

ORIFLAME

S W E D E N

f You Tube www.oriflame.bg ◀

„Орифлейм“ е най-бързо развиващата се козметична компания, която работи по метода на директните продажби. Тя предлага висококачествени естествени продукти, които се разпространяват чрез мрежа от независими дистрибутори (консултанти по красота). Марката е позната в повече от 60 страни на пет континента. Освен пълна гама от козметични продукти „Орифлейм“ предлага и възможност за изграждане на собствен бизнес без първоначална инвестиция. От нея са се възползвали над 3,6 милиона души по целия свят, които работят като консултанти на марката, и генерират годишни приходи над 1,5 милиарда евро.

Пазар

Милioni жени по целия свят всеки месец си поръчват продукти от каталозите на „Орифлейм“. На българския пазар „Орифлейм“ навлиза през 1994 г. като една от първите марки за директни продажби.

Постижения на марката

„Орифлейм“ навлиза на българския пазар с два каталога годишно, в които има само козметични продукти – без промоции и оферти. Постепенно компанията доразвива стратегията си за най-качествено удовлетворяване на нуждите на своите клиенти и консултанти. Днес тя работи чрез предлагане на седемнадесет каталога

годишно, в които има разнообразие от козметични и неkozметични продукти, специални промоции и много оферти.

Подпомагана от новите си изгледия от все по-атрактивните си каталози и все по-многобройната си „армия“ от добре обучени и информирани консултанти, „Орифлейм“ непрекъснато увеличава пазарния си дял.

Продуктът

„Орифлейм“ предлага два вида продукти: единият е козметиката, а другият е възможността за изграждане на собствен бизнес без начална инвестиция. Те вървят ръка за ръка и са залегнали в основата на успеха на компанията.

Дистрибуторите в „Орифлейм“ се наричат консултанти, тъй като са обучени добре да познават продуктите и винаги да могат да дадат компетентна консултация и съвет. Като предлагат висококачествена естествена козметика на своите познати и приятели, консултантите печелят допълнителни доходи за себе си и за своите семейства по приятен и забавен начин. Затова „Орифлейм“ непрекъснато инвестира в обучението и развитието на своите консултанти.

В каталозите си компанията съдържа по всяко време около 1000 продукта. Стремелът на фирмата е да съчетава най-добрите природни съставки с най-новите постижения на науката. Тази задача е поверена на едно от най-важните звена в дружеството – Глобалния технически център, който се намира край Дъблин, Ирландия. Философията на „Орифлейм“ е да бъде максимално близо до природата и при възможност винаги се използва растителни съставки в продуктите. Повечето формули съдържат екстракти от билки, извлечени от растенията чрез студена филтрация. Сред използваните естествени суровини са ябълка, бреза, кокос, алое, бял равнец и др. Почти всички агенти

лесно се разараждат и не застрашават околната среда. Безопасността на продуктите е от първостепенно значение, поради което съставките се избират изключително внимателно, като се разглежда подробно историята на тяхната употреба в козметиката.

Всички изследвания се провеждат според правилата COLIPA – стандарт на индустрията за тестване на козметични продукти. За всеки утвърден про-



Знаете ли, че...
 • „Орифлейм“ има над 3,6 милиона консултанти по красота и 7000 служители по света.
 • Издадените каталози са 150 милиона броя на година, преведени на 35 езици.
 • „Орифлейм“ има център за разработване на нови продукти в Дъблин, Ирландия, в който работят повече от 100 учени.

дукт се издава отчет, доказващ верността на твърдението. Всяка нова формула се изпитва върху доброволци под наблюдението на изтъкнати професори дерматолози.

При производството на неkozметични продукти – като аксесоари например – „Орифлейм“ не използва съставки, получени от мъртви животински източници. Не се употребяват и материали, които биха навредили на околната среда и на здравето на човека, нито такива, които са от защитени природни територии или видове. От години „Орифлейм“ използва хартия, добита от възстановяеми гори. Дългогодишна политика на компанията е и да не използва PVC суровини. Където е възможно, се употребяват рециклирани материали и енергоспестяващи средства за транспорт.

Съвременен развитие

„Орифлейм“ – една от първите търговски фирми за директни продажби на козметика в света, е създадена през 1967 г. в Швеция. Основатели са братята Йонас и Робърт аф Йохник, двама млади, амбициозни и предприемчиви мъже, които искат да предложат нещо различно: продукти на естествена основа, които да се продават по нов начин – чрез директна доставка вкъщи. Първоначално фирмата предлага около 60 продукта, а дистрибуторската мрежа е от 600 души. Много бързо гамата от козметика и мрежата от дистрибутори се увеличават. Офисът в Стокхолм става тесен и „Орифлейм“ се премества в Малмьо. За съвсем кратко време и благодарение на високото качество на предлаганите продукти компанията придобива известност в цяла Швеция, а продажбите нарастват от година на година. Дамите оценяват възможността да купуват естествена козметика, която им е препоръчана от човек, на когото имат доверие.

В трите главни града на Швеция се откриват центрове, в които дистрибуторите (понастоящем – консултанти) могат да посещават курсове, за да научат повече за предлаганите продукти. Скоро компанията създава филиали в съседни скандинавски страни. През 1970 г. козметиката на „Орифлейм“ е представена във Великобритания, а по-късно в Холандия и Испания. През 80-те години на XX век семейството на „Орифлейм“ се разраства и постепенно включва Португалия, Индонезия, Чили и

др. Голямата пазарна инвазия на марката е от началото на 90-те години. Най-новите попълнения са Беларус, Китай и Иран.

„Орифлейм“ предлага богата гама продукти за всеки – козметика за лице и тяло, аромати, декоративна козметика и аксесоари за жени, мъже и деца. Все пак акцентът е поставен върху грижата за кожата – това е секторът с най-големи традиции. Компанията разработва продукти от сегмента на „бялата козметика“ с уникални комплекси на основата на растителни съставки, които успешно се борят с признаците на стареене. Пример за това са сериите „Спри времето“ – за зряла кожа, Bioscience – действа на клетъчно ниво за подбръване и засилване на естествените защитни механизми на кожата, Ecollagen – цялостна грижа за борба с бръчките в три измерения, „Кралска кадифена колекция“, която предлага иновативни решения за стегната кожа. Компанията непрекъснато следи и прилага последните модни тенденции в грима.

Знаете ли, че...
 • От 2009 г. „Орифлейм“ навлезе и в един съвсем нов пазарен сегмент – на хранителните добавки. Почитателите на естествената шведска козметика вече могат да попълнят красотата си и отвътре – с шейкове за балансиран хранителен прием, мултивитаминови и минерални, антиоксиданти и омега 3.



От 2009 г. „Орифлейм“ навлезе и в един съвсем нов пазарен сегмент – на хранителните добавки. Почитателите на естествената шведска козметика вече могат да погледят красотата си и отвътре – с шейкове за балансиран хранителен прием, мултивитаминови и минерали както за възрастни, така и за деца, антиоксиданти и омега 3 мастни киселини.

„Орифлейм“ постоянно се развива и увеличава производствения си капацитет, за да отговори на нуждите на пазара. Компанията има пет собствени производствени фабрики в Швеция, Полша, Китай, Русия и Индия. От 2004 г. тя предложи акциите си за търговия на Стокхолмската фондова борса.

Промоция

Амбицията на компанията е „Орифлейм“ да бъде първото име, което изниква в съзнанието на всеки, който търси достъпна и качествена козметика или кариера в корпорация за директни продажби. В „Орифлейм“ са убедени, че най-добрата реклама на марката са каталогът на продуктите и опитните консултанти, които ги предлагат. 75% от рекламния бюджет на дружеството се концентрират в развитието, обучението и мотивацията на консултантите. При налагане на стратегически нови продукти тяхната работа се подпомага чрез телевизионна и печатна реклама. Като социално отговорна компания „Орифлейм“ се включва в различни инициативи в полза на обществото. Фирмата е съосновател на световната фондация „Детство“ под патронажа

на шведската кралица Силвия, чиято основна цел е да защитава првата на децата. През 2003 г. „Орифлейм България“ поглед компания за подкрепа на домовете за деца, лишени от родителска грижа. В продължение на три години със събраните средства са подпомогнати 21 дома от цяла България. През 2008 г. фирмата проведе кампания за набиране на средства, с които бяха ремонтирани детски площадки и училищни игрища в два града в България. От 2010 г. „Орифлейм България“ работи съвместно с фондация „За Нашите Деца“, като участва и подкрепя нейните инициативи. Печалбите от всеки закупен благотворителен аксесоар отиват за намирането на приемни родители на деца сираци.

Ценности на марката

„Орифлейм“ започва бизнеса си с фокус върху продуктите за грижа за кожата, разработени на базата на естествени съставки. Портфо-

лиото на фирмата днес включва широка гама продукти, но грижата за кожата на базата на естествени съставки си остава основата на продуктите на „Орифлейм“. Заедно с шведския произход на компанията идва и „шведското отношение“ към козметиката. Въдъхновени от шведската жена, служителите на фирмата вярват в подчертаването на естествената красота на жените навсякъде по света. „Орифлейм“ използва натурални съставки, защото вярва, че естественото е по-добро от изкуственото. Когато природата не може да осигури някоя съставка за продуктите, компанията разчита на науката и прецизните изследвания, а за разработването на опаковките на продуктите си се вдъхновява от традицията на скандинавския дизайн. Затова, в съответствие с философията на марката, дизайнът на „Орифлейм“ са умерени, изчистени и елегантни.

