

## Jak sprzedawać i promować produkty antybakteryjne w dobie epidemii? Skorzystaj z przewodnika PZPK

data aktualizacji: 2020.05.06



**Pandemia COVID-19 pobudza zapotrzebowanie na produkty zapobiegające rozprzestrzenianiu się wirusa. Wiele firm decyduje się na uruchomienie ich produkcji. Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego wydał właśnie opracowanie, które porządkuje informacje dotyczące produkcji i promocji kosmetyków o działaniu antybakteryjnym i produktów biobójczych.**

Produkty hamujące rozprzestrzenianie się wirusa SARS-COV-2 stały się w dobie pandemii najbardziej poszukiwanymi przez konsumentów. Tylko w tygodniu 23-29 marca 2020 r. sprzedaż żeli antybakteryjnych, według instytutu badawczego Nielsen, wzrosła o 2 tys. proc. Kategoria produktów antybakteryjnych rozwija się i będzie rozszerzana o kolejne rodzaje produktów kosmetycznych, takie

jak np. antybakteryjne żele pod prysznic. Należy się spodziewać, że produkty antybakteryjne pozostaną, jako wyodrębniona kategoria, na stałe w punktach sprzedaży.

Niniejsze syntetyczne opracowanie przygotowane przez Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego systematyzuje wiedzę i objaśnia różnice pomiędzy kosmetycznymi produktami o działaniu antybakteryjnym i produktami biobójczymi do dezynfekcji.

Zebrane informacje są istotne dla firm wprowadzających te grupy produktów do obrotu na polskim rynku - producentów, importerów, dystrybutorów, sieci handlowych i detalistów. Będą przydatne dla dyrektorów zakupów, category managerów oraz sprzedawców detalicznych. Mogą pomóc w poprawnym komunikowaniu konsumentom właściwości dwóch grup produktów: kosmetycznych i biobójczych.

Jako BONUS do pobrania infografika pokazująca różnice między produktem kosmetycznym a produktem biobójczym, którą można wykorzystać w komunikacji z klientami.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/jak-sprzedawac-i-promowac-produkty-antybakteryjne-,63352>