

## Компания «Хенкель» удостоилась международной награды в области красоты и здоровья A.S.Watson

Бренды **Persil**, **Gliss Kur Million Gloss** и **Essence ULTIME** признаны лучшими в своих категориях по версии премии «Выбор покупателя-2014» (A.S. Watson).

В конце 2014 были объявлены победители ежегодной премии в области красоты и здоровья «Выбор покупателя». Более 80 тысяч потребителей отдали свои голоса за любимые бренды. Компания «Хенкель» получила награды сразу в трех номинациях: линейка **Gliss Kur Million Gloss** была отмечена как «Лучшая линия по уходу за волосами»; серия по уходу за волосами **Essence ULTIME** была признана «Самым успешным запуском года»; а «Лучшим средством для стирки» стал бренд **Persil**.

«Мы гордимся тем, что наши бренды получают такую высокую оценку потребителей уже третий год подряд. Это признание является доказательством того, что мы занимаем сильные позиции на рынке и движемся в правильном направлении», - отметила Ирина Елисеева, руководитель отдела по работе с ключевыми клиентами «Хенкель» Beauty Care. «Для нас крайне важна обратная связь, так как она позволяет обеспечивать лучшее качество нашей продукции. Мы продолжим развивать наши бренды и уверены, что и в следующем году наши стратегические запуски инновационных продуктов будут также высоко оценены нашими клиентами и, конечно, потребителями».

Ежегодная премия в области красоты и здоровья «Выбор покупателя» является частью глобальной инициативы международного лидера розничной торговли товарами категории здоровье и красота корпорации A.S. Watson. Аналогичная премия Health & Beauty Awards ежегодно вручается в 32 странах мира, где представлена корпорация. Начиная с 2012 года, розничная сеть «Спектр Групп» в Санкт-Петербурге, входящая в состав A.S. Watson, ежегодно проводит голосование среди российских потребителей с целью определить наиболее популярные и любимые бренды.

Номинанты премии - ведущие мировые и отечественные бренды, лидеры продаж, продукция которых всем хорошо известна. Премия является своего рода барометром потребительских предпочтений, что позволяет компаниям-производителям отслеживать не только вкусы, но и потребности потребителей.

«Это уникальная премия, проводимая путем независимого голосования за самые популярные продукты на рынке», - подчеркнула Юлия Мельникова, директор по продажам «Спектр Групп». «Открытое голосование дает людям шанс быть

услышанными, а производителям – понять, насколько сильны их бренды. Например, в этом году мы отметили, что покупатели в особенности отдают предпочтения инновационным продуктам. Потребители получают возможность попасть на церемонию вручения премии и встретиться с представителями нашей сети и производителями любимых брендов, задать интересующие вопросы, высказать свои предложения и пожелания. Благодаря таким встречам нам удастся повышать лояльность покупателей и предлагать им только лучшие решения».