

## Stowarzyszenie Kosmeteria pobudza drogerie do wspólnego działania

data aktualizacji: 2017.08.23



**Stowarzyszenie Sklepów Kosmeteria zapowiada działania marketingowe, które mają zaktywizować należące do sieci drogerie i przyciągnąć do nich nowych, młodych konsumentów.**

O tym co dotychczas zostało zrobione i o swoich planach zarząd stowarzyszenia poinformował właściciele drogerii na pierwszej konferencji handlowej, która odbyła się w niedzielę 20 sierpnia w Strykowie. Wzięło w niej udział około 60 właścicieli sklepów. Najważniejsze zmiany dotyczą aktywności marketingowej sieci. Mają prowadzić do tego, aby Kosmeteria stała się rozpoznawalna, aby konsumenci dowiedzieli się o jej ofercie, wprowadzanych nowościach i prowadzonych akcjach promocyjnych.

### **Konsument na celowniku**

Zarząd stowarzyszenia zadbał o to, aby konto Kosmeterii na facebooku było aktywne i codziennie pojawiają się na nim informacje kierowane do konsumentów. Prowadzi je zewnętrzna agencja marketingowa. Odżyła także strona internetowa sieci. Stowarzyszenie chce jednak pójść dalej. W planach jest m.in. budowanie klubu lojalnych klientek Kosmeterii. W działaniach marketingowych sieć zamierza posilkować się narzędziami projektu Face&Look (pismo, portal). - Mamy przede wszystkim uzyskać od F&L wsparcie w zakresie dotarcia do ostatecznych konsumentów, na czym nam najbardziej zależy. Będziemy też wspólnie organizować eventy z udziałem celebrytów i inne

działania promocyjne. Chcemy, żeby nasze drogerie odżyły i aby pojawili się w nich młodzi konsumenci. Mamy nadzieję, że nam się to uda – mówi Jerzy Kwiatkowski, prezes zarządu Stowarzyszenia Sklepów Kosmeteria. Na konferencji w Strykowie projekt tej współpracy przedstawił Jacek Kaczanowski reprezentujący F&L.

### **Sami zarządzamy siecią**

- Decyzyjność w zakresie działania sieci absolutnie leży po stronie zarządu stowarzyszenia, nie zatrudniliśmy menedżera, nadal sami zarządzamy Kosmeterią. F&L będzie dla nas natomiast wsparciem marketingowym, ponieważ sami nie mamy w tym zakresie dostatecznego doświadczenia ani narzędzi pozwalających nam szybko zbudować wśród konsumentek świadomość istnienia Kosmeterii. Mamy natomiast doświadczenie w handlu, znamy problemy właścicieli sklepów, bo sami prowadzimy drogerie i widzimy, że dlatego jesteśmy dla uczestników sieci wiarygodni – stwierdza Jerzy Kwiatkowski. Tymczasem na swoim profilu na facebooku Face&Look już informuje, że od września ruszy Kosmeteria F&L Club i a Kosmeterie nazywa "swoimi drogeriami".

### **Polski detal jest potrzebny producentom**

Jerzy Kwiatkowski wielokrotnie podkreśla, że głęboko wierzy w handel detaliczny, w to, że polskie sklepy kosmetyczne mogą nadal istnieć i dobrze sobie radzić na rynku. Potrzebują jednak nowoczesnych narzędzi marketingowych, środków na inwestycje i wsparcia ze strony producentów. - Detal jest potrzebny firmom kosmetycznym. Dyrektorzy handlowi, z którymi się spotykamy przyznają to. Prosimy ich więc o to, aby zastanowili się, jak właścicielom sklepów pomóc. Jedni sobie radzą na rynku lepiej, inni gorzej, ale na pewno ci ludzie nie są nieudacznikami. Przez 20 lat prowadzą swoje biznesy. Z różnych powodów bywają zagubieni, ale jeśli poda im się rękę i da realne, a nie pozorne wsparcie, będą nadal prowadzić swoje małe firmy, również pracując na sukces producentów – tłumaczy Jerzy Kwiatkowski.

Za realne wsparcie dla detalu uważa m.in. ujednoczenie warunków zakupowych. Cena wyjściowa, jego zdaniem, powinna być taka sama dla wszystkich sklepów niezależnie od skali działania i obrotu, jaki robią z danym producentem czy dystrybutorem. - Po konferencji jestem zbudowany. Widzę, że nasze intencje zrozumieli również właściciele sklepów. Także ci, którzy do tej pory byli „singlami” – najsilniejsi w sieci sami mogli negocjować dla siebie lepsze warunki. Tymczasem najważniejsza jest lojalność wobec sieci. Działając wspólnie możemy osiągnąć więcej niż w pojedynkę, a przede wszystkim utrzymać na rynku polski detal – podkreśla Jerzy Kwiatkowski.

### **Żeby to nie był tylko szyld**

Stowarzyszenie Sklepów Kosmeteria zostało zarejestrowane w czerwcu br. Jest kontynuacją sieci Kosmeteria - Eksperci Urody, którą założyła 5 lat temu firma Brodr. Jorgensen na bazie klubu sklepów marki Gosh. Pod koniec marca br. Brodr. Jorgensen zrezygnował z prowadzenia sieci i oddał zarządzanie nią w ręce samych właścicieli drogerii, uznając, że będzie im łatwiej się skonsolidować i zrozumieć, gdy na czele sieci stanie ktoś z wewnątrz. Dodatkowo za przeszkodę w dotychczasowym budowaniu sieci firma Brodr. Jorgensen, mająca w swoim portfolio znane marki (np. Gosh, Lumene), uznała to, że była traktowana przez innych producentów jako konkurent, a nie partner biznesowy.

Opinia samych właścicieli sklepów o Kosmeterii była nie najlepsza. Wielu stwierdzało, że pozostały tylko szyldy na sklepach, a sama sieć nie istnieje. Właściciele drogerii powołując stowarzyszenie, postanowili udowodnić, że to nieprawda. Jerzy Kwiatkowski, właściciel drogerii Renata w Polkowicach, od lat aktywnie działający w radzie sieci Kosmeteria, postawił sobie za cel ponowne zaktywizowanie członków sieci.

## **Relacje z Ambra**

Stowarzyszenie ściśle współpracuje z hurtownią Ambra, która jest obecnie głównym dostawcą do Kosmeterii i ma podpisane centralne umowy z producentami przede wszystkim produktów masowych. – Jesteśmy wskazanym przez zarząd sieci głównym dystrybutorem Kosmeterii. Towar producentów, z którymi mamy podpisane umowy przechodzi przez nasze magazyny – mówi Bartłomiej Kubit, dyrektor generalny w firmie Ambra (Grupa Eurocash). – Dostarczamy także drogeriom narzędzia marketingowe, które są również stosowane w zarządzanej przez nas sieci drogerii Koliber, takie jak gazetki reklamowe, plakaty promocyjne, organizujemy konferencje i targi handlowe oraz szkolenia. Natomiast Stowarzyszenie Sklepów Kosmeteria we własnym zakresie prowadzi negocjacje z niektórymi, szczególnie niszowymi, producentami i we własnym zakresie organizuje część działań promocyjnych – wyjaśnia Bartłomiej Kubit. Producenci, którzy nie współpracują z Ambra, a chcą dostarczać towar do drogerii Kosmeteria, mogą to robić bezpośrednio przez swoje siły sprzedaży na warunkach ustalonych ze stowarzyszeniem. Taki towar nie trafia już do magazynów Ambry. Dystrybutor nie odpowiada także za windykację należności.

## **Umowy z nowymi dostawcami**

Stowarzyszenie Sklepów Kosmeteria chce się skoncentrować na współpracy z dostawcami, których strategią sprzedaży nie jest masowa dystrybucja, i których oferta handlowa da sklepom szansę na podniesienie ich rentowności. Zarząd stowarzyszenia poinformował, że podpisał już pierwsze umowy o współpracy z takimi dostawcami jak Brodr. Jorgensen, Miller Solingen, Ava i Elfa Pharm i prowadzi rozmowy z kolejnymi, m.in. Pierre René, Floslek, Inter Vion i Top Choice.

Sami producenci dość ostrożnie wypowiadają się na temat działań Kosmeterii. – Faktycznie jesteśmy zachęcani do współpracy, ale nie podjęliśmy do tej pory żadnych rozmów – mówi Robert Zeszutek, dyrektor sprzedaży, Pierre Rene. – Podjęliśmy próbę usystematyzowanej współpracy z całą siecią, ale to się nie udało. Obecnie pracujemy więc z pojedynczymi sklepami, wytypowanymi przez naszych regionalnych przedstawicieli, na indywidualnych warunkach – przyznaje Jarosław Topolski, prezes zarządu firmy Elfa Pharm. – Jeszcze nie wiadomo, jak to się ułoży. Przyglądamy się. Nie chcę komentować dotychczasowych działań – mówi reprezentant kolejnej firmy, chce pozostać anonimowy. Są też takie firmy, jak Biosensual, produkująca naturalne świece, która pisze na facebooku: "Gratulujemy! Wspaniała inicjatywa. Cieszymy się, że jesteśmy częścią tego projektu, dołożymy starań w jego promocję"

Jak zapewnił nas Jerzy Kwiatkowski, koszty działania stowarzyszenia są ograniczone do minimum, a wszystkie środki pozyskane z umów z firmami i markami, będą przeznaczane na wsparcie dla detalistów.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/stowarzyszenie-kosmeteria-pobudza-drogerie-do-wspo,41502>