



„Орифлейм“ е най-бързо развиващата се козметична компания, която продава по метода на директните продажби. Тя предлага висококачествени естествени продукти, които се разпространяват чрез мрежа от независими дистрибутори. Марката е позната в 61 страни на пет континента.

В България „Орифлейм“ стъпва през 1994 година и оттогава непрекъснато разширява влиянието си с все по-богата продуктова гама и опитни консултанти.



Като предлагат висококачествената естествена козметика на своите познати и приятели, консултантите печелят допълнителни доходи за себе си и своите семейства по приятен и забавен начин. „Орифлейм“ непрекъснато инвестира в обучението и развитието им.

В каталозите си компанията поддържа по всяко време около 900 продукта. Тя представя 450 нови или обновени продукта всяка година. Офертите за декоративна козметика се подменят два пъти годишно, ароматите и сериите за грижа за кожата – по-рядко. Разработването на всеки нов продукт отнема около година и половина. Стремешът на компанията е да съчетава най-добрите природни съставки с най-новите постижения на науката. Тази задача е поверена на едно от водещите звена във фирмата – Глобалния технически център, който се намира край Дъблин, Ирландия.

Философията на „Орифлейм“ е да бъде максимално близо до природата. Винаги когато е възможно се използват растителни съставки. Повечето формули съдържат екстракти от билки, извлечени от растенията чрез студена филтрация. Сред използваните естествени суровини са ябълка, бреза, кокос, алое, бял равнец и др. Почитващите агенти лесно се разраждат и не застрашават околната среда. Безопасността на продуктите е от първостепенно значение, поради което съставките се избират изк-

ПАЗАР

Милиони жени по целия свят всеки месец си поръчват продукти от каталозите на „Орифлейм“. Но освен пълна гама козметика за лице, тяло, аромати и декоративна козметика, „Орифлейм“ предлага и възможност за изграждане на собствен бизнес без първоначална инвестиция. От това са се възползвали над три милиона души, които работят като консултанти на марката.

„Орифлейм“ издава 150 милиона каталога годишно, преведени на 35 езика. Компанията предлага над 900 продукта, създадени с най-добрите природни съставки и в синхрон с най-новите научни изследвания. Фирмата непрекъснато се развива и увеличава производствения си капацитет, за да отговори на нуждите на пазара. Освен производствените фабрики в Полша, Индия и Швеция, „Орифлейм“ построи две нови фабрики в Русия и Китай.

Компанията оперира в 61 страни на пет континента. На българския пазар „Орифлейм“ навлиза през 1994 година като една от първите марки за директни продажби. Този метод на дистрибуция в България непрекъснато се разраства, като през 2007 година 27% от търговията с козметика се осъществяват чрез директни продажби (Източник: Euromonitor).

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

„Орифлейм“ навлиза на българския пазар с два каталога годишно, в които има само козметични продукти, но няма промоции и оферти. Постепенно компанията доразвива стратегията си и днес вече работи със седемнадесет каталога годишно, в които има разнообразие от козметични и неkozметични продукти, специални промоции и много оферти.

2008 е рекордна година за „Орифлейм“ както от гледна точка на продажбите, така и на броя активни консултанти, които работят за марката. Подпомагана от все по-атрактивните си каталози, от новите си продукти и все по-многобройната си „армия“ от добре обучени и информирани дистрибутори, „Орифлейм“ непрекъснато увеличава пазарния си дял.

ПРОДУКТЪТ

Под името „Орифлейм“ се предлагат два вида продукти: козметика и възможност за изграждане на собствен бизнес без начална инвестиция. Те вървят ръка за ръка и са залегнали в основата на успеха на компанията. Дистрибуторите в „Орифлейм“ се наричат консултанти, тъй като са обучени да познават продуктите така, че по всяко време да могат да дават компетентна консултация и съвет.





лючително внимателно, като се разглежда подробно историята на тяхната употреба в козметиката.

Всички изследвания се провеждат според правилата COLIPA – стандарт на козметичната индустрия за тестване на козметични продукти. За всеки утвърден продукт се издава документ, доказващ верността на твърдението.

Компанията е сред пионерите в още една област – от самото ѝ създаване нейните продукти не се тестват върху животни. „Орифлейм“ подкрепя BUAV (Британски съюз за отмяна на вивисекцията), чийто символ „зайче“ може да се открие върху продуктите ѝ. Той е доказателството, че продуктът не е тестван върху животни. Всяка нова формула се изпитва върху хора доброволци под наблюдението на изтъкнати професори дерматолози.

При производството на некозметични продукти като аксесоари например „Орифлейм“ не използва съставки, получени от мъртви животински източници. Не се употребяват и материали, които биха навредили на околната среда и на здравето на човека, нито такива, които са от защитени природни територии или видове.

От години „Орифлейм“ използва хартия, добита от управлявани гори. Дългогодишна политика на компанията е да не използва PVC. Където е възможно, се употребяват рециклирани материали и енергоспестяващи средства за транспорт.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

С марката „Орифлейм“ се предлага козметика за лице и тяло, аромати, декоративна козметика и аксесоари за жени, мъже и деца. Все пак акцентът е поставен върху грижата за кожата – това е секторът с най-големи традиции. Компанията разработва продукти от бялата козметика с уникални комплекси на основата на растителни съставки, които успешно се борят с признаците на стареене. Пример за това са сериите „Спри времето“ за зряла кожа,

„Забави времето“ срещу мимически бръчки, „Скиндивюлоал“, който се бори с петте признака на стареене според индивидуалните нужди на кожата. Компанията непрекъснато следи и прилага последните модни тенденции в грима.

От 2009 г. „Орифлейм“ навлиза и в един нов пазарен сегмент – този на хранителните добавки. Почитателите на естествена шведска козметика вече могат да подсилят красотата си и отвътре – с шейкове за балансиран хранителен прием, мултивитаминови, антиоксиданти и Омега 3.

ПРОМОЦИЯ

„Орифлейм“ да бъде първото име, което изниква в съзнанието на всеки, който търси достъпна и качествена козметика или кариера в компания за директни продажби. Това е амбицията на компанията. В нея са убедени, че най-добрата реклама на марката са каталогът на продуктите и опитните консултанти, които ги предлагат. 75% от рекламния бюджет на „Орифлейм“ се концентрират в развитието, обучението и мотивацията на консултантите. При налагане на стратегически нови продукти тяхната работа се подпомага чрез телевизионна и печатна реклама.

Като социално отговорна компания „Орифлейм“ се включва в различни инициативи в полза на обществото. Фирмата е съосновател на световната Фондация „Детство“, под патронажа на шведската кралица Силвия, чиято основна цел е да защитава правата на децата.

През 2003 година „Орифлейм България“ подема кампания за домовете за деца, лишени от родителска грижа. В продължение на три години със събраните средства са подпомогнати 21 дома в цялата страна. През 2008 г. е проведена и кампания за набиране на средства, с които са ремонтирани детски площадки и училищни игрища.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

Компанията започва бизнеса си с фокус върху продуктите за грижа за кожата, разработени на базата на естествени съставки. Днес портфолиото ѝ

Факти, които не знаете за ORIFLAME

„Орифлейм“ има 7500 служители по света.

Годишните продажби на компанията за 2008 г. са над 1,3 милиарда евро.

За пета поредна година „Орифлейм България“ поддържа двуцифрен ръст на продажбите.

Компанията има център за разработване на нови продукти в Дъблин, Ирландия, в който работят повече от 100 учени.

От 2009 г. фирмата навлезе и в един съвсем нов пазарен сегмент – този на хранителните добавки.

Включва широка гама продукти, но неин приоритет остава грижата за кожата.

Тъй като заедно с шведския произход на марката идва и шведското отношение към козметиката, компанията се стреми да поддържа и подчертава естествената красота на жените. „Орифлейм“ използва само натурални съставки, но когато природата не може да ги осигури, разчита на прецизна наука и изследвания. В компанията никога не са тествани продукти върху животни.

Когато разработват опаковките на продуктите, дизайнерите на „Орифлейм“ се вдъхновяват от Скандинавието. Затова дизайнът е умерен, изчистен и елегантен.



1967

Компанията е основана в Швеция от братята Робърт и Йонас аф Йохник.

1990

След пагането на Берлинската стена „Орифлейм“ навлиза в Източна Европа. Първият офис за този регион е отворен в Чехия.

1994

„Орифлейм“ открива офис в България.

2004

Компанията предлага акциите си на Стокхолмската фондова борса.

2006

„Орифлейм“ стъпва на китайския пазар.

2007

„Орифлейм“ събира офисите, които до този момент са били в Брюксел и Малмьо, на едно място – в Стокхолм.

2009

Броят на независимите консултанти (дистрибутори) на компанията достига три милиона души.