

Angela Cretu dyrektor Avon: sprzedaż społecznościowa jeszcze nigdy nie była tak istotna

data aktualizacji: 2021.10.13



Wierzmy, że sprzedaż społecznościowa jeszcze nigdy nie była tak istotna. Pojawia się także szansa dla modeli bezpośredniego kontaktu z konsumentem, jakich wcześniej nie było. To nowa era dla piękna. Ludzie pragną personalizacji i wygody, elastycznych sposobów robienia zakupów i zarabiania - mówi dyrektor generalna firmy, Angelą Cretu, która jest związana z Avon od 20 lat.

Pracuje Pani w Avon już dwie dekady. Pamięta Pani swoje początki w firmie? Co się zmieniło? Które sytuacje przyniosły sukces, a które okazały się być wyzwaniem?

Doskonale pamiętam swoje początki w firmie, od głębokiego poczucia celu, którego doświadczyłam od pierwszej chwili, po niepowtarzalną atmosferę konferencji sprzedażowych Avon na całym świecie. W firmie przeżyłam fascynujące chwile, mając u swojego boku niesamowitych ludzi. Pandemia pogłębiła poczucie wspólnego celu, ale jednocześnie odebrała nam energię, którą czerpaliśmy z naszych spotkań ze współpracownikami - mam nadzieję, że wkrótce one powrócą. Wyzwania są częścią życia, doceniam je tak samo jak sukcesy, ponieważ są nieodłączną częścią moich własnych doświadczeń i rozwoju osobistego. Ważne jest dla mnie, aby podążać ku osiągnięciu celu i nadal

pielegnować swoją pokorę, ciekawość i potrzebę dodawania znaczącej wartości ludziom, którzy mnie otaczają.

Jak dotąd moim największym wyzwaniem było zarządzanie kryzysami, kiedy bezpieczeństwo ludzi było zagrożone. Natomiast największą radość za każdym razem sprawia mi, kiedy obserwuję pozytywny wpływ Avon na życie kobiet, niezależnie od tego, czy są zachwycone np. jednym z naszych produktów, czy świętują zdobycie niezależności finansowej lub wolności słowa... Avon to potężny ruch i jestem niezwykle dumna, że mogę być jego częścią.

Avon działa w 50 krajach i współpracuje z 5 milionami konsultantek. Na całym świecie, co sekundę firma sprzedaje 3 szminki i 7 flakonów perfum. To więcej niż jakakolwiek inna marka.

Avon działa w Polsce od 30 lat. Jaką ma pozycję na naszym rynku?

W zeszłym roku Avon był numerem jeden w polskiej branży kosmetycznej według rankingu Top Marka 2020, organizowanego przez magazyn Press i „Monitoring Mediów Press-Service”. To potwierdza, że mimo tak dużej konkurencji, nasze kosmetyki są nadal chętnie wybierane przez Polki i Polaków. Natomiast w skali globalnej co sekundę sprzedajemy 3 szminki, 7 flakonów perfum i 2 produkty z linii Anew. To więcej niż jakakolwiek inna marka.

Jak Avon zamierza dostosować się do zmieniającego się rynku branży beauty?

Rozbudowaliśmy i umocniliśmy nasze portfolio. Obecnie koncentrujemy się na głównych markach i najsilniejszych innowacjach, w tym na nowej odmładzającej technologii opartej na wykorzystaniu Protinolu. To jest prawdziwy game-changer. Jesteśmy pionierami w wielu rozwiązaniach. Muszę podkreślić, że aż 70 proc. naszych naukowców to kobiety, które najlepiej znają potrzeby innych kobiet. Do tej pory Avon uzyskał ponad 750 patentów w ciągu ostatnich 20 lat.

Jesteśmy od niemal dwóch lat w innej rzeczywistości spowodowanej pandemią. Niektórzy uważają, że już nigdy nie wrócimy do tego, co było przed. Jak ten okres wpłynął na Avon i na Wasze relacje, zarówno z klientami, jak i z pracownikami?

Wierzymy, że sprzedaż społecznościowa jeszcze nigdy nie była tak istotna. Pojawia się także szansa dla modeli bezpośredniego kontaktu z konsumentem, jakich wcześniej nie było. To nowa era dla piękna. Ludzie pragną personalizacji i wygody, elastycznych sposobów robienia zakupów i zarabiania. Jestem przekonana, że możemy im to dać, rozwijając ofertę, jak i mając nowe propozycje dla naszych konsultantek. Inwestujemy w ich zarobki i szkolenia, ale też w kanały sprzedaży - sprzedaż internetową oraz omnichannel. Przygotowaliśmy również razem z konsultantkami nowy program lojalnościowy „Avon nagradza”, który obejmuje pięć różnych poziomów - każdy z inną wysokością zniżek i korzyści.

Przeczytaj również: [Avon na 135-lecie przekaże 1,35 mln dol. na rzecz kobiet](#)

W tym roku Avon świętuje 135 lat na rynku. Jaki Pani zdaniem jest największy sukces firmy?

Od 1886 roku zajmujemy się w Avon pięknem. To, co rozpoczęła jedna bizneswoman, teraz kontynuuje 5 milionów konsultantek w ponad 50 krajach. Każda z nich pracuje, uczy się i zarabia na własnych warunkach.

Unikalność Avon polega na tym, że nasze konsultantki zapewniają spersonalizowaną obsługę, budując emocjonalne więzi ze swoimi klientami. Nie tylko poprzez produkty, ale również poprzez wspólne tematy - zainteresowania, przekonania, idee. Wspieranie kobiet wpisane jest w nasze DNA, co widać także poprzez nasze zaangażowanie w sprawy ważne dla kobiet - ich finansową niezależność, walkę z przemocą domową i podnoszenie świadomości dotyczącej raka piersi. Od początku istnienia naszej marki wspólnie z naszymi klientami i przedstawicielami przekazaliśmy ponad miliard dolarów na rzecz kobiet. Przez ostatnią dekadę co roku podarowaliśmy 10 milionów dolarów na cele charytatywne. W tym roku Avon i Fundacja Avon z okazji swoich urodzin przeznaczy globalnie 1 350 000 dolarów na rzecz kobiet. Naszym największym sukcesem jest to, że jako firma kosmetyczna możemy wzmacniać i wspierać kobiety.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/angela-cretu-dyrektor-avon-sprzedaz-spolecznosciow,68432>