

natura

Sieć drogerii Natura jest jedną z wiodących marek na polskim rynku kosmetycznym. W ponad 270 sklepach rozmieszczonych na terenie całej Polski proponuje swoim klientom szeroki wybór kosmetyków do makijażu, pielęgnacji i higieny ciała, a także akcesoriów. Bogata oferta obejmuje zarówno wiodące brandy dużych koncernów kosmetycznych, jak i produkty marek sprzedawanych na wyłączność w sieci Natura. W kategorii makijażowej warte wyróżnienia są doceniane przez konsumentki marki My Secret, KOBO Professional, Sensique, a w intensywnie rozwijanej w 2016 roku kategorii pielęgnacji ciała – Seyo i Intimelle. Celem drogerii Natura jest zapewnienie jak najbardziej komfortowego środowiska zakupów. Klienci w asortymencie znajdują kosmetyki odpowiadające ich gustom i możliwościom finansowym. Ponadto mogą liczyć na profesjonalną pomoc i cenne wskazówki wykwalifikowanego personelu, co wyróżnia drogerie Natura spośród innych sieci obecnych na rynku. Dzięki skupieniu na profesjonalnej obsłudze klienta zakupy w sieci drogerii Natura stają się niezwykle przyjemnością i oderwaniem od codziennych obowiązków.



Kontekst rynkowy

Drogerie Natura zarządzane są przez Natura Sp. z o. o. Sieć z sukcesem prowadzi politykę dalszej ekspansji pod względem ilości placówek. Nowe lokalizacje otwierane są zarówno w dużych aglomeracjach miejskich, jak i w mniejszych miejscowościach – głównie w galeriach i lokalnych centrach handlowych. Intensywny rozwój poparty jest zawieraniem kolejnych umów biznesowych, dzięki czemu pod szyldem Natura powstają również sklepy w modelu agencyjnym, a począwszy od 2016 roku również franczyzowym. Potencjał marki oraz jej zasięg najlepiej przedstawiają liczby:

- ponad 270 placówek w całej Polsce;
- ponad 1500 pracowników;
- ponad 150 Starszych Konsultantów, którzy zawsze są gotowi służyć klientom pomocą;
- około 12 000 produktów dostępnych w sklepach stacjonarnych oraz ponad 6000 referencji w sklepie internetowym;
- wydawana co dwa tygodnie gazetka z ofertą blisko 5000 referencji w promocyjnych cenach;
- liczne promocje specjalne, kierowane do klientów poprzez stronę www.drogerienatura.pl oraz kanały social media.

Osiągnięcia

Atutem drogerii Natura jest profesjonalne podejście do klientów – zarówno na poziomie jakości obsługi, jak i komfortu robienia zakupów. Firma systematycznie bada oczekiwania klientów oraz na bieżąco śledzi rynkowe trendy. W latach 2013-2016 Natura trzykrotnie otrzymała prestiżowy tytuł Created in Poland Superbrands, przyznawany co roku najsilniejszym markom konsumenckim w Polsce. Drogerie Natura zostały wyróżnione w kategoriach: apteki, drogerie sieciowe, perfumerie. O wysokiej jakości obsługi klientów przez personel zatrudniony w placówkach świadczy także czterokrotnie przyznane Godło Jakości Obsługi. Potwierdza ono fakt, jak bardzo doceniane jest fachowe doradztwo, na które liczyć mogą odwiedzający drogerie Natura. W 2015 roku drogerie Natura uplasowały się na 5. pozycji spośród 50 badanych sieci handlowych w Polsce [„Postrzeganie ofert sieci detalicznych – 2015”, OC&C Strategy Consultants]. W segmencie drogerijnym klienci szczególną uwagę zwrócili na obszar jakości i sprawności obsługi klienta oraz dopasowania oferty do potrzeb różnych grup wiekowych. Oprócz 5. miejsca w klasyfikacji ogólnej, drogerie Natura zajęły 3. pozycję w zestawieniu sklepów

według jakości produktów oraz 6. miejsce w kategoriach: wygląd sklepu, stosunek ceny do jakości, zaufanie. Wysokie miejsca drogerii Natura potwierdzają silną pozycję sieci na rynku i zaufanie, jakim od lat darzą je konsumenci. Na rynku doceniane są także marki własne oraz dostępne na wyłączność w drogeriach Natura. W 2015 roku w niezależnym rankingu najlepszych kosmetyków Best Beauty Buys! magazynu „InStyle” wyróżniony został kosmetyk do makijażu twarzy z asortymentu KOBO Professional.

Oferta

Drogerie Natura posiadają w swoim asortymencie ponad 12 000 produktów. Oferta jest na bieżąco wzbogacana o nowe produkty i popularne marki poszukiwane przez klientów. Sieć współpracuje z największymi zagranicznymi producentami kosmetyków, m.in.: L’Oreal Paris, Maybelline New York, Rimmel, Nivea, Dove, Garnier, Colgate oraz wieloma markami o polskim rodowodzie, jak Dr Irena Eris, Dermika czy Soraya. W punktach sprzedaży sieci można nabyć lubiane i doceniane przez klientki kosmetyki dostępne na wyłączność – KOBO Professional, My Secret, Sensique, Seyo, Milly czy Intimelle.



Drogerie Natura proponują swoim klientom szereg promocji i ofert cyklicznych, w tym atrakcyjne rabaty, gotowe zestawy produktów, możliwość zakupu kart podarunkowych oraz usługi dodatkowe, jak na przykład pakowanie prezentów w okresie przedświątecznym. W 2016 roku sieć wprowadzi własny program lojalnościowy. Klientki będą regularnie otrzymywać informacje na temat nowych produktów i promocji dostępnych w sklepach stacjonarnych i drogerii internetowej.

Promocja Marki

Drogerie Natura od momentu debiutu na rynku stawiają na ciągłą komunikację z klientami, używając do tego kanałów dopasowanych do grupy docelowej. Starają się wychodzić naprzeciw ich oczekiwaniom nie tylko w sposób tradycyjny, lecz także przez internet. Wyrazem tych starań jest aktywna obecność marki w mediach społecznościowych – na Facebooku, Instagramie i Google+, gdzie poprzez interesujące treści angażuje



HISTORIA MARKI

- 1997** Otwarcie pierwszej drogerii Natura w Warszawie.
- 2004** Wprowadzenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu Sensique.
- 2009** Wprowadzenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu My Secret.
- 2010** Wprowadzenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu KOBO Professional.



użytkowników i powiększa grono klientów sklepu. W 2016 roku sieć rozszerzyła swoją obecność również o takie kanały jak Twitter czy YouTube. Promocja kosmetyków do makijażu dostępnych na wyłączność: marek KOBO Professional, My Secret, Sensique, Prestige czy Wet&Wild intensywnie wspierana jest działaniami Public Relations, poprzez współpracę z mediami kobiecymi, handlowymi i marketingowymi oraz blogerkami. Otworzeniu nowych placówek drogerii Natura każdorazowo towarzyszą atrakcje specjalne, w tym strefy animacyjne, porady specjalistów z zakresu makijażu i pielęgnacji, możliwość stworzenia darmowej stylizacji, a także liczne konkursy i promocje. Celem wszystkich podejmowanych działań jest budowanie wizerunku drogerii Natura jako sklepu przyjaznego, zapewniającego komfort zakupów w nowoczesnym otoczeniu, oferującego kompleksową i fachową poradę oraz obsługę.

Ostatnie wydarzenia

W lipcu 2015 roku na domenie www.drogerienatura.pl rozpoczął działalność sklep internetowy, dzięki któremu klienci mogą zrobić zakupy bez wychodzenia z domu. Sklep zapewnia dogodne możliwości odbioru przesyłki, takie jak bezkosztowy odbiór w wybranej placówce Natura czy dostawę kurierem lub pocztą bezpośrednio do domu. Klienci mogą również skorzystać z coraz popularniejszych w Polsce paczkomatów. Otwarcie sklepu internetowego jest odpowiedzią dla klientów i klientek, którzy nie mają drogerii stacjonarnej Natura w swoim mieście, lub w pobliżu swego miejsca zamieszkania, a chcą korzystać z oferowanej przez sieć oferty produktowej. W 2015 roku Natura odświeżyła wizerunek swoich placówek poprzez wdrożenie nowej identyfikacji wizualnej w punktach sprzedaży i na materiałach POS. Uproszczona została podstawowa paleta barw oraz wprowadzono oznakowanie działów. Nowy layout zyskały materiały drukowane. Zmieniła się również organizacja przestrzeni oraz aranżacja działów. Wygląd drogerii Natura ma podkreślać nowoczesny i przyjazny dla klientów charakter wnętrza, a kolory i banery z informacjami

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Drogerie Natura są wyłącznym dystrybutorem kosmetyków marek KOBO Professional, My Secret, Sensique, Seyo, Intimelle i Milly.
- Oficjalnym makijażystą marki KOBO Professional, dostępnej wyłącznie w drogeriach Natura, jest Daniel Sobieśniewski, dyplomowany mistrz wizażu, który na co dzień pracuje z wieloma gwiazdami i osobami publicznymi. Swoją wiedzę i doświadczeniem dzieli się także, ucząc młodych adeptów sztuki wizażu w autorskiej szkole PRO MAKE UP ACADEMY.
- Drogerie Natura chętnie angażują się w akcje charytatywne, m.in.: „Szczęśliwe Dukaty” Fundacji TVN, czy „Reszta dla Serca” Fundacji Fakt, w ramach których zamiast o resztę w sklepie można poprosić o pamiątkowe dukaty, zasilając tym samym fundusze charytatywne obu fundacji.



ułatwić poruszanie się po sklepie oraz szybkie dotarcie do poszukiwanych produktów. Sieć zakończyła 2015 rok kolejnym mocnym akcentem, remodelując placówkę w Zakopanem – zyskała ona format premium o charakterze lifestyle’owym. Podczas wizyty w drogerii klientki mogą skorzystać z porad specjalistów w zakresie makijażu i pielęgnacji w dedykowanych strefach animacyjnych. Na ekranach LCD emitowane są spoty i filmy reklamowe promujące oferowane marki. Zupełnie nowe miejsce otrzymały kasy, ustawione na środku sklepu w formie wyspy. Nowy format drogerii Natura to zupełnie inny wymiar zakupów.

www.drogerienatura.pl

- 2012** Stworzenie i wdrożenie obecnego logotypu.
- 2014** Włączenie spółki Natura do Pelion Healthcare Group.
- 2015** Stworzenie oraz początku implementacji nowej identyfikacji wizualnej wewnątrz sklepów.