

MÓDULO

2

MAQUILLAJE

LA IMPORTANCIA
DE LA INNOVACIÓN

SEGUNDA ENTREGA DEL CURSO PRESENTADO POR L'OREAL SOBRE COLORACIÓN Y MAQUILLAJE. CONCEPTOS BÁSICOS Y RECOMENDACIONES QUE PODRÁN PARTIR DESDE EL PUNTO DE VENTA.

OTORGA CRÉDITOS PARA LA RECERTIFICACIÓN PROFESIONAL A TRAVÉS DE COFA

EL MERCADO DE LA BELLEZA Y DEL MAQUILLAJE

El segmento Maquillaje es uno de los mercados en mayor crecimiento a nivel mundial, con una evolución del +7%, representando el 13% de esta facturación con un cierre de \$55 billones de Euros y 6,7 billones de unidades. En el panorama mundial Latinoamérica se posiciona como el 4to mercado más im-

portante con una evolución anual del +10% vs un promedio de +7% de EEUU y Europa (fuente Euromonitor 2016). Make Up es el #3 mercado de la Argentina tanto en volumen como en valor con un estimado de 159 millones de unidades y \$8,2 billones de ARS, mostrando un crecimiento de 3% en unidades de 2016 a 2017. Es esencial entender que dentro de este negocio tan atractivo que es el maquillaje,

el principal impulsor del crecimiento es la innovación.

¿A QUE NOS REFERIMOS CON INNOVACIÓN?

La innovación en maquillaje se refiere al lanzamiento de nuevos productos que contengan alguna novedad con respecto a las fórmulas, tonos o formas de uso. Esta puede surgir de dos mundos muy diferentes: Por un lado, las novedades



pueden surgir de la investigación científica del mundo de la cosmética, en el cual se desarrollan nuevos componentes, fórmulas o formas de aplicación para lograr productos con mejores propiedades y acabados.

Por otro lado, las tendencias del mundo de la moda y las redes sociales sobre maquillaje, generan necesidades en los consumidores que buscan los tonos y colores de la temporada, o nuevas técnicas, efectos y formas de aplicar los productos.

Justamente como el maquillaje está tan ligado al mundo de la moda y las tendencias estéticas, al ser una parte esencial para completar un "look", es que se define como una categoría muy dinámica. Las marcas de maquillaje deben tener propuestas de nuevos productos constantemente y ofrecer el producto novedoso al consumidor en el momento justo en el que surge la necesidad de la tendencia.

Adicionalmente, la consumidora de maquillaje está perdiendo el miedo a innovar en nuevos segmentos y téc-

nicas de maquillaje a pesar de considerarse una amateur en la categoría. Es por esto que productos que anteriormente sólo eran consumidos por maquilladores profesionales, como paletas de sombras o iluminadores, hoy son productos populares (fuente U&A make up 2016 L'Oréal Argentina). Hoy el maquillaje es un hobby y una forma de expresarse, es por eso que los influencers y consumidores son los que definen las tendencias. Se debe aprovechar el poder de los canales digitales de comunicación con contenido específico, como tutoriales, para formar a las consumidoras sobre aplicación de nuevos productos. Además se debe aprovechar la rapidez de este canal para poder comunicar las tendencias rápidamente, y alinearlas a las necesidades de las consumidoras en tiempo y forma. Debido a la búsqueda natural de los consumidores de novedades de maquillaje cada temporada, es que la innovación en esta categoría es una gran fuente de ventas. Ángeles Gnecco, directora de Maybelline, Vogue y Gar-

nier en Argentina nos detalla la importancia de los lanzamientos en su negocio: "En nuestras marcas vemos claramente que los lanzamientos representan el 30% del volumen anual y generan claros picos de ventas, no sólo en el producto de novedad, sino también en productos afines de las mismas franquicias, por ejemplo. Un punto adicional y clave a nivel ejecución es que los lanzamientos tienen hasta un 50% más de elasticidad cuando se maximizan a nivel implementación, tanto con comunicación en medios tradicionales como en la ejecución en el punto de venta".

¿CÓMO SE CATEGORIZAN LAS INNOVACIONES DE MAQUILLAJE?

Los lanzamientos en esta categoría se pueden diferenciar según cual es el fin principal de los mismos y que tipo de necesidad del consumidor atienden.

- Innovación estratégica: nuevos empaques o tecnología en fórmulas novedosas y renovación de los productos icónicos de las marcas (nue-

"Hacemos que lo bueno se llene de color por más tiempo"

VOGUE
DA COLOR A LO MEJOR DE VOIS

hasta 10 DÍAS de COLOR y Brillo en 2 pasos

NUEVO EFECTO GEL 26 TONOS

PASO 1 PASO 2

PRECIO INCREÍBLE

*Usando la con el Brillo Gel. Duración y aplicación cada 3 días.



**Volumen adictivo
para tus pestañas**

NUEVA

**total
temptation**

MASCARA

**CON EXTRACTO
DE COCO**

**PESTAÑAS MÁS
SUAVES**

¡Cae en la tentación!



MAYBELLINE®
NEW YORK

vos cepillos en las máscaras de pestañas o renovación de la imagen de productos que son pilares en las ventas de la marca)

- Animaciones de Color: Extensión de tonos de productos existentes según los colores y acabados que responden a las modas de cada temporada (colecciones para cada estación del año y lanzamiento de labiales con tonos novedosos)

- Productos de tendencia: responden a los nuevos usos y productos de maquillaje que pueden dudar una temporada o consolidarse como un básico del maquillaje de la consumidora (técnica "contouring", tonos metalizados)

- Ediciones limitadas: productos que responden a modas pasajeras y por eso no permanecen en el catálogo (colecciones en conjunto con celebridades, tonos para fechas especiales, colores fantasía)

¿A QUÉ RESPONDE LA INNOVACIÓN EN CADA EJE?

Ojos

- Las máscaras de pestaña siendo el producto más consumido y la innovación viene en fórmulas y cepillos para nuevos acabados.

- Nuevos gestos de maquillaje inspirados en el mundo profesional como paletas de sombras y maquillaje de cejas

Rostro

- Existen dos tendencias contrapuestas, por un lado la alta cobertura y el acabado mate, y en el otro extremo productos con acabado natural y efecto imperceptible

- Otro de los focos de la innovación son las técnicas de perfilado del rostro para aportar más definición a los rasgos, sea con iluminadores y o productos de técnica de "contouring" ó contorneo.

Labios

- Es el eje de moda y tendencia, en donde es importante traer novedades todas las temporadas. Es por esta búsqueda constante de novedad que labios es el segmento que más crece a nivel global (+10%)

- Las tendencias más populares actualmente son: el aca-

bado mate, la textura líquida, los tonos naturales y en oposición los tonos arriesgados (metalizados, tonos oscuros).

Uñas

- El color es el principal impulsor de la compra y es necesario contar con nuevos colores que acompañen las temporadas (tonos invernales y tonos veraniegos).

- La innovación viene de la mano de los productos larga duración de mano de la tecnología gel, los tonos de tendencia natural, y productos con color y tratamiento en una misma fórmula.

¿CÓMO EJECUTAR EFECTIVAMENTE LA INNOVACIÓN?

Para ejecutar la innovación se debe captar la atención del consumidor en la mayor cantidad de canales posibles para dar a conocer el producto y sus beneficios. El concepto de novedad en maquillaje es clave al ser una categoría de impulso y se debe ser muy efectivo en su ejecución.

Los tres puntos principales para ejecutar de manera efi-

VOGUE
DA COLOR A LO MEJOR DE VOS

Colorissime
LABIAL LIQUIDO MATE

EL LABIAL QUE DURA MUCHÍSIMO.

▶ Hasta 8 horas de color mate

PRECIO INCREÍBLE

COLOR DE LARGA DURACIÓN

#ColorissimeDuraMuchisimo

NUEVO

ciente la innovación son:

-Comunicar en medios digitales y tradicionales la llegada del lanzamiento, y también generar el boca en boca de las redes sociales e influencers.

-Promover la compra por impulso del lanzamiento que el consumidor ya conoce destacándolo en punto de venta con exhibiciones y materiales especiales que consoliden la comunicación.

-Promover la prueba de producto con el equipo de ventas de los locales y educar sobre la aplicación en caso de tratarse de productos muy innovadores.

EVALUACIÓN MÓDULO 2

1) Indique la opción correcta:

- El segmento Maquillaje es uno de los mercados en mayor crecimiento a nivel mundial.
- Make Up es el #1 mercado de la Argentina tanto en volumen como en valor.

2) Complete el concepto con la palabra correcta:

“En nuestras marcas vemos claramente que los lanzamientos representan el del volumen anual y generan claros picos de ventas (...) Un punto adicional y clave a nivel ejecución es que los lanzamientos tienen hasta un más de elasticidad cuando se maximizan a nivel implementación, tanto con comunicación (...) como en la ejecución en el punto de venta”.

- 30%...50%
- 20%...60%

3) Indique qué opción es falsa:

La innovación en los distintos ejes viene desde las siguientes tendencias:

- OJOS: nuevas fórmulas y cepillos ROSTRO: acabado mate y natural LABIOS: textura líquida y acabado mate UÑAS: tecnología gel y tonos naturales.
- OJOS: nuevas fórmulas y tonos arriesgados ROSTRO: alta cobertura y paleras LABIOS: textura en barra y acabado satinado UÑAS: tonos metalizados y tratamientos.

“Hacemos que lo bueno se llene de color por más tiempo”

VOGUE
DA COLOR A LO MEJOR DE VOIS

hasta 10 DÍAS de COLOR y Brillo en 2 pasos

NUEVO EFECTO GEL 26 TONOS

PRECIO INCREÍBLE

PASO 1 PASO 2