18 października, 2022

Połączenie konceptów biznesowych: obsługa fryzjerska w salonie i sprzedaż kosmetyków

Henkel wprowadza na rynek pierwszą markę hiper-spersonalizowanych   produktów    do    profesjonalnej pielęgnacji włosów w modelu B2B2C

**Schwarzkopf Professional, marka należąca do Henkla, wprowadza na rynek nowe produkty do pielęgnacji włosów –** [**SalonLab&Me**](https://www.salonlabandme.com/de/en.html)**. Powstały one w wyniku połączenia wiedzy fryzjerskiej z doświadczeniem z zakresu technologii cyfrowych – to krok naprzód w rozwoju megatrendu personalizacji. Klienci salonów będą mogli od teraz korzystać z hiper-spersonalizowanych rekomendacji pielęgnacyjnych, precyzyjnie dopasowanych do typu ich włosów, natomiast fryzjerzy mają okazję wypróbować nowy model biznesowy funkcjonowania swoich salonów. Debiutująca linia kosmetyków do pielęgnacji włosów, która wzbogaca portfolio cyfrowych innowacji firmy, jest dostępna w sklepie internetowym przeznaczonym wyłącznie dla salonów.**

**Całkowicie nowe rozwiązanie**

Konsultacja mająca na celu wybór hiper-personalizowanych produktów odbywa się na podstawie profesjonalnej analizy włosów, przeprowadzanej indywidualnie przez fryzjera przy użyciu skanera [SalonLab Smart Analyzer](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2020-09-16-schwarzkopf-professional-paves-the-way-forward-with-a-digital-revolution-in-hair-diagnostics-1114510). W ten sposób Henkel oferuje połączenie konsultacji fryzjerskiej w salonie z wygodnymi zakupami online w ramach nowego modelu biznesowego biznes – biznes – klient (B2B2C).

– *Jesteśmy bardzo podekscytowani, to pionierskie przedsięwzięcie pozwala bowiem połączyć cenną wiedzę z zakresu fryzjerstwa z ostatnimi innowacjami cyfrowymi. Oferując* [*SalonLab&Me*](https://www.salonlabandme.com/de/en.html)*, tworzymy unikalne fizyczno-cyfrowe doświadczenie, dzięki któremu salony i ich klienci mogą w ramach nowego modelu biznesowego B2B2C korzystać z tego, co najlepsze w obu tych dziedzinach* – mówi Friederike Murschenhofer, Dyrektor ds. Innowacji Cyfrowych w Henkel Beauty Care. *– Zapewniamy nie tylko hiper-spersonalizowany produkt, ale także powiązaną z nim obsługę online, w tym własne konto internetowe* [*SalonLab&Me*](https://www.salonlabandme.com/de/en.html)*, gdzie konsumenci otrzymują spersonalizowane treści dopasowane do ich indywidualnych potrzeb i celów w obszarze pielęgnacji włosów.*

Nową koncepcję biznesową, w oparciu o analizę danych, opracowały razem dział kosmetyków (Beauty Care) oraz dział technologii cyfrowych (dx). Jej zastosowanie dało rezultat w postaci wprowadzenia na rynek pierwszej marki produktów Henkel do profesjonalnej pielęgnacji włosów w modelu B2B2C – [SalonLab&Me](https://www.salonlabandme.com/de/en.html). Nowa gama produktów daje zakładom fryzjerskim i ich klientom możliwość hiper-spersonalizowanej profesjonalnej pielęgnacji włosów, a jednocześnie wspiera salony partnerskie, umożliwiając im korzystanie z rozwiązania przyszłości w zakresie sprzedaży usług i produktów do włosów.

- *SalonLab&Me to kolejny naturalny krok po sukcesie, jakim stało się zastosowanie skanerów* [*SalonLab Smart Analyzer*](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2020-09-16-schwarzkopf-professional-paves-the-way-forward-with-a-digital-revolution-in-hair-diagnostics-1114510)*. Opierając się na pozytywnych opiniach zarówno fryzjerów, jak i konsumentów, szybko zdecydowaliśmy, że nadszedł czas, aby przenieść spersonalizowaną pielęgnację włosów na kolejny poziom. Dzięki* [*SalonLab&Me*](https://www.salonlabandme.com/de/en.html) *udało nam się stworzyć markę, która stanowi innowację nie tylko w zakresie spersonalizowanej pielęgnacji włosów, ale – dzięki* *unikalnemu modelowi biznesowemu – również w skali całej branży* – mówi Stuart Hamid, Dyrektor Generalny Henkel Beauty Care Professional Germany, Austria & Switzerland. *– Możemy zaoferować naszym klientom hiper-spersonalizowane doświadczenie profesjonalnej pielęgnacji włosów, a jednocześnie wspierać fryzjerów, dając im okazję do sprawdzenia nowych, unikalnych możliwości rozwoju działalności ich salonów.*

Narzędzie do analizy [SalonLab Smart Analyzer](https://www.henkel.com/press-and-media/press-releases-and-kits/2020-09-16-schwarzkopf-professional-paves-the-way-forward-with-a-digital-revolution-in-hair-diagnostics-1114510) zostało opracowane pod kierunkiem naukowców i ekspertów Henkel Beauty Care specjalizujących się w pielęgnacji włosów. Korzystano tu z ponad 120-letniej wiedzy w zakresie trychologii, badań w tej dziedzinie i informacji pozyskanych od klientów. Obecnie jest ono dalej rozwijane w ścisłej współpracy z Henkel dx. SalonLab Smart Analyzer umożliwia fryzjerom rekomendowanie produktów i usług najlepiej dopasowanych do rodzaju włosów klienta dzięki przeprowadzaniu analizy włosa na poziomie molekularnym. Nowoczesna technologia wykorzystuje czujnik bliskiej podczerwieni do określenia stanu wnętrza włosa, a nie tylko analizy jego wyglądu z zewnętrz.

**B2B2C - jak działa nowy koncept biznesowy?**

SalonLab&Me to nie tylko innowacyjne i zapewniające świetne rezultaty produkty, ale także nowe rozwiązanie biznesowe z zakresu e-commerce dla salonów partnerskich, wyróżniające ten salon, w którym klient robi analizę włosa. Klienci mogą zamawiać produkty SalonLab&Me poprzez konto w sklepie internetowym powiązane dokładnie z tym salonem, w którym wykonali analizę, a salon otrzymuje prowizję od każdego zamówienia złożonego przez jego klientów – niezależnie od tego, czy zostało złożone bezpośrednio w salonie, czy też online pomiędzy wizytami u fryzjera. Aby kontynuować korzystanie z SalonLab&Me, klienci mogą zalogować się na swoje konto na [stronie Salon&LabMe](https://www.salonlabandme.com/de/en.html), gdzie mają dostęp do wyniku oceny stanu swoich włosów i historii zamówień. Mogą tam ponownie kupić produkty a także przeczytać wiele spersonalizowanych artykułów na blogu, zawierających specjalistyczne informacje dopasowane do rodzaju włosów klienta i wybranych przez niego produktów.

*Megatrendy personalizacji i opartych na danych innowacji szybko ewoluują, dlatego w firmie Henkel nieustannie pracujemy nad nowymi produktami, modelami biznesowymi i pomysłami, co pozwala nam tworzyć innowacyjne produkty i rozwiązania dla naszych klientów i konsumentów* – mówi Michael Nilles, Dyrektor ds. Technologii Cyfrowych i Informatycznych w Henkel. – *Wprowadzając na rynek SalonLab&Me, poszerzamy nasze kompetencje D2C i tworzymy dodatkową wartość dla konsumentów. A nawet więcej – dzięki wykorzystaniu w naszej działalności związanej z profesjonalną pielęgnacją włosów cyfrowej platformy biznesowej RAQN, udało nam się stworzyć nowy model biznesowy i zbliżyć o krok do rozwiązań przyszłości w zakresie pielęgnacji włosów.*

**Hiper-personalizacja w praktyce**

SalonLab&Me to pierwsza gama hiper-spersonalizowanych produktów do pielęgnacji włosów dostępnych wyłącznie poprzez salony fryzjerskie. Ich klienci mogą skorzystać z usług salonu oraz wygodnie dokonać zakupów przez Internet w ramach prostego czterostopniowego procesu:

1. **Analiza SalonLab w salonie**
	* Specjalistyczna ocena włosa przez fryzjera ma kluczowe znaczenie dla spersonalizowanej rekomendacji produktu. Wraz z klientem stylista wypełnia ankietę w przyjaznej dla użytkownika aplikacji, szczegółowo opisującej aktualny stan włosów klienta.
	* Po takiej ocenie włosów stylista, za pomocą skanera SalonLab Smart Analyzer, przeprowadza analizę wewnętrznej struktury i koloru włosów.
2. **Hiper-spersonalizowany produkt**
	* Klient otrzymuje spersonalizowaną rekomendację, obejmującą zestaw produktów dopasowanych do potrzeb jego własnych włosów.
3. **Dostosowanie do indywidualnych preferencji**
	* Zestaw można dodatkowo spersonalizować, umieszczając na etykietach imię klienta i wybrany kolor, a także wybierając preferowany zapach kosmetyku.
4. **Płatność i rejestracja**
	* Proces składania zamówienia jest w pełni cyfrowy: po zarejestrowaniu się klient otrzymuje link do możliwości zakupu swoich produktów i uzyskania dostępu do indywidualnego konta SalonLab&Me.

**Produkty**

Dzięki rozwiązaniu SalonLab&Me, które uwzględnia indywidualne potrzeby klienta związane z pielęgnacją włosów, możliwe jest uzyskanie pełnej gamy hiper-spersonalizowanych produktów, określonych dla konkretnego rodzaju włosów i preferencji poszczególnych klientów:

* Szampon SalonLab&Me
* Odżywka SalonLab&Me (w formie sprayu lub kremu)
* Maska SalonLab&Me (koloryzująca lub intensywnie pielęgnująca)

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2021 roku Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 53 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com) oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl)

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Magdalena Bryksa-Szymańczak

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 642

dorota.strosznajder@henkel.com mszymanczak@solskipr.pl