

LANCÔME

PARIS

משנת 1935 המותג לנקום מעניק ללקוחותיו חוויית מותג יוקרתית, אלגנטית, נשית ובעלת מגע וניחוח צרפתיים. 75 שנים של חדשנות טכנולוגית, המשולבת באהבת נשים והבנת צורכיהן, הפכו אותו למוביל בתחום הקוסמטיקה היוקרתית. בישראל, לראשונה בתחום הקוסמטיקה, מושקת חנות ה-POP UP של לנקום

המשימה של לנקום בעולם, וכך גם בישראל, היא להעניק ללקוחה מוצרים בהתאמה אישית, עם יעילות מוכחת, בטיחות והנאה. כפועל יוצא, התוכנית השיווקית של לנקום כוללת דיאלוג ומגע אישי עם הנשים על מנת להבין את הצרכים האישיים שלהן ולהעניק להן שירות מקצועי וחוויתי.

האתגרים השיווקיים

לנקום צריך להמשיך ולשמור על מעמדו כמותג מוביל בתחום הקוסמטיקה היוקרתית, ולטפח את התדמית היוקרתית של המותג, תוך השקת מוצרים ושירותים חדשים ומרגשים, המספקים לצרכנים חוויית יופי יוקרתית, מפנקת, אישית ועם ניחוח צרפתי.

הפתרונות היצירתיים

כמו בפריז, ניו-יורק, לונדון וטוקיו, כך גם בישראל, לנקום פועל על מנת להעניק לאישה חוויית יופי אישית ויוקרתית.

בלנקום שמים דגש על חוויית המשתמשת, החל מהחוויה הסנסוראלית המשלבת את כל החושים מרגע שהלקוחה רואה את האריזה, מריחה את המוצר ונהנית ממגעו, ועד לנראות נקודת המכירה ולשירות האישי הניתן בחנות על ידי דיילות יופי מקצועיות.

הסביבה התחרותית

לנקום פועל ב-135 מדינות ונמצא בכ-20 אלף נקודות מכירה בעולם. בישראל הושק המותג ב-1989 והוא נמכר ב-140 נקודות מכירה ברשתות הפארם ובפרפומריות נבחרות.

המותג מציע מגוון מוצרי טיפוח לפנים ולגוף, איפור, בישום ומוצרי טיפוח לגבר.

שוק הקוסמטיקה היוקרתית מתאפיין בתחרותיות גדולה, הבאה לידי ביטוי בפיתוח מוצרים חדשניים עתירי טכנולוגיה, שיווק מושקע במדיה, ופעילות קידום מכירות תוך התמקדות בנראות ובשירות בנקודות המכירה.

הסיפור של לנקום מתחיל ב-1935 בזכות חלומו של איש בעל חזון ופורץ דרך - ארמנד פאטיזיאן, שהחליט לכבוש את עולם היופי עם מותג צרפתי מוביל. האהבה לנשים והאהבה לחיים הטובים הם שהובילו את פאטיזיאן ליצור מותג של יופי, נשיות, אלגנטיות ומודרניות עם טאץ' צרפתי, הנותן מענה לצורכיהן של נשים בעולם בתחומי הטיפוח, האיפור והבישום.

לנקום נקרא על שם טירת Chateau de Lancosme, הממוקמת בלב ליבה של צרפת, ושהייתה המיקום המועדף על פאטיזיאן לעריכת נשפים לחברה הגבוהה של צרפת. הטירה מוקפת בגן של ורדים, שהיוו השראה לסמל של לנקום - הורד.

ב-1964, המותג נרכש על ידי קונצרן לוריאל העולמי והיום לנקום הינו המותג המוביל בעולם בקוסמטיקה היוקרתית.

כמותג שבבסיס ערכי הליבה שלו הוא האהבה לנשים - שעבורן הוא מפתח מוצרים ושירותים - מקשיב לנקום לנשים כדי לתת מענה מדויק לצורכיהן. מדי שנה מתנהל דיאלוג בין לנקום לבין 50,000 נשים בכל רחבי תבל וכל שכבת גיל. בזכות הדיאלוג עם הנשים, מפתח לנקום מוצרים ברמת טכנולוגית גבוהה, המשלבים חדשנות, תוצאות יעילות מוכחות, בטיחות והנאה.

פיתוח המוצרים החדשים של לנקום מתבצע ב-16 מרכזי מחקר בצרפת, ארה"ב ויפן, על ידי 3,000 חוקרים המתמחים בדרמטולוגיה, ביולוגיה, ביופיזיקה, ביוכימיה ופסיכולוגיה.

לנקום מוביל בתחום מוצרי האנטי אייג'ינג, הרבה בזכות 75 שנים של מומחיות, מדע ויצירתיות בשירות היופי, שהביאו לפיתוחם של מרכיבים פעילים בלעדיים, ומרקמים יוצאי דופן עם ניחוחות עדינים.



Hondo for LANCÔME



Nick Knight for LANCÔME



Jean Michel bertis for LANCÔME



www.lancome.com

דברים שלא ידעת על לנקום

- הלוגו הראשון של לנקום הורכב מ-3 סמלים: לוטוס - לטיפוח, קופידון - לאיפור, וורד - לבישום. עם השנים נשאר רק הורד, שהפך לסמל החזק והמזוהה ביותר עם המותג.
- בכל דקה, נמכרות ברחבי העולם למעלה מ-150 מסקרות של לנקום.
- המותג לנקום נקרא על שם הטירה היוקרתית Chateau de Lancosme, הממוקמת בלב צרפת.

שהעניק להן תמונת מזכרת מהחוויה. פעילות המתחם נתמכה בפעילות יחסי ציבור, אירוע באזז מקדים בנוכחות מובילי דעת קהל, קמפיין אינטרנט, פרסום במדיה הכתובה, קמפיין רדיו ודיוור ישיר, שהניע לפעולה באמצעות מתנה שהוענקה לכל מי שפקדה את המתחם.



ההשראה לעיצוב המתחם הגיעה מקולקציית האיפור של לנקום לאביב 2009: Pink Irreverence ("ורוד חצוף"), המציגה ניגודים נועזים בורוד ובשחור. הלקוחות שהגיעו למתחם ה-"BEAUTY TOUCH" נהנו מחוויית יופי מקיפה, שכללה 4 שלבים:

בשלב הראשון, התבצע אבחון מקצועי של עור הפנים באמצעות מכשיר אבחון עור מתקדם ודיאלוג אישי עם הלקוחה. לאחר האבחון והכנת הצרכים האישיים של הלקוחה, ניתנה המלצה לשגרת טיפוח אישית. בשלב השני, ניתנו ייעוץ ואיפור מקצועי, על ידי צוות מאפרים מומחים של לנקום בראשות מאפר בינלאומי, שהוטרט לשם כך במיוחד מפריז. בשלב השלישי, כתוספת לחוויה, קיבלו הלקוחות ייעוץ סטיילינג אישי על ידי סטייליסטית אופנה, שסיפקה להם טיפים והמלצות לשדרוג המראה הכללי והמלתחה. בסיום, עם צאתן מהמתחם, צעדו הנשים כדוגמניות על מסלול מואר לקצב תקתוק הפלאשים של צלם מקצועי,

Archives patrimoine Lancôme



כפועל יוצא, שמים בלנקום דגש מיוחד על שירות והדרכת הדיילות, על מנת לוודא שהלקוחה תקבל את הטיפול האישי והמקצועי ביותר. החל מאבחון אישי של העור באמצעות מכשור מתקדם, דרך התאמת מוצרים חדשניים בהתאם לצרכי העור, וכלה באיפור מקצועי עם מרקמים חדשניים וגוונים אופנתיים ועדכניים.

במסגרת היצירתיות השיווקית של המותג בישראל, הושקו ב-2009 מתחמי "BEAUTY TOUCH" נודדים של לנקום, וזאת בעקבות הצלחתה של חנות ה-POP UP הראשונה בתחום הקוסמטיקה, שהוקמה על ידי לנקום בישראל ב-2008 בקניון רמת אביב, ואפשרה ללקוחות לפגוש במתחם אחד צוות מומחים, שהעניק לבאי המתחם טיפול יופי חוויתי ומקצועי בטכנולוגיה מתקדמת ושירות יוקרתי ומהנה.

מתחמי "BEAUTY TOUCH" נדדו בין 4 מוקדים שונים ברחבי הארץ, והזמינו את נשות ישראל לחוות חווית יופי טוטאלית, מפנקת, יוקרתית ומקצועית ללא תשלום.



Tom Munro for LANCÔME

2008
לנקום מקימה את חנות ה-POP UP הראשונה בתחום הקוסמטיקה בישראל.

1989
לנקום נכנסת לישראל כחלק מפעילות קונצרן לוריאל העולמי.

1983
השחקנית איזבלה רוסליני הופכת לדוברת ו"לפנים" של לנקום.

1964
קונצרן לוריאל העולמי רוכש את לנקום.

1936
נפתחה חנות הבוטיק הראשונה של לנקום ב-rue du Faubourg Saint-Honoré 29, הידוע כרחוב המעצבים היוקרתי בפריז.

1935
ארמנד פאטיד'אן מייסד את המותג לנקום.