

# always



Opšte uzev, tržište je dinamično, svi njegovi segmenti u apsolutnom su porastu, a najveći rast pokazuju dnevni ulošci, čiji se značaj i udeo postepeno povećava na tržištu proizvoda za žensku zaštitu.

Always je brend od poverenja za žene u celom svetu, za žene koje traže savet i pomoć u vezi s mesečnim ciklusima i higijenskim proizvodima. Brend veruje da pružajući maksimalnu zaštitu tokom menstrualnog ciklusa i dragocene informacije o higijeni i zdravlju, omogućava ženama da svoj život žive u potpunosti čak i tokom onih dana.

## Dostignuća

Always već sedam godina unapređuje kvalitet života žena u Srbiji, nudeći im na tržištu uloške najvišeg kvaliteta, preporučene od Instituta za kožne i venerične bolesti. Always je, takođe, aktivno uključen u život tinejdžerki kroz edukativne školske programe.

Always edukativni školski program uči devojčice uzrasta od 11 do 18 godina o bitnim fizičkim promenama kroz koje one prolaze tokom puberteta i o najboljim načinima za snalaženje prilikom ovih promena. Svake godine više od 51.000 devojčica prisustvuje Always edukativnom školskom programu. Ovaj program prvi put je pokrenut pre pet godina, uz

podršku Ministarstva za zdravlje i Ministarstva

za obrazovanje i sport Republike Srbije i od tada je skoro 250.000 devojčica pohađalo Always predavanja. Edukacija je obuhvatala informacije u vezi s menstrualnim ciklusom, zdravljem i negom kose.

## Istorijat

Always je lansiran 1983. godine, koristeći jedinstvenu Dri-Weave tehnologiju kompanije Procter & Gamble u zadržavanju tečnosti i održavanju osećaja suve kože. Ovaj inovativni proizvod bio je dostupan u pakovanjima mini i maxi uložaka. 1990. godine lansirana je Ultra Always varijanta, koja je obezbedila vrhunsku zaštitu kroz veoma tanak, udoban i easy-to-wear proizvod.

Godine 1985. Always brend osvaja svetsku lidersku poziciju na polju zaštite žena (izvor: www.pg.com). Četnaest godina nakon toga poduhvata, 1999. godine, Always je lansiran i na tržištu Srbije.

U periodu od 1999. do 2004. godine Always je nastavio da unosi inovacije u oblast ženske zaštite, zdravlja i udobnosti, koristeći nove tehnologije u proizvodnji boljih krilaca (time poboljšavajući opštu zaštitu) i u poboljšanju moći apsorpcije gornjeg sloja.

Godine 2004. Always je predstavio svoj Duo-Action sistem, inovaciju koja je obezbeđivala bolju i bržu apsorpciju menstrualne tečnosti. Te godine je Always lansirao i Always Ultra Sensitive spektar proizvoda, namenjenih obezbeđivanju vrhunske zaštite i povrh toga s gornjim slojem koji u dodiru s kožom pruža udoban pamučno mekan osećaj.

Godine 2006. na tržištu se pojavila linija proizvoda sa GelAction sistemom, novina u razvoju brenda, koja ženama pruža bolju zaštitu tokom ciklusa. Krajem iste godine Always je lansirao Always Ultra Fresh, dodatak liniji proizvoda, koji potrošačima nudi proizvod s delikatnim svežim mirisom. Always Ultra Fresh je dostupan i u varijantama za normalnu i za osetljivu kožu.

## Proizvodi/usluge

Always je dostupan u različitim oblicima

## Tržište

Kompanija Procter & Gamble ima jedan od najširih i najjačih portfolija brendova kojima se veruje u oblastima nege i lepote, preparata za domaćinstvo, proizvoda za zdravlje i negu, negu beba i porodičnu negu, kao i ishrane i nege kućnih ljubimaca. Always je jedan od najpopularnijih brendova ove kompanije, proizvod koji zahvaljujući marljivim istraživanjima, najnovijim tehnologijama i nenadmašnom razumevanju žena, nudi izuzetnu zaštitu i širok raspon proizvoda, od svakodnevne svežine do dodatne zaštite onda kada je ona najpotrebnija.

U Srbiji, tržištem proizvoda za zaštitu žena dominiraju ulošci (više od 80 odsto), zatim dnevni ulošci (oko 15 odsto) i tamponi (oko tri odsto). Always je proizvod koji je odlično plasiran u Srbiji s udelom na tržištu većim od 40 odsto. Tržište uložaka može se dodatno raščlaniti na tržište tankih i debljih proizvoda, koji mogu da budu s krilcima ili bez njih.



proizvoda namenjenim za pružanje zaštite i udobnosti i tokom menstruacije i tokom ostatka meseca. Dva tipa proizvoda koje nudi Always su Always Ultra ulošci i Always dnevni ulošci. U obe kategorije proizvoda Always je bio prethodnica u inovacijama kroz konstantno traganje za novim tehnologijama, koje bi pružile vrhunsku zaštitu i udobnost svojim korisnicima.

Pošto neke žene više vole krilca na svojim proizvodima za zaštitu a neke ne, Always nudi obe opcije da bi zadovoljio lične potrebe žena. Nisu sva krilca isto dizajnirana, tako da su stručnjaci za ovaj brend osmislili i patentirana Always Flexi-Wings fleksibilna krilca, koja se prilagođavaju pokretima tela. Ona se sa lakoćom obavijaju oko donjeg veša, omogućavajući odličnu zaštitu sa strane. Uloga krilaca nije samo da obezbede zaštitu sa strane, već i da zadrže uložak na svom mestu.

Always Flexi-Wings dizajnirana su s rastegljivim prevojima koji se savijaju pri pokretima tela i koji omogućavaju krilcima da se sa sigurnošću obaviju oko veša i pomognu da uložak ostane na svom mestu, obezbeđujući zaštitu od curenja i sprečavajući mrlje na odeći.

Da bi se zadovoljile sve potrebe žena, Always je lansirao i specifične linije proizvoda – Always Ultra Sensitive – specijalno dizajnirane s ciljem da zadovolje potrebe žena koje imaju osetljivu kožu, istovremeno pružajući vrhunsku Always zaštitu i Always Fresh, koji nudi maksimalnu zaštitu uz delikatan svež miris.

Pored uložaka, Always ima i značajan spektar proizvoda koji su pogodni za dnevnu upotrebu – Always dnevne uloške. Dnevni ulošci ponuđeni su u različitim veličinama, kao i u različitim oblicima (normalni i tanga dnevni ulošci). Oni pomažu u apsorpciji vlage i mirisa tela. Za razliku od uložaka, oni su mali i tanki, pogodni za diskretnu, svakodnevnu upotrebu. Oblikovani su da odgovaraju mnogim tipovima donjeg veša, a samolepljivi sloj pomaže da Always dnevni ulošci ostanu na mestu. Always je dizajnirao dnevne uloške tako da odgovaraju potrebama žena. Oni apsorbuju prirodna izlučenja koja većina žena ima, prikladni su i za apsorpciju manjeg gubitka urina, mogu se koristiti kao zaštita tokom dana blaže menstruacije, ili kao podrška tamponima. Dnevni ulošci takođe se mogu naći u različitim veličinama i oblicima: dnevni ulošci normalnog oblika, dnevni ulošci za tanga gaćice, mirišljavi, ili bez mirisa.

Nudeći ove proizvode, Always se drži svoje vizije da poboljšava život žena, dajući im samopouzdanje, bezbrižnost, zaštitu i udobnost. Spektar Always uložaka čine: Always Ultra Light, Always Ultra Normal, Always Ultra Super, Always Ultra Night. Dnevni ulošci se nude u sledećim varijantama: Always Regular, Always Small i Always String Tanga.

### Noviji poduhvati

Godine 2006. Always Ultra je uveo Gel-Action sistem, koji je nastao da bi se ženama obezbedila vrhunska zaštita tokom menstruacije.



Ovaj sistem zasniva se na već utvrđenoj Always gel tehnologiji, čime se poboljšao nivo zaštite koju pruža ovaj proizvod. Ovo je bio prirodan nastavak u nizu različitih poboljšanja tehnologije koja su unapredila kvalitet proizvoda: fleksibilna krilca, duo-action sistem i jezgro s optimalnom apsorpcijom.

Always je uveo inovacije koje su do maksimuma povećale nivo zaštite. Najnaprednije tehnologije, kao što su fleksibilna bočna krilca, bile su značajan korak u obezbeđivanju bočne zaštite i u omogućavanju značajne slobode pokreta u poređenju s običnim proizvodima s krilcima ili bez njih.

Štaviše, duo-action sistem, tehnologija plavog

jezgra, nudi znatno bolju negu potrošačima, što je još jedan korak koji olakšava život ženama.

### Promocija

Always brend je na tržište lansirao 1999. godine, i od tada je jedan od najviše reklamiranih brendova na tržištu. Za sve ovo vreme Always je ostao veran svojoj misiji razumevanja ženskih potreba i svi programi komunikacije zasnivali su se upravo na tome.

Always je trenutno jedan od najuočljivijih brendova za žensku higijenu u oglašivačkom domenu, koristeći medije kao što su televizija i štampa.

### Vrednosti brenda

Always je brend koji se neprestano bavio poboljšanjem kvaliteta života žena. Cilj brenda uvek je bio da omogući ženama da svoj život žive svakoga dana bez briga o fizičkim promenama koje donosi menstruacija. Držeći se svoga cilja, Always je stalno radio na poboljšavanju tehnologije svojih proizvoda da bi mogao da ponudi vrhunsku zaštitu.

Važno polje delovanja za Always uvek je bilo obezbeđivanje informacija i edukacija devojčica i tinejdžerki. Edukacija je obuhvatala mnoge oblasti s ciljem da pomogne tinejdžerkama da se bolje snađu prilikom promena koje nastupaju tokom puberteta.

Kao rezultat svega toga, žene u Srbiji vide Always kao najbolji proizvod za zaštitu, kao i brend koji razume ženske potrebe i može da im pomogne da žive bolji život.

[www.pg.com](http://www.pg.com)

### ONO ŠTO NISTE ZNALI

#### Always

- U Aziji je Always poznat kao Whisper (Šapat).
- Globalno, Always ostvaruje prihod veći od milijardu dolara.
- Samo dve godine nakon svog pojavljivanja, Always je postao vodeći svetski brend za žensku zaštitu.

