

# Von A bis Z

LOVE FOR HAIR professional bietet alles, was das Friseurherz begehrt – von Farbe über Pflege und Styling bis hin zu Zubehör hat die friseurexklusive Marke alles im Programm. Mit dafür verantwortlich ist Brand Manager Marcel Courvoisier, bei dem alle Fäden zusammenlaufen ...

„Das Wichtigste sind für uns natürlich die Bedürfnisse der Friseurinnen und Friseure, wir wollen Produkte anbieten, die alle einen klaren Nutzen haben und den Alltag im Salon einfacher machen. Das gilt für unsere Farbserie cameo color genauso wie für die Pflegeprodukte von Angel CARE und fruit for hair, für die Stylingserie FIXIT, für unsere Herrenserie AIRBORNE und für sämtliches Zubehör, das wir unter unserem Namen vertreiben“, sagt Marcel Courvoisier. Dafür beobachten er und sein Team den Markt genau, um alle Trends möglichst vorausszusehen oder schnell darauf reagieren zu können. „So ist zum Beispiel der Großteil unserer Produkte schon seit ein paar Jahren komplett vegan, als wir erkannt haben, wie wichtig das für immer mehr Friseurinnen und Friseure und natürlich auch Endverbraucherinnen und Endverbraucher ist, haben wir im Zuge eines Relaunches viele Produkte dementsprechend umgestellt.“

Damit so etwas reibungslos funktioniert, ist Marcel Courvoisier in ständigem Austausch mit verschiedenen Abteilungen: „Einkauf, Vertrieb, Marketing, Testsalons, Verpackungsdesign – ich stimme mich immer mit allen ab und Sorge dafür, dass alle Abteilungen an einem Strang ziehen. Nur wenn alle Prozesse aufeinander abgestimmt sind, können wir es schaffen, dem Markt genau die Produkte zu bieten, die gebraucht werden.“ Dann sind die Einkäufer auf der Suche nach den passenden Lieferanten, die die perfekten Einzelkomponenten bieten können, sei es in Bezug auf Rohstoffe oder auf Verpackungen. Wichtig ist natürlich auch, neue Produkte vor einer möglichen Markteinführung zu testen,

schließlich sollen die Produkte halten, was wir uns – und auch den Anwenderinnen und Anwendern – davon versprechen. Vertrieb, Marketing und Verpackungsdesigner sind dann am Brainstormen, welche Optik man den Produkten verleihen will, um die Performance oder die Benefits der Produkte auch optisch dazustellen, mit welcher Botschaft man sie vermarkten will und welche Absatzmöglichkeiten man sieht. Und dann kommt auch noch unsere Kreativagentur ins Spiel, die Anzeigen, Verkaufsbroschüren oder andere Materialien erstellt, um die Friseurinnen und Friseure mit den nötigen Infos zu versorgen.

Doch selbst wenn all diese Schritte erledigt sind, ist die Arbeit für Marcel Courvoisier noch nicht zu Ende: „Heutzutage gehört zu einer gelungenen Markteinführung noch viel mehr – gemeinsam mit unserem Social Media Team plane ich Posts für verschiedene Kanäle, wir drehen mit unseren Fachtrainerrinnen und -trainern Anwendungsvideos für YouTube und unsere Webseite oder planen Fotoshootings, bei denen die neuen Produkte eingesetzt werden, um zu zeigen, was sie können – eben alles, von A bis Z.“

