

Co się dzieje z markami Soraya i Dermika? - pytają właściciele drogerii. Firma odpowiada.

data aktualizacji: 2019.02.28



Do naszej redakcji napisała właścicielka drogerii zbulwersowana tym, że kosmetyki Soraya i Dermika pojawiły się w tzw. chińskich marketach w bardzo zaniżonych cenach. "Są tak niskie, że mały i średni detal nie jest w stanie nawet w hurcie zrobić zakupów w takich cenach. To psuje rynek, wizerunek marki i naszą reputację w oczach klientów. Jak mamy im wytłumaczyć tak drastyczne różnice w cenach? Wreszcie dlaczego z taką ofertą cenową firma nie zwróciła się do nas?" - to pytania przedstawicielki polskiego handlu. Firma Orkla Care, właściciel marek, odpowiada, że nie jest w stanie kontrolować wszystkich drobnych punktów sprzedaży, źródeł dostaw oraz okazjonalnych wyprzedaży produktów.

„Piszę do państwa ze sprawą, która, moim zdaniem, nie powinna pozostać bez echa w środowisku kosmetycznym. Dotyczy ona sprzedaży kosmetyków marki Dermika i Soraya należących do koncernu Orkla Care. W wielu miastach w tzw. sklepach chińskich, czyli „mydło, powidło i chiński but”, pojawiło się wiele kremów i maseczek w cenach tak niskich, że mały i średni detal nie jest w stanie nawet w hurcie zrobić zakupów w takich cenach. Bardzo proszę, aby redakcja zajęła się tą sprawą” -

tak zaczyna się list właścicielki drogerii do naszej redakcji. Jako dowód otrzymaliśmy również zdjęcie.



Detalistka (imię i nazwisko do wiadomości redakcji) od lat prowadzi drogeryjny biznes, obecnie działa w jednej z franczyzowych sieci. Zwraca uwagę na konsekwencje takiej polityki dystrybucyjnej i podkreśla, jak bardzo wpływa ona na postrzeganie przez klientów oferty polskich drogerii, a także marek Soraya i Dermika kojarzonych z dobrymi sklepami kosmetycznymi. Szczególnie dotyczy to Dermiki, która była zawsze pozycjonowana jako marka premium i kierowana do klientek z zasobniejszym portfelem.

„Każdy wie, co niska cena robi z produktem, jak teraz wygląda marka i jak wyglądamy my w oczach klientów? Rozumiem biznes i prawa rynku, natomiast jako przedsiębiorca od lat pracujący z marką świecę teraz przed klientami oczami i słów nam brakuje, bo jak wytłumaczyć różnicę w cenie? Zastanawia mnie, jak firma może sobie pozwolić na coś takiego oraz jak może w ten sposób traktować odbiorcę i sprzedawcę, jakim jesteśmy my?” – pyta właścicielka drogerii.

Przedstawicielka polskiego detalu uważa, że Orkla Care sprzedała do chińskich sklepów stocki magazynowe i zastanawia się, dlaczego firma nie wystąpiła z taką propozycją do drogerii. *„Kiedyś to robili i kupowaliśmy po 3 tys. sztuk kremu”* – twierdzi rozgoryczona właścicielka drogerii.

Poprosiliśmy firmę Orkla Care o komentarz. Zapytaliśmy, czy strategia cenowa i dystrybucja kosmetyków Soraya i Dermika zmieniły się i w jakich kanałach sprzedaży produkty będą teraz

oferowane? Firma nadesłała swoje oficjalne stanowisko, które przytaczamy w całości:

„Wyjaśniamy, że koszt wyprodukowania kosmetyków marki Dermika znacząco przewyższa wartość półkową produktów zaprezentowanych na fotografii.

Orkla Care S.A. nie zmieniła swojej polityki cenowej ani marketingowej względem marki Dermika. Dermika jako świetna jakościowo marka jest kierowana do wymagających konsumentek. Produkty wystawione na sprzedaż w cenach 10-13 złotych nie mogą przynieść pożądanego zysku dla sprzedawcy, jest to sprzedaż poniżej kosztów ich produkcji i promocji.

Przy tak rozdrobnionej dystrybucji kosmetyków nie jesteśmy w stanie kontrolować wszystkich punktów sprzedaży oraz źródeł dostaw. Jednocześnie sugerujemy, aby przed zakupem kosmetyków w tak okazjonalnych cenach, sprawdzić ich datę ważności, gdyż mogła ona ulec wygaśnięciu bądź jej okres jest tak krótki, iż uniemożliwia ich użycie. Produkty z utraconą datą ważności nie mogą podlegać dalszej odsprzedaży.

Zapewniamy, że dołożymy należytej staranności, aby nasz Przedstawiciel Handlowy skontrolował punkt sprzedaży, w którym pojawiły się kosmetyki w takich cenach”.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/co-sie-dzieje-z-markami-soraya-i-dermika-pytaja-wl,52822>