

Trade magazin

10
év | years

A NAPI FOGYASZTÁSI CIKKEK PIACÁRÓL
ÜZLETI DÖNTÉSHOZÓK RÉSZÉRE

ABOUT THE MARKET OF FMCG PRODUCTS
FOR RETAIL AND HORECA DECISION MAKERS

A SIRHA BUDAPEST hivatalos lapja (2016. május 9-11.)

Kiemelt témánk februárban
Franchise

Melléklet
Gulfood



Horeca
Neurogasztronómia

2016. február-március - XI. évf. 2-3. sz. - 1200 Ft
A Grabowski kiadásában

CSÁBÍTÓ

Reggelire
finom



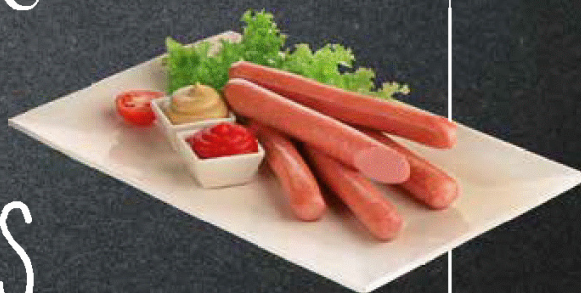
ebédre



VACSORÁRA

MESÉS

bárhon, bármikor



facebook.com/sagaminoseg



www.saga.hu

Kozmetikumok az e-kereskedelem új sztárjai

Noha a e-kereskedelmi piac tízes toplistáján még nincs olyan cég, mely kizárólag kozmetikumokat forgalmazna, ez a helyzet 2016-ban változhat. Az Avon saját felmérései alapján a szépségipari online kereskedelemben azok a cégek a legerősebbek, melyek régóta a piacon vannak, és kizárólag kozmetikumokat forgalmaznak. Erősek továbbá azok a kiterjedt bolthálózattal rendelkező kiskereskedelmi egységek és drogéria láncok is, amelyek korábban nyitottak az online piac irányába. Boruzs Ákos, az Avon digitális menedzsere szerint cégük sikeresen zárta a 2015-ös évet. Az online térben tarolnak a parfümök, má-

sodik legnépszerűbbek a sminktermékek, harmadik a fashion&home cikkek.

A digitális menedzser szerint 2016 a tavalyinál erősebb év lesz, amikor a közösségi média és a mobil eszközök komoly szerepet kapnak az értékesítés növelésében. //

Cosmetics are the new star of e-commerce

At the moment there is no company in the e-commerce top 10 that only sells cosmetic products, this may change in 2016 – revealed a survey conducted by Avon. Ákos Boruzs, digital manager of Avon revealed that they had performed beyond expectation in 2015. He thinks 2016 will be even better for the company, with social media and mobile devices starting to play a more important role in sales. //