



www.schwarzkopf.ru

История бренда Fa начинается в 1954 г., когда Dreiring-Werke, дочерняя компания Henkel, выпустила кусковое мыло, тем самым совершив рывок на рынке косметики и гигиены. Мыло нового поколения не только очищало кожу, но и благодаря специально разработанной формуле заботилось о ней. В 80-х годах под брендом Fa появляются гель для душа и дезодорант. Сегодня Fa входит в десятку лучших брендов по уходу за телом и представлен более чем в 120 странах мира. На российском рынке Fa – один из лидеров средств по уходу за телом (ACNielsen). Fa – один из брендов подразделения «косметика и личная гигиена», входящего в группу компании Henkel. В России это подразделение представляет ЗАО Schwarzkopf & Henkel. Henkel – одна из самых многонациональных компаний Германии: более чем в 120 странах мира потребители доверяют брендам и технологиям Henkel. Штаб-квартира концерна расположена в Дюссельдорфе, но 80% сотрудников (около 51 тыс.) трудятся за пределами Германии. Одна из наиболее успешных в многонациональной семье концерна – компания Henkel в России: здесь работают около 2 тыс. человек. А динамично развивающийся рынок России – один из самых приоритетных и стратегически важных для Henkel. Концерн Henkel работает в трех основных направлениях: чистящие и моющие средства; косметика и средства личной гигиены; клеи, герметики и средства обработки поверхности. Видение компании: Henkel лидирует благодаря брендам и технологиям, которые делают жизнь легче, лучше и прекраснее.



СЕНСАЦИЯ!
Первые гели для душа с йогуртом

Fa Наслаждение свежестью.

Ценности бренда

Fa – Наслаждение свежестью. Уникальная комбинация освежающих и вдохновляющих ароматов, которые позволяют чувствовать себя лучше на протяжении всего дня. Вдохновляющая свежесть, которая делает человека свободным, жизнерадостным, дает полное ощущение свежести для тела и души.

Все ароматы Fa дарит природа, задача специалистов – тщательно отобрать их. Содержащиеся в продукте ингредиенты подчеркивают концепцию бренда – вдохновение свежестью. Жизнерадостный, весенний, свободный – эти слова ассоциируются с брендом Fa.

На косметическом рынке России бренд Fa представляет весь свой богатый

ассортимент – дезодоранты и антиперспиранты (део-спрей, део-ролик, део-стик, део-гель), гели для душа, мыло (кусковое, жидкое, пенное), пену для ванн.

Дезодоранты – это свежесть, которой можно наслаждаться ежедневно, 24 часа, она дарит ощущение свободы и уверенности в себе, полное восстановление, эмоциональный заряд и индивидуальный подход к решению каждой из потребностей. Формула Fa актуальна как для мужских дезодорантов, так и для женских. Продукт стал более уникальным, современным и модным. Все это благодаря обновлению формулы, ароматов и упаковки.

Антиперспиранты – это надежная защита от запаха пота и потоотделения с дополнительным преимуществом. Современное косметическое средство, рассчитанное на ежедневный уход, должно быть не просто эффективным. Оно должно учитывать индивидуальность, ведь у каждого свой ритм жизни, особенности организма, привычки. Все это учитывают антиперспиранты Fa.

Каждый гель для душа Fa – это неповторимо свежие ощущения для кожи. Мягкий шум воды, обилие пены, тонкие ароматы – утренний или вечерний душ с одним из гелей подарит лучшие впечатления дня.



Азия SPA
чарующие ароматы свежести

Названия линий на обновленных упаковках подчеркивают достоинства средств по уходу за телом от Fa – Природная Нежность, Природная Свежесть, Yoghurt и Active прекрасно очищают кожу, освежают и обеспечивают эффективный уход. Четкое деление продуктов на сегменты обеспечивает максимальную легкость навигации среди обновленного ассортимента.

Линейка Fa позволяет покупателю максимально просто подобрать продукт, соответствующий индивидуальным предпочтениям. Fa дарит силу, свежесть разнообразие ароматов и нежно ухаживает за кожей. Инновационные разработки и обновления в формулах сделали ассортимент Fa еще более близким и любимым даже наиболее требовательными покупателями, а новый слоган – «Fa – Наслаждение свежестью», прокатившись по всему миру, продолжает заряжать положительными эмоциями и упоительным наслаждением свежестью, противостоять которому невозможно.

Инновации и продвижение

Компания Schwarzkopf & Henkel, как один из признанных лидеров инновационных разработок в области косметики, постоянно совершенствует свой ассортимент и делает все для того, чтобы предоставлять лучшую продукцию, соответствующую всем современным стандартам.

Косметика Fa ориентирована на потребителей. В разработке новинок и вывода новой продукции на рынок используется двойной подход: инновации со стороны компании и результаты исследований предпочтений потребителей.

В 2005 г. компания Schwarzkopf & Henkel объявила о создании революционной концепции свежести и представила россиянам полностью обновленную серию Fa. Уникальные компоненты, многообразие ассортимента и богатство новых ароматов Fa перевернули традиционные представления о свежести и позволили превратить ежедневный уход за телом в несравнимое удовольствие.

В состав Fa входят натуральные растительные экстракты, витамины, морские минералы и эфирные масла, которые восстанавливают и увлажняют кожу, нежно ухаживая за ней. Волнующие ароматы моря, фруктов, цветов и трав наполняют жизнь новыми ощущениями.

Fa – первый бренд, который вывел на рынок продукты, содержащие йогуртовую культуру – Fa Yoghurt (ACNielsen). Новая концепция на основе протеинов йогурта сочетает в себе увлажняющий уход и природную свежесть. А содержащаяся в продукте молочная кислота впитывается в верхний слой кожи и смягчает ее поверхность.

В продвижении бренда Fa активно используется интегрированный подход – четкая комбинация маркетинговых коммуникаций, направленная на обучение потребителей, информативность и узнаваемость бренда.

Один из основных источников коммуникации бренда – телевидение, так как ассортимент Fa – продукция массового спроса. Помимо телевизионной рекламы, компания использует и другие способы продвижения своих товаров, такие как промоакции в местах продаж, реклама в печатных СМИ, спонсорство и др. В 1999 г. специально для покупателей создан Schwarzkopf-клуб, позволяющий активно общаться, в том числе и в режиме on-line.



Защита на Fa с плюсом
Антиперспиранты Fa с дополнительным преимуществом

Наслаждение свежестью.

Экономика и финансы

Бренд Fa – один из брендов Schwarzkopf & Henkel, входящей в состав группы компаний Henkel Group и отвечающей за направление «косметика и личная гигиена». Российский рынок косметики по уходу за телом растет значительными темпами. В категориях, где представлен бренд Fa, за последние два года рынок вырос более чем на 30% (в категории продуктов по уходу за телом – гели для душа, пены для ванн и т. д.) и составляет 6,9 млрд руб. (ACNielsen, 2007 г.).

Schwarzkopf & Henkel – один из лидеров на рынке косметики по уходу за телом. По данным ACNielsen, в 2007 г. доли рынка бренда Fa по категориям составили: дезодоранты 8,4%, гели для душа 9,4%, пена для ванн 6,7%, мыло кусковое 3,8%, жидкое мыло 4,1%.

Достижения и перспективы

Компания Schwarzkopf & Henkel на протяжении нескольких лет является одним из бессменных лидеров национальной

1954

Компания Schwarzkopf & Henkel создала мыло нового поколения Fa, которое было призвано не только очищать кожу, но и заботиться о ней

1999

Дезодорант Fa становится лидером на рынке дезодорантов

2000

Линия Fa удостоена премии «Товар года» Ассоциации независимой розничной торговли

То, чего вы не знали о бренде

История компании Schwarzkopf началась в Берлине в 1889 г., когда химик Ханс Шварцкопф приобрел небольшую аптечную магазин и открыл в нем парфюмерную секцию. Тогда никто не подозревал, что эта небольшая секция станет началом создания одной из крупнейших в мире компаний по производству косметических средств.

В 1904 г. Россия наряду с Голландией стала первой страной, куда фирма Schwarzkopf импортировала свой товар.

Слоган первой рекламной кампании Fa – «Fa kommt von Fabelhaft» – «Fa – он потрясающий». Сегодня Fa – это «Наслаждение свежестью!».

В 1980 г. Schwarzkopf становится первым среди производителей косметических средств, отказавшихся от производства озоноразрушающих аэрозолей.

премии «Товар года», что говорит об успехе продукта на рынке и широком признании со стороны потребителей. Так, например, в 2002 г. компания Schwarzkopf & Henkel победила в четырех из пяти возможных номинаций косметического рынка ежегодной национальной премии «Товар года», а дезодоранты Fa были признаны самым популярным в России брендом в своей номинации. Это максимальное количество звезд, которые Schwarzkopf & Henkel могла завоевать в этом престижном конкурсе, абсолютная победа бренда Fa, ставшая признанием популярности марки и бесспорным доказательством любви российских потребителей к продукции компании.

В 2005–2007 годы Fa – номинант премии «Товар года» в таких категориях, как гели для душа, дезодоранты, пены для ванн.

По данным TNS Gallup Media, осведомленность потребителей о бренде на рынке очень высока: гели для душа – 60%, део – 67%. Также высок и уровень использования бренда: гели для душа 27%, део – 36%.

С учетом того, что потребители часто переключаются с бренда на бренд, эти цифры являются высокими показателями на рынке (исследования проводились TNS Gallup Media в 2007 г. среди женщин в возрасте от 20 до 50 лет).

Такой успех – результат активной политики компании по наращиванию присутствия во всех сегментах рынка, где представлена продукция Schwarzkopf & Henkel.

В планах компании – закрепить свое лидерство в освоенных сегментах рынка и развивать новые направления деятельности.