L’Oréal helpt Kruidvat aan 'betere merkbeleving'

24-05-2018 13:50



Kruidvat heeft de handen ineengeslagen met L’Oréal om de presentatie van zijn make-upafdeling te verbeteren. Daarmee willen zij een 'merkbeleving' creëren en zo de make-upcategorie ‘een extra boost’ geven.

Kruidvat heeft de presentatie geprobeerd te verbeteren binnen de huidige beschikbare ruimte van drie meter. Daarbij is in eerste instantie gekozen voor een staande constructie in plaats van presentatie op een tafel. “Hierdoor kijk je niet meer op de producten van bovenaf, maar krijg je van voren een geheel overzicht van alle producten”, legt accountmanager Janne Rooijmans van L’Oréal uit. Daarnaast zijn de verschillende segmenten duidelijker onderverdeeld, zodat het navigeren voor de klant makkelijker wordt.

Verder zijn de diversiteit in het aantal kleuren lippenstift en tinten foundation vergroot, zodat Kruidvat naar eigen zeggen voor zoveel mogelijk consumenten een juist aanbod heeft. De meubels zijn in samenspraak tussen de retailer en L’Oréal ontwikkeld en inmiddels in de 79 grootste winkels uitgerold.