

## Shiseido wprowadza na rynek produkt podążający za trendami przyszłości

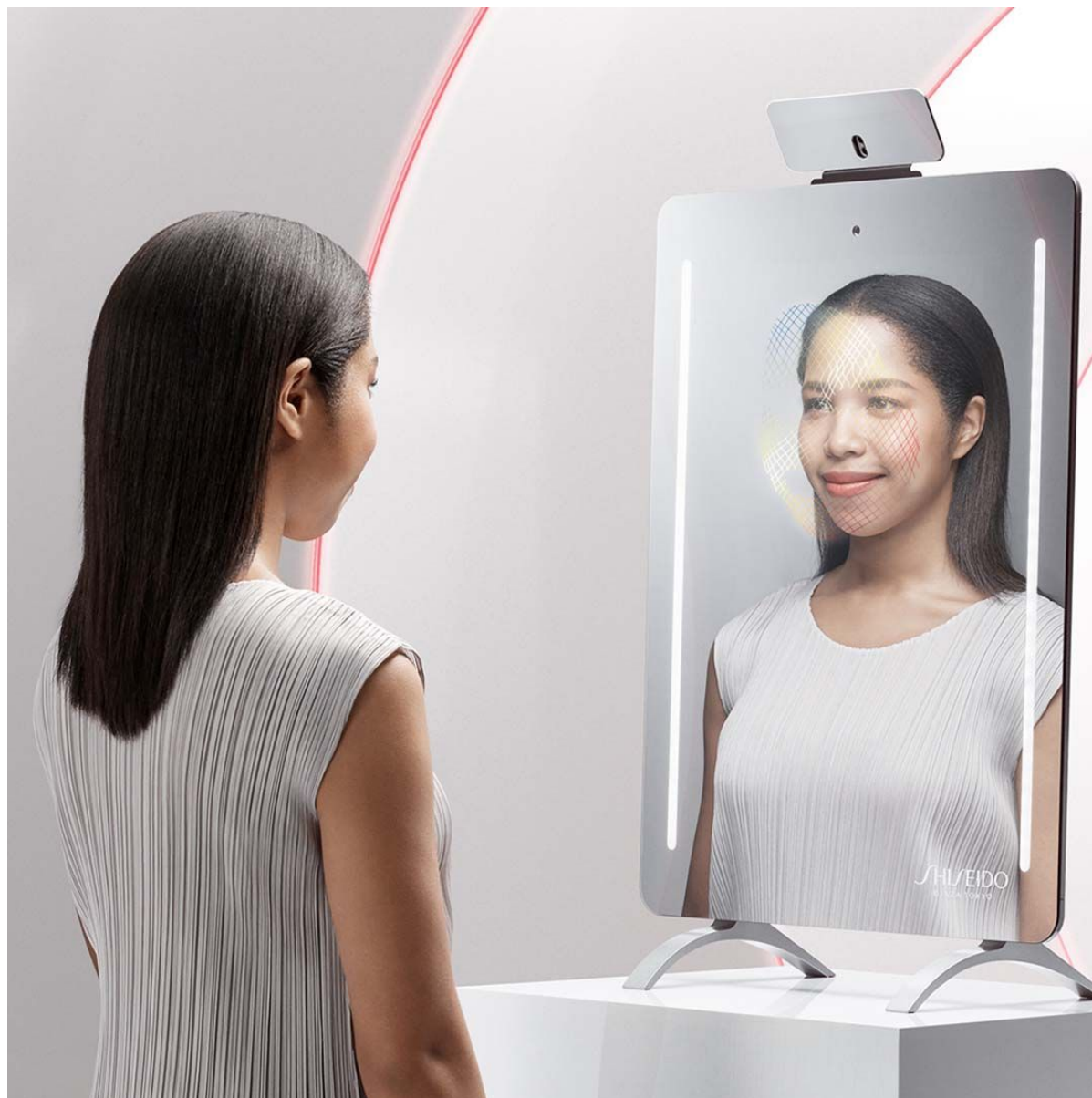
data aktualizacji: 2021.09.06



**Marka zaproponowała klientkom swoje popularne serum do pielęgnacji twarzy wraz ze specjalnym urządzeniem do analizy skóry. Chęć posiadania pięknej skóry doprowadziła do globalnego popytu na produkty promujące naturalne piękno. Podążając za trendami marka wydała niedawno nowy, a w zasadzie odmieniony produkt Ultimune Power Infusing Concentrate.**

To popularne na całym świecie serum do pielęgnacji skóry, teraz jest dostępne wraz ze Skin Visualizer czyli bezdotykowym urządzeniem, które analizuje skórę i zapewnia porady dotyczące pielęgnacji.

*- Ostatnio klienci zapragnęli czegoś więcej niż tylko tego, aby skóra wyglądała pięknie. Rośnie potrzeba podstawowej pielęgnacji, która da nam „naturalnie piękną, nagą skórę”. W rzeczywistości wyniki globalnego badania na temat idealnej skóry przeprowadzonego przez markę Shiseido wykazały, że coraz więcej osób pragnie podtrzymać jak najdłużej efekt pięknej skóry. Ponadto, szczególnie w Japonii, najczęstszym pragnieniem było „mieć piękną, nagą skórę”, co stanowiło około 70 proc. wszystkich potrzeb opisanych przez uczestników - wyjaśnia **Chigusa Yamanoi**, starszy dyrektor kategorii podstawowej platformy marki Shiseido Global Brand Unit*



Od momentu wprowadzenia na rynek w 2014 roku, Ultimune jest sprzedawane jako serum, które wydobywa piękno skóry, z naciskiem na jej wewnętrzną obronę. Teraz, wraz ze wzrostem zainteresowania pielęgnacją, ta innowacja ma na celu dostarczenie rozwiązania, które pomoże w większym stopniu wzmocnić naturalną moc skóry.

**Przeczytaj również: [Shiseido sprzedaje marki bareMinerals, BUXOM i Laura Mercier](#)**

- W wyżej wymienionym badaniu odkryliśmy, że zainteresowanie „nagą skórą” wzrosło na całym świecie w związku z trwającą pandemią COVID-19. Ponieważ rzadziej wychodząc z domu często patrzymy na naszą „nagą” skórę, a to doprowadziło do innego podejścia do codziennej pielęgnacji. Myślę, że zmiany w naszym stylu życia podczas pandemii przyniosły pewne efekty. Sama zaczęłam odczuwać chęć poprawienia kondycji swojej skóry, od samego patrzenia na siebie w lustrze lub na swoje odbicie w ekranie komputera podczas telepracy, bo teraz mam więcej czasu na zobaczenie siebie bez makijażu - dodaje Chigusa Yamanoi.

**Przeczytaj również: [Technologia w branży beauty wejdzie na inny poziom. Konsumenci sprawdzą, czy kosmetyki naprawdę działają \[RAPORT MINTEL\]](#)**

Power Infusing Concentrate III został wprowadzony na rynek 1 lipca 2021 r. Od czasu pierwszego wprowadzenia w 2014 roku i po jego odnowie w 2018 roku, produkt ewoluował, aby ucieleśniać

nową koncepcję piękna. Shiseido wprowadziło Skin Visualizer, który pozwala na natychmiastowy, bezdotkowy pomiar kondycji skóry, a jego pojawienie się na rynku uruchomiło nową globalną kampanię zatytułowaną „Power is you”.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/shiseido-wprowadza-na-rynek-produkt-podazajacy-za-,68291>