



Ślubne ozdoby do włosów

- prezentacja produktu

*Kamila Piękoś
Patrycja Nowak
Izabela Rachoń*



PLAN PREZENTACJI

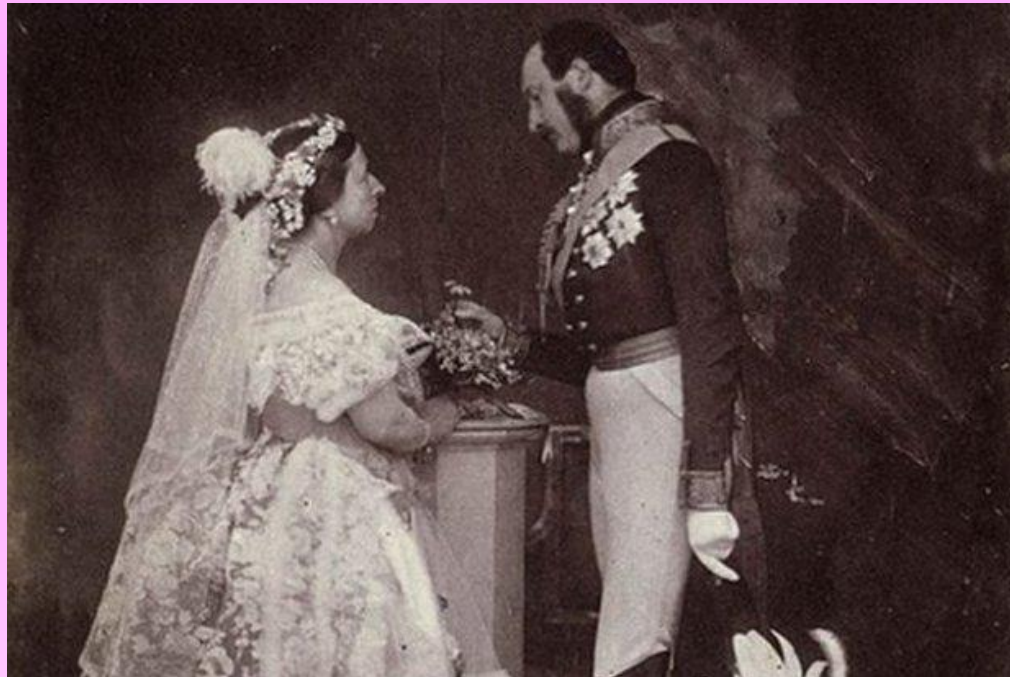
1. Charakterystyka produktu
2. Historia
3. Ciekawostki
4. Analiza marketingowa produktu
5. Segment docelowy
6. Podstawowe wersje produktu
7. Polskie marki
8. Nowe wersje produktu
9. Zapożyczenia z mody
10. Cykl życia produktu
11. Główne działania marketingowe

Charakterystyka produktu



Historia

- Antyk – welon **ważniejszy** niż suknia
- Średniowiecze – zanik welonów
- 1840 rok – biały kolor zagościł w modzie ślubnej



Historia

- Lata 30. XX wieku – praktyczna moda ślubna
- Obecnie welon jest tylko dodatkiem, często zastępowanym przez inne akcesoria

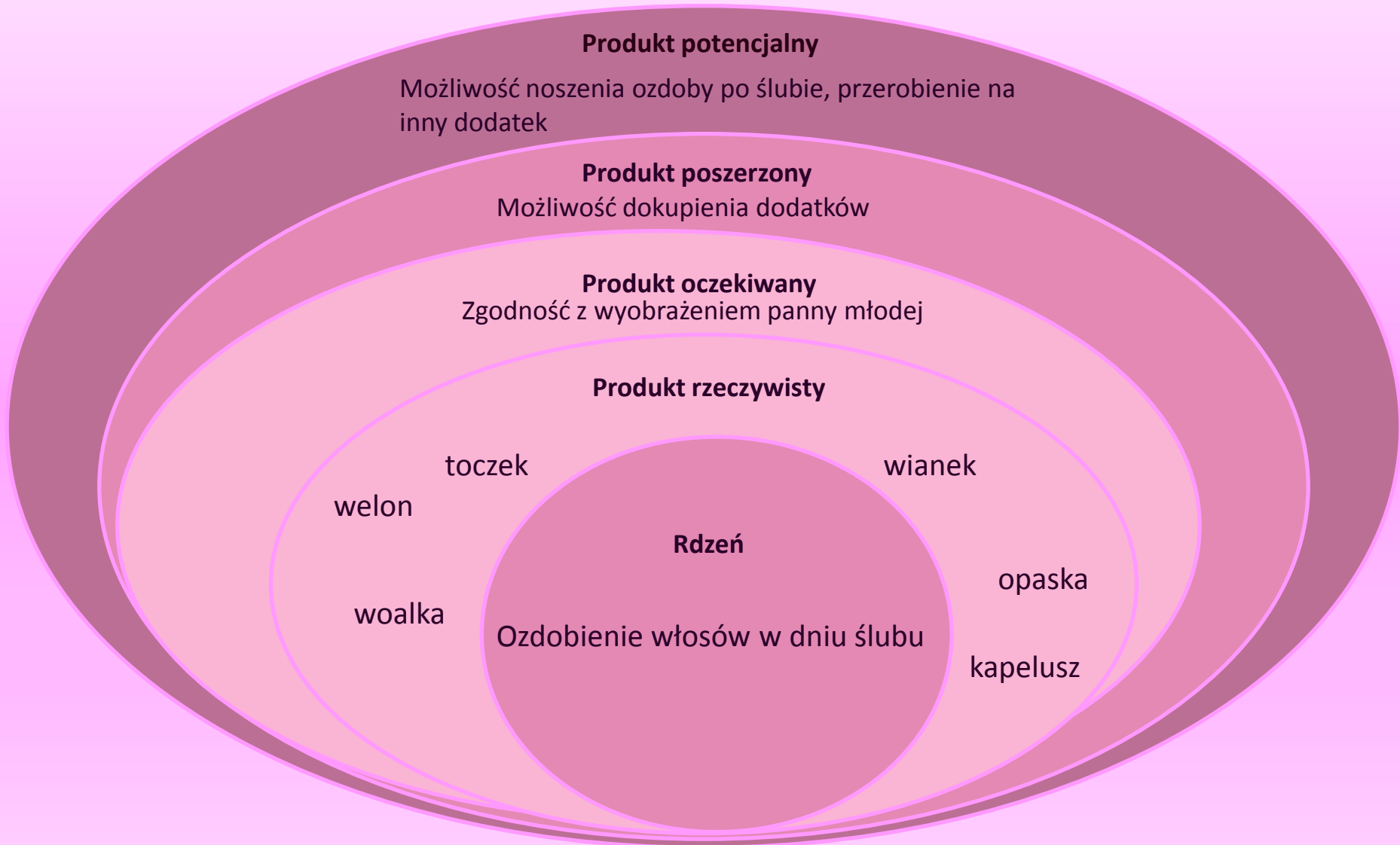


Ciekawostka

Część welonu, która zakrywa twarz, powinna być przezroczysta nie tylko dla wygody panny młodej, ale przede wszystkim, aby nie doszło do zamiany, a pan młody poślubił właściwą dziewczynę.

Przestroga ta znajduje się w Piśmie Świętym, gdzie Jakub zamiast Racheli poślubił jej starszą siostrę Leah, właśnie przez nieprzezroczystą woalkę wokół twarzy.

Analiza marketingowa produktu



Segment docelowy



Podstawowe wersje produktu

a) Welon royal



Podstawowe wersje produktu

b) Welon krótki



Podstawowe wersje produktu

c) Toczek



Podstawowe wersje produktu

d) Diadem



Podstawowe wersje produktu

d) Wianek



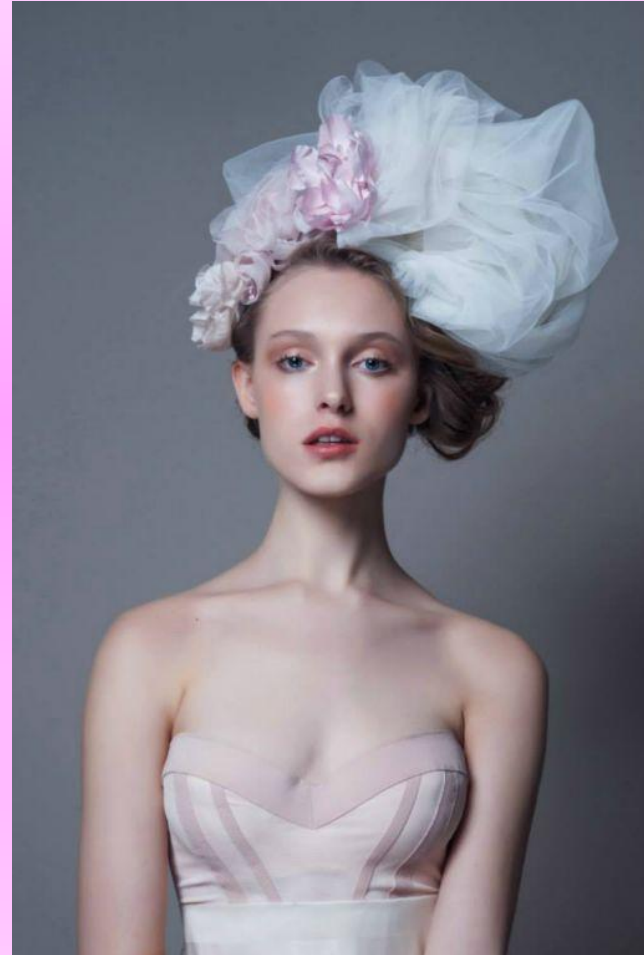
Polskie marki

- PiuPiu – niebanalna alternatywa dla welonu



Polskie marki

- Decolove – unikalne wzory dodatków



Polskie marki

- Pancia



Nowe wersje produktów



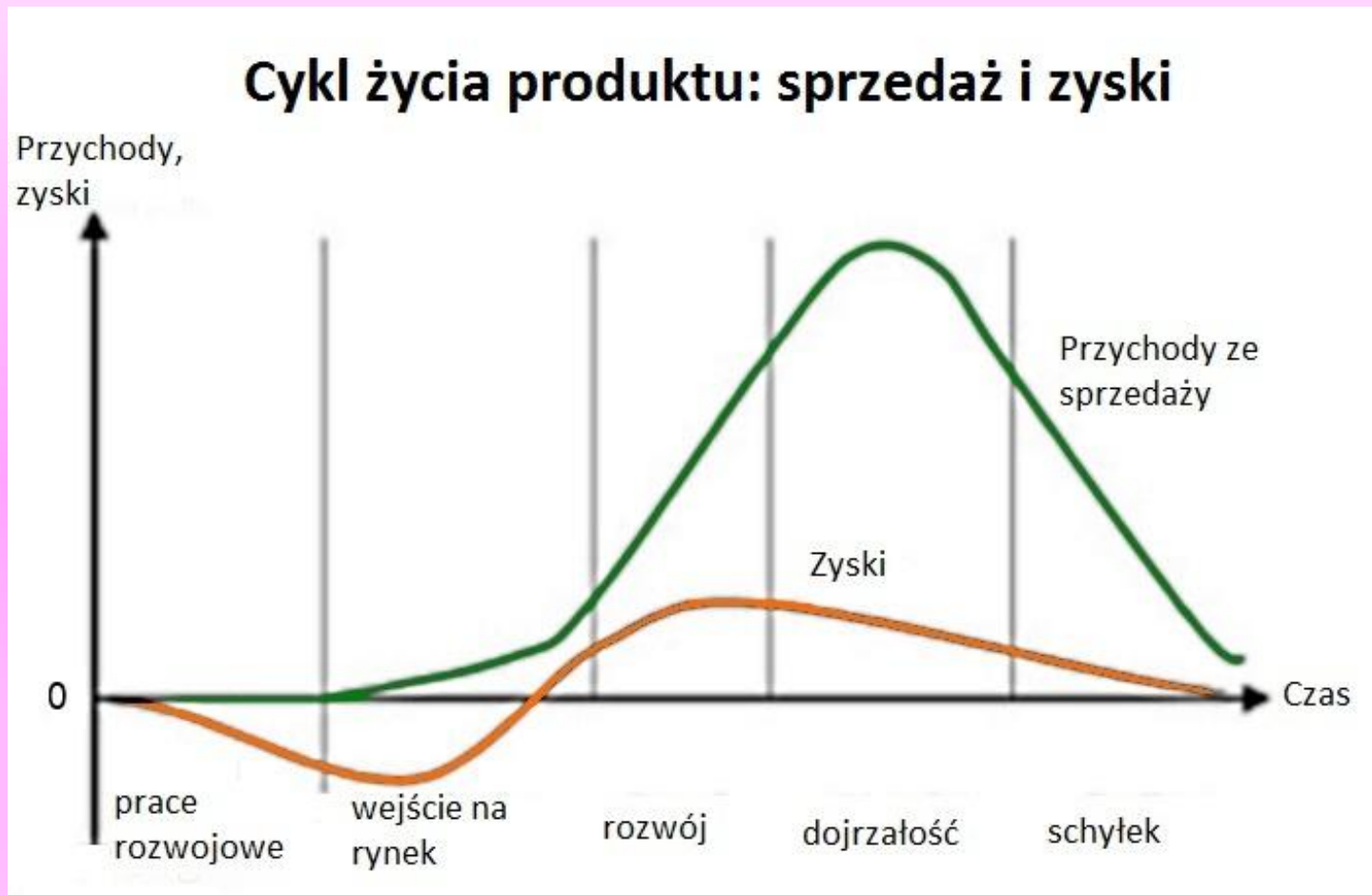
Nowe wersje produktów



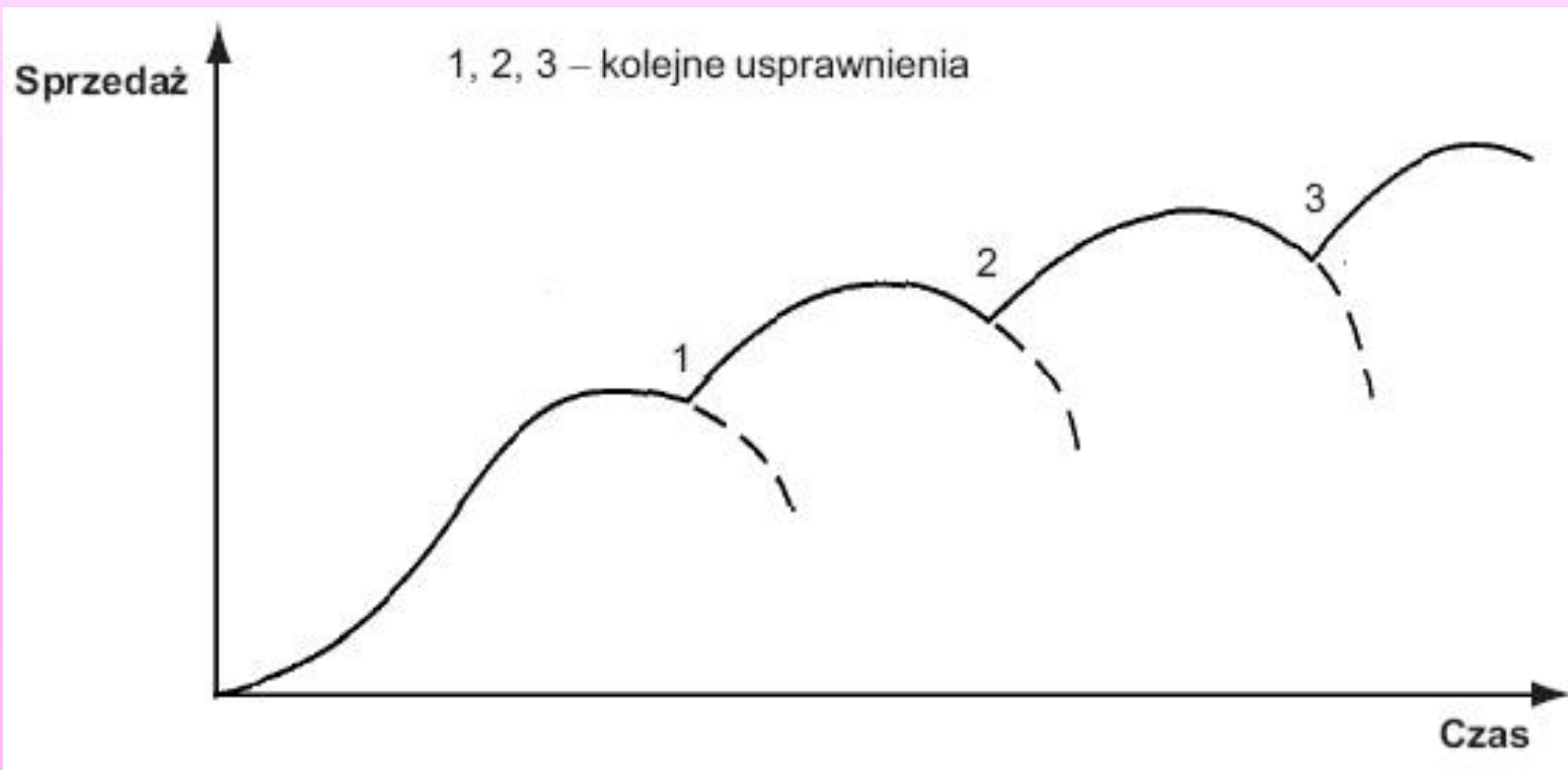
Zapozyczenia z mody



Cykl życia produktu



Cykl życia produktu



Główne działania marketingowe

- Targi ślubne



Główne działania marketingowe

- Portale społecznościowe



Piu-Piu
10 maja o 12:21 - Edytowany - 🌐

Kochani! UDAŁO SIĘ! Dzięki ogromnemu wsparciu i sile Waszych głosów PIU-PIU zwyciężyło w plebiscywie Bridelle!!! Jestem ogromnie wzruszona i oszołomiona tym sukcesem. Jest mi niezmiernie miło, że docenicie moją pracę, w którą wkładam część siebie 😊

Bardzo Wam wszystkim dziękuję ❤️

Dzielę się tą informacją z Wami dopiero dziś... ponieważ w trakcie ogłaszania wyników byłam w plenerze na sesji zdjęciowej... także psst! Wkrótce zdradzę więcej ❤️



Główne działania marketingowe

- Sklepy internetowe

The screenshot displays the website madameallure.pl/categories/8-ozdoby-do-wlosow. The page features a navigation menu with links for 'Strona główna', 'Logowanie', 'Rejestracja', 'Koszyk', 'O nas', and 'Media'. A social media bar includes icons for email, Pinterest, and Facebook. A color selection tool asks 'Jaki jest Twój kolor?' with a row of colored hearts. A central banner for 'Madame Allure' lists categories: 'Panna', 'Kawaler', 'Druhny', 'Dziewci', 'Prezenty', and 'Dekoracje'. The 'Panna' category is selected, showing a list of items on the left: 'Torebki', 'Ozdoby do włosów', 'Wianki', 'Spinki', 'Opaski', 'Woałki', 'Welonny', 'Fascynatory', 'Toczeki', 'Wsuwki', 'Naszyjniki', 'Broszki', 'Bransoletki', 'Kolczyki', 'Ozdoby do butów', and 'Bukiety ślubne'. The main product grid includes:

- Woałka ślubna Frances**: 139,00 pln
- Woałka ślubna Florence**: 188,00 pln
- Opaska, woałka z kwiatkami**: 112,00 pln
- Kryształowa opaska**: 162,00 pln

At the bottom, a cookie consent notice states: 'Korzystanie z tej witryny oznacza wyrażenie zgody na wykorzystanie plików cookies. Więcej informacji możesz znaleźć w naszej Polityce prywatności. Zamknij'. The system tray shows the time as 13:55 on 2015-05-21.

Główne działania marketingowe

- Salony sukien ślubnych
- Współpraca ze stylistami i konsultantami ślubnymi
- Czasopisma branżowe



Dziękujemy za uwagę



dawidmusiolik.pl