

O Projeto

COSMÉTICOS
tigo





Mercado de sachê

Uma oportunidade a ser explorada

Cada vez mais o consumidor busca alternativas de produtos e serviços que possam atender às suas necessidades, com um custo que caiba em seu orçamento.

O consumidor brasileiro adaptou seu perfil de consumo de acordo com a realidade atual, desta forma, fomentou a ascensão do mercado de produtos fracionados, com baixo valor agregado, mas que atendam às suas necessidades e expectativas. Assim surgiu a era dos sachês.

- Acesso das classes D e E aos produtos do setor, em consequência do aumento de renda;
- Aumento no consumo de produtos de maior valor agregado pelos novos integrantes da classe C;
- Participação crescente da mulher brasileira no mercado de trabalho;
- Utilização de tecnologia de ponta e o consequente aumento da produtividade que favorece os preços praticados pelo setor, através de reajustes menores que os índices de preços da economia em geral.

A Tigo analisa e acompanha as mudanças do mercado nacional e inova para conquistar um mercado em ascensão e promissor: o mercado de cosméticos em sachê.

O mercado



COSMÉTICOS
tigo

O desafio

- Oferecer um negócio atrativo e diferenciado;
- Fornecer para compradores sem espaço físico para introdução;
- Buscar inovação e diferenciação nos produtos;
- Trabalhar com alta lucratividade e giro de gôndola.

Cada vez mais o mercado varejista busca por apelos “profissionais” nos cosméticos que são revendidos em seus PDV’s. A curva A de produtos ainda é preferência.



A análise

Atualmente, este mercado está sem identidade. Os canais de venda profissional, distribuição, varejo especializado e farma enfrentam dificuldades para encontrar linhas que consigam lhes atender com rentabilidade ideal.

Está claro que a principal falha de todos os players nesse segmento está no posicionamento somado à ausência de mídia, tanto em PDV quanto online.



O diferencial

- ✓ Facilidade em criar pacotes promocionais;
- ✓ Capilaridade nacional/rápida;
- ✓ Tendência de mercado;
- ✓ Produto de qualidade que cabe no bolso do consumidor;
- ✓ Ocupa pouco espaço na gôndola;
- ✓ Presença da linha completa no PDV;
- ✓ Introdução da linha completa e produtos curva A acessível;
- ✓ Apelo comercial de líderes com proposta inovadora;
- ✓ Ausência de líder nesse segmento;
- ✓ Logística e expedição facilitadas.

Para todos os desafios, a Tigo tem soluções claras

- Fabricação em parque fabril próprio;
- Marca de apelo e qualidade profissionais, com roupagem de varejo;
- Campanhas de introdução, segmentação e crescimento para cada canal específico;
- Proposição de margens condizentes com que o lojista quer;
- Produtos com apelo de venda atual;
- Farta distribuição de amostragem curva AA;
- Imagens de produtos modernos;
- Equipe preparada e com conhecimento de mercado.

A beleza dos sachês



Força e elasticidade para cabelos danificados, além de muita maciez e brilho para os fios.



Fórmula que modela os fios e proporciona finalização natural sem deixar frizz.



Combinação de nutrientes para alisamento sem frizz, com fios soltinhos e muito brilho.



Realinhamento capilar que causa efeito liso sem frizz e mantém a qualidade dos cabelos.



Máscara de restauração que apresenta brilho e hidratação, com resultados incríveis.



Efeito cinza platinado para cabelos loiros, com hidratação simultânea.

O poder dos displays



Aplicações



Wobbler



Testeira



MóBILE

*Para todos os desafios,
a marca **Tigo** vem com
soluções claras.*



Fabricação em Indústria própria



Marca de apelo e qualidade profissional, com roupagem de varejo



Campanhas de introdução, sedimentação e crescimento para cada canal específico



Proposição de margens condizentes, com que o lojista quer



Produtos com apelo de venda atual



Farta distribuição de amostragem curva AA



Imagens de produtos modernos



Equipe preparada e com conhecimento de mercado

A base para o negócio

A Tigo está preparada para oferecer o melhor negócio dentro deste segmento e mostrar ao lojista que cada Real investido na marca proporciona excelente rentabilidade..

É possível metrificar estas ações através de acompanhamentos no processo físico da venda no seu dia a dia, dentro de cada PDV.



COSMÉTICOS
tigo

Canais de venda

— **VENDA DIRETA**
SISTEMA DE REVENDA ONLINE / MINIFRANQUEADAS / INFLUENCIADORAS

— **PEQUENAS LOJAS**
LOJAS DE BELEZA / COSMÉTICOS / PEQUENOS COMERCIANTES

— **LOJAS ESPECIALIZADAS**
REDE DE LOJAS DE COSMÉTICOS / LOJAS ESPECIALIZADAS DE BELEZA

— **SALÃO DE BELEZA**
LOJAS DE ROUPAS, MAQUIAGEM, ACESSÓRIOS, ENTRE OUTRAS

— **SUPERMERCADOS**
REDE REGIONAL DE SUPERMERCADOS DE PEQUENO E MÉDIO PORTE

— **CANAL FARMA**
REDES, FARMÁCIAS REGIONAIS E MUNICIPAIS

— **MINI MERCADOS**
MERCADOS DE BAIRRO, PEQUENOS ESTABELECIMENTOS

Acções de Mídia

Com o conhecimento adquirido ao longo da sua história, a Tigo se destaca em apostar intensivamente em seu plano de mídia online e offline.

- Com vasta experiência de mercado e grande expertise em comunicação e marketing, a Tigo investe de forma intensiva em mídia online e offline.
- Personalização de PDV (wobbler, testeira, móbile e toda comunicação para destaque do seu ponto de venda).
- Ações de divulgação através de blogueiras e influenciadoras locais e nacionais.
- Investimentos em Redes Sociais (Facebook, Instagram, YouTube, entre outras) para construção da marca.

tiqo COSMÉTICOS

