

Wykład:

Badania produktów

Testowanie produktów

Testowanie produktów stanowi źródło wiedzy dla producentów, konkurentów i producentów wyrobów substytucyjnych, pośredników oraz sieci detalicznych.



Blind test - perfumy



DESIGN IDEAS INSPIRED BY TECHNIQUES

The following designs are designs inspired by my patterns, nature inspired samples, the techniques used, and the fashion collections featured on the left. The designs all feature at least one of the techniques I have experimented with and developed.

The color palette used by these designs was inspired from AW14 color trends and the colors pulled out from various aspects of nature / objects I have studied.

Needle punching



Color palette used for most tops to match color palette + texture of top.

quilting



aqua quilting

quilting



MARY KATRANTZOU AW14

ERDEM SS14

CHRISTIAN LACROIX

ARMANI

Influencerzy - Maffashion



maffashion_offici...

Obserwuj

Liczba polubień: 35,3tys.

1 dzień

maffashion_official #nowamegaApka
#prisma! #sztos! Udanej zabawy :)
SNAPCHAT MAFFASHION

zobacz wszystkie komentarze: 160

maninder.khaira 😊😊

crazy_mofos_94 🐱🐱🐱

eskucinska u mnie ta aplikacja ma wirusa

soldynek Booska ty i aplikacja 🍀❤️❤️

lokkacrolka A co to za apli? Na jakie tel??

prismapolska @lokkacrolka prisma😊
@soldynek 🙌

prismapolska @alukianowska
potwierdzam 😊

kari_naa98 Sztosik*_*

prismapolska @maffashion_official super
że się podoba ❤️

Zaloguj się, aby polubić lub
skomentować.

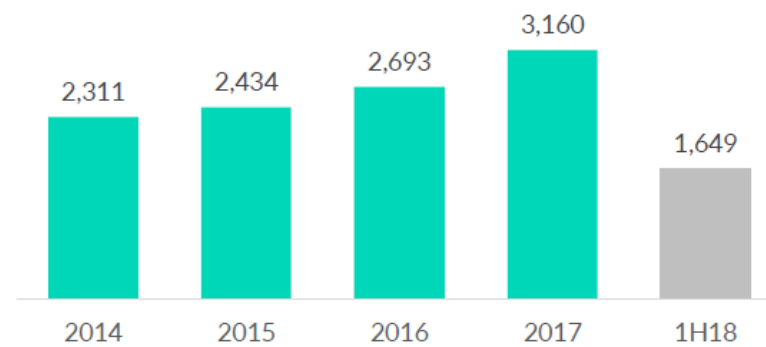
⋮

Julia Kuczyńska

Marki LPP - Reserved




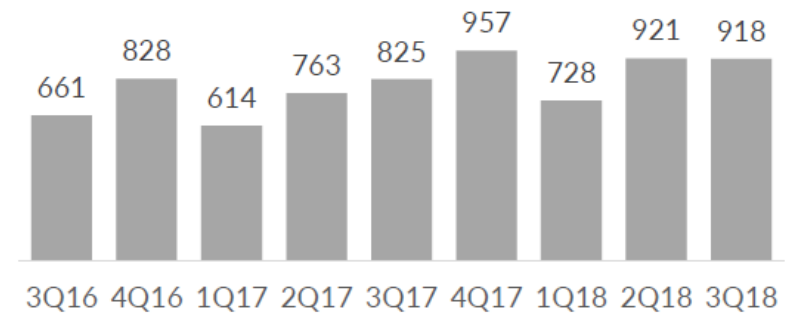
REVENUES (PLN m)



Źródło: LPP, Equity story 2018.

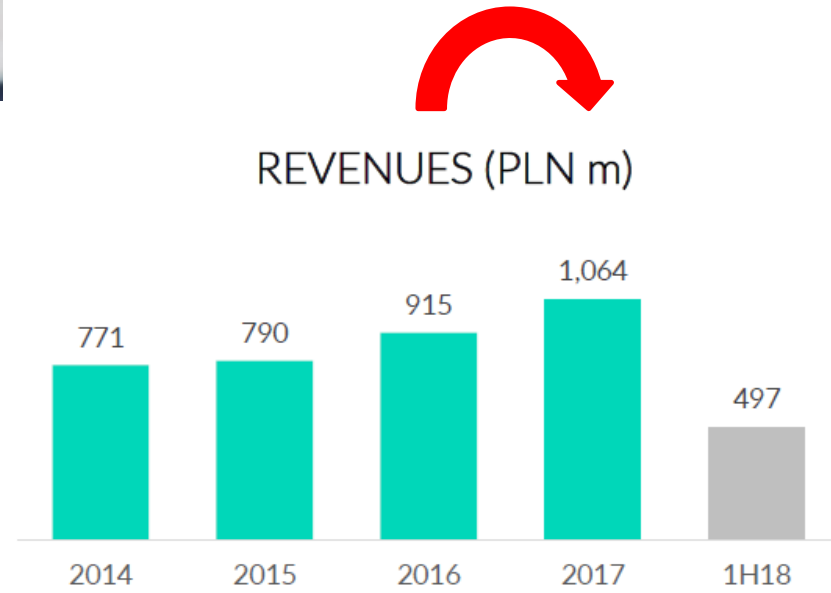
RESERVED

KLIENT	Kobiety, mężczyźni i dzieci.
ZAŁOŻONA	1998 ROK
KONCEPT MARKI	Flagowa marka, oferująca najmodniejsze trendy dla szerokiego grona odbiorców.
KONCEPT SKLEPU	Brak dedykowanych stref, płynne przejście między częścią damską, męską i dziecięcą. Szerokie i transparentne witryny, a także duże wygodne i przestronne przymierzalnie.
MARKETING	Reklamowana przez światowej sławy celebrytów (Cindy Crawford, Kate Moss, Georgia May Jagger, Brooklyn Beckham).


 SPRZEDAŻ
(mln PLN)


	3Q17	3Q18	r/r
Liczba sklepów	454	451	- 3
Powierzchnia (tys. m ²)	526,8	584,9	11%
Średnia powierzchnia sklepu (m ²)	1 160	1 297	12%
Średnia sprzedaż m-c (PLN/m ²)	539	538	0%

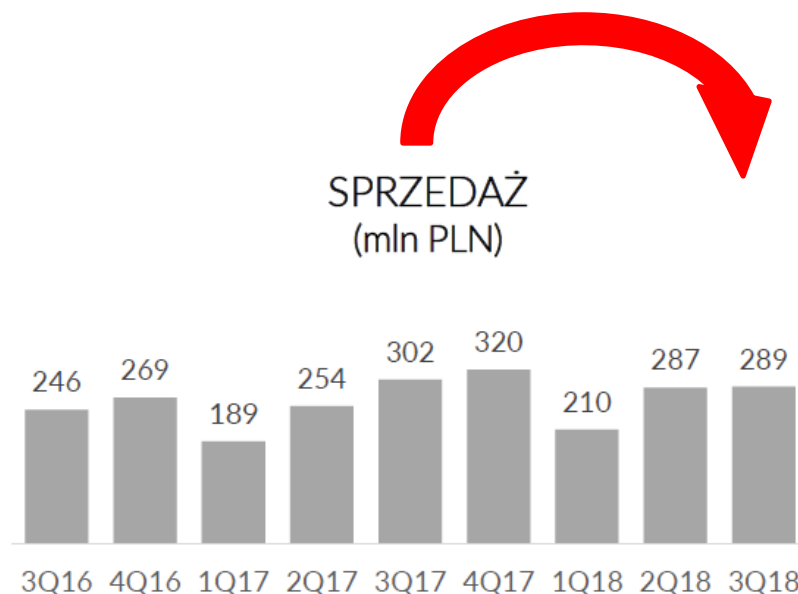
Marki LPP - Cropp



Źródło: LPP, Equity story 2018.

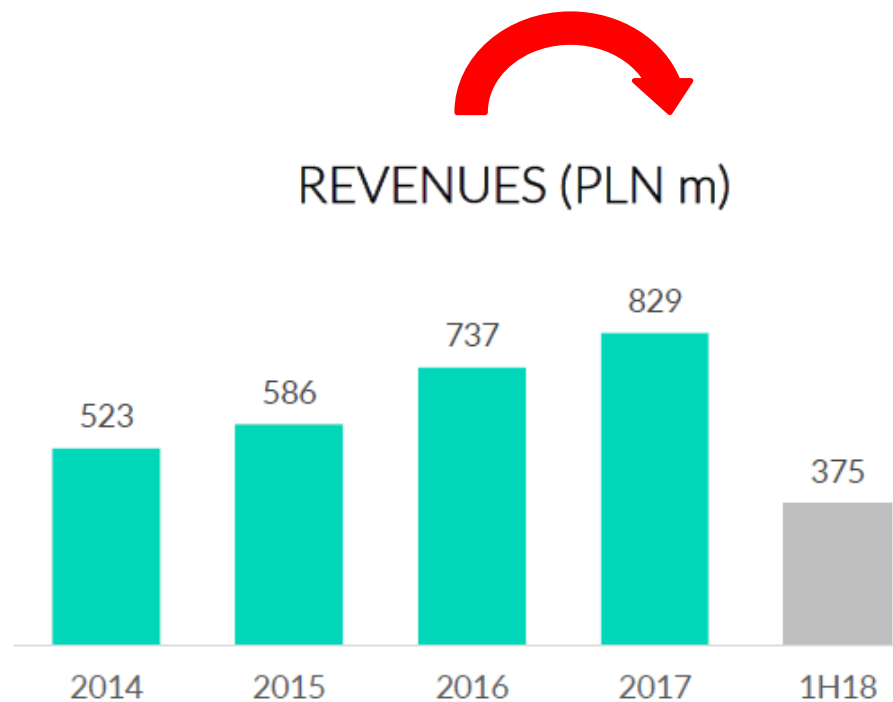
KLIENT	Nastolatki – dziewczyny i chłopcy.
ZAŁOŻONA	2004 ROK
KONCEPT MARKI	Marka streetwearowa, nawiązująca stylizacjami do popkultury i hip-hopu.
KONCEPT SKLEPU	Sklep ma przypominać squat, garaż, halę przemysłową. Sklepy zawierają część wypoczynkową, z PlayStation oraz tabletami z WiFi. Witryny sklepu są multimedialne.
MARKETING	Sponsoruje wydarzenia kulturalne związane ze sztuką uliczną.

SPRZEDAŻ
(mln PLN)



	3Q17	3Q18	r/r
Liczba sklepów	373	362	-11
Powierzchnia (tys. m ²)	121,4	126,4	4%
Średnia powierzchnia sklepu (m ²)	325	349	7%
Średnia sprzedaż m-c (PLN/m ²)	828	756	-9%

Marki LPP - Mohito



Źródło: LPP, Equity story 2018.

M O H I T O


KLIENT Młode kobiety.

ZAŁOŻONA 2008 ROK (w Grupie LPP od 4Q08)

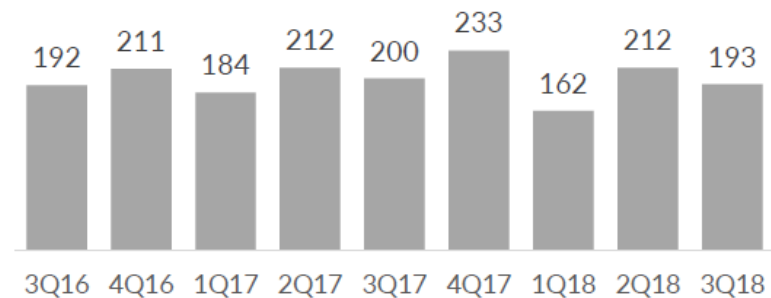
KONCEPT MARKI Marka o charakterze biznesowym oraz nieformalnym, łącząca swobodę i elegancję.

KONCEPT SKLEPU Motyw przewodni to elegancja i piękno. Jaśniejsze centrum sklepu jest otoczone ciemniejszą przestrzenią.

MARKETING W sezonie AW14/15 limitowaną kolekcję stworzyła Anja Rubik. Marka reklamowana przez polskie top-modeli: Zuzanna Bijoch (AW 15/16), Anna Jagodzińska (SS16) czy Magdalena Frąckowiak (AW 16/17).

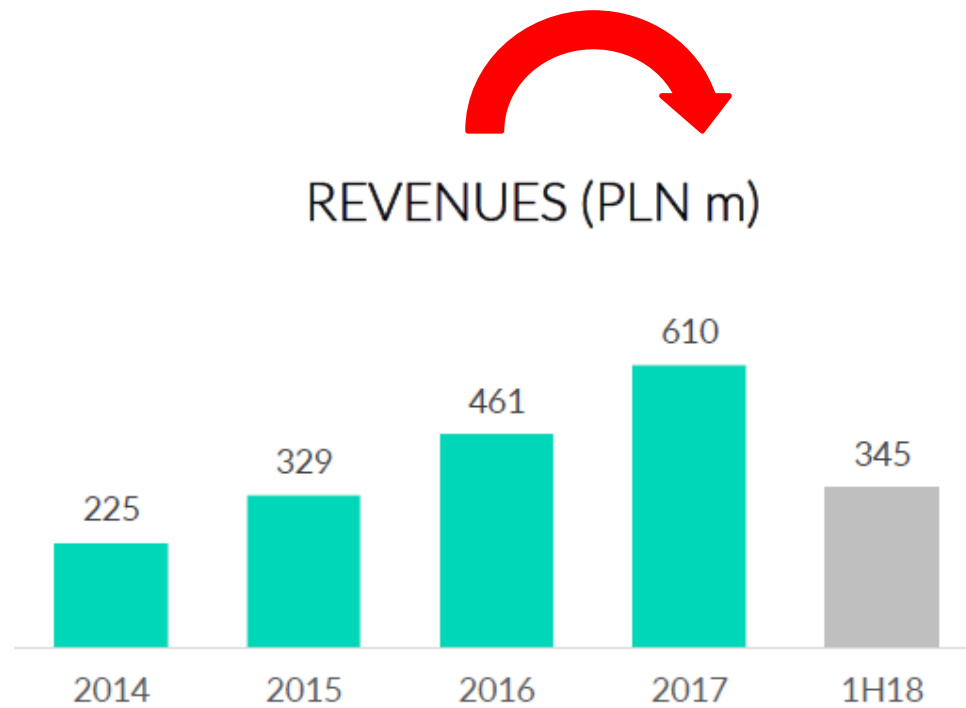


SPRZEDAŻ
(mln PLN)

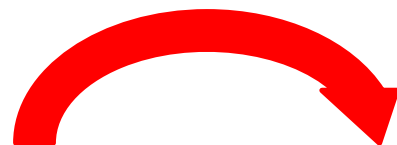


	3Q17	3Q18	r/r
Liczba sklepów	285	291	+ 6
Powierzchnia (tys. m ²)	98,5	106,2	8%
Średnia powierzchnia sklepu (m ²)	346	365	6%
Średnia sprzedaż m-c (PLN/m ²)	674	611	-9%

Marki LPP - Sinsay



Źródło: LPP, Equity story 2018.



KLIENT Nastolatki – dziewczyny.

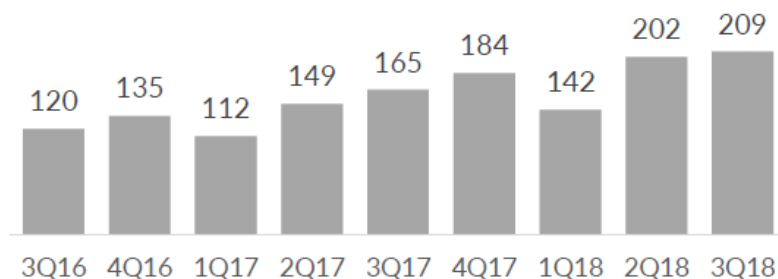
ZAŁOŻONA 2013 ROK

KONCEPT MARKI Codzienne stylizacje i niebanalne zestawy imprezowe.

KONCEPT SKLEPU Świeży i monochromatyczny wygląd, odróżniający się od kolorowych ubrań. Sklepy podzielone są na część białą i czarną.

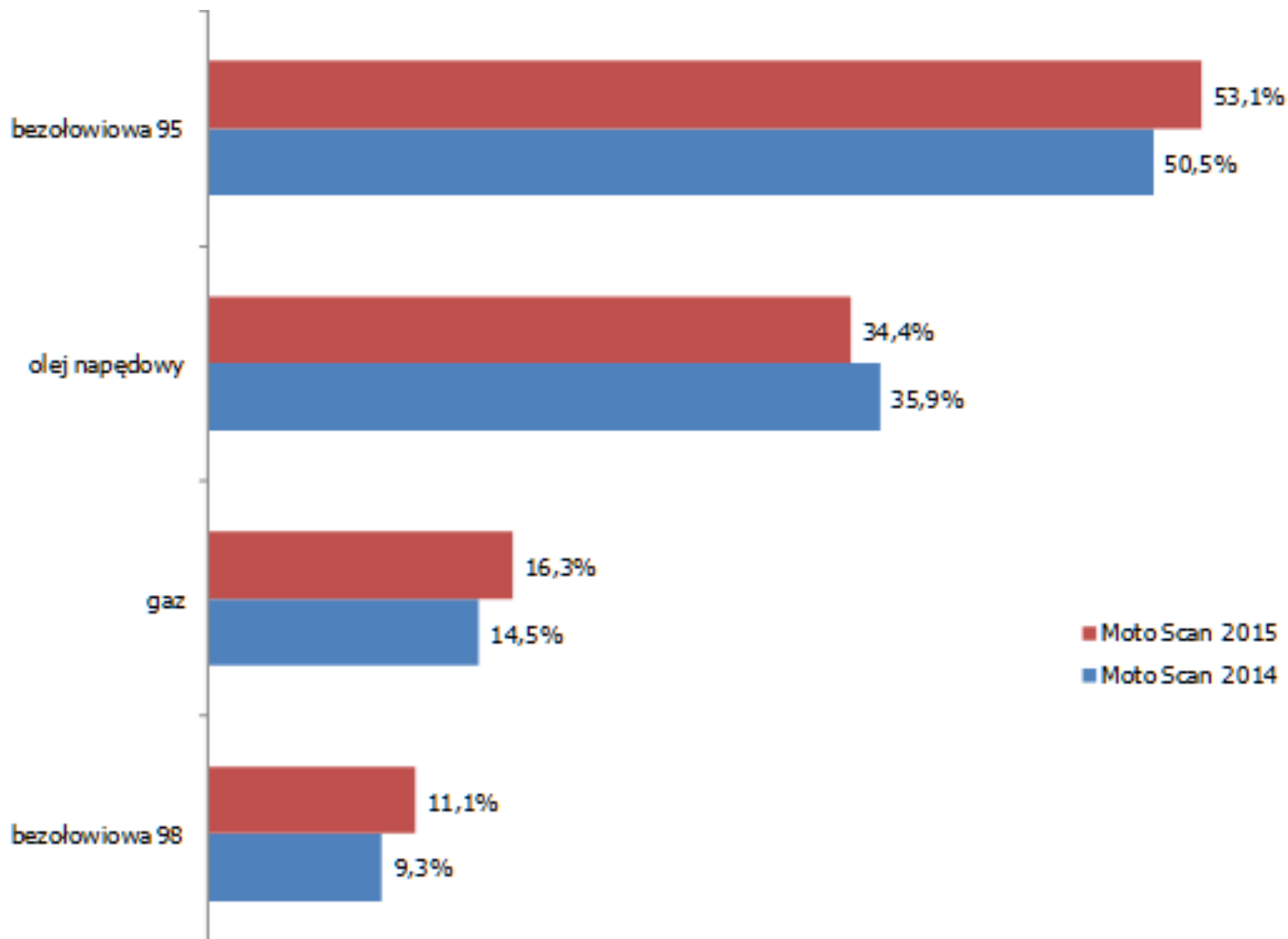
MARKETING Koncentracja na Social Media. Marka współpracuje z młodymi influencerkami i modelkami. W minionym roku twarzami marki zostały Karolina Pisarek i Aleksandra Kowalska.

SPRZEDAŻ (mln PLN)



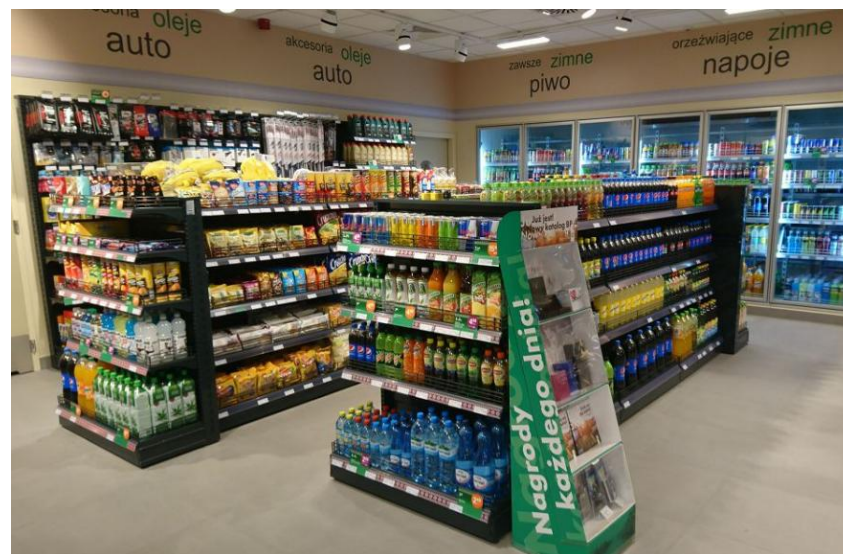
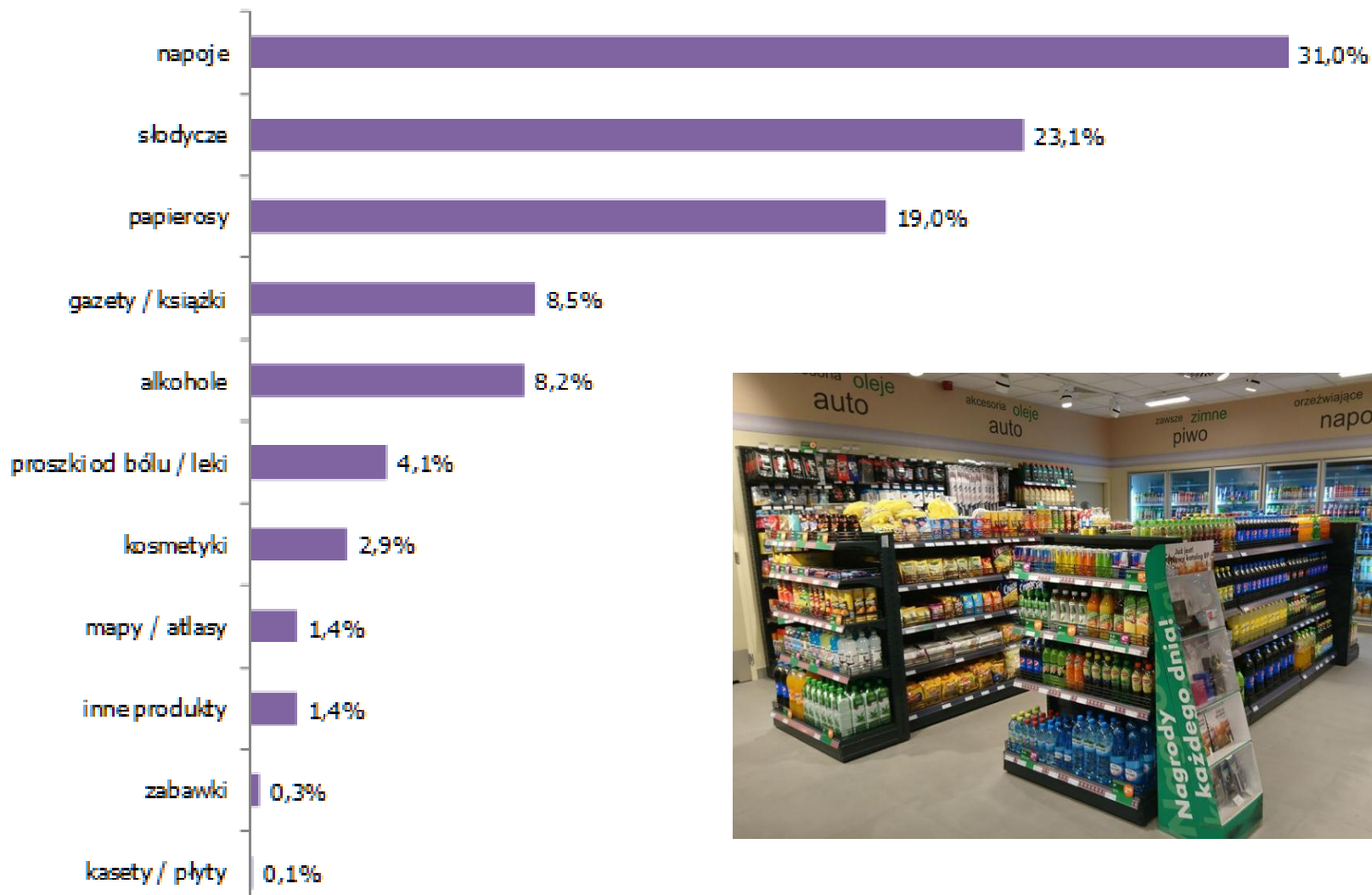
	3Q17	3Q18	r/r
Liczba sklepów	213	256	+ 43
Powierzchnia (tys. m ²)	76,0	94,7	25%
Średnia powierzchnia sklepu (m ²)	357	370	4%
Średnia sprzedaż m-c (PLN/m ²)	748	749	0%

Zakupy paliw przez kierowców samochodów osobowych

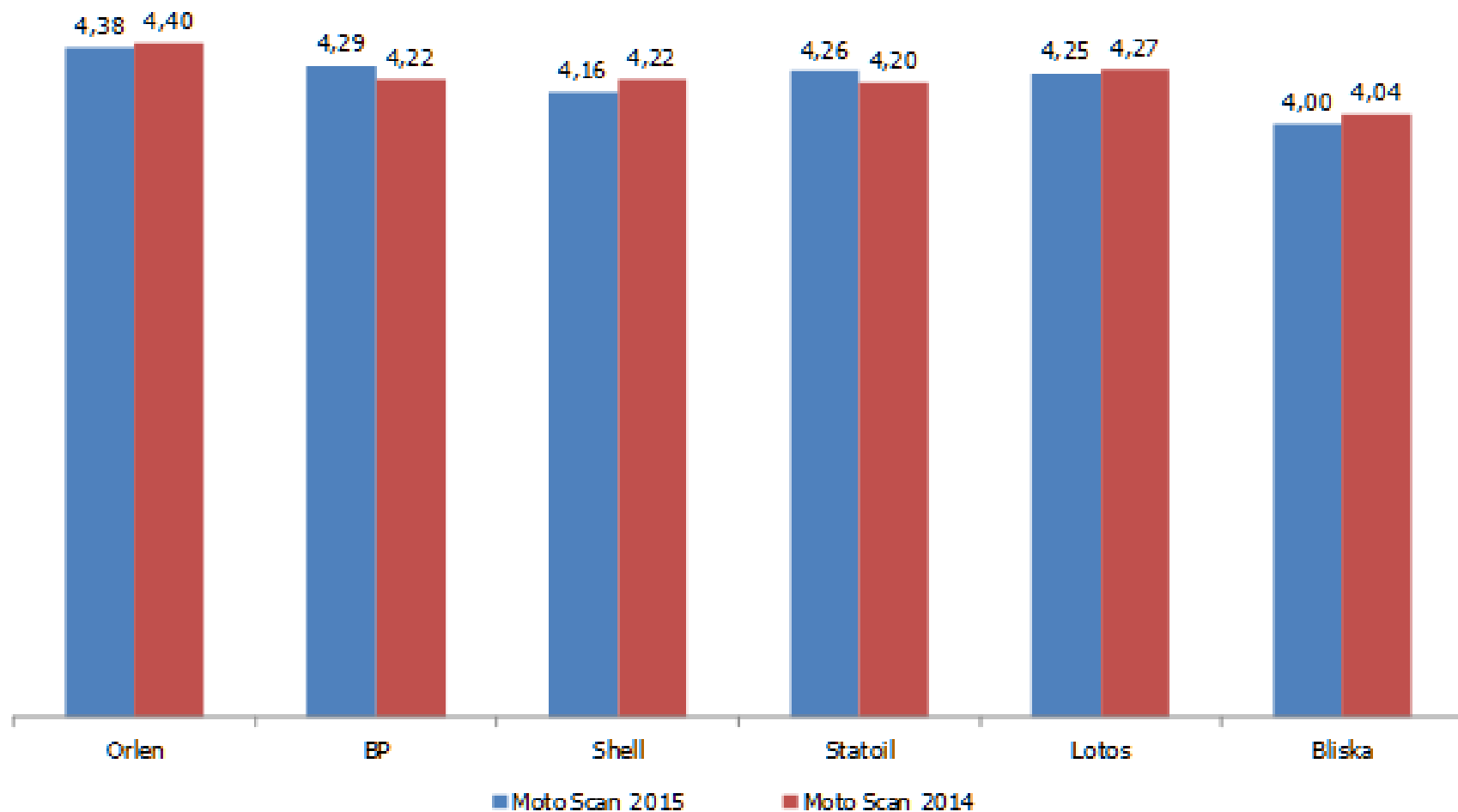


Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015.2018.

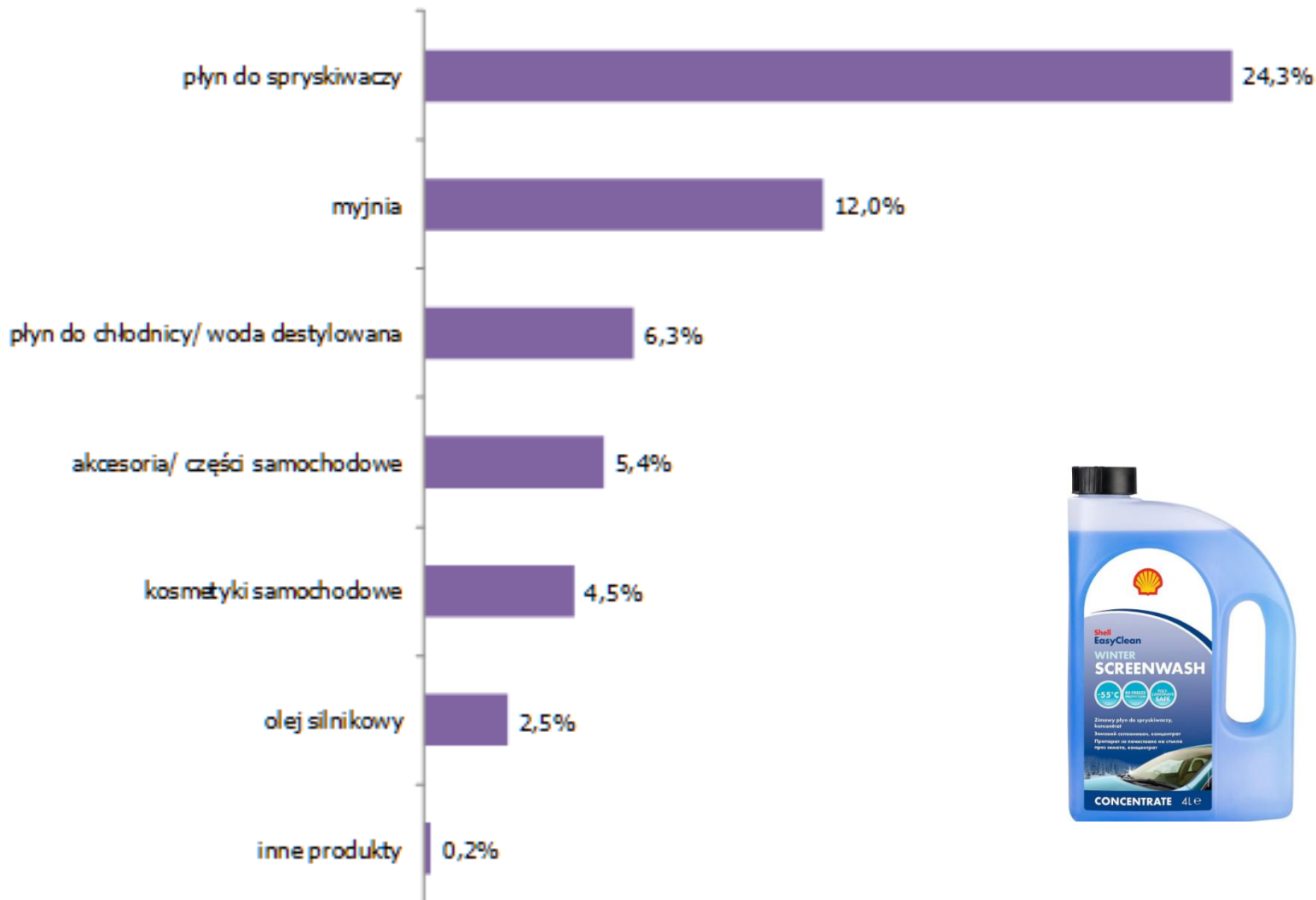
Zakupy artykułów codziennej potrzeby na stacjach paliw w ostatnich 12 miesiącach, % próby (n=1000)



Ocena wyboru artykułów codziennej potrzeby (spożywcze, kosmetyki, itp.)

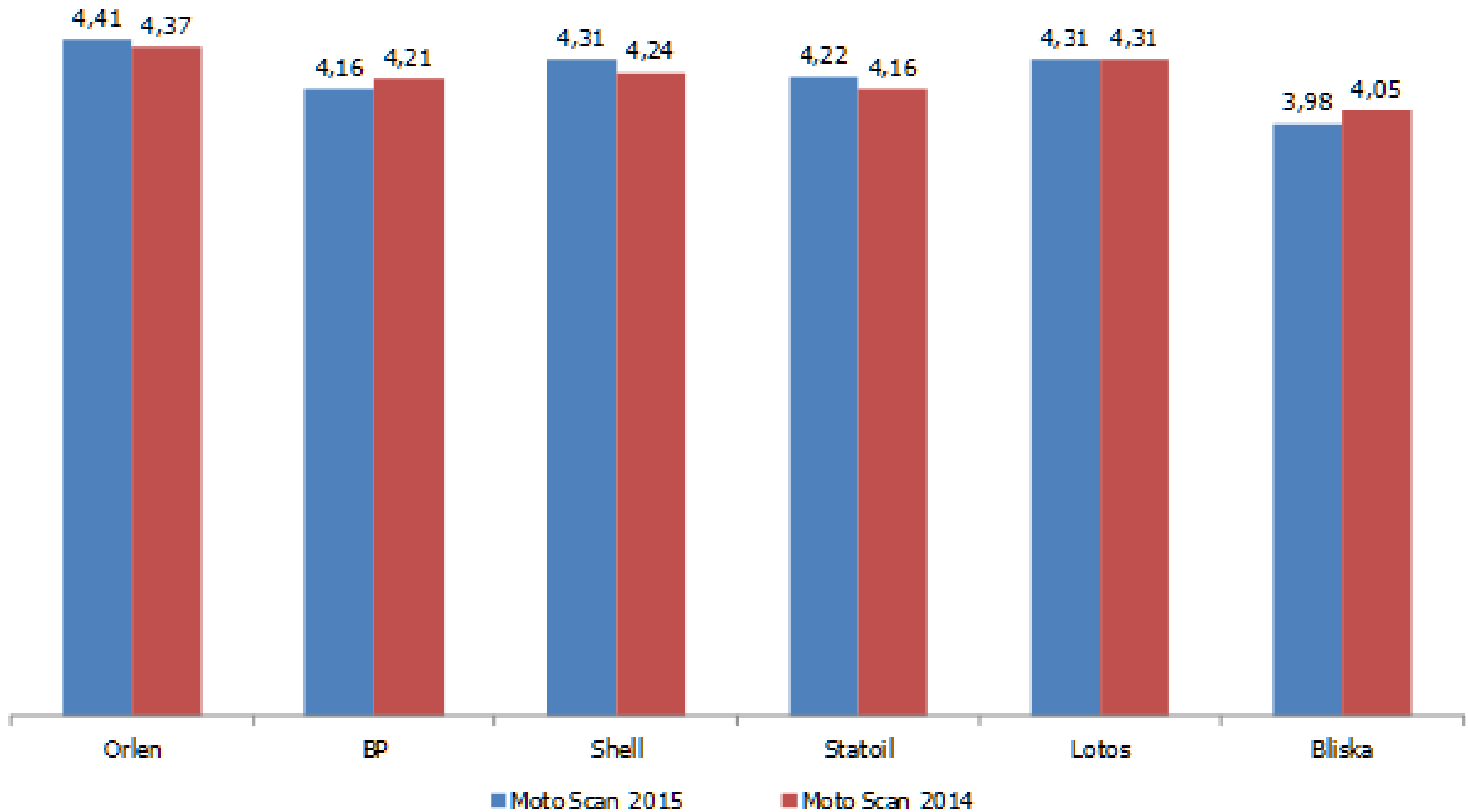


Zakupy artykułów motoryzacyjnych na stacjach paliw w ostatnich 12 miesiącach (n=1000)



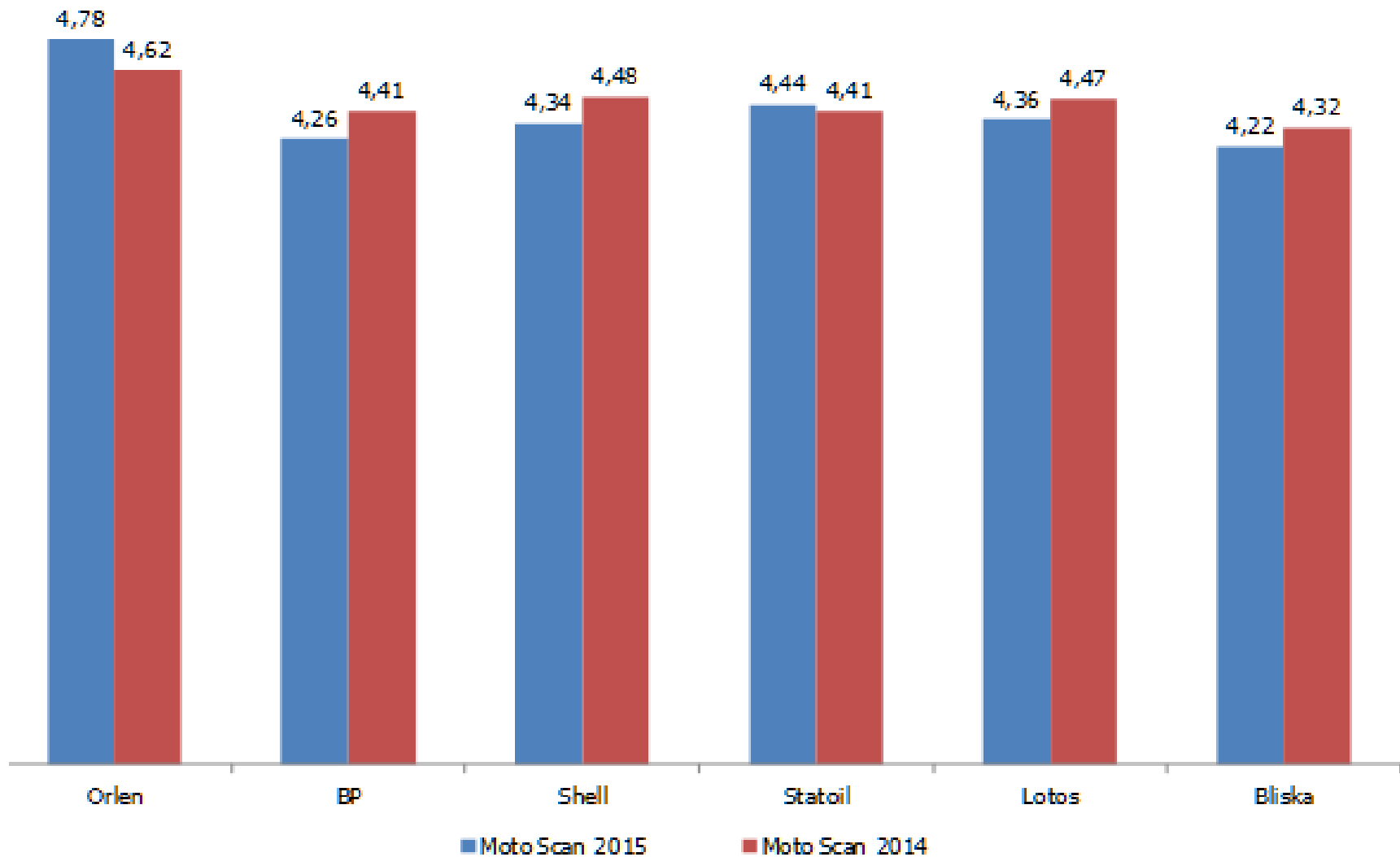
Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015.2018.

Ocena wyboru artykułów motoryzacyjnych



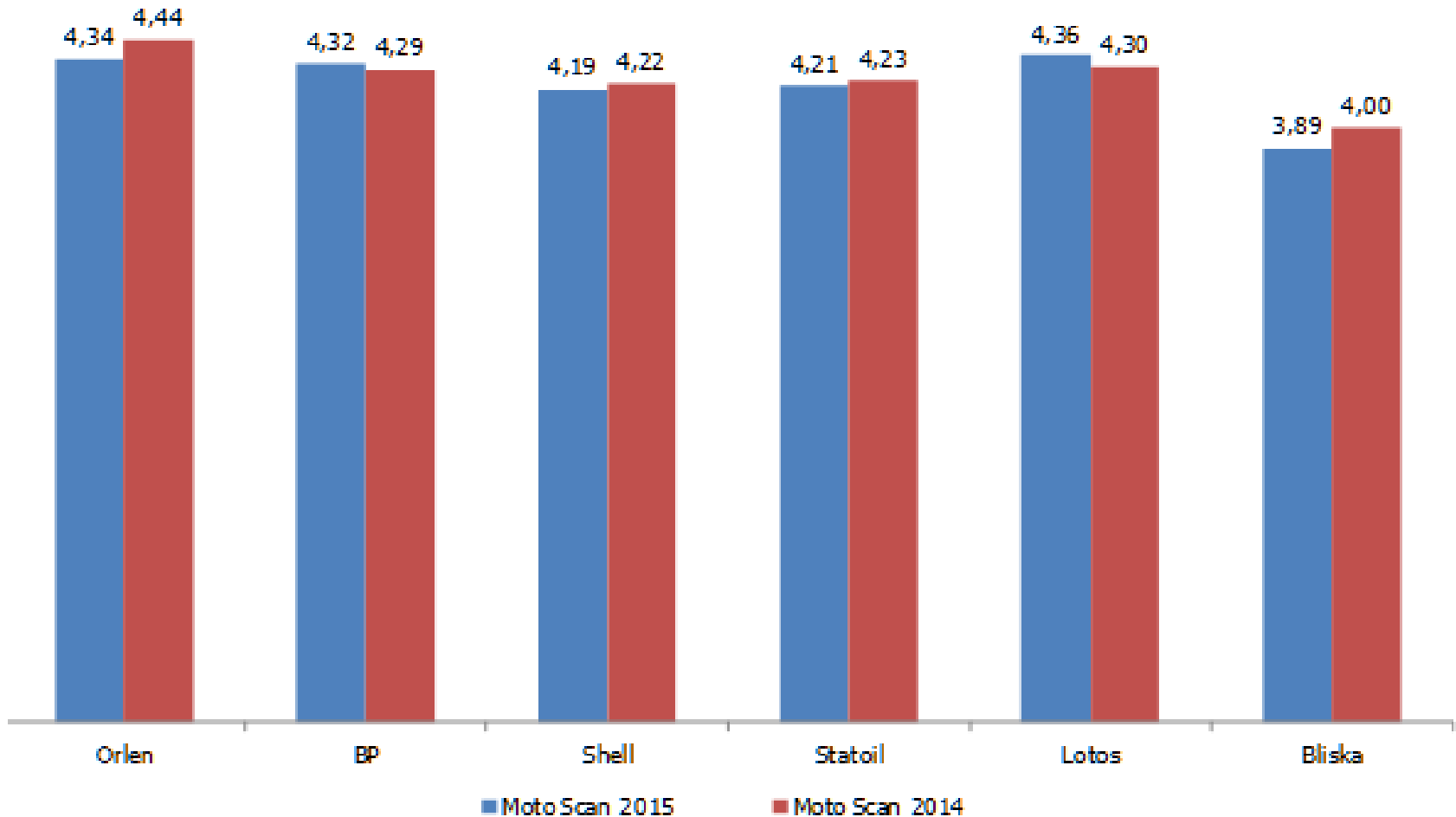
Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015.2018.

Ocena wyglądu stacji (estetyka, atrakcyjność)



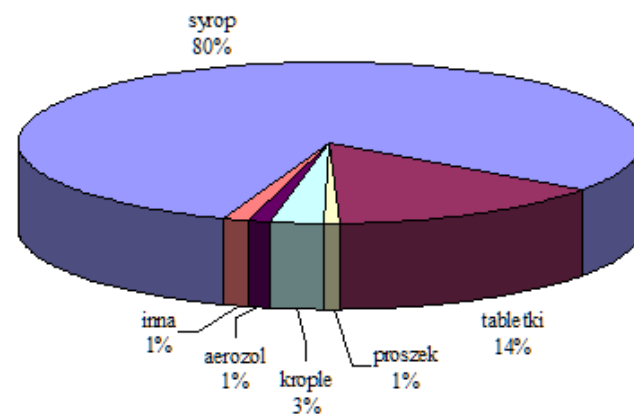
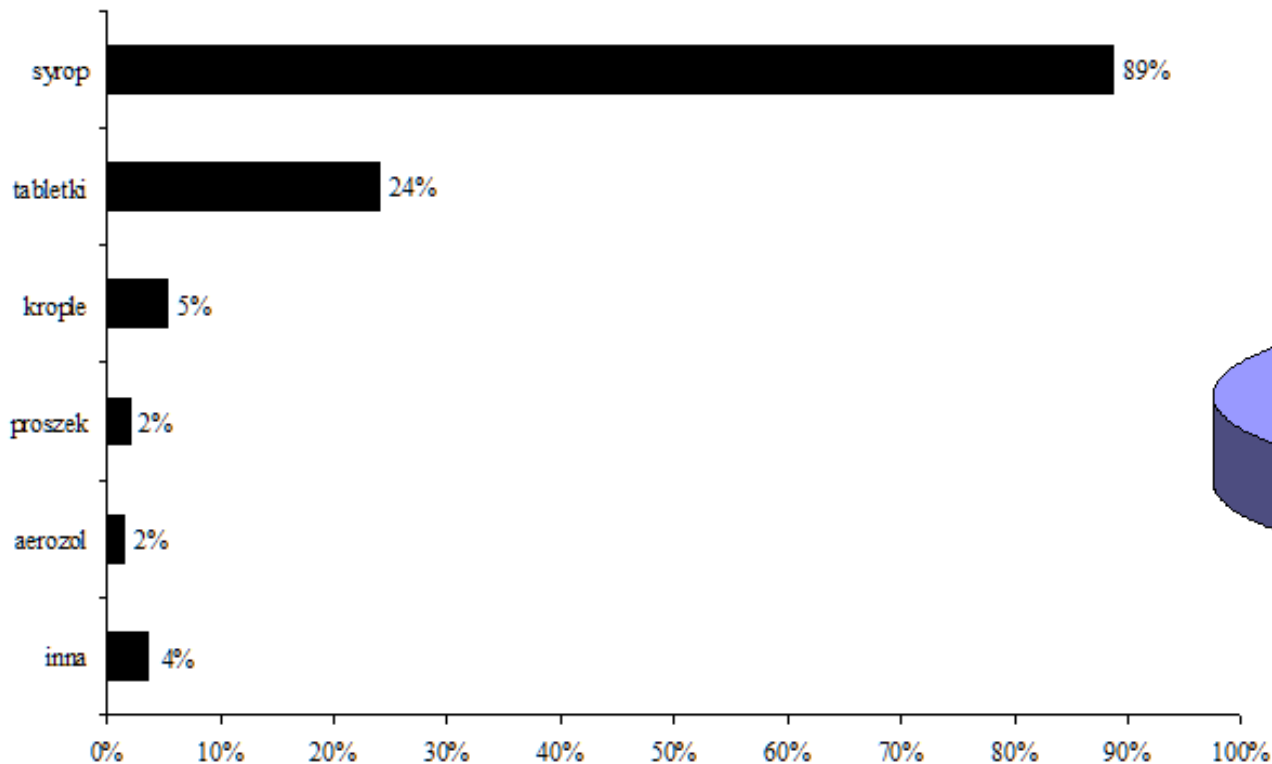
Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015.2018.

Ocena szerokości oferty uzupełniającej (myjnia, warsztat, kompresor, itp.)



Źródło: QUALIFACT, Moto Scan 2015.2018.

Kupowane formy preparatów na kaszel (n=381)



**Udział w rynku
poszczególnych form
preparatów na kaszel
(n=381)**

Osoby preferujące syropy:

- wygodny / łatwy w użyciu / szybki w użyciu (106 wskazań),
- łatwo przyswajalny (50),
- smaczny (40),
- skuteczny (18).

Idealny preparat na kaszel - smak (n=531)

Smak	Ilość odpowiedzi	% odpowiedzi
słodki	183	34
owocowy	92	17
łagodny	52	10
miętowy	24	5
bez smaku	18	3

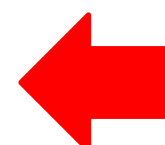
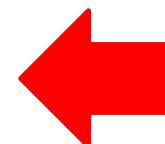
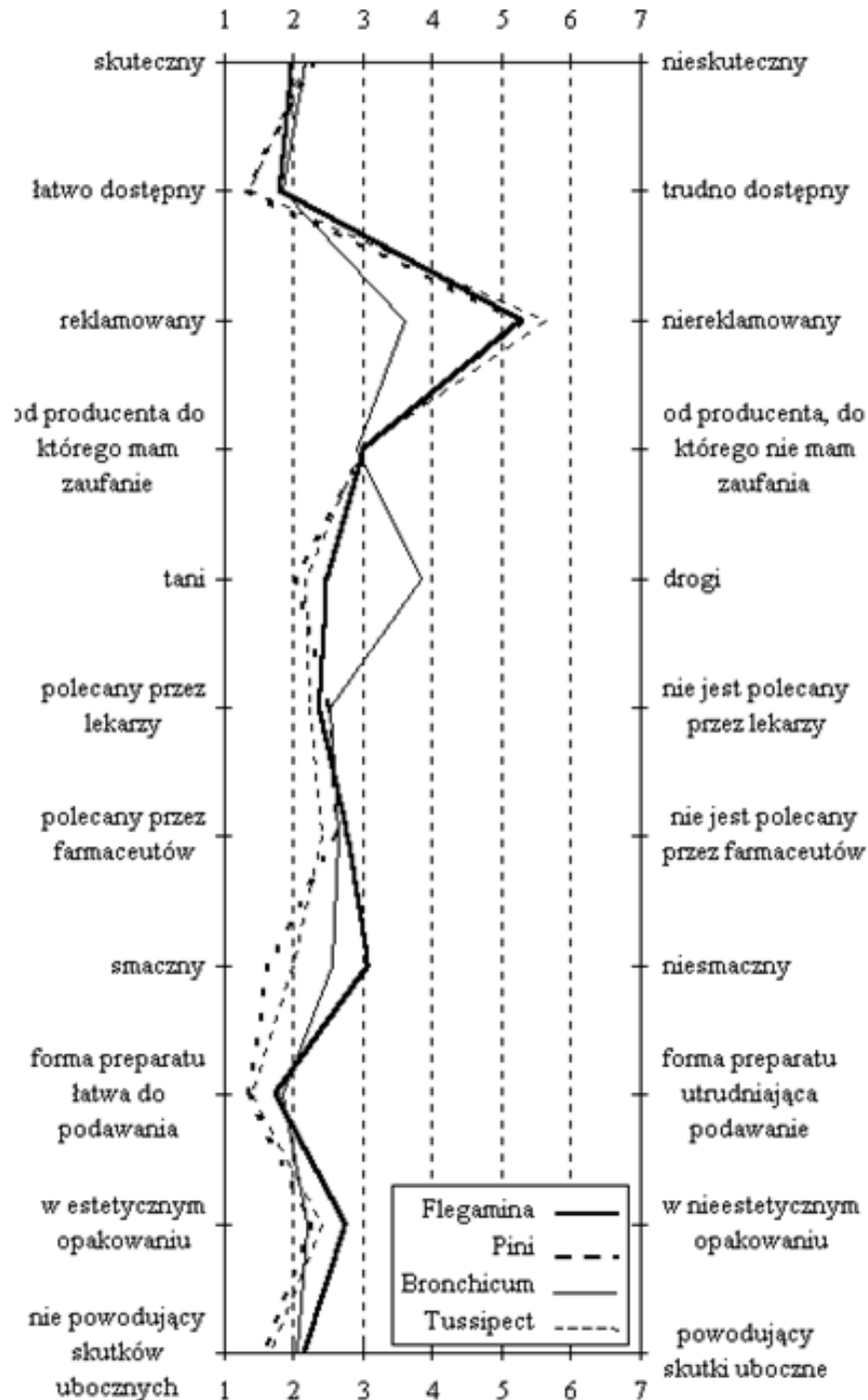


Idealny preparat na kaszel - kolorystyka opakowania (n=531)

Kolor	Ilość odpowiedzi	% odpowiedzi
barwne / bardzo kolorowe	85	16
estetyczne	26	5
ładne	13	2
estetyczne	26	5
pastelowe	9	2
bez różnicy / bez znaczenia	181	34



Profile postrzegania preparatów na kaszel



Flegamina - reklamy



Flegamina - smaki

