

always

Tržište

Kompanija Procter&Gamble ima jedan od najširih i najjačih portfolija brendova kojima se vjeruje u oblastima njege i ljepote, preparata za domaćinstvo, proizvoda za zdravlje i njegu, njegu beba i porodičnu njegu, kao i ishrane i njege kućnih ljubimaca. Always je jedan od najpopularnijih brendova ove kompanije, proizvod koji zahvaljujući marljivim istraživanjima, najnovijim tehnologijama i nenadmašnom razumijevanju žena, nudi izuzetnu zaštitu i širok raspon proizvoda, od svakodnevnih svježine do dodatne zaštite onda kada je najpotrebnija.

U Bosni i Hercegovini, tržištem proizvoda za zaštitu žena dominiraju ulošci (80 posto), zatim dnevni ulošci (oko 15%), te tamponi (oko 3%). Always je proizvod koji je odlično plasiran u Bosni i Hercegovini s udjelom na tržištu većim od 40 posto. Tržište uložaka može se dodatno podijeliti na segmente tankih i debelih uložaka, te onih s krilcima i bez krilaca.

Općenito uzevši, tržište je dinamično, svi njegovi segmenti su u apsolutnom porastu, a najveći rast pokazuju dnevni ulošci, čiji se značaj i udio postepeno povećavaju na tržištu proizvoda za žensku zaštitu.

Always je brend od povjerenja za žene u cijelom svijetu, za žene koje traže savjet i pomoć u vezi s mjesečnim ciklusima i higijenskim proizvodima. Brend vjeruje da pružajući maksimalnu zaštitu tokom menstrualnog ciklusa i dragocjene informacije

o higijeni i zdravlju, on omogućava ženama da svoj život žive u potpunosti čak i tokom onih dana.

Dostignuća

Always već sedam godina unapređuje kvalitet života žena u Bosni i Hercegovini, nudeći im na tržištu najkvalitetnije uloške, preporučene od strane Udruženja ginekologa i perinatologa u Bosni i Hercegovini. Always je, takođe, aktivno uključen u život tinejdžerki kroz edukativne školske programe.

Always edukativni školski program uči djevojčice

uzrasta od 11 do 18 godina o bitnim fizičkim promjenama kroz koje one prolaze tokom puberteta i o najboljim načinima za snalaženje prilikom ovih promjena. Svake godine više od 95% djevojčica navedenog uzrasta prisustvuje Always edukativnom školskom programu. Program je prvi put pokrenut 2000.-te godine uz podršku entitetskih Ministarstava zdravstva i obrazovanja, te je od tada više od 48,000 djevojčica godišnje pohađalo Always predavanja. Edukacija je obuhvatala informacije u vezi s menstrualnim ciklusom, zdravljem, te njegoj kose.

Istorijat/ Povijest

Always je lansiran 1983. godine, koristeći jedinstveni Dri-Weave tehnologije kompanije Procter&Gamble u zadržavanju tečnosti i održavanju osjećaja suhe kože. Ovaj inovativni proizvod bio je dostupan u pakovanjima mini i maxi uložaka. 1990. godine lansirana je Ultra Always varijanta, koja je osigurala vrhunsku zaštitu kroz veoma tanak, udoban i easy-to-wear proizvod.

Godine 1985. Always brend osvaja svjetsku lidersku poziciju u kategoriji ženske zaštite (izvor: www.pg.com). Četrnaest godina nakon toga poduhvata, 1999. godine, Always je uveden i na bosanskohercegovačko tržište.

U periodu od 1999. do 2004. godine, Always je nastavio da unosi inovacije u oblast ženske zaštite, zdravlja i udobnosti, koristeći nove tehnologije u proizvodnji boljih krilaca (time poboljšavajući generalno zaštitu) i u poboljšanju moći apsorpcije gornjeg sloja.

Godine 2004. Always je predstavio svoj Duo Action sistem, inovaciju koja je obezbjeđivala bolju i bržu apsorpciju menstrualne tečnosti. Te godine je Always lansirao i Always Ultra Sensitive liniju



proizvoda, koji osim što obezbjeđuju vrhunsku zaštitu, imaju i gornji sloj koji u dodiru s kožom pružaju udoban pamučno mekan osjećaj.

Godine 2006. na tržištu se pojavila linija

proizvoda s GelAction sistemom, novom tehnologijom u razvoju brenda, koji ženama pruža još bolju zaštitu tokom ciklusa. Krajem iste godine, Always je uveo Always Ultra Fresh, dodatak liniji proizvoda, koji ženama nudi proizvod s delikatnim svježim mirisom. Always Ultra Fresh je dostupan u varijantama za normalnu i osjetljivu kožu.

Proizvod

Always je dostupan u različitim varijantama s namjenom da ženama osiguraju zaštitu i udobnost ne samo tokom menstruacije već i ostalim danima u mjesecu. Ono što Always nudi su Always sanitarni ulošci i Always dnevni ulošci. U obje te kategorije, Always konstantno uvodi inovacije kroz neprestana istraživanja i traganja za novim tehnologijama, koje pružaju vrhunsku zaštitu i udobnost svojim korisnicama.

Neke žene više vole krilca na svojim proizvodima za zaštitu a neke ne, pa Always nudi obje opcije da bi zadovoljio lične potrebe žena. Nisu sva krilca isto dizajnirana tako da su stručnjaci za ovaj brend osmislili i patentirana Always Flexi-Wings fleksibilna krilca, koja se prilagođavaju pokretima tijela. Ona se sa lakoćom obavijaju oko donjeg veša, omogućavajući odličnu zaštitu sa strane. Uloga krilaca nije samo da obezbijede zaštitu sa strane, već i da zadrže uložak

na svom mjestu.

Always Flexi-Wings dizajnirana su s rastezljivim prevojima koji se savijaju pri pokretima tijela i koji omogućavaju krilcima da se sa sigurnošću obaviju oko veša i pomognu da uložak ostane na svom mjestu, obezbjeđujući zaštitu od curenja i sprečavajući mirje na odjeći.

Da bi se zadovoljile sve potrebe žena, Always je lansirao i specifične linije proizvoda – Always Ultra Sensitive – posebno dizajnirane s ciljem da zadovolje potrebe žena koje imaju osjetljivu kožu, istovremeno pružajući vrhunsku Always zaštitu i Always Fresh, koji nudi maksimalnu zaštitu uz delikatan svjež miris.

Pored uložaka, Always ima i značajan spektar proizvoda koji su pogodni za dnevnu upotrebu – Always dnevne uloške. Dnevni ulošci ponuđeni su u različitim veličinama, kao i u različitim oblicima (normalni i tanga dnevni ulošci). Oni pomažu u apsorpciji vlage i mirisa tijela. Za razliku od uložaka, oni su mali i tanki, pogodni za diskretnu, svakodnevnu upotrebu. Oblikovani su da odgovaraju mnogim tipovima donjeg veša, a samoljepivi sloj pomaže da Always dnevni uložak ostane na mjestu. Always je dizajnirao dnevne uloške tako da odgovaraju potrebama žena. Oni apsorbuju prirodne sekrete koje većina žena ima, prikladni su čak i za

manji gubitak urina, mogu se koristiti kao zaštita tokom dana blaže menstruacije ili kao dodatak tamponima.

Dnevni ulošci se takođe mogu naći u različitim veličinama i oblicima: dnevni ulošci normalnog oblika, dnevni ulošci za tanga gaćice, s mirisom ili bez mirisa.

Nudeći ove proizvode, Always se drži svoje vizije da poboljšava život žena, dajući im samopouzdanje, bezbrižnost, zaštitu i udobnost. Spektar Always uložaka čine: Always Ultra Light, Always Ultra Normal, Always Ultra Super, Always Ultra Night. Dnevni ulošci se nude u sljedećim varijantama: Always Regular, Always Small i Always String Tanga.

Nedavni razvoj

Godine 2006. Always Ultra je uveo Gel Action sistem, koji je nastao da bi se ženama obezbijedila vrhunska zaštita tokom menstruacije.

Ovaj sistem zasniva se na već utvrđenoj Always gel tehnologiji, čime se poboljšao nivo zaštite koju pruža ovaj proizvod. Ovo je bio prirodan nastavak u nizu različitih poboljšanja tehnologije koja su unaprijedila kvalitet proizvoda: fleksibilna krilca, duo-action



sistem i jezgru s optimalnom apsorpcijom.

Always je uveo inovacije koje su do maksimuma povećale nivo zaštite. Najnaprednije tehnologije, kao što su fleksibilna bočna krilca, bile su značajan korak u obezbjeđivanju bočne zaštite i u omogućavanju značajne slobode pokreta u poređenju s običnim proizvodima s krilcima ili bez njih.

Štaviše, duo-action sistem, tehnologija plavog jezgra, nudi znatno bolju njegu korisnicama, što je još jedan korak koji olakšava život ženama.

Promocija

Always brend je na tržište lansirao 1999. godine, i od tada je jedan od najviše reklamiranih brendova na tržištu. Za sve ovo vrijeme Always je ostao vjeran svojoj misiji razumijevanja ženskih potreba i svi programi komunikacije zasnivali su se upravo na tome.

Always je trenutno jedan od najuočljivijih brendova za žensku higijenu u oglašivačkom domenu, kroz medije kao što su TV i štampa.

Vrijednosti robne marke

Always je brend koji se neprestano bavio poboljšanjem kvalitete života žena. Cilj brenda uvijek je bio da omogući ženama da svoj život žive svakog dana bez briga o fizičkim promjenama koje donosi menstruacija. Držeći se svog cilja, Always stalno radi na poboljšanju tehnologije svojih proizvoda da bi mogao da ponudi vrhunsku zaštitu.

Važno polje djelovanja za Always je i pružanje informacija i edukacija djevojčica i tinejdžerki o promjenama tokom puberteta.

Kao rezultat svega toga, žene u Bosni i Hercegovini vide Always kao najbolji proizvod za zaštitu, te kao brend koji razumije ženske potrebe i koji im može pomoći da žive kvalitetnije.

www.pg.com

JESTE LI ZNALI...

Always

- Always je u Aziji poznat kao Whisper (šapat).
- Globalno, Always ostvaruje prihod veći od milijardu dolara.
- Samo dvije godine nakon svog pojavljivanja, Always je postao vodeći svjetski brend za žensku zaštitu.

