atstato jūsų odą vos per vieną naktį".

Kokie yra pagrindiniai "L'Occitane" odos priežiūros ingredientai?

Kad sužinotume, ar šio prekės ženklo produktų teiginiai atitinka tikrovę, turime įvertinti pagrindinius "L'Occitane" odos priežiūros produktuose naudojamus ingredientus. Pradėkime nuo "L'Occitane" rankų kremo su taukmedžio sviestu.

Kaip matyti iš pavadinimo, "L'Occitane Shea Butter Hand Cream" pagrindinė sudedamoji dalis yra taukmedžio sviestas. Taukmedžio sviestas yra riebalai, išgaunami iš taukmedžio, kurio gimtinė yra Afrikoje, riešutų. Taukmedžio svieste gausu trigliceridų ir riebalų rūgščių, kurios padeda atkurti natūralią odos barjerinę funkciją. Kadangi taukmedžio sviestas tirpsta kūno temperatūroje, jis gali padengti odą ir sudaryti okliuzinę plėvelę. Ši plėvelė padeda išvengti natūralios odos drėgmės išgaravimo ir padidina odos drėkinimą, sukelia vandens kaupimąsi raginiame sluoksnyje (viršutiniame odos sluoksnyje). Kitos naudingosios "L'Occitane" taukmedžio sviesto rankų kremo sudedamosios dalys yra linų sėmenų ekstraktas, medus, saldžiųjų migdolų vaisių ekstraktas ir kokosų aliejus.

Pagrindiniai "L'Occitane" migdolų dušo aliejaus ingredientai yra saldžiųjų migdolų aliejus ir vynuogių kauliukų aliejus. Saldžiųjų migdolų aliejuje esantys sveikieji riebalai padeda palaikyti odos drėgnumą, išlaikydami nepažeistą odos barjerą. Saldžiųjų migdolų aliejuje taip pat gausu vitamino E, kuris užtikrina antioksidacinę apsaugą ir padeda sumažinti transepiderinį vandens netekimą. Vynuogių sėklų aliejus yra lengvas, stabilus ir drėkinantis. Jis pasižymi dideliu priarišumu prie odos ląstelių struktūros, todėl lengvai įsigeria nepalikdamas riebumo pojūčio.

Į "L'Occitane Immortelle Overnight Reset Oil-in-Serum" sudėtį įeina šio prekės ženklo patentuotas ekologiškas Immortelle eterinis aliejus, dar vadinamas *Helichrysum italicum* žiedų aliejumi, kuris pasižymi antioksidacinėmis ir senėjimą stabdančiomis savybėmis. Immortelle eterinis aliejus padeda mažinti odos stangrumą ir elastingumą, taip pat apsaugo nuo aplinkos agresorių. Kiti naudingieji "L'Occitane Immortelle Overnight Reset Oil-in-Serum" serumo ingredientai: pievinių putokšnių sėklų aliejus, acmella oleracea ekstraktas ir mairūno ekstraktas.

Vienas dalykas, į kurį reikia atkreipti dėmesį kalbant apie "L'Occitane" odos priežiūros produktus, yra tas, kad visuose juose yra kvapiųjų medžiagų, kai kuriuose jų yra daugiau nei kituose. Pavyzdžiui, "L'Occitane" migdolų dušo aliejuje yra daugiau kvapiųjų medžiagų nei migdolų aliejaus! Suprantame, kad vartotojai vertina, kai produktai maloniai kvėpia, tačiau norėtume pabrėžti, kad kvapiosios medžiagos nėra odos priežiūra. Gerai žinoma, kad kvapiųjų medžiagų sudedamosios dalys (tiek natūralios, tiek sintetinės) gali sukelti odos jautrumą, dirginimą ir pažeidimus, o.. Net jei jums nepasireiškia visiška reakcija į kvapiųjų medžiagų sudedamąsias dalis, žala vis tiek gali pasireikšti kiekvieną dieną. Galiausiai tai gali sukelti lengvų problemų jūsų odai trumpuoju laikotarpiu ir dar didesnių problemų ilguoju laikotarpiu

Šaltiniai:

<https://naturalcosmeticslovers.wordpress.com/brand-inventory/loccitane-en-provence/loccitane-en-provence-strategy/>

https://www.cosmeticsbusiness.com/news/article_page/LOccitane_demonstrates_commitment_to_sustainability_and_empowering_women_with_latest_film/171501

<https://thederreview.com/loccitane/>

<https://www.mbaskool.com/marketing-mix/products/17766-loccitane.html>

#loccitane #L'occitane # odos priežiūros #taukmedžio #produktai #natūrali #strategija

