

Scholl już od ponad 100 lat dba o nasze stopy, konsekwentnie realizując wizję założyciela firmy dr Williama Mathiasa Scholla, dla którego fascynacja stopą połączona z oddaniem i pasją stała się fundamentem działalności firmy. Marzeniem dr Scholla było, aby zdrowie, komfort życia i samopoczucie ludzi stały się lepsze dzięki dbałości o stopy. Do dziś duch i dziedzictwo dr Scholla stanowią najistotniejszy element marki, zarówno w odniesieniu do produktów kosmetycznych, jak i obuwia sygnowanego marką Scholl. Scholl jest liderem na rynku produktów do pielęgnacji stóp obecnym w ponad 70 krajach na świecie.

Oferta i wartości

Firma Scholl od lat znana jest wielu milionom ludzi, jednak nieliczni wiedzą, że swoją nazwę zawdzięcza ona założycielowi firmy, którym był dr William Mathias Scholl. Rozmowy z klientami i bezpośrednio z ekspertami z dziedzin pielęgnacji stóp stały się dla niego źródłem informacji, na bazie których tworzył swoje pierwsze produkty, które przyczyniły się do jego sukcesu. Dr William M. Scholl był nie tylko kreatywnym wynalazcą, ale również wspaniałym pedagogiem i autorem książek. Z jego inicjatywy powstał m.in. College of Chiropody and Orthopaedics (Kolegium Pielęgnacji Stóp i Ortopedii) – szkoła, która stała się największą w USA uczelnią specjalizującą się w dziedzinie pielęgnacji stóp i ortopedii, a która do dziś jest wielką kopalnią wiedzy na temat problemów związanych ze stopami i pomyślną dla wielu ich rozwiązań.

Współcześni eksperci i lekarze współpracujący z Schollem korzystają z dziedzictwa firmy, traktując testy konsumenckie i badania jako najcenniejsze źródło wiedzy i inspirację do tworzenia nowych produktów, tak by jeszcze lepiej zaspokajać zmieniające się potrzeby konsumentów. Wszystkie najczęściej spotykane problemy stóp i skóry stóp znalazły odzwierciedlenie w ofercie Scholla.

Asortyment firmy obejmuje wiele kategorii produktów, tak aby zapewnić stopom kompleksową ochronę i komfort na co dzień. Same produkty wykonywane są z najlepszej jakości składników, według innowacyjnych receptur i pod czujnym okiem ekspertów firmy. Na rynku polskim Scholl oferuje m.in. preparaty kosmetyczne i pielęgnacyjne, akcesoria do pedikiuru, wkładki do obuwia, plastry, preparaty lecznicze i osłonowe, klipy i separatory leczące schorzenia stóp, a także kolekcję komfortowego obuwia, które zadowolą nawet najbardziej wybrednych konsumentów. Część z tych produktów oferowana jest wyłącznie w sprzedaży aptecznej, ale większość produktów – w tym m.in. oferta kosmetyczna i pielęgnacyjna – jest dostępna w drogeriach i sieciach super- i hipermarketów.

Jednym z ważniejszych działań firmy na rynku jest edukacja konsumencka. Pamiętajmy o tym, że stopa jest jedną z najbardziej złożonych i delikatnych części ludzkiego ciała. Stopy zbudowane są z aż 52 kości, 66 stawów, 38 mięśni i 214 więzadeł,



Masz nieatrakcyjne przebarwienia paznokci? Teraz już nie!

przed kuracją po kuracji

Scholl Healthy Nails 3w1 - system redukujący żółknięcie i odbarwienia paznokci.

— Rewolucyjny system 3w1

10 odbarwieniu od środków, które jedynie maskują problem, Scholl Healthy Nails 3w1 został opracowany specjalnie po to, by odnieść sukces w odciążeniu paznokci i wyeliminowaniu przebarwienia kolorowych lakierów lub grzybic płytki paznokcia.

1. Płynki do czyszczenia paznokci i skóry wokół nich.
2. Specjalna receptura żelu wzbogacona o cenne składniki (jony i prowitaminę B5) czyszczy paznokcie.
3. Najwyższa rozwiła wygoda i rozmiar paznokci.

www.scholl.com.pl

a wszystkie te elementy muszą pracować ze sobą w harmonii, dając nam możliwość ruchu i stabilne oparcie. Nic więc dziwnego, że Leonardo da Vinci nazwał ludzką stopę „maszyną o mistrzowskiej konstrukcji i dziełem sztuki”. Mało kto też wie, że o stopy powinniśmy dbać codziennie – tak samo jak dbamy o resztę ciała, włosy czy skórę twarzy. Wielu konsumentów uważa jednak, że mały ucisk buta czy sucha skóra pięt to tylko przejściowy problem, który sam zniknie z czasem. Nic bardziej błędnego – wiele schorzeń stóp jest efektem takich właśnie, z pozoru błahych, dolegliwości, które bez leczenia, po latach mogą zmienić się w poważny i trudny do usunięcia problem.

Aby zachęcić konsumentów do pielęgnacji stóp zespół Scholla w Polsce opracował prosty przewodnik po najbardziej popularnych produktach kosmetycznych, czyli takich, które można śmiało stosować do codziennej pielęgnacji w domu. Projekt pod nazwą „Cztery kroki do pięknych i zadbanych stóp” wprowadzony w 2006 r., w pro-

sty sposób przedstawia ofertę najczęściej wybieranych produktów z głównych kategorii:

1. Kąpiel i pedikiur, czyli podstawowe czynności umożliwiające rozpoczęcie kuracji skóry i paznokci stóp;
2. Złuszczenie (pozbywanie się twardego i zrogowaciałego naskórka);
3. Nawilżanie, które nie tylko pozwala nawilżyć skórę stóp, ale i skutecznie zapobiega jej pękaniu i przesuszaniu się;
4. Odświeżanie, czyli oferta dezodorantów zapobiegających powstawaniu przykrego zapachu i pomagających w problemach z nadmierną potliwością stóp.

Wraz ze zwiększającym się poziomem wiedzy konsumenckiej, projekt został rozbudowany w 2008 r. o kolejne kategorie produktów, tak by ułatwić konsumentom wybór i jednocześnie zapewnić kompleksową pielęgnację stóp.

Innowacje i promocje

Na sukces firmy składa się wiele elementów. Najważniejszym z nich jest oczywiście dziedzictwo dr Scholla, który zaszczepił w pracownikach firmy nie tylko dążenie do coraz lepszego zaspokajania potrzeb konsumentów, ale także dbałość o jakość tworzonego produktu. Dzięki temu marka już za czasów dr Scholla była liderem innowacyjnych rozwiązań, a dzisiaj nadal potrafi zadziwić niezwykle rozwiązaniami i przełomowym podejściem do znanych od lat problemów. Tylko w ostatnich latach Scholl wprowadził na Polski rynek kilka wyjątkowo udanych innowacji, takich jak: krem na pękającą skórę pięt, Healthy Nails 3w1, czyli system redukujący przebarwienia paznokci, a także produkty do odświeżania stóp wykorzystujące najnowsze osiągnięcia naukowe.

Dodatkowo eksperci Scholla od wielu lat konsekwentnie promują ideę codziennej pielęgnacji stóp, ponieważ doskonałą wiedzą, jak ważny jest ich stan dla naszego zdrowia czy ogólnego samopoczucia. Poza działaniami edukacyjnymi Scholl prowadzi więc szeroko zakrojone działania reklamowe i współpracuje z najpopularniejszymi



Kompleksowe poranne odświeżanie: od czubka głowy... ..do pięt!

NOWOŚĆ Spray Scholl Deo Activ Fresh. Wystarczy jedna aplikacja każdego ranka, by stopy były świeże przez cały dzień.

- Zawiera unikalną technologię **Aseptix** aktywny tlen
- Błyskawicznie oczyszcza Twoje stopy i chroni ich świeżość do 24 godzin
- Aloes i Witamina B5 pielęgnują skórę Twoich stóp

Pewność świeżości stóp przez cały dzień*

*Przebadane przez 81% badanych, badanie na grupie 131 osób. **Testy laboratoryjne. Zgłoszony do Urzędu Patentowego.

www.scholl.com.pl

stopy czują się świetnie

stacjami telewizyjnymi, magazynami kobiecymi i portalami internetowymi. W latach 2007–2008 marka przeprowadziła kampanie telewizyjne, które uświadomiły wielu konsumentom, że stopy nie muszą być zaniedbane oraz że większość popularnych problemów można rozwiązać w prosty i szybki sposób przy wykorzystaniu ogólnodostępnych produktów.

Ważnym elementem interaktywnej komunikacji z konsumentami jest strona www.scholl.com.pl będąca obszernym portalem wiedzy na temat problemów zdrowotnych stóp i skóry stóp oraz propozycją rozwiązań tych problemów. Można tam znaleźć m.in. wirtualną klinikę, a także pełną ofertę produktów Scholl wraz z informacją, gdzie można te produkty kupić.

1904 Wiliam M.Scholl kończy studia medyczne w Chicago i wynajduje swój pierwszy produkt do pielęgnacji stóp – The Foot-Eazer 1905; w „Chicago Tribune” ukazuje się pierwsza reklama produktu Foot Eazer – produkt ten będzie jednym z największych sukcesów w dziedzinie zdrowia i komfortu stóp

1907 powstaje fabryka The Scholl Manufacturing Co Inc.

1913 w Londynie zostaje otwarty Comfort Service, pierwszy w Europie sklep Scholla

1916 dr Scholl, kierując publiczną uwagę na zdrowie i komfort stóp, ustanawia coroczny Narodowy Tydzień Komfortu Stóp

1920 Scholl poszerza swoje usługi o asortyment komfortowego obuwia, które promowane jest przez Foot Comfort Demonstration Service

Kontekst rynkowy

Scholl jest światowym liderem w dziedzinie pielęgnacji stóp. Marka jest obecna w ponad 70 krajach świata. W Polsce Scholl jest zdecydowanym liderem na rynku z ponad 26-procentowym udziałem wartościowym w całej Polsce, a flagowe produkty znajdują się na liście najlepiej sprzedających się produktów kosmetycznych w kraju.

Osiągnięcia i perspektywy

Zaufanie konsumentów jest najważniejszym powodem do dumy dla marki Scholl, ponieważ to właśnie ono wpływa na decyzje zakupowe, a w konsekwencji składa się na siłę marki na rynku. Stale zwiększająca się liczba konsumentów potwierdza, iż działania edukacyjne marki przynoszą spodziewane

1930 marka Scholl, lansując asortyment pończoch uciskowych, poszerza swoją specjalizację o zdrowie i komfort nóg

1939 sklepy Scholl Comfort Service rozrastają się w całej Europie – jest ich 102 w Wielkiej Brytanii, 57 w jedenastu krajach Europy i po jednym w każdym większym mieście USA

1966 hasło „Love Those Scholl’s” pojawia się w TV oraz w prasie, promują je takie sławy jak Twiggy i Jean Shrimpton

1968 niestety jest to rok śmierci dr Williama Scholla wieńczący jego życiową misję, jaką była poprawa zdrowia, komfortu i dobrego samopoczucia ludzi poprzez ich stopy; prezydentem i dyrektorem generalnym firmy zostaje jego bratanek William H. Scholl

To, czego nie wiedziałeś

★ Dr Scholl był pionierem podróży powietrznych oraz pierwszym amerykańskim biznesmenem, który poleciał z USA do Niemiec statkiem powietrznym Graf Zeppelin. Podróż trwała ponad 67 godzin.

★ Będąc płodnym wynalazcą, dr Scholl był jednocześnie pełnym oddania nauczycielem i autorem książek. Założył także College of Chiropody and Orthopaedics w Illinois.

★ Scholl jako pierwszy wylansował na rynku w 2001 roku Scholl Flight Socks – skarpetki do stosowania podczas podróży samolotem, których działanie (zapobiegające głębokiej zakrzepicy żył DVT) zostało medycznie potwierdzone przy pomocy klinicznie sprawdzonego Systemu Stopniowej Kompresji.

rezultaty, a jednocześnie przyczyniają się do poprawy kondycji stóp ludzi w Polsce, zgodnie z hasłem: „Scholl – stopy czują się świetnie”. Dlatego też w kolejnych latach marka – zgodnie z wizją swojego założyciela – planuje dalsze inwestycje w badania i edukację konsumentów. Trwają także prace nad nowymi zaawansowanymi rozwiązaniami, które pomogą jeszcze lepiej zaspokajać potrzeby współczesnych konsumentów i ich stóp. Prace te z pewnością przyniosą wiele innowacyjnych rozwiązań do wykorzystania w codziennej pielęgnacji stóp.

2004 Scholl świętuje stulecie ekspertyzy stóp, wprowadzając gamę produktów nowej generacji, nowy znak firmowy oraz nową kolorystykę opakowań

2008 marka wprowadza nowe innowacyjne produkty: Healthy Nails 3w1 – system redukujący przebarwienia paznokci oraz krem na zrogowaciałą skórę stóp; stają się one natychmiast głównymi produktami w swoich kategoriach

2009 Scholl do ugruntowanego profesjonalnego wizerunku dodaje emocjonalną nutkę, wspierając markę nowym hasłem „Scholl – stopy czują się świetnie”; na materiałach związanych z marką pojawiają się także odciski zdrowych stóp na piasku, idealnie oddające charakter i aspiracje marki