

L'ORÉAL PARIS

לוריאל פריז חוגגת 100 שנה של טיפוח, יופי ומדע. בישראל, כמו בעולם, המותג מקיים דיאלוג מתמיד עם לקוחותיו ומפעיל בנקודות המכירה מעבדת יופי ניידת, המספקת חוויית טיפוח ויופי בהתאמה אישית. את הניחוח הבינלאומי למותג מספקת "נבחרת החלומות" של שגרירות המותג, ואת הריגוש לאורך השנה יוצרות החדשנויות פורצות הדרך בכל תחומי היופי



בעולם, לוריאל פריז מצרפת לשורותיה את הנשים האקטואליות והמובילות בעולם מכל התחומים: זמרות, שחקניות, זוכות אוסקר ועוד. מדובר בנשים, שמעבר לזוהר ולהצלחה הבינלאומית שלהן, הן משדרות גם חמימות, נשיות וידידותיות, והן פונות לקהל הצרכנים בגובה העיניים. מאפיינים אלו יוצרים הזדהות, סימפטיה ואמפתיה לשגרירות היופי בקרב צרכנים מסביב לעולם.

הסביבה התחרותית

לוריאל פריז פועלת בתחומי הקוסמטיקה והטואלטיקה

שיווקית יעילה והשקעה בפרסום, שמיקמה את לוריאל פריז בראש דירוג מותגי הקוסמטיקה המפרסמים ביותר בישראל.

"נבחרת החלומות"

לוריאל פריז הייתה החברה הראשונה שהשיקה את "נבחרת החלומות" האגדית, המורכבת משגרירות יופי שהן כוכבות בינלאומיות ומובילות דעת קהל, המגיעות מכל קצוות העולם. מעבר לכך, לוריאל פריז הייתה החברה הראשונה שנתנה לשגרירות היופי שלה במה, שהתבטאה לא רק בפרסום יופיין וחיוכן החושף שיניים צחורות על שלטי חוצות, אלא גם במתן במה לקולן ודעתן דרך יצירת דיאלוג עם קהל הצרכנים, והעברת המסרים שלהן בגוף ראשון דרך המשפט המזוהה עם המותג: "כי מגיע לי הטוב ביותר".

לוריאל פריז בוחרת את שגרירות היופי שלה על פי מספר קריטריונים, כשהעיקריים הם המוניטין ועולמות התוכן הנוספים של השגרירה המיועדת. כחברת הקוסמטיקה הגדולה והמובילה

ב-1909, בדירה קטנה בפריז, במטבח אשר שימש גם כמעבדה ובחדר אוכל ששימש כשטח הדגמה, הקים יוג'ין שולר את "החברה לשיער בטוח של צרפת", שתהפוך בעתיד ללוריאל.

את פעילותה החלה לוריאל פריז בעסקי צביעת השיער, אולם עד מהרה היא החלה לפתח, לייצר ולשווק מוצרי טיפוח, איפור ושיער.

המותג לוריאל פריז מתמקד ב-3 תחומים בעולם היופי: טיפוח העור, איפור ושיער. ה-Mission שלו הוא להציע לכל צרכנית, בכל מקום, מוצרים איכותיים, יעילים ובטוחים, במחיר נגיש ובזמינות גבוהה, וזאת על מנת לאפשר למקסימום אנשים ליהנות מהם.

המותג שחרט על דגלו את הסיסמה "כי מגיע לך הטוב ביותר", מציע לצרכניות ב-100 השנים האחרונות מוצר אופנתי וזוהר לצד מומחיות, מקצועיות, טכנולוגיה, חדשנות ורמת ביצוע גבוהה.

בישראל, הושק המותג ב-1995 ומאז כבש את הקטגוריות שבהן הוא פעיל בזכות מגוון מוצרים חדשניים, אסטרטגיה





www.lorealparis.com

דברים שלא ידעת על לוריאל פריז

- מותג Plenitude של לוריאל פריז הופיע במקבץ הראשון של הפרסומות ששודרו בערוץ 2.
- ב-2008 השקיע קונצרן לוריאל 581 מיליון אירו במחקר דרמטולוגי וקוסמטי ופיתח 5,000 נוסחאות. החברה רושמת במומצע בשנה 500 פטנטים.
- אקסלנס - ערכת הצביעה הביתית של לוריאל פריז, היא הערכה הנמכרת ביותר בעולם.



שבה הושק בשנת 2008 מכשיר לאבחון עור בשם SKIN PROFILLER, שנועד לאבחן ולהתאים מוצרי טיפוח במיוחד לצרכי העור של הלקוחה.

עם השקת המכשיר השיק המותג את "מעבדת היופי הניידת", שמאפשרת ללקוחה לחוות את לוריאל פריז כמותג, שמעניק לה שירות אישי ומקצועי ומציע לה פתרונות, המאפשרים לה להיראות יפה וזוהרת יותר. במעבדה הניידת מקבלת הלקוחה אבחון מקצועי של עור הפנים והתאמה אישית של מוצרי טיפוח באמצעות מכשיר ה-SKIN PROFILLER, ולבסוף, מאפר מקצועי נותן לה טיפים אישיים ומאפר אותה במוצרי לוריאל פריז.

לצד השקת מוצרים בינלאומיים, המותג קשוב לצרכי הלקוחה, מבצע מחקרים וסקרים מקומיים ולומד על הרגליה וצרכיה של הצרכנית הישראלית.

כך, למשל, הבינו אנשי השיווק של לוריאל פריז בישראל כי גודל האריזה של השמפו המנצח אצל הצרכנית הישראלית הוא 750 מ"ל, ובהתאם לכך הושקו במרץ 2009 אריזות מותג השיער ELVIVE, שיוצרו בגודל שהותאם במיוחד לישראל.

לאחרונה, השיק המותג את ערכת צבע השיער EXCELL 10, הערכה הראשונה המוצעת בישראל, המאפשרת צביעת שיער ב-10 דקות בלבד. המוצר מגיע לישראל במקביל להשקה העולמית שלו, מתוך רצון להציע ללקוחה הישראלית את שיא הטכנולוגיה, במקביל להשקתו בעולם.

יכולות המחקר של לוריאל פריז בתחום האנטי-אייגיינג מאפשרות לו להציע מוצרים פורצי דרך לא רק בתחום הטיפוח, אלא גם בתחומים משלימים. כיום, ניתן להשיג בישראל את Visible Lift Serum Inside - שהוא מייק-אפ המועשר בסרום אנטי-אייגיינג מספח, המעניק אפקט מתיחה ומיצוק.

ובעתיד

לוריאל פריז חוגגת השנה 100 שנות יופי, וממשיכה לפעול ולפתח יכולות מדעיות ושיווקיות על מנת לשמר את ההצלחה גם בעתיד.

פתיחת קטגוריות חדשות, השקת פיתוחים טכנולוגיים פורצי דרך, השקעה במחקר ובפיתוח ומעל הכל - השקעה במשאב האנושי, הם שיאפשרו ללוריאל פריז להמשיך ולהיות מותג הקוסמטיקה המוביל בעולם ובישראל.



(בהפצה רחבה), ומשווקת לכ-1,000 נקודות מכירה ברחבי הארץ: פארמים, רשתות מזון ופרכומריות.

המותג מציע ללקוחה מוצרים איכותיים בכל תחומי היופי ובמחירים הוגנים.

ענף הקוסמטיקה בישראל ידוע כתחרותי מאד, והדבר מתבטא בריבוי מבצעים, הנחות ומתנות. מאפיין ייחודי נוסף של הענף בישראל, הוא הימצאותן של דיילות קוסמטיקה בנקודות המכירה, המקדמות גם מותגים המוגדרים בעולם "בשירות עצמי".

במהלך שנות פעילותו בישראל, אבני היסוד בהצלחתו של המותג היו הפצה רחבה, חוויה ללקוחה ומקצועיות בשירות.

אתגרים שיווקיים

לוריאל פריז הוא מותג המוביל בעולם בכל התחומים בהם הוא פועל, ועל כן הוא מחויב לשמור על מעמדו כמוביל שוק גם בישראל.

האתגרים היומיומיים שעומדים בפני צוות השיווק של לוריאל פריז בישראל הם הצורך בבחירה נכונה של השקות ותזמון, התאמת האסטרטגיה השיווקית העולמית לשוק המקומי והעברת המסרים באופן ברור ונגיש ללקוחה הישראלית.

הפתרונות היצירתיים

לוריאל פריז מתמודדת עם האתגרים השיווקיים באמצעים רבים ומגוונים: דיאלוג מתמיד עם הלקוחות, שירות לקוחות מקצועי והשקת מוצרים חדשניים ופורצי דרך בתחום הטיפוח, האיפור והשיער.

ישראל הייתה אחת מ-9 המדינות הראשונות בעולם

2009
לוריאל פריז משיקה את Excel 10: צבע לשיער 10-דקות.

1994
סדרת Revitalift מושקת והופכת לסדרת הטיפוח לטיפול בקמטים מספר 1 בישראל ובעולם.

1982
השקת Plenitude של המותג L'Oréal Paris: סדרה לטיפוח עור הפנים.

1966
מושקת Recital, ערכה לצביעת שיער הביתית הראשונה.

1957
מיתוס נולד: ספריי לעיצוב השיער Elnett.

1909
L'Aureale, צבע לשיער - המוצר הראשון שפיתח יוג'ין שולר, מייסד החברה.