



VŠETKO, ČO POTREBUJEME K TOMU, ABY SME BOLI ZDRAVÍ, NÁM DAROVALA PRÍRODA



HISTÓRIA

Značka Kneipp patrí medzi najstaršie prírodné značky v Európe, bola založená v roku 1891. Jej tvárou značky je nemecký kňaz Sebastian Kneipp, ktorý patrilo vo svojom období medzi najznámejšie osobnosti v Nemecku. Pomocou vodoliečby sa sám vyliečil z tuberkulózy. Zvykol sa kúpať v studenej vode Dunaja a vďaka tomu objavil liečivú silu vody. Aj vďaka tomu vznikol citát: „Všetko, čo potrebujeme k tomu, aby sme boli zdraví, nám darovala príroda“. Známe sú aj Kneippove kúpele. V 70. rokoch 20. storočia zažíva značka veľký boom a expanduje do viacerých štátov a zároveň rozširuje svoj predaj do drogérií, predtým sa Kneipp predával iba v lekárňach. V roku 2001 do spoločnosti Kneipp vstupuje spoločnosť PAUL HARTMANN AG z Heidenheimu a v roku 2008 sa spoločnosť PAUL HARTMANN AG stáva 100 % akcionárom značky Kneipp. V roku 2010 sa otvára prvý vlastný Kneipp obchod v nákupnom outlete. V súčasnosti má značka Kneipp 10 vlastných

obchodov s kompletným sortimentom produktov Kneipp. V roku 2010 vstúpila značka Kneipp aj na slovenský trh vďaka distribútorovi TEAS spol. s r. o. V súčasnosti môžu zákazníci kúpiť na Slovensku viac ako 60 produktov tejto značky.

INOVÁCIE

Výrobky značky Kneipp sú vždy v súlade s novými trendmi a poznatkami v segmente. Platí to nielen pre zloženie produktov a výber ingrediencií, ale tiež zloženia obalov produktov, ktoré sú recyklovateľné. Pútavý je i dizajn produktov. Na vývoji produktov Kneipp pracuje tím vedcov a každý výrobok následne nezávisle testujú v súlade s najnovšími vedeckými poznatkami z oblasti dermatológie, arómakológie a výskumu prírodných látok. Výsledkom výskumných a vývojových štúdií expertov, v ktorých značka uplatňuje zodpovednosť, znalosť prírody a vedeckú odbornosť, je prírode blízky produkt s vysokou účinnosťou, ktorý je zároveň šetrný k pokožke.

Pri výrobe produktov Kneipp nezľavuje z kvality surovín a ich poctivého spracovania. Výrobky značky slúžia na udržanie dobrého zdravia ľudí a na tom sa nedá nijako šetriť. „To by nám duchovný otec značky, farár Sebastian Kneipp, nikdy neodpustil. Cítíme sa byť jeho odkazom zaviazaní a investujeme mnoho prostriedkov do toho, aby si naše výrobky aj naďalej uchovali svoju špičkovú kvalitu.

Celý sortiment značky Kneipp navyše prechádza postupne výraznou zmenou dizajnu produktov. Už dnes je pri niektorých produktoch vidieť, že urobiť túto zmenu bolo veľmi dobré rozhodnutie a nové pútavé vizuály produktov sa pozitívne odzrkadlili tiež na predajoch.

Značka má jasno aj v plánoch do budúcnosti. Rozšíriť predajnú sieť na čo najviac predajných miest a naďalej zlepšovať povedomie o značke aj prostredníctvom rôznych marketingových aktivít. Pripravených je rovnako viacero zaujímavých noviniek pre zákazníkov.

HODNOTA ZNAČKY

Najväčšie hodnoty značky Kneipp sú viac ako 125 ročná história a kvalitné prírodné zloženie produktov. Základ filozofie značky tvorí 5 pilierov – voda, rastliny, pohyb, strava a rovnováha. Sortiment značky Kneipp zahŕňa širokú ponuku produktov od prípravkov do kúpeľa cez telovú a pleťovú starostlivosť až po doplnky výživy. Filozofiou spoločnosti je ponúkať vysoko kvalitné produkty pre všetky vekové kategórie za čo najdostupnejšiu cenu. Najširší sortiment produktov Kneipp nájdú zákazníci v sieti dm drogerie markt, kde je cez 50 produktov Kneipp, ale aj v sieti drogérií TETA a v reťazci Kaufland. Dennoennou prácou a budovaním povedomia o značke sa distribútorovi TEAS, spol. s r. o. podarilo dostať Kneipp medzi najpredávanejšie prírodné značky na trhu.

MARCOM A ÚSPECHY

Úspech značky Kneipp na Slovensku sa udial aj vďaka efektívnej komunikácii smerom k zákazníkom. V tejto oblasti spoločnosti veľmi pomáhajú sociálne siete, kde je neobmedzený priestor na kreativitu. Výrobky však komunikujú a prezentujú aj odberatelia prostredníctvom vlastných marketingových aktivít, ktorí vedú mnohokrát veľmi dobre zacieliť jednotlivé aktivity na konkrétnu cieľovú skupinu zákazníkov. Výborne fungujú tiež online kampane na Instagrame a YouTube, kde značka využíva i marketingový potenciál influencerov. Sociálne siete pomáhajú značke veľmi efektívne komunikovať jednotlivé kampane aj vďaka dobrému pomeru cena/výkon. Zároveň rastie aj základňa lojálnych fanúšikov a dlhodobého



„Sme veľmi radi, že sme získali ocenenie Slovak Superbrands Award už druhýkrát po sebe, čo je dôkazom našej dlhoročnej práce a zároveň aj pozitívnej spätnej väzby zo strany zákazníkov. Pre nás, ako rodinnú firmu, je toto ocenenie tiež záväzok do budúcnosti snažiť sa udržať si dôveru zákazníkov a zlepšovať povedomie zákazníkov o značke.“



MARTIN BRÚDER
PRODUKTOVÝ MANAŽÉR

publika. Kampane sú komunikované nenásilnou formou s dôrazom na vizuálne estetickú stránku. Najväčším úspechom značky Kneipp na Slovensku sú stabilné predajné výsledky. Za necelých 10 rokov na trhu nezaznamenali predaje medziročný pokles ani raz a väčšinou dokonca dvojciferné rastli.

UDRŽATEĽNOSŤ A CSR

Kedže základom filozofie značky Kneipp je liečivá sila prírody, značka je veľmi šetrná k životnému prostrediu. Produkty nie sú testované na zvieratách a v zložení produktov nie sú použité ohrozené druhy rastlín. Ingrediencie sú z kontrolovaného pestovateľstva. Produkty Kneipp neobsahujú mikroplasty a vďaka tomu prispievajú k zlepšeniu životného prostredia. Pri výrobe tiež nie je použitý palmový olej ani oleje z palmových jadier, všetky deriváty palmového oleja však z výroby odstrániť nedokáže. Každá surovina je však veľmi pozorne testovaná a značka skúma, do akej miery je vylúčenie surovín na báze palmového oleja možné a ekologicky vhodné. Ako člen Forum for Sustainable Palm Oil (FONAP) sa spoločnosť Kneipp zaviazala používať najmenej 25 % certifikovaných derivátov palmového oleja v súlade s modelom hmotnostnej bilancie. Tento podiel bude aj naďalej zvyšovať v súlade s plánom nárastu špecifikovaným FONAP tak, aby v roku 2020 používala všetky deriváty palmového oleja na základe hmotnostnej bilancie. Do tej doby bude značka pokrývať ostávajúcu časť spotreby derivátov palmového oleja prostredníctvom certifikátov, ktoré podporujú udržateľnejšie pestovanie olejových paliev.

Moderné ekologické štandardy zohľadňuje tiež sídlo spoločnosti TEAS spol. s r. o., distribútora značky Kneipp na Slovensku. Vďaka zefektívneniu viacerých procesov zlepšili i pozitívny vplyv na životné prostredie. Napríklad sklad spoločnosti pracuje „bez papiera“, čo v praxi znamená, že pomocou viacerých systémov sa objednávka elektronicky dostane od odberateľa priamo do skladu, kde ju elektronicky vybavujú.

ZAUJÍMAVOSTI

- ROČNE PREDANÝCH VIAC AKO 200-TISÍC PRODUKTOV
- SORTIMENT VIAC AKO 70 PRODUKTOV
- PO ZAKLADATEĽOVI ZNAČKY SEBASTIANOVI KNEIPPOVI SÚ POMENOVANÉ DNES VEĽMI POPULÁRNE KNEIPPOVE KÚPELE, KTORÉ MÔŽEME NÁJSŤ VO VIACERÝCH WELLNESS CENTRÁCH. V ROKU 2005 ICH UNESCO ZARADILLO MEDZI NEHMOTNÉ KULTÚRNE DEDIČSTVO