

Higiena jamy ustnej

data aktualizacji: 2014.05.17



W przypadku produktów higieny jamy ustnej konsumenci idą za marką. Są też skłonni zapłacić więcej za pastę, płyn do płukania czy szczoteczkę do zębów, która wyróżnia się jakością lub jest pozycjonowana w segmencie produktów profesjonalnych. Obecnie na pierwszy plan wybijają się preparaty i akcesoria wybielające szkliwo.

Mało który konsument sięga dziś po pierwszą z brzegu pastę do mycia zębów. Liczą się dodatkowe korzyści. - Wybierając pastę, konsumenci w pierwszej kolejności zwracają uwagę na działanie wybielające, odświeżające oraz ochronę przed próchnicą - mówi Honorata Górkiewicz, junior brand manager marki Signal w Unilever Polska. W odpowiedzi na te potrzeby producent wprowadził na rynek takie produkty, jak: Signal Family Daily White o właściwościach wybielających, Signal Anti-Cavity, ukierunkowaną na ochronę przed próchnicą oraz odświeżającą Signal Herbal Fresh o ziołowym smaku.

Niektórzy producenci idą dalej w specjalizacji. I tak właściciel marki blend-a-med, firma Procter

& Gamble DS Polska, oferuje cztery warianty blend-a-med 3D White: Healthy Shine usuwa przebarwienia, Luxe Anti-tobacco Fresh jest przeznaczona dla palaczy i osób spożywających duże ilości herbaty i kawy, Luxe Glamour wykorzystuje trójstopniową formułę wybielania, a Luxe Pearl, dzięki zawartości proszku z pereł, jest rozwiązaniem dla konsumentów, którzy chcą łączyć pielęgnację szkliva z delikatnym wybieleniem zębów.

Także na wybielanie zębów postawił GlaxoSmithKline Consumer Healthcare, właściciel Aquafresh. Pasta High Definition White zgodnie z deklaracją producenta ma trzykrotnie skuteczniej przywracać biel zębów w stosunku do produktów z segmentu podstawowej pielęgnacji. Pastę uzupełnia specjalistyczna szczoteczka z systemem polerującym. Nowość dołączyła do grupy zaawansowanych past wybielających Aquafresh: White & Shine, której stosowanie daje efekt bardziej błyszczących i gładziej zębów oraz Intense White (przywraca biel i dzięki zawartości fluorku chroni przed próchnicą). Wybielające działanie ma także Aquafresh Ultimate Whitening. Jej podstawową funkcją jest wzmocnienie i ochrona zębów wokół dziąseł.

Zaawansowane produkty oferuje także marka Colgate (producent Colgate-Palmolive Poland). Jej Max White One Luminous, poza składnikami wybielającymi, została wyposażona w technologię SmartFoam, dzięki której tworzy pianę czyszczącą trudno dostępne miejsca, takie jak przestrzenie międzyzębowe. Wariant uzupełnia linię Max White One, w skład której wchodzi pasty Fresh - intensywnie odświeżająca oraz Active - redukująca przebarwienia, a także płyn do płukania jamy ustnej i szczoteczka do zębów wyposażona w wybielające gumki i polerujące włókna.

Choć specjalistyczne pasty do zębów są droższe od standardowych, to konsumenci chętnie sięgają po nie podczas wizyt w sklepie. - Kategoria produktów do pielęgnacji jamy ustnej charakteryzuje się mniejszą wrażliwością cenową niż inne kategorie - zapewnia Honorata Górkiwicz. Dodaje, że konsumenci są gotowi zapłacić więcej za markę, do której mają zaufanie, gdy produkt wyróżnia się jakością lub pozycjonowany jest w segmencie produktów profesjonalnych.

Producenci wciąż chwalą się nowymi rozwiązaniami, które mają w nowatorski sposób zadbać o piękne uśmiechy Polaków. Walka toczy się o rynek wart według Nielsen'a około 200 mln euro.

Anna Zawadzka-Szewczyk

Wiadomości Handlowe, Nr 5 (135) Maj 2014

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/higiena-jamy-ustnej,1739>