

NIVEA

NIVEA to prawie stuletnia historia piękna: od niebieskiego okrągłego pudełeczka do największej marki w segmencie pielęgnacji skóry na świecie. Firma NIVEA Polska Sp. z o.o. jest jednym z największych przedsiębiorstw kosmetycznych w Polsce. Stanowi część międzynarodowego koncernu Beiersdorf, który dystrybuuje swoje produkty niemalże w każdym kraju świata. Podstawą sukcesu koncernu są międzynarodowe marki takie jak: NIVEA, la Prairie, Eucerin, Labello, 8x4, JUVENA.

Oferta i wartości

NIVEA jest autorem pierwszej na świecie stabilnej emulsji kosmetycznej znanej powszechnie jako krem NIVEA. W swoim portfolio ma również kosmetyki NIVEA VISAGE Q10 Plus – najlepiej sprzedającą się linię produktów przeciwzmarszczkowych na świecie. NIVEA Polska Sp. z o.o. jest producentem kosmetyków o bardzo szerokim wachlarzu zastosowań, przeznaczonych zarówno dla kobiet, jak i mężczyzn oraz dla wszystkich grup wiekowych. NIVEA wie, że w dzisiejszych czasach mężczyźni i kobiety radzić muszą sobie z wieloma rolami społecznymi. Zmienia się ich zakres i zmienia się także podejście do urody, piękna i pielęgnacji. Piękno coraz częściej postrzegane jest przez pryzmat tego, jakimi jesteśmy ludźmi. Dla NIVEA piękno od zawsze związane było nie tylko z wyglądem zewnętrznym, ale także z samopoczuciem. NIVEA produkuje kosmetyki, które pomagają wyglądać pięknie i czuć się dobrze we własnej skórze. Złożone cykle badań w Centrum Badań i Rozwoju NIVEA w Hamburgu mają za zadanie zapewnić skuteczność produktów oraz ich synergię i harmonię ze skórą, a także stylem życia użytkowników.

Wizerunek NIVEA tworzą takie wartości jak: zaufanie, wiarygodność, uczciwość, bezpieczeństwo, bliskość, naturalność. Dlatego jest tak bliska sercom konsumentów. Znajduje to odzwierciedlenie w codziennych decyzjach zakupowych ludzi na całym świecie, ale też w wielu wyróżnieniach i nagrodach, jakie przyznawane są marce.

Od 2001 r. NIVEA Polska Sp. z o.o. prowadzi partnerski program z Wodnym Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym – Bezpiecznie z NIVEA i WOPR, którego celem jest poprawa stanu bezpieczeństwa na polskich plażach. Długofalowy program NIVEA Błękitne Żagle wspiera najmłodszych żeglarzy oraz promuje zdrowy tryb życia i wspólny wypoczynek dzieci i rodziców. Organizatorzy każdego roku przekazują klubom sportowym środki finansowe oraz pakiety sponsorskie, dzięki którym dzieci mogą szkolić się na łódkach klasy Optimist oraz wyjeżdżać na regaty i obozy żeglarskie. W 2007 r. programem zostały objęte 33 Uczniowskie Kluby Sportowe na terenie całego kraju. NIVEA nie pozostaje też obojętna wobec najbardziej potrzebujących. Prośby o wsparcie trafiające do firmy od instytucji działających na rzecz dzieci lub



matek z dziećmi spotykają się z silnym odzewem. Firma przekazuje swoje produkty wielu instytucjom pożytku publicznego.

Innowacje i promocje

Do sprzedaży wprowadzanych jest corocznie wiele nowości. W roku 2007 były to m.in.: przełomowa kompleksowa linia kosmetyków do pielęgnacji cery dojrzałej NIVEA DNAge,

produkty antycellulitowe Good-Bye Cellulite, nowości do stylizacji i pielęgnacji włosów Straight&Easy, dezodoranty, linia żeli pod prysznic, nowości w pielęgnacji skóry nastolatka i niemowląt.

Naukowcy w laboratoriach Centrum Badań i Rozwoju NIVEA dokonali wielu odkryć związanych z procesami zachodzącymi w ludzkiej skórze i rolę, jaką odgrywają



Osiągnięcia i perspektywy

W NIVEA stuletnie doświadczenie w pielęgnacji skóry połączono z innowacyjnym ukierunkowaniem marki. Wysoka jakość, dbałość o zaplecze badawczo-rozwojowe, konsekwentnie realizowane założenia Corporate Identity i zaangażowanie społeczne to kluczowe czynniki sukcesu. Punktem wyjścia zawsze było dostosowanie do życzeń i potrzeb konsumentów. NIVEA troszczy się o potrzeby skóry, których zaspokojenie jest istotne dla dobrego samopoczucia zarówno ciała, jak i ducha.

poszczególne składniki stosowane w kosmologii.

Doskonałe produkty to jedno. Konsekwentna polityka komunikacyjna oraz promocyjna to drugie. NIVEA także na tym polu sięga po nowatorskie rozwiązania: reklamę, działania PR-u, komunikację w punktach sprzedaży, wykorzystywanie form promocji z zakresu marketingu szeptanego, społecznościowe strony internetowe, szeroko zakrojone akcje samplingowe. Firmę cechuje otwartość na nowe metody dotarcia do konsumentów. Istotne jednak jest zawsze, aby działać zgodnie z zasadami etyki. NIVEA nigdy nie sięgnie po rozwiązania kontrowersyjne z moralnego punktu widzenia.

Kontekst rynkowy

Według ostatnich danych wartość sprzedaży kategorii kosmetycznych w okresie od stycznia do sierpnia 2007 wynosi 2 922 091 TPLN. W porównaniu do analogicznego okresu w ubiegłym roku, rynek wzrósł o 13,9 proc. NIVEA, z piętnastoprocentowym udziałem w rynku, jest jego liderem. Główni konkurenci, biorąc pod uwagę kategorie wspólne dla wszystkich z nich, osiągają następujące udziały: L'Oreal 8,8 proc., Unilever 8,7 proc., Procter&Gamble 7,8 proc, Schawrzkopf-Henkel 5,7 proc., Coty 4,0 proc. (wszystkie dane: AC Nielsen JA2007; rynek kosmetyczny w ujęciu sumy kategorii, w których NIVEA jest obecna. Bez np. kolorówki oraz kolorantów do włosów)

Mija właśnie 10 lat odkąd międzynarodowy asortyment NIVEA został na szeroką skalę wprowadzony na polski rynek. Trudno porównywać wizerunek marki i jej wyniki w Polsce dzisiaj z tymi sprzed wielu lat, wystarczy wspomnieć potrójony asortyment, pozycję numer jeden w ośmiu spośród trzynastu kategorii produktów. Rynek kosmetyczny wzrósł w porównaniu do roku ubiegłego o 13,9 proc. Tymczasem NIVEA odnotowała wzrost sprzedaży o 18,9 proc. (AC Nielsen JA2007 vs JA2006). Rosnąć szybciej niż rynek – to cel i marzenie wielu przedsiębiorców.

NIVEA to lider i prekursor nowych trendów na rynku kosmetycznym, marka bliska najbardziej wymagającym konsumentom, poszukującym doskonałej jakości kosmetyków za rozsądną cenę.

NIVEA od pokoleń towarzyszy ludziom niezależnie od etapu życia, na którym się znajdują, bez względu na miejsce zamieszkania, płeć czy wykształcenie. Niewiele firm może poszczycić się tak lojalną grupą użytkowników.

NIVEA to też jedna z najczęściej nagradzanych marek. Firma została uhonorowana w licznych konkursach i plebiscytach. Wystarczy wspomnieć coroczne wyróżnienia w Most Trusted Brand wg. „Reader's Digest”, Doskonałość Roku magazynu „Twój Styl”, Prix de Beauté „Cosmopolitan” czy nagrody im. Leonida Teligi dla programu Błękitne Żagle.

To, czego nie wiedziałeś

★ W Hamburgu – rodzinnym mieście NIVEA – znajduje się NIVEA Haus, gdzie można poddać się zabiegom pielęgnacyjnym i ulepszącym wykonywanym przy użyciu kosmetyków NIVEA; w NIVEA Haus terminy wizyt trzeba umawiać z półrocznym wyprzedzeniem! Kolejny NIVEA Haus otwarty zostanie w roku 2008 w Dubaju.

★ W 1993 roku w reklamie kosmetyków NIVEA Sun pojawiła się 21-letnia Cameron Diaz. Ta światowej sławy aktorka była wówczas całkowicie nieznaną modelką. Udział w reklamie NIVEA stał dla niej przepustką do kariery.

★ Kosmetyki NIVEA sprzedawane są w ponad 60 wersjach językowych.

★ NIVEA Creme używa ponad pół miliarda ludzi w ponad 200 krajach na świecie. Jeśliby wszystkie sprzedane dotąd pudełka ustawić w rzędzie, trzykrotnie sięgnęłyby one Księżyca! W Polsce zakup kremu NIVEA odbywa się co sekundę.

Obecnie marka jest liderem rynku w takich kategoriach jak: kremy uniwersalne, balsamy do ciała, dezodoranty, balsamy po goleniu, kosmetyki dla dzieci i niemowląt, pomadki ochronne oraz kosmetyki do pielęgnacji twarzy. To m.in. dzięki NIVEA i kampaniom balsamów po goleniu oraz kremów do twarzy coraz częściej po kosmetyki sięgają mężczyźni.

Przyszłość NIVEA związana jest z oczekiwaniami konsumentów. NIVEA skupiać się będzie na wprowadzaniu na rynek kosmetyków, które pozwolą każdemu wydobyć indywidualne piękno i poczuć się dobrze we własnej skórze. Każdego dnia... Na całym świecie...

1882 28 marca powstaje firma Beiersdorf

1911 W grudniu dr Oskar Troplowitz wraz z Paulem Gersonem Unna opracowali pierwszy na świecie krem o stabilnej formule – krem NIVEA. Nazwa pochodzi od łacińskiego słowa 'nix, nivis', które oznacza biały jak śnieg

1931 31 marca 1931 roku przy ul. Chlebowej 6 w Poznaniu ruszyła fabryka kremów i plastrów leczniczych firmy Pebeco Polskie Wytwory Beiersdorfa. Stąd do polskich sklepów i aptek zaczęły trafiać pierwsze pudełka z napisem NIVEA Creme

1997 We wrześniu Pollena-Lechia oraz Beiersdorf AG podpisali umowę inwestycyjną, zgodnie z którą Beiersdorf AG stał się udziałowcem spółki; nazwę firmy zmieniono na Beiersdorf-Lechia S.A.



2001 21 października została oficjalnie otwarta nowa fabryka w Poznaniu; najnowocześniejszy na świecie zakładem produkcyjnym koncernu, całkowicie kontrolowany przez zintegrowany system informatyczny.

2007 We wrześniu ruszyły prace związane z rozbudową, zwiększeniem liczby linii produkcyjnych oraz przystosowaniem zakładu do produkcji najbardziej zaawansowanych technologicznie kosmetyków z portfolio NIVEA, które z Poznania trafiać będą do wielu krajów świata.