

Wojna sieci drogeryjnych na promocje

data aktualizacji: 2017.04.27



Uruchomienie Klubu Rossmann - lojalnościowego programu dla stałych klientów - zbiegło się wielką akcją promocyjną Rossmanna na kosmetyki do makijażu. Od 20 do 28 kwietnia br. w sieci obowiązuje rabat 49 proc. na cały asortyment kosmetyków kolorowych. Konsumenci, którzy przystąpili do Klubu Rossmann i zainstalowali aplikację Rossmann PL uzyskali dodatkowe 15 proc. rabatu, co w sumie dało 55 proc. zniżki.

Akcja Rossmanna spotkała się z tak wielkim zainteresowaniem, że w wielu placówkach Rossmanna brakowało towaru, a fanpage sieci został zalany komentarzami od zdenerwowanych konsumentek, które nie mogły kupić kosmetyków w sklepach stacjonarnych ani w sklepie internetowym. W drogeriach ustawiały się kolejki, a klientki wręcz wrywały sobie towar z rąk. Na fanpage'u marki wypowiadały się także pracownice Rossmanna, pisząc, że od kilku dni właściwie nie schodzą z kas, inne nie są w stanie zrobić nic dla sklepu, bo zajmują się jedynie kompletowaniem zamówień internetowych, i przyznają, że również dla nich ta akcja promocyjna stała się walką o przetrwanie.

W Hebe od 13 do 26 kwietnia również trwa promocja na kosmetyki do makijażu, które można kupić w pakiecie 1 + 1 za grosz za kosmetyk tej samej marki. Promocją obrane są wybrane brandy. W tym wypadku również konsumentki skarżą się na fanpage'u marki na braki w towarze i w ofercie internetowej Hebe. Nie zabrakło też komentarzy, że Rossmann przebił promocje oferowane przez

Hebe.

Kosmetyki do makijażu stały się bohaterami promocji nie tylko w największych, ogólnopolskich sieciach drogerijnych. Również lokalna, polska sieć drogerii Vica zaproponowała konsumentkom rabat 55 proc. na kosmetyki kolorowe i to przez znacznie dłuższy okres – od 10 do 30 kwietnia.

W sklepach kosmetycznych Kontigo z Grupy Eurocash, działających tylko w Warszawie, akcja -40 proc. na wszystkie tusze i produkty do brwi obowiązuje dzisiaj, 25 kwietnia.

Na rynku nie brakuje głosów, że tak głębokie promocje są wyniszczające dla branży kosmetycznej, a także dla samych marek, które tracą na swoim wizerunku i nie są w stanie prowadzić stabilnej i przewidywalnej dla konsumentów polityki cenowej.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/wojna-sieci-drogerijnych-na-promocje,39647>