

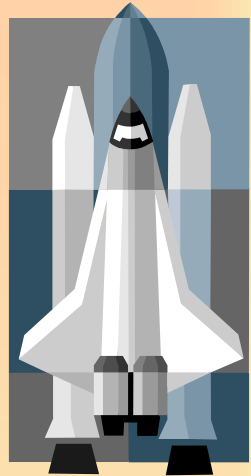
Aroma Color Style

‘Puterea sta in numere’





Color Style - relansare



1. Piata. Trenduri. Jucatori;
2. Comportamentul consumatorului;
3. Comportamentul la cumparare;
4. Produsul;
5. Cum functioneaza afacerea;



Color Style = Succes!

Aroma Color Style

Piata. Trenduri. Jucatori.



Trendul pietei


- Penetrarea (incidenta de folosire a produsului: vopsea de par) este mare: minim 70% urban (dupa GfK);
- Femeile au aspiratii sociale si estetice mai inalte – isi schimba mai des nuanta parului si sunt mai ingrijite;
- Sustinerea pe canalul media a categoriei duce la crestere;
- Frecventa de utilizare a vopselei de par este in crestere.

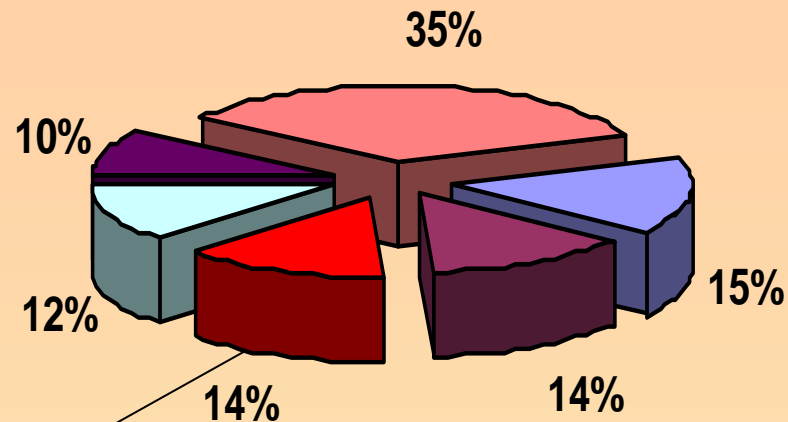
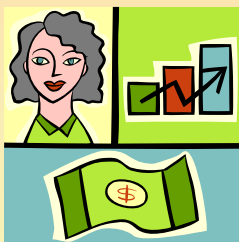








Piata este in crestere



este in crestere

- Piata este de 10 milioane unitati/an (vopsea permanenta);
- Primii cinci jucatori detin aproape 70% din piata;
-  e lider de piata, cu 14% (volumic), in crestere.



- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Loncolor |  Palette |
|  Aroma |  Londacolor |
|  Gerocossen |  Altii |

14% din consumatoare folosesc vopseaua !
(vs. acum 5 ani cand numai 7% consumau  !!)

Aroma Color Style

Comportamentul Consumatorului



Scala nevoilor consumatorilor

Basic

Protectia

- acopera fire albe
- nu degradeaza parul
- ingrediente naturale
- garantia culorii

Efecte vizibile

- culoare uniforma
- par sanatos
- antistress
- reda increderea

**Ingrijirea sanatatii
si a confortului psihic**

Estetice

Aspirationale

- te face mai sexy
- nuanta care o face deosebita

Imbunatatire vizibila

- straluceste parul
- da volum parului

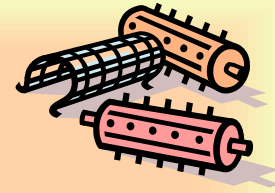
**Imbunatatirea imaginii
personale**

Packing

- contine toate accesoriile
- comunica informatii
- aplicare usoara
- usor de utilizat

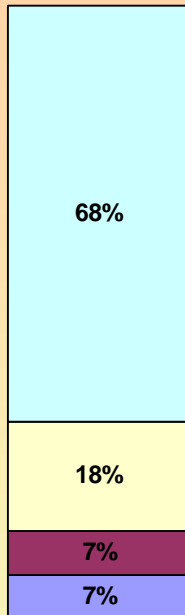
Ambalaj atractiv





Obiceiuri de utilizare

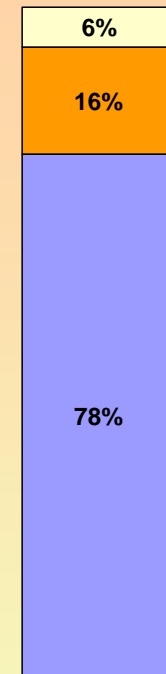
Unde se foloseste vopseaua de par



- Doar la coafor
- Cel mai mult la coafor
- Cel mai mult acasa
- Doar acasa

- Majoritatea consumatoarelor folosesc vopsea permanenta;
- Majoritatea femeilor folosesc vopseaua acasa;
- 51% din consumatoarele care merg la coafor cumpara singure vopseaua.

Tipuri de vopsea

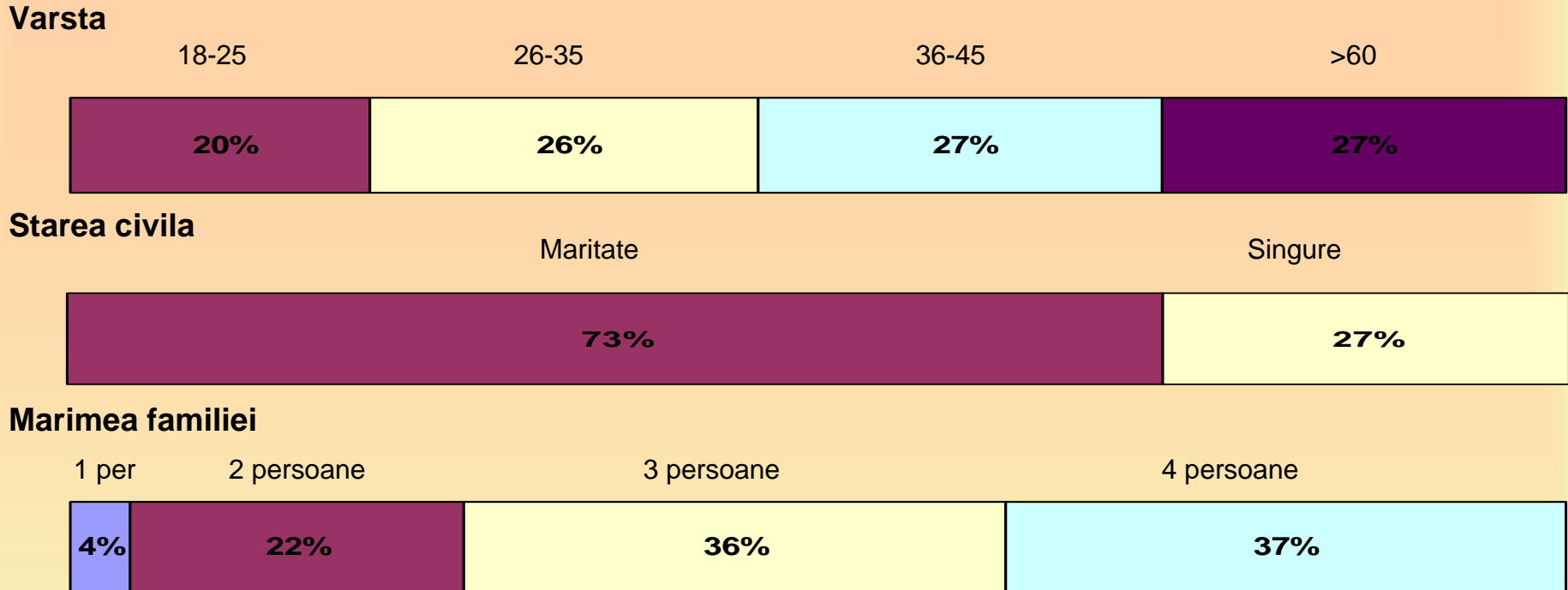


- Vopsea nonpermanenta
- Vopsea semipermanenta
- Vopsea permanenta

Vopseaua permanenta – segmentul principal



Profilul consumatoarei tinta



- Se observa ca profilul consumatoarei este: femeie maritata, toate categoriile de varsta, 73% cap de familie.
- Deasemenea, 72% se afla in mediul urban si 66% au venituri medii

Consumatoarele de vopsea sunt in majoritate cumparatori cu cos mare de cumparare “Big spenders”







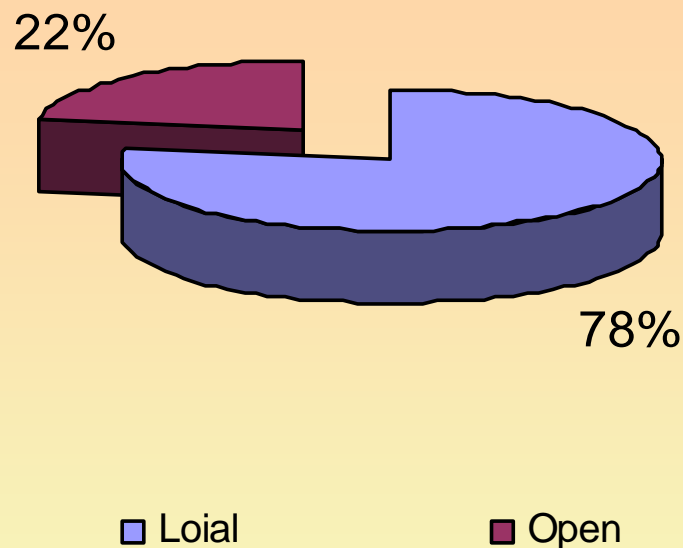
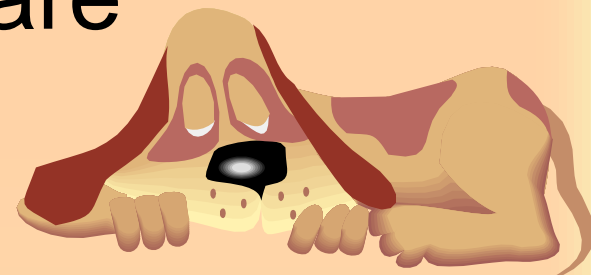
Aroma Color Style

Comportamentul la cumparare



Comportamentul la cumparare

- **64%** dintre consumatoare se duc in alt magazin si cumpara brandul favorit (66% pentru consumatoarele de )
- **16%** amana cumpararea (19% pentru consumatoarele de )
- 63% schimba magazinul daca nu gasesc nuanta favorita (69% pentru )
- 14% amana cumpararea daca nu gasesc nuanta favorita (8% pentru )



Categoria de vopsele de par este una de inalta loialitate

Vopseaua de par – categorie destinatie

- Vopseaua de par e pe shopping list = **cumparatura destinatie:**
 - daca nu o gaseste, cumparatoarea se duce in alta parte sa o cumpere;
 - o cumpara in mod regulat;
 - se duce special la magazin sa o cumpere.



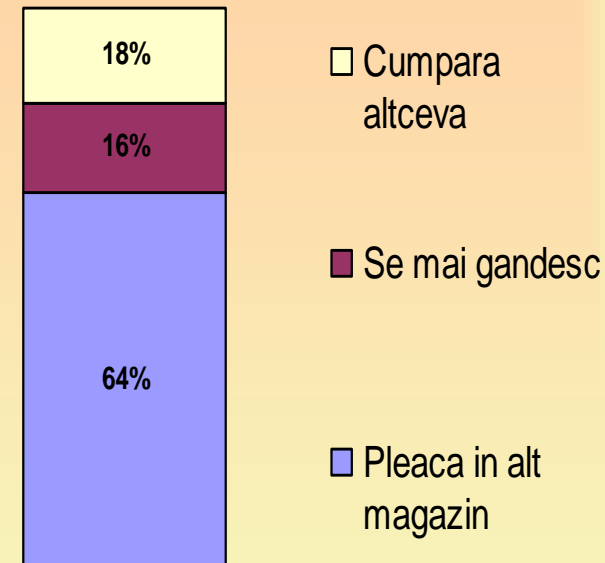
**Cumparatoarea determina cosul saptamanal
(este 'Big spender')**



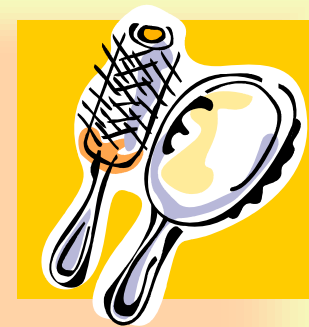
Categoria vopsea de par:

Atrage clientela
Genereaza alte cumparaturi
Decide locul de cumparare

Ce se intampla daca vopseaua preferata NU este disponibila?



Arborele decizional (Shopper purchase tree)




Brand



Pret

- pret rezonabil
- valoare pentru bani

Beneficii cheie

- 100% acoperire fire albe
- Rezistenta indelungata a culorii

Protectia parului

- protectia parului
- stralucire dupa vopsire
- nu ataca/degradeaza parul
- ingrediente naturale
- ingrediente de calitate
- culoare uniforma

Convenabil

- usor de folosit
- cremos/sa nu curga
- pachetul sa includa toate accesoriile

Disponibilitate

- Usor de gasit in orice nuanta
- paleta larga de culori
- culori si nuante noi
- marca usor de gasit

Garantia culorii

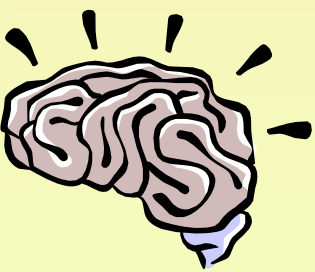
- Cataloage cu mostre cu par vopsit
- Culorile manechinelor de pe ambalaj sa fie aceleasi cu rezultatul

Ambalaj

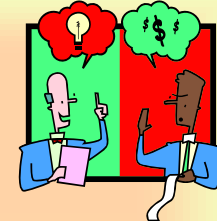
- frumos colorat
- original, usor de observat
- atractiv

Imagine si Promovare

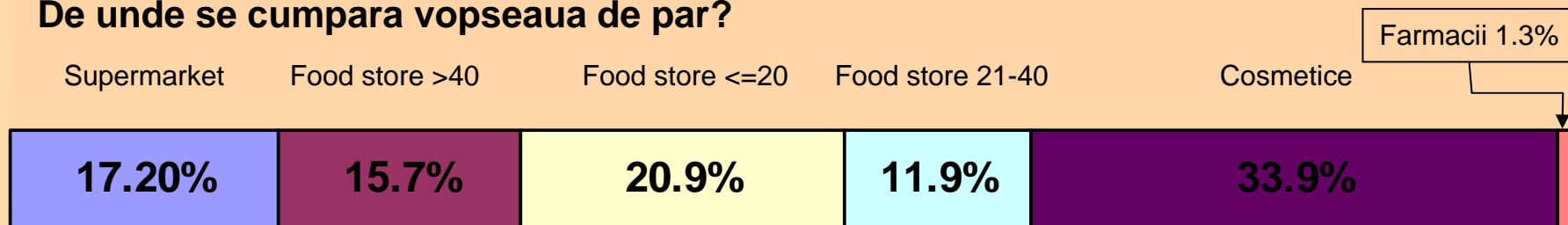
- sponsor al multor evenimentelor mondene
- promotii cu premii
- promovare in magazine
- promovare media
- brand cu notorietate
- recomandat de prieteni



Oportunitati




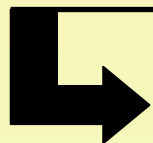
De unde se cumpara vopseaua de par?




Vanzari supermarket



- Vopseaua de par aduce clienti in magazin;
- Consumatoarele sunt “big spenders”;
- Consumatoarele sunt loiale;
- Consumatoarele cumpara din magazinele de mancare si supermarket;
-  Color Style are 14% din piata.



**Supermaketurile au trend ascendent:
Supermarketurile trebuie sa vanda  Color
Style pentru a nu pierde clienti si bani!!!**

Aroma Color Style

Produsul



Cum trebuie sa fie vopseaua de par ideala?

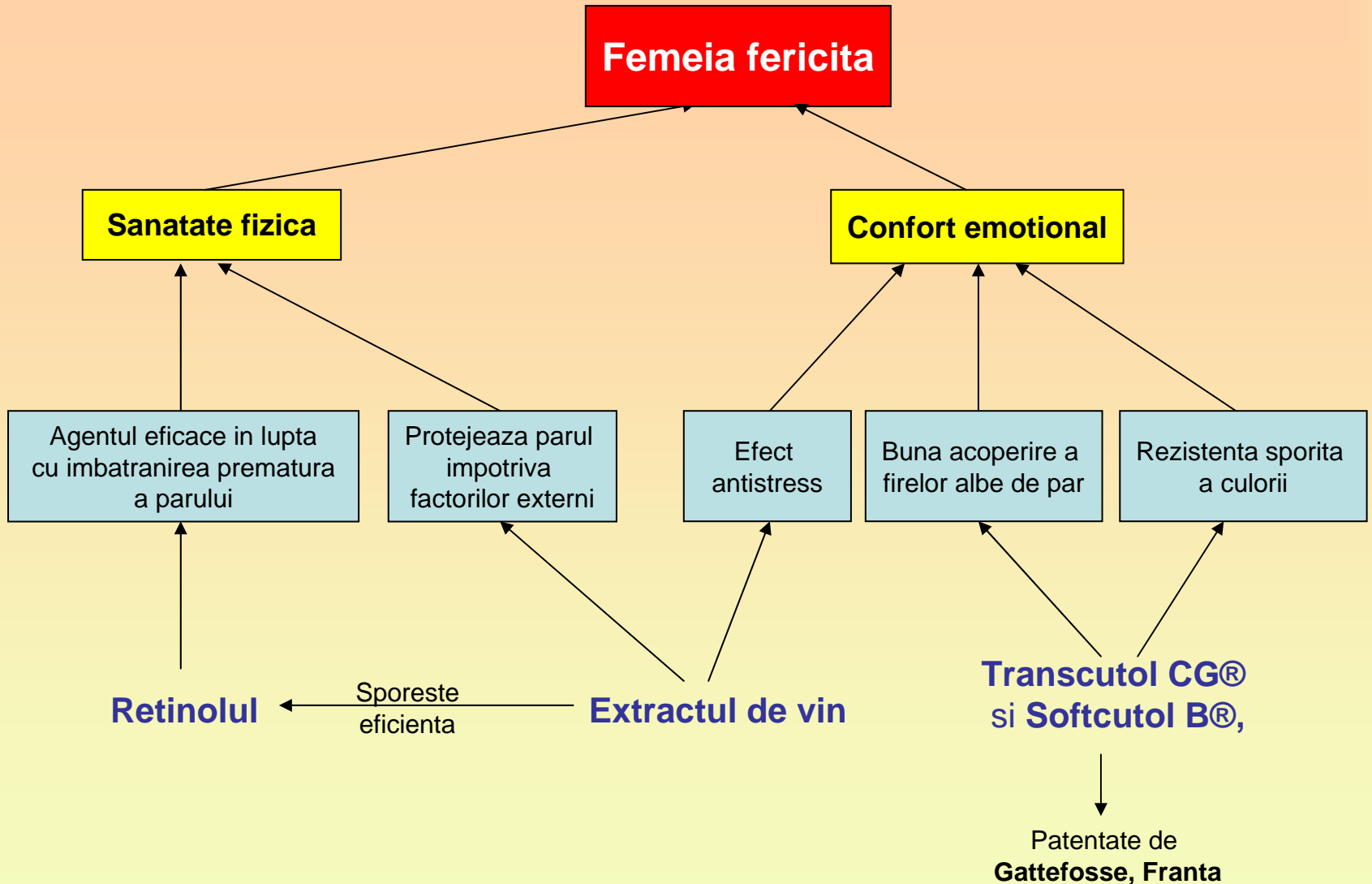
Vopseaua de par ideala:

- Conceputa pentru segment relevant de consumatori;
- Produs de calitate cu ingrediente naturale;
- Protectie pentru par;
- Loialitate fata de brand;
- Usor de folosit;
- Pret rezonabil.
















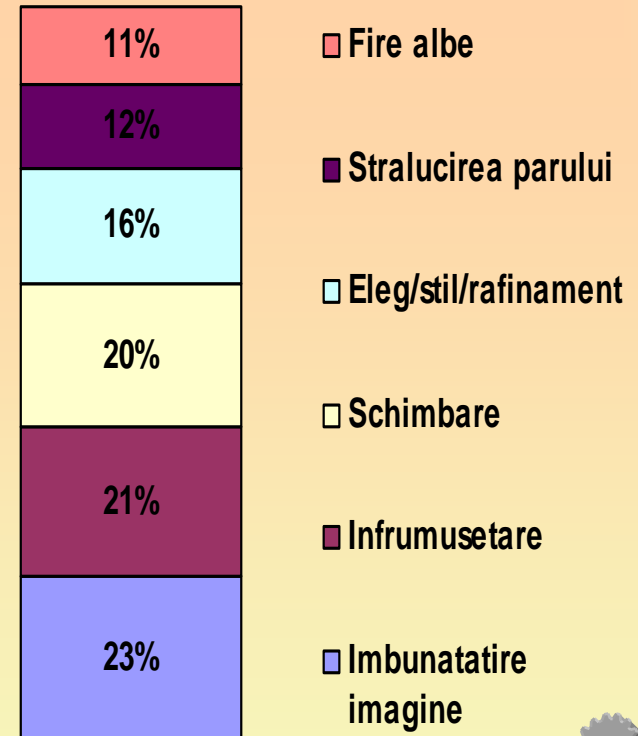
Noua formula imbogatita cu RETINOL!!



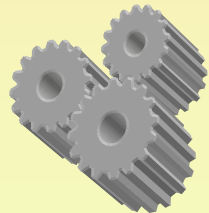
Indeplineste Color Style asteptarile consumatoarelor?

Pret rezonabil	
Calitatea produsului	
Paleta de culori	
Rezistenta culorii in timp	
Brand	
Protectia parului	
Ingrediente naturale	
Stralucirea parului	
Fixare uniforma	
Usor de folosit	
Acoperirea firelor albe	

Motivul cumpararii



Se observa ca  Color Style se potriveste perfect nevoilor si dorintelor consumatoarelor!!







Aroma Color Style

Cum functioneaza afacerea

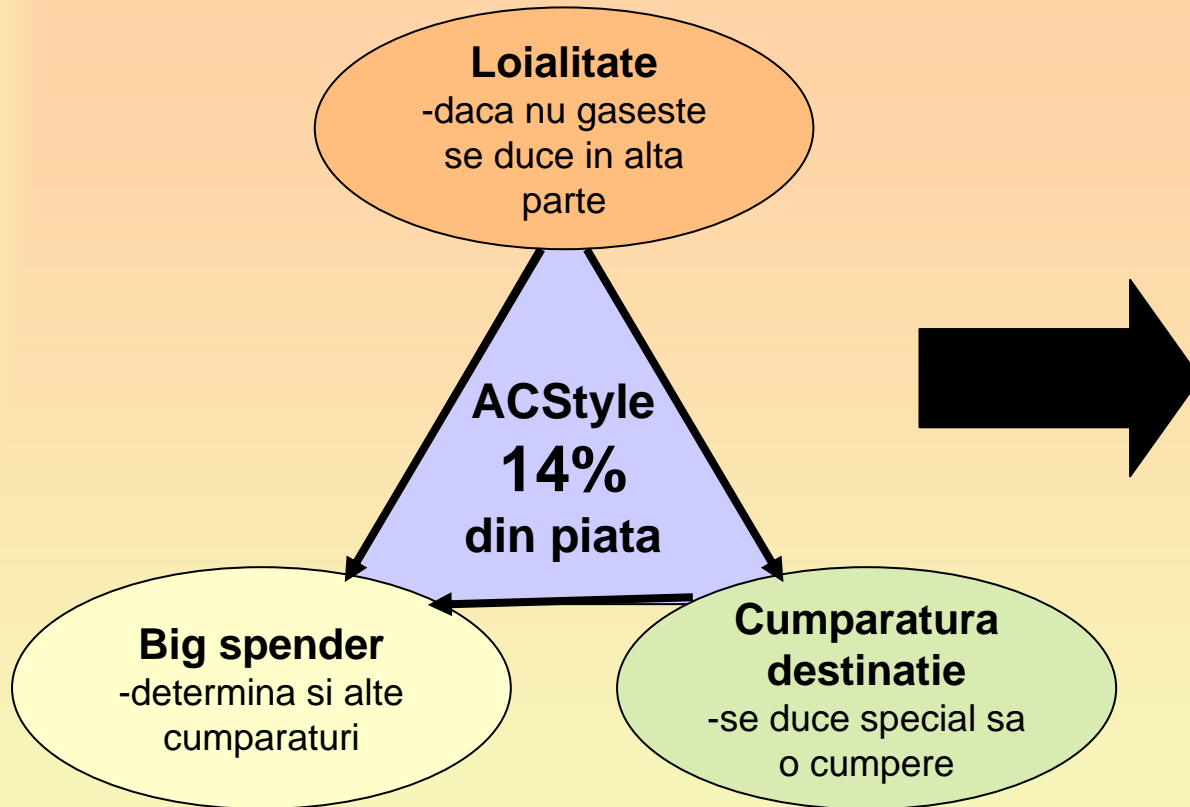


Cum functioneaza



1. Listati  Color Style, toate SKU-urile principale;
2. Noi venim cu suport de comunicare si BTL;
3. Deoarece e liderul unei categorii destinatie,  Color Style va va aduce cumparatori heavy spenders, cu un cos de cumparare mediu-mare;
4. Vetii face bani si direct: din vanzarea de  Color Style, si indirect, prin atragerea de consumatoare fidele brandului  Color Style.

Atrageți cumparatori “grei”

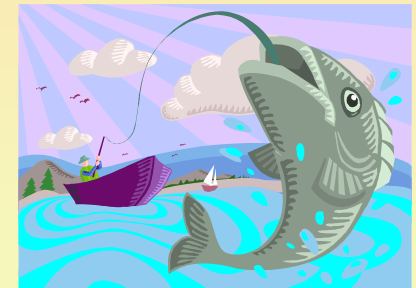


 **Color**

Style

aduce

**cumparatori
la magazin**





Color Style este liderul de volum al categoriei vopsea de par: categorie destinatie



Suport pentru brand de cel mai bun nivel



- Echipe de promovare la locul vanzarii;
- Mostre gratuite de balsam;
- Free gift, pachet compus;
- Printuri in reviste mondene;
- TPR;
- Oferte speciale pentru supermarketuri;
- Mercantizare dupa standarde bine studiate.



De ce Color Style va fi un succes?

- Cel mai mare segment la vopseaua de par e cel “mid tier”
- Cea mai mare vanzare din acest segment o are  Color Style;
- Cota de piata a lui  Color Style este in crestere (in ultumii 5 ani de la 7 la 14%);
- **Loialitate mare; consumatoarele schimba greu brandul => daca nu-l aveti cumpara din alta parte (210,000 femei cap de familie cumpara in fiecare luna numai Aroma Color Style!);**
- Atrage dupa sine si alte cumparaturi importante.

 **Color Style = Succes!!**

Ce sugeram?

- Parteneriat
- Management de sortiment si planificarea activitatilor
- Oferte speciale
- Pret agresiv
- Listarea de produse noi
- Merchandising permanent

Haideti sa stabilim detaliile!

 **Aroma**
COSMETICS

