

## Ruszyła wiosenna walka cenowa drogerii

data aktualizacji: 2019.03.01



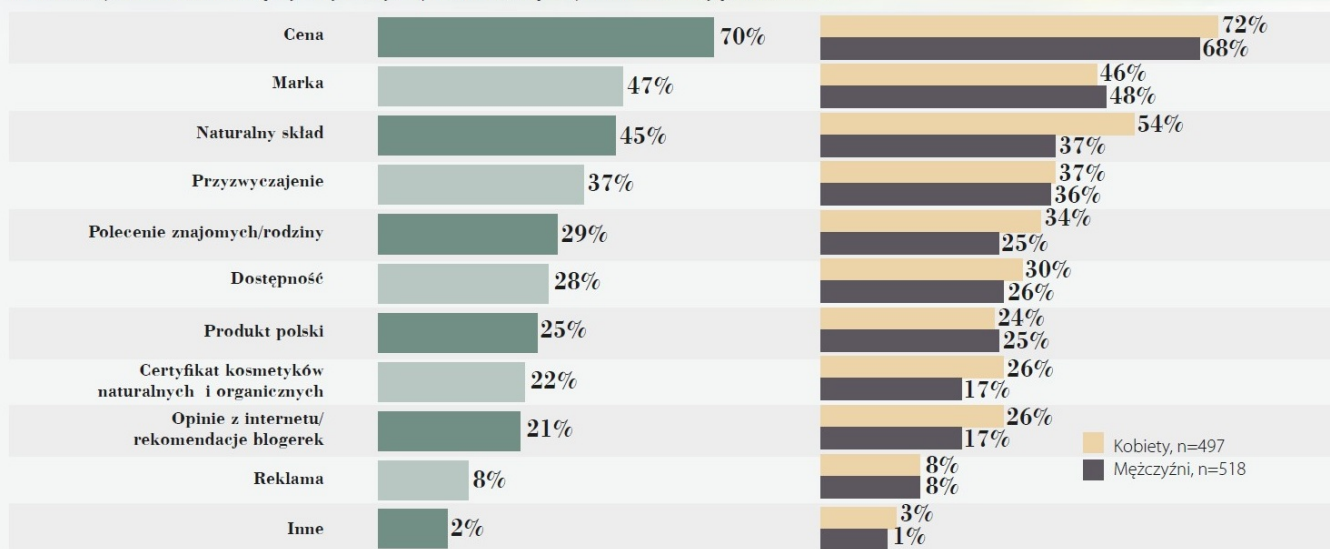
**Wraz ze zbliżającą się wiosną w drogeriach pojawia się zatrzęsienie promocji na kosmetyki. Mają one zachęcić zmęczone zimą, potrzebujące zmiany i odświeżenia wizerunku konsumentki do zwiększenia zakupów kusząc znacznie obniżonymi cenami. Taka polityka cenowa może jednak mieć negatywne skutki dla marek.**

**Dzień Kobiet, Pierwszy dzień wiosny, zbliżający się okres świąteczny** to doskonałe okazje, aby przyciągnąć klientów do półek z kosmetykami. Drogerie nie próżnują i walczą o klientów żłaknionych nowości i odświeżenia swoich pól w łazience, planujących zmianę koloru włosów czy chcących zadbać o cerę zmęczoną zimowymi miesiącami.

Drogerie walczą cenami. To przemyślany krok, bo dla większości konsumentów, co udowodniły badania przeprowadzone przez firmę Mands na zlecenie Wiadomości Kosmetycznych, cena jest najważniejszym impulsem do zakupów. Zadeklarowało to 70 proc. respondentów.

## CO JEST WAŻNE DLA PANA/I PRZY WYBORZE PRODUKTÓW KOSMETYCZNYCH?

Możliwe było udzielenie więcej niż jednej odpowiedzi, stąd wyniki nie sumują się do 100%



Badanie zostało przeprowadzone przez firmę Mands Badanie Rynku i Opinii dla „Wiadomości Kosmetycznych”, metodą CAWI, na ogólnopolskiej próbie 1015 internautów, reprezentatywnej ze względu na płeć, wiek oraz wielkość miejscowości, we wrześniu 2017 r.

Jak wynika z raportu KPMG "Zakupy Polaków na wyprzedazach", w trakcie trwających promocji i wyprzedaży Polacy najczęściej dokonują zakupu kosmetyków (58 proc. wskazań). Najważniejszym czynnikiem wpływającym na podjęcie decyzji zakupowej jest dla 3/4 Polaków atrakcyjna cena produktu. Nic dziwnego, że tegoroczna wiosenna oferta promocji w drogeriach też jest imponująca.

### Drogerie Natura

Natura oferuje zniżkę na wszystkie zapachy -60 proc., make-up do -40 proc, markę Veoli Botanics -30 proc, markę O'Herbal -25 proc do 4 marca, markę It's skin -25 proc. do 8 marca. Maski dostępne są w promocji 2+1 za grosz. Produkty do pielęgnacji ciała kosztują teraz mniej o 35 proc, pielęgnacja twarzy o 40 proc., stylizacja włosów taniej o 36 proc, pielęgnacja włosów o 26 proc, a higiena ciała o 41 proc.

### Drogerie Hebe

Hebe do 9. marca ma dwie duże promocje: -60 proc. na wszystkie zapachy damskie i -50 proc. na pielęgnację twarzy. Ponadto produkty wybranych marek np. Pantene, Aussie, Gillette są przecenione do 13. marca.

### Drogerie Super-Pharm

Super-Pharm proponuje w dniach 1-8 marca 20 proc. zniżki na perfumy damskie oraz wybrane kosmetyki Bourjois w cenie niższej o 30 proc. Ponadto w promocji tusz Million Lashes L'Oreal -40 proc. i kosmetyki marki SVR 1 + 1 za grosz.

### Drogerie Kontigo

W drogeriach Kontigo pielęgnacja twarzy do -40 proc., były też promocje na zakończenie zimy (w dniu 28 lutego).

## **Drogerie Jawa**

Jawa oferuje do 4 marca zniżki na makijaż do -50 proc, perfumy do -40 proc. i produkty do włosów w promocji 2 plus 1 za grosz.

## **Drogerie Koliber**

Osiem pomysłów na prezent na Dzień Kobiet mają Drogerie Koliber. Z tej okazji przygotowano osiem produktów w obniżonych cenach. Kupujący je mogą w tych drogeriach dostać również słodki upominek. Promocja trwa do 8 marca lub do wyczerpania zapasów.

## **Drogerie Rossmann**

W Rossmannie promocje na wybrane produkty kosmetyczne potrwać do 7 marca.

## **Promocje niszczą marki**

Zdaniem ekspertów taka strategia jest jednak krótkowzroczna, bo po okresie promocji obniżonej ceny zazwyczaj nie udaje się producentowi podnieść do wyjściowego poziomu.

*- Szaleństwo nieustannych promocji powoduje, że znane marki sprzedawane są tylko wtedy, gdy promocja cenowa oscyluje wokół minus 50 proc. Pokazanie klientowi tak niskich cen to jak zarażenie się nieuleczalną chorobą - już nigdy nie będziemy zdrowi, możemy leczyć się tylko objawowo. Tak też jest z cenami. Raz pokazana niska cena już nigdy nie pozwoli na regularną i zadowalającą sprzedaż. Klient będzie czekał na cenę promocyjną i pójdzie tam, gdzie ją dostanie. Taka polityka promocyjna rujnuje marże handlowe i pozycjonowanie marek - komentuje **Łukasz Barbacki z firmy Barbacki Consulting.***

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/ruszyla-wiosenna-walka-cenowa-drogerii,52848>