

Jasmin na FBK 2019: konsumenci analizują wszystkie deklaracje producentów

data aktualizacji: 2019.10.03



Jeśli właściciel drogerii chce nadążać za trendami, musi słuchać najmłodszych konsumentów. Oni są wręcz przerażająco świadomi. Utożsamiają się z ze znajomymi, światem, są zaangażowani, pytają np. o to, dlaczego opakowanie jest foliowe - mówiła Teresa Stachnio, członek zarządu sieci drogerii Jasmin podczas debaty „Przyszłość rynku kosmetycznego - jakie najważniejsze trendy będą kształtowały biznes beauty?” towarzyszącej Forum Branży Kosmetycznej 2019.

Zdaniem **Teresy Stachnio** wiele firm produkuje świetne produkty, ale uwaga konsumentów skupia się na opakowaniach. - *Chcą wiedzieć, dlaczego opakowanie jest foliowe, dlaczego ma dwie lub trzy warstwy, mówią wprost, że chcą kupić krem w słoiczku, bez kartonika, to samo z pastą do zębów -* podała przykłady ekspertka z sieci Jasmin.

Konsumenci, jak stwierdziła Teresa Stachnio, żyją dziś z tabletem w rękę. Urządzenie mobilne jest dla nich źródłem informacji, które sobie przekazują z rówieśnikami. - *A te informacje, czasem nieprawdziwe, nabierają wiarygodności. Wiemy dobrze, że niektórym produktom lub składnikom zrobiono krzywdę, bo tak ogromną moc ma informacja szeptana* - stwierdziła Stachnio.

Dodała, że konsumenci są nie tylko wpatrzeni w swoje urządzenia mobilne - równie chętnie spotykają się ze znajomymi w sklepie aby uzyskać informację od bardzo świadomego sprzedawcy. - *W Jasminie przywiązujemy ogromną wagę do sprzedawców - muszą być oni na bieżąco z informacjami branżowymi, znają produkty. W ten sposób budujemy zaufanie do naszej sieci* - podkreśliła ekspertka.

Przestrzegła, że dziś kłamstwo ma krótkie nogi, bo konsumenci wszystkie deklaracje producentów wnikliwie analizują. - *Konsumenci oczekują spójnego przekazu. Nie może być rozbieżności między komunikatem w mediach, a tym, co oddolnie pojawia się na temat marki. Jeśli to się rozjedzie, to sytuacja jest nie do uratowania* - powiedziała Teresa Stachnio.

Dodała, że dla konsumentów najważniejsze jest zdrowie. - *Liczy się dla nich: co jem, czym oddycham, jakie ubrania noszę, jakich kosmetyków używam, jakiej chemii gospodarczej, wreszcie, co się wokół mnie dzieje? Czy na pewno ci, którzy to deklarują, wdrażają działania prospołeczne? Jeśli nie, to następuje utrata zaufania* - mówiła Teresa Stachnio.

Wskazała na istotny trend na rynku kosmetyków - minimalizm. Z jej obserwacji wynika, że konsumenci wolą jeden, dwa produkty, które mogą spełniać swoje funkcje, zamiast rozbudowanych serii wielu kosmetyków. Poza tym jej zdaniem z powodu troski o środowisko konsumentom nie podoba się duża ilość materiałów drukowanych, takich jak ulotki czy gazetki.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/jasmin-na-fbk-2019-konsumenci-analizuja-wszystkie-,57433>