

"Kompanija koja najbolje razumije te svojim proizvodima i uslugama najbolje zadovoljava potrebe osobnog ostvarenja svake žene - globalno."

Tržište

Avon je vodeća kozmetička kompanija u direktnoj prodaji, prisutna u cijelom svijetu, na 5 kontinentata, u 150 zemalja, sa 44.000 zaposlenika i 5 milijuna predstavnica.

Na području kozmetike, nalazi se na prvom mjestu "sa dobrim ponudama i popustima" i "odličnim assortimanom dekorativne kozmetike" (Izvor: Croatia Customer Strategy Update Study, 2007.). Potrošači Avona u Hrvatskoj su žene prosječne starosti od 34 godine, udane, srednje stručne spreme te zaposlene, te čine 36% tržišta. Avon zauzima drugo mjesto u segmentu mirisa i make-upa, a ruže i sjajila su njegovi najprodavaniji proizvodi. U kategoriji njegove kože Avon zauzima 3. mjesto sa naglaskom na odlične tonike za čišćenje lica i kreme za lice, a Beauty Brand imidž Avona nalazi se na 5. mjestu. Svakom kampanjom Avon lansira oko 30 novih proizvoda, kampanja traje 3 tjedna, a godišnje se izda 17 kataloga.

Dostignuća

Avon Hrvatska je tijekom 2006. dobila Certifikat Poslodavac Partner, nagrade Gazela i Prva hrvatska kuna.

Adriana Giurissa, Country Manager Hrvatske, Slovenije i Bosne, je prema poslovnom tjedniku Lider, proglašena jednom od 300 najmoćnijih poslovnih žena Hrvatske. Svoju karijeru u Avonu započela je 1977. godine te ju je, korak po korak, gradila do danas. Po rezultatima istraživanja o najboljim poslodavcima, koje je provedeno od strane tvrtke Moj Posao u razdoblju između veljače i lipnja 2008., Avon se nalazi na listi prvih 10 malih i srednjih tvrtki.



Dana 8. ožujka 2007. na 150-tu obljetnicu Međunarodnog dana žena, kompanija je lansirala međunarodnu kampanju "Hello Tomorrow", slaveći Avon kao kompaniju za žene, koja ženama širom svijeta pruža bolje sutra – sutra prepuno mogućnosti i uspjeha.

Avon je u svijetu svrstan među vodeće kozmetičke kuće sa više od 80 patenata. Tvrtka je prva na tržište plasirala proizvode dnevne njage s antioksidantima i zaštitnim filterima protiv UVA i UVB zraka, proizvode koji sadrže čisti vitamin A (retinol), stabilizirani vitamin C kao i molekul AVC 10 - molekulu mladosti. Iz sprejeva je odstranjen CFT, PVC ambalaža je zamijenjena s polietilenском koja nije štetna za okoliš te je među prvima prekinula testiranje proizvoda na životinjama.

Osim Fonda za borbu protiv raka dojke, Avon djeluje uvek kad je pomoći potrebna. Tako je kreiran i bedž Srce za Aziju čijom se prodajom sakupljao novac za žrtve Tsunamija 2004. godine. Do sada je Avon u 50 zemalja svijeta donirao \$525 milijuna za podizanje svijesti, kao i o edukaciji prevencije raka dojke, za pregledne i dijagnosticiranje bolesti, za omogućavanje liječenja, za potporu i znanstveno istraživanje.

Avon Hrvatska je, u suradnji s udrugom Europa Donna i Zavodom za javno zdravstvo Dr. Andrija



Štampar, izradio projekt "Moja prva mamografija". To je tumeća mobilnog mamografa koja je u 8 uzastopnih vikenda tijekom rujna i listopada 2008. omogućila prvu mamografiju ženama dobne skupine od 40–49 godina u Varaždinu, Čakovcu, Karlovcu, Požegu, Koprivnici, Slavonskom Brodu, Sisku, Novoj Gradišci i Krapini.

Slavna glumica i producentica, ali i izuzetna žena, Salma Hayek je 2005. godine potpisala ekskluzivni ugovor kao glasnogovornica i zaštitno lice Avona, a Maja Blagdan postala je zaštitno lice Avona Hrvatska za Intenzivnu kremu s anti-aging učinkom ekskluzivne linije Anew. Avon je, također, 2007. u New

Yorku potpisao ugovor sa svjetski poznatom glumicom, dobitnicom Oskara, Reese Witherspoon koja predstavlja prvu Avonovu ambasadoricu i predsjednicu Avonovog Fonda fokusirajući se na borbu protiv raka dojke i nasilja u obitelji, a istovremeno je i glasnogovornica Avonovih kozmetičkih linija.

Avonovu kvalitetu prepoznao je i najpoznatiji hrvatski časopis za ljepotu i zdravlje, Vita, čiji je stručni žiri, sastavljen od lječnika (među kojima je dermatolog), farmaceuta, kozmetičara i frizerca, proglašio Avonovu SuperFull maskaru proizvodom godine 2007. rukovodeći se sa tri kriterija: inovativnost, djelotvornost i pouzdanost.

Povijest

Povijest tvrtke doista izgleda kao priča iz bajke. Krajem 19. st. prodavač knjiga

David McConnel došao je na sjajnu ideju da svakom kupcu daruje i parfem. Uspjeh je bio toliko velik da odlučio sasvim se posvetiti proizvodnji i izravnoj prodaji kozmetičkih proizvoda. Tvrtku koju je osnovao, nazvao je po rodnom mjestu svog najdražeg pisca Williama Shakespearea: Stratford-upon-AVON-AVON (kasnije Avon Cosmetics), a prva predstavnica u povijesti Avona bila je gospoda P. F. Albee, postavši uzor predstvincima Avona diljem svijeta. McConnel je osmislio 5 Avonovih vrijednosti: povjerenje, poštovanje, vjerovanje, skromnost i poštjenje.

Vizija Avona glasi: "Kompanija koja najbolje razumije te svojim proizvodima i uslugama najbolje zadovoljava potrebe osobnog ostvarenja svake žene - globalno". Načela koja predstavljaju nit vodilju u



poslovanju tvrtke su mogućnost zarade za pojedinca sa ciljem njegove dobrobiti i sreće, proizvodi visoke kvalitete za obitelji diljem svijeta garantirajući njihovo zadovoljstvo, izvanredna usluga potrošačima koja se odražava u pomoći i ljubaznosti, nagradivanje zaposlenika i predstavnica koji uvelike doprinose razvoju Avona, dijeljenje nagrada i uspjeha sa drugima, ispunjenje obveza za dobrobit društva i okoliš u kojem funkcioniра, čuvanje i njegovanje prijateljskog duha Avona.

Avon je vodeća kozmetička kompanija u direktnoj prodaji osnovana u Americi 1886. godine koja distribuiru vlastite proizvode putem kataloške prodaje, efektivnom metodom dolaženja do kupaca osobnim kontaktom baziranom na povjerenju. Tvrta je u Hrvatskoj prisutna od 1997. godine te danas broji 37 zaposlenih i preko 13.000 vjernih Avon Ladies.

Avon je "Kompanija za žene" koja je osnovala vlastiti fond 1955. godine s ciljem poboljšanja života žena. Danas se ta misija provodi na dva načina: borbom protiv raka dojke i osnaživanjem žena. U sklopu Avonovog fonda za prevenciju raka dojke od 1992. godine, prikupljeno je više od 525 milijuna američkih dolara. Od 2003. godine i Avon Hrvatska se aktivno priključila toj humanoj borbi i do danas je, prodajom nekozmetičkih proizvoda s rozom vrpcem, prikupila 1.012.356,82 kn!

"U Avonu mjerimo svoje uspjehe prema dva čimbenika - u poslovnom uspjehu i u predanosti pomaganju drugima. Avon svakog trenutka dokazuje svoju jedinstvenu sposobnost da spozna potrebe i pomogne te da dotakne ljudе i poboljšа im kvalitetu života."

Andrea Jung,
Direktorica i Predsjednica upravnog odbora

Proizvod

U Avonovom assortimanu zastupljene su sve linije visokokvalitetnih proizvoda vrhunske tehnologije: proizvodi za njegu kože, make-up, mirisi, toaletni proizvodi, proizvodi za njegu kose, kao i proizvodi za muškarce i djecu te nekozmetički proizvodi koji se prodaju putem kataloga. Avon slijedi trendove na tržištu neprestano kreirajući nove i osluškujući potrebe svojih potrošača, stalno nudeći novitete poboljšanih formula.

Godine 2006. započeo je suradnju sa poznatom vizažisticom i stilisticom, Jillian Dempsey, suprugom zvjezde serije "Uvod u anatomiju" Patricka Dempseya, koja je 2008. postala Avonov kreativni make-up direktor te osmisila Avonovu kvalitetnu make-up liniju. Avon je nastavio suradnju sa obitelji Dempsey te je zahvaljujući glumčevoj autentičnosti, karizmi i stilu s kojim je postigao veliki svjetski uspjeh, odabrao Patricka kao novo lice muškog mirisa čije je lansiranje najavljeno za 2009. godinu. U nizu suradnji sa modnim dizajnerima, Cynthia Rowley, svjetski poznata američka modna dizajnerica specijalno za Avon dizajnirala je 2007. limitiranu kolekciju lijepih, ženstvenih



kozmetičkih proizvoda s pakiranjem koje je ukrašeno cvjetnim motivima. Isto tako su, kao rezultat suradnje 2007. sa svjetski poznatim francuskim modnim dizajnerom Christianom Lacroix, nastali ženski miris Rouge i muški miris Noir, dok je 2008. u znaku mirisa "Ungaro For Her" i "Ungaro For Him" dizajniranih od strane svjetski poznatog talijanskog dizajnera Emanuela Ungara. U 2009. Avon će lansirati make-up liniju nastalu u suradnji sa finskom modnom dizajnericom Marimekkko nadahnutom filozofijom da se inspiracija za dizajn nalazi u ljepoti svakodnevnog života.



Nedavni razvoj

Avon ulaže znatna sredstva u istraživanje i razvoj proizvoda, a tu se posebno izdvaja najnaprednija anti-aging tehnologija koristeći ekskluzivne Avonove patente u 100 milijuna dolara vrijednom Globalnom centru za istraživanja u Suffernu, New York. U korak sa tehnološkim razvojem, danas je u Avonu moguće proizvode naručiti putem interneta i mobilnog telefona.

Promocija

Svake se godine tiska preko milijun hrvatskih Avonovih kataloga koji su glavni promocijski medij.

Osim toga, Avon koristi above the line (o.u. klasično oglašavanje) sa naglaskom na TV, tiskano i internet oglašavanje te below the line (o.u. direktni marketing) oglašavanje od kojeg je popularan direktni e-mailing, slanje obavijesti putem sms-a, razne promocijske aktivnosti i sponzorstva. Zastupljeni su razni motivacijski programi sa popustima i poklonima uz kupovinu te promotivne akcije na otvorenom od kojih se ističe natjecanje u šminkanju održano 2007. godine u osam hrvatskih gradova. Pobjednici je Avon poklonio dvotjedni tečaj šminkanja u Londonu.



U TV i tiskanim oglašima tvrtka koristi lica svojih aktualnih glasnogovornica poput Salme Hayek i Reese Witherspoon, a svoju humanost Avon dokazuje i donacijama pomažući financiranju operacija bolesne djece.

Vrijednosti robne marke

Avon je globalno prepoznat kao kompanija koja se zalaže za poboljšanje života žena, prihvatanje razlika, ekološku odgovornost i poslovnu etičnost te u skladu sa svojim vrijednostima, načelima i vizijom kreira proizvode vrhunske kvalitete namijenjene djeci, mladima, ženama i muškarcima, posvećujući pritom pažnju na vizualni identitet svojih linija proizvoda. Sigurnost kupca je na prvom mjestu, stoga je tvrtka predana prodaji samo sigurnih proizvoda, koristeći sigurne sastojke u kozmetičkim proizvodima i dajući u skladu sa zakonima i regulacijama svake zemlje u kojoj se proizvodi prodaju. Avon nudi 100% garanciju na svoje proizvode i vjeruje da svaka žena može biti lijepa te u skladu s tom tvrdnjom predstavlja ljepotu, trend i inovativnu tehnologiju.

www.avon.hr

JESTE LI ZNALI...

Avon

- Avon je 1920. zaradio prvi milijun dolara.
- Godine 1995. je osnovan Avon fond za pomoć ženama.
- Avon je, kao prva kozmetička kompanija, 1989. prestao s testiranjem na životinjama.
- Od 1999. na čelu kompanije je prva žena u povijesti Avona - Andrea Jung.
- Godine 2000. započela je kampanja "Let's talk", fokusirana na povezanost žena u cijelom svijetu, a glasnogovornice su bile Serena i Venus Williams.
- Godine 2005. Salma Hayek je postala glasnogovornica Avonovih brandova Avon Color i prestižne mirisne kolekcije TTA (dubitnik FIFI nagrade - Oscar u industriji mirisa).
- Godine 2005. Avon je otvorio 100 milijuna dolara vrijedan Globalni centar za istraživanja i razvoj na skoro 21.000 kvadratnih metara, na originalnom mjestu starog centra, u Suffernu New York.
- Avonova prodaja u svijetu prelazi preko 8 milijardi dolara.
- Avon je u Hrvatskoj prisutan od 1997.
- Avon Hrvatska je ekološki osjećena što dokazuje mogućnost naručivanja samo putem interneta koje je uvedeno u rujnu 2008.
- Avon Hrvatska je u suradnji s udruženjem Europa Donna i Zavodom za javno zdravstvo Dr. Andrija Štampar 2008. godine organizirao turneju mobilnog mamografa "Moja prva mamografija" u 9 hrvatskih gradova.
- Avon Hrvatska je u 2006. i 2007. dobila Certifikat Poslodavac Partner.
- Avon Hrvatska se nalazi u 2008. godini, u kategoriji malih i srednjih tvrtki, na listi prvih 10 tvrtki u kojima je najbolje raditi. Istraživanje je provela tvrtka MojPosao.
- Avon Hrvatska je osnivač i članica Hrvatske udruge direktne prodaje koja je osnovana u svibnju 2006.