



# **Semilac: Moc w naszych rękach. Lokalna transformacja marki ku inkluzywności i sprawczości.**

**Jak stawić czoła wyzwaniu zmiany wizerunku marki z narzucającej trendy, w markę inkluzywną, celebrującą różnorodność oraz moc kobiet – niezależnie od stylu i potrzeb**



**MAŁGORZATA SAKOWICZ-MYŚLICKA**

MARKETING MANAGER  
SEMILAC & SEMILAC PROFESSIONAL  
(NESPERTA EUROPE)

# MARKI MAJĄ MOC



# Poznajmy się



# 95%

Świadomość wspomagana marki Semilac wg Kantar, sierpień 2024

FESTIWAL INSIGHTÓW I INNOWACJI



**ODPOWIEDZIALNOŚĆ**

**SPRAWCZOŚĆ**

**RÓŻNORODNOŚĆ**

**POCZĄTEK**





Świat marki nostalgicznie  
2013-2018...





# ODPOWIEDZIALNOŚĆ!

SEMILAC  
AKADEMIA



W DOMU

W SALONIE



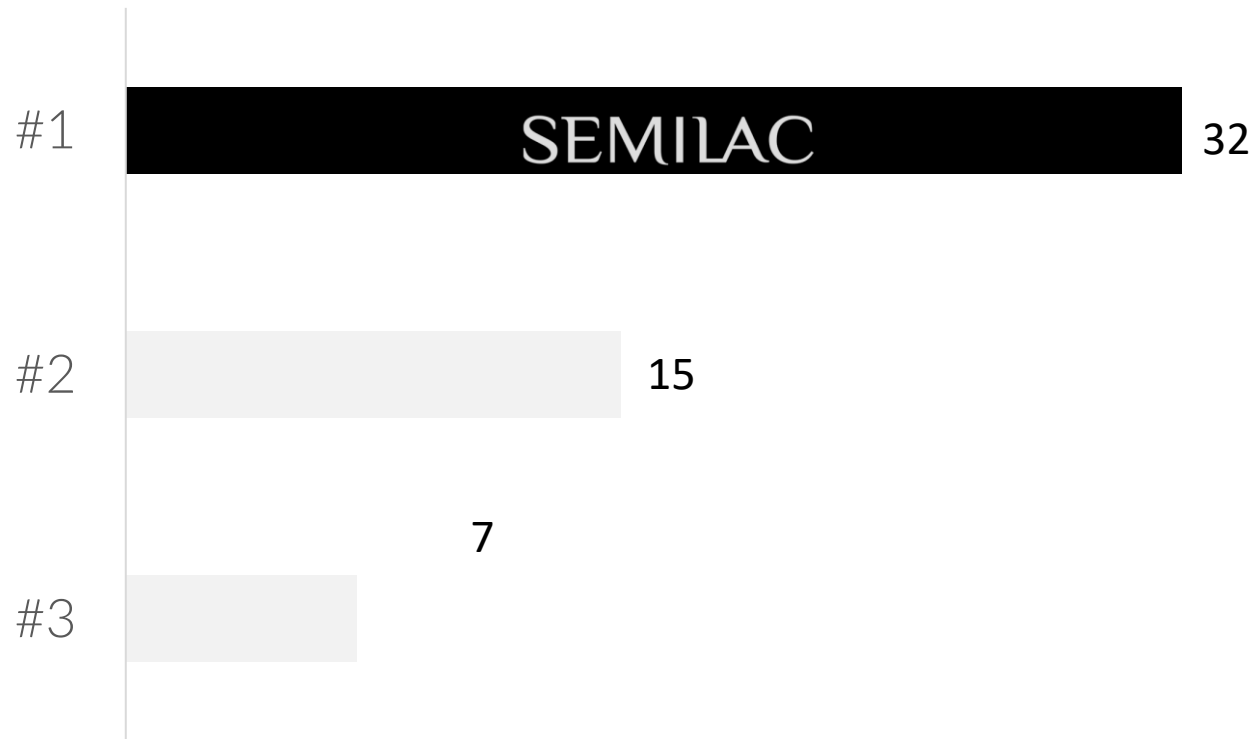
Nr 1: wg badań Kantar Polska aż 44% kobiet malujących paznokcie, regularnie używa lakierów hybrydowych Semilac.. Maj 2021

**WAŻNY ETAP W ROZWOJU KATEGORII:**

**MĘŻOWIE KONSUMENTEK PRZESTALI  
MYLIĆ SAMOCHODY Z LAKIERAMI ;)**



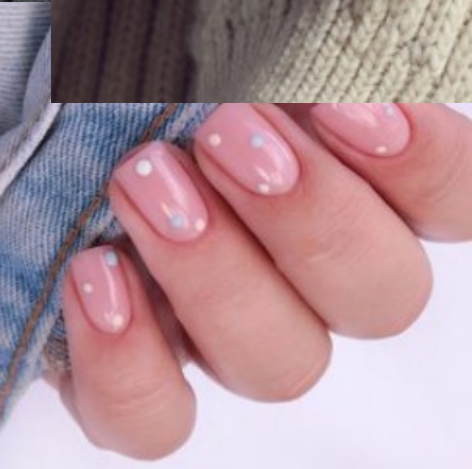
# I CHOĆ WSKAŹNIK TOP OF MIND MIAŁ SIĘ DOBRZE...

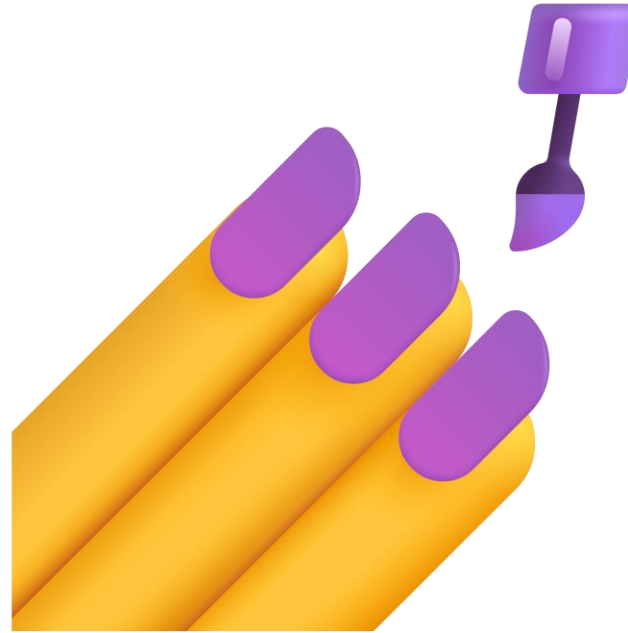


**x2**

Źródło: Badanie ATP Kantar Millward Brown, CAWI, kobiety 18-60, świadomość Top Of Mind marek lakierów do paznokci.  
Luty 2022

# ...CORAZ TRUDNIEJ BYŁO SIĘ ODRÓŻNIĆ





Btw – najpopularniejsza emotka wśród Generacji Z. Emojis that Slay 2024

# SPRAWCZOŚĆ NA FALI POSZUKIWAŃ

- Insights z danych wewnętrznych
- Trend-mapy
- Potrzeby w kontekście kobiecości
- Potrzeby w kontekście paznokci
- Wizerunek kategorii
- Wizerunek marki
- Drivery i bariery
- Inspiracje popkulturowe
- Usage & Attitude
- ....

**W MORZU DANYCH POTRZEBA  
PARTNERSKIEJ WSPÓŁPRACY I WYBORÓW**

POV: nie mam danych



Moje otwarte ppt:



# #TEAM #MOOD

SEMILAC

Stara, nie mam siły, muszę  
to wszystko zrobić  
własnymi rękami...



AŻ **48%** KOBIET  
NIE WIERZY  
W SWOJE ZDOLNOŚCI  
I MOŻLIWOŚĆ  
OSIĄGNIĘCIA SUKCESU\*

\*ŹRÓDŁO RAPORT "SIŁA KOBIET. JAKIE SĄ WSPÓŁCZESNE POLKI?" MOBILE INSTITUTE

Daj spokój też nie wiem  
w co ręce włożyć, ale jak  
to minie to zbijemy  
sobie piąteczki!

W POSZUKIWANIU BALANSU  
WARTO SKUPIĆ SIĘ NA  
NAJBLIŻSZEJ PERSPEKTYWIE



bardzo brzydkie rysunki

Rys. @bbrzydko dla Semilac

**Co dziś zrobić \_ś swoimi rękami?**





Robił\_ś rzeczy





Wyrażał\_ś się



Walczył\_ś o swoje

A close-up photograph of a woman with long brown hair, wearing a green jacket, painting a young child's fingernails. The child has blonde hair and is wearing a blue and white striped shirt with floral patterns. The woman is holding a small white bottle of nail polish and applying it to the child's hand. The child is looking down at their hand. The scene is set on a table with a white textured cloth. A pink nail file is visible on the table. The text "Dbat\_ś o bliskich" is overlaid in the center of the image.

**Dbat\_ś o bliskich**

A photograph of two hands, one light-skinned and one dark-skinned, reaching towards each other against a soft, hazy sunset sky. The hands are positioned horizontally, with the light-skinned hand on the left and the dark-skinned hand on the right. The text "Dawaj\_ś wsparcie" is overlaid in the center of the image, between the two hands.

**Dawaj\_ś wsparcie**



idea

**SPRAWCZOŚĆ**

**MOC W NASZYCH RĘKACH**



SEMILAC wierzy w sprawczość  
kobięcych dłoni.

Kiedy o nie dbasz, masz moc i możesz  
podać ją\* dalej.

\* (moc, pomocną dłoń)



## **Moc w Twoich rękach**

Uświadamiamy każdej z nas, jak niezwykłą moc mamy w swoich rękach.

Jak wiele możemy nimi zdziałać nie tylko dla siebie, ale także dla innych.

## **Semilac daje moc Waszym dłoniom – produkt w roli wzmacniacza**

Semilac to szeroki wachlarz produktów, które pomagają pielęgnować moc dłoni – ich piękno, siłę, moc wyrażania siebie.

SEMILAC

SEMILAC







# #1 HAND POWER BRAND

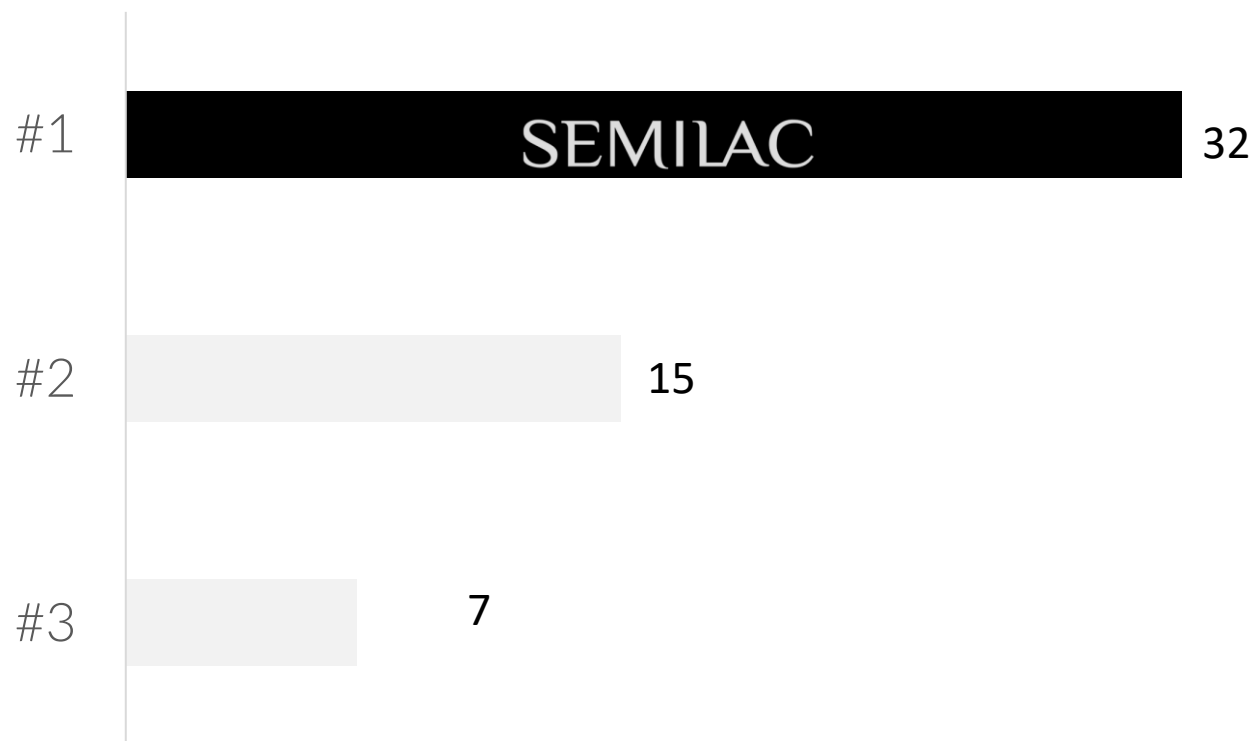
Napełniamy kobiety mocą,  
by nią ośmielone mogły  
podawać ją dalej



Nasze dłonie mają wielką  
moc

Dostrzegamy  
i podkreślamy ich  
znaczenie

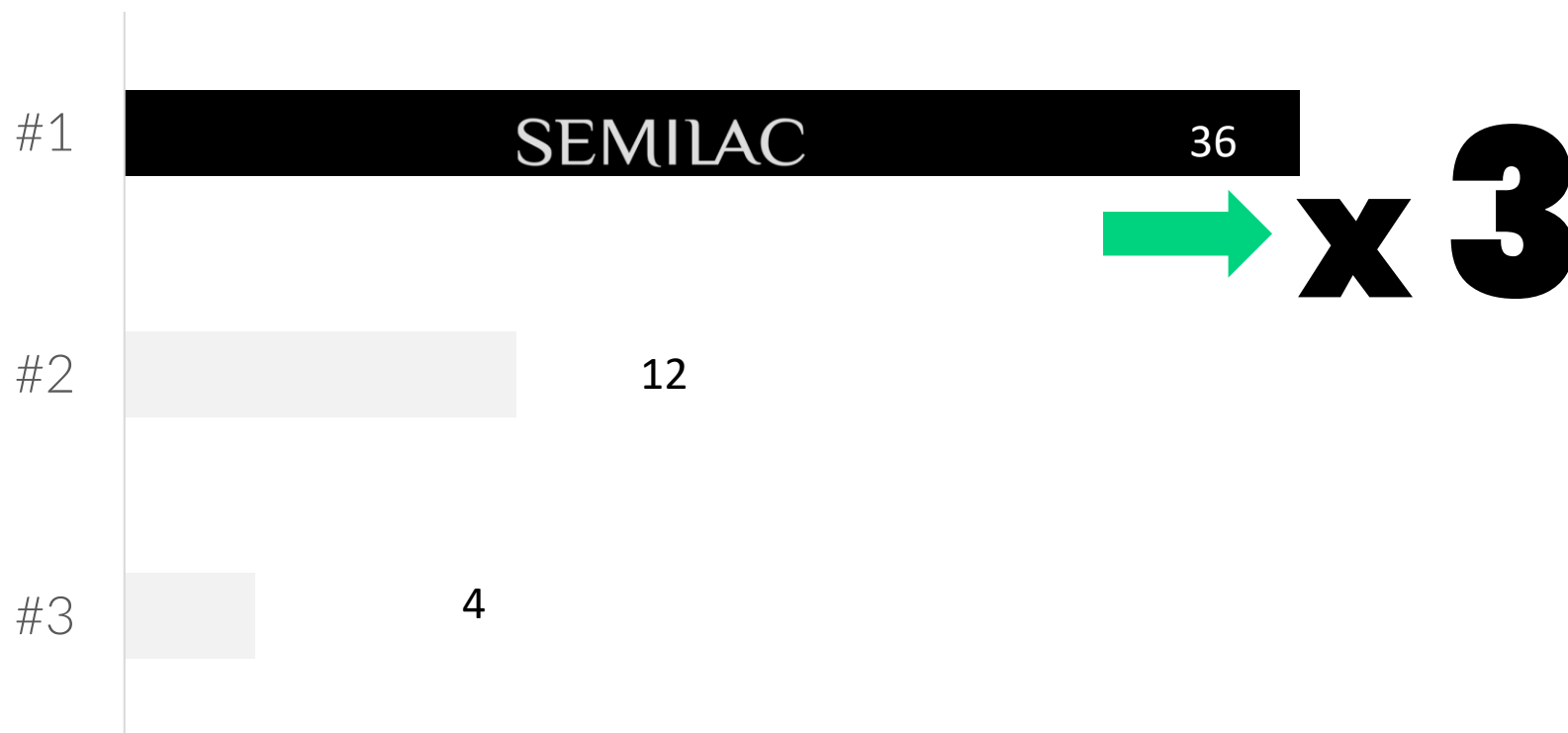
# 50% BARDZIEJ TOP OF MIND



**x2**

Źródło: Badanie ATP Kantar Millward Brown, CAWI, kobiety 18-60, świadomość Top Of Mind marek lakierów do paznokci.  
Luty 2022

# 50% BARDZIEJ TOP OF MIND



Źródło: Badanie ATP Kantar Millward Brown, CAWI, kobiety 18-60, świadomość Top Of Mind marek lakierów do paznokci.  
Luty 2022 vs. Sierpień 2022

# Przez ile sekund produkt był widoczny w spocie?



“*Moc to chodzi o moc tego lakieru też trwałość, ale też ręce same w sobie, dają wsparcie i pokazują ile rzeczy można wykonać tymi rękoma. Dlatego one są takie silne, mocne i ważne.*”



# Konsumentki jakby czytały nasz brief...

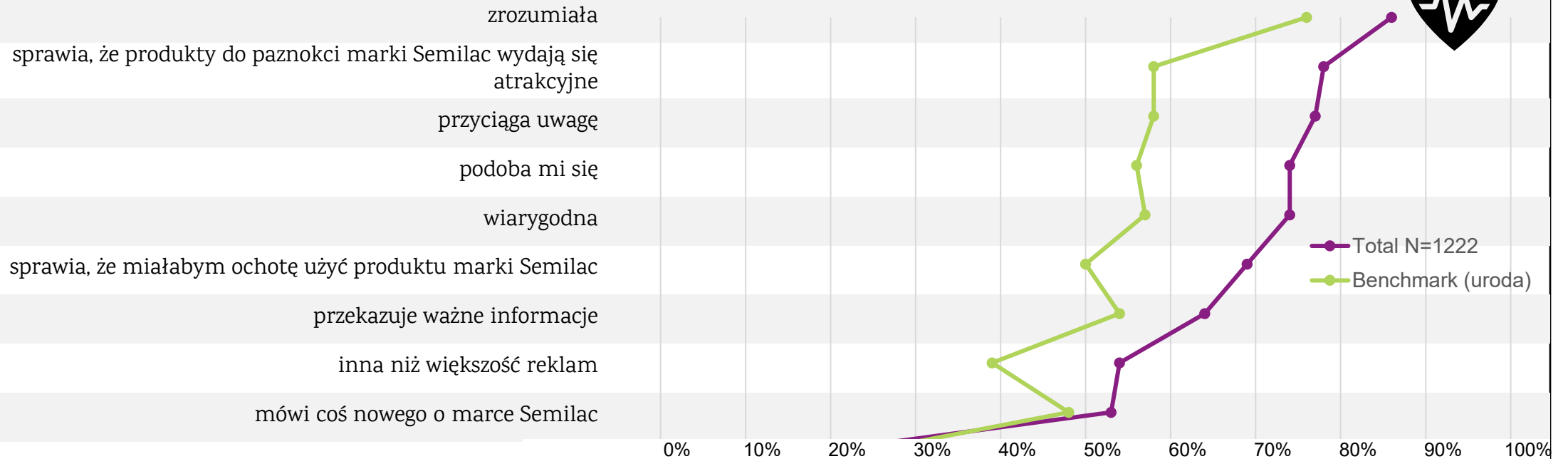
- 71% kobiet uznało, że „**Semilac pozwala kobietom być sobą**”
- Istotny wzrost TOM wśród **nieużytkowników lakierów hybrydowych**
- Wskaźnik **używania najczęściej**: najwyższy w historii pomiarów od 2019
- ... podobnie **affinity marki!**
  - To marka dla mnie
  - Nie odpryskuje
  - Lakiery są trwałe
  - Dobrej jakości

Źródło: Badanie ATP Kantar Millward Brown, CAWI, kobiety 18-60, świadomość Top Of Mind marek lakierów do paznokci.  
Luty 2022 vs. Sierpień 2022

# Interpretacje > benchmark

EWALUACJA I SPONTANICZNY ODBIÓR SPOTU

## EWALUACJA SPOTU (T2B)



“  
Dla wszystkich,  
dla każdej  
kobiety  
”

“  
Dobrze zadbane  
ręce i paznokcie  
”

“  
Dobre, długo  
utrzymujące się  
lakiery, ładne  
kolory  
”

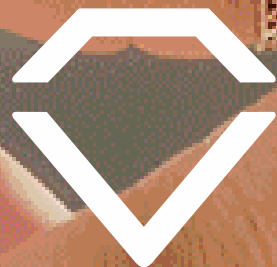
“  
Moc w rękach, silne  
kobiety, pewność  
siebie, wsparcie  
”

**RÓŻNORODNOŚĆ?**



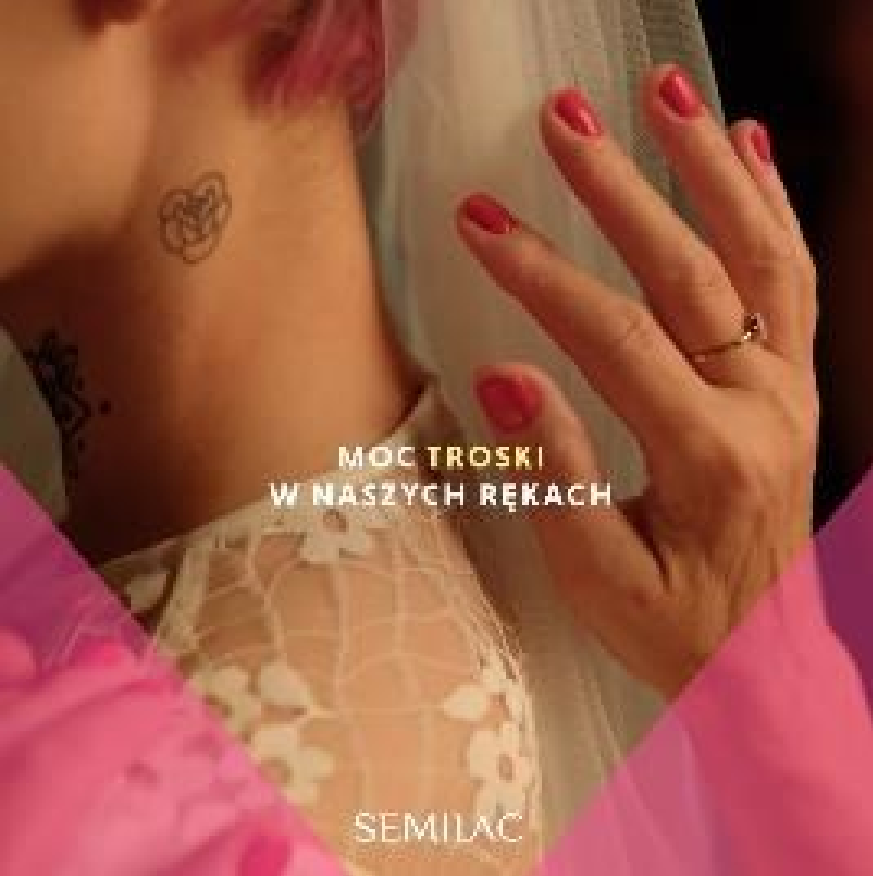


# RÓŻNORODNOŚĆ!

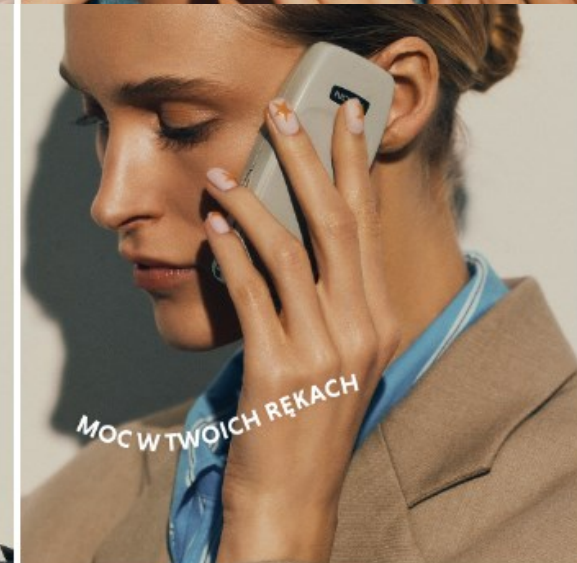


Dwie różne od siebie dłonie wykonują gest, prezentując przy okazji mani.

Nie tylko nawiązujemy do wsparcia, powiedzenia: „Jestem z tobą”, ale czynimy gest nieprzypadkowym, wykonanym celowo dla utworzenia kształtu diamentu.

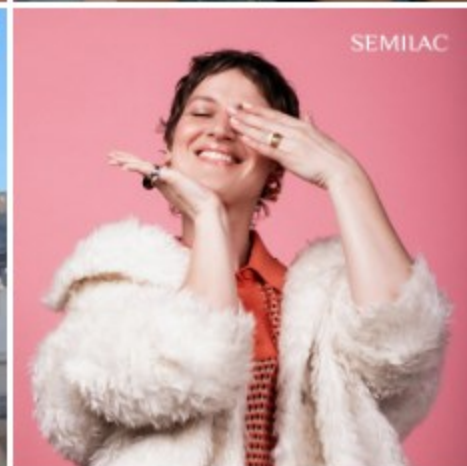
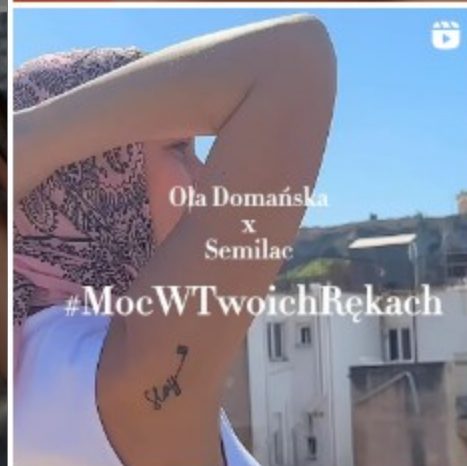
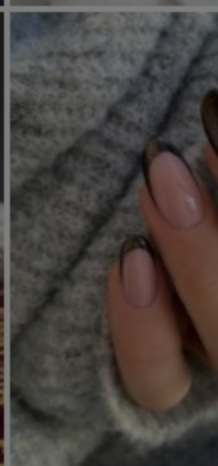
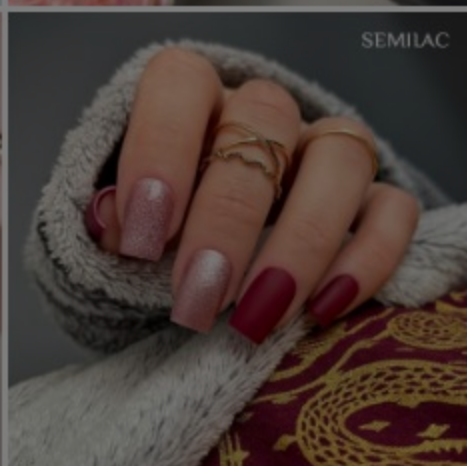
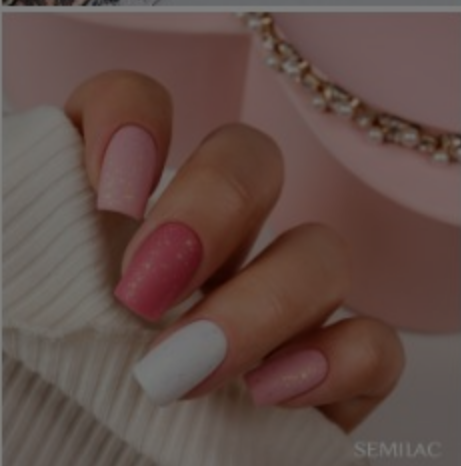
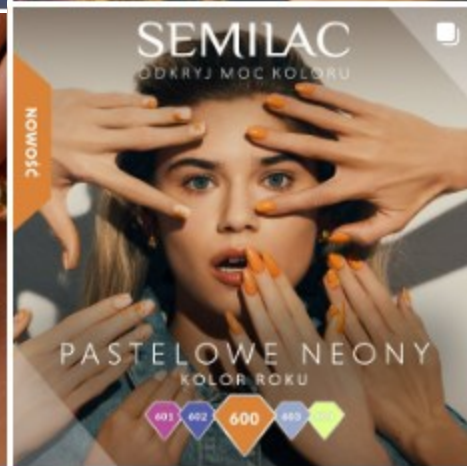
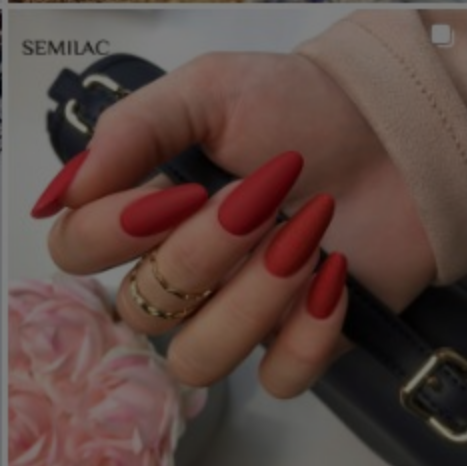


# DZIŚ NAWET O TRENDACH MÓWIMY JĘZYKIEM MOCY I SPRAWCZOŚCI



Fot. Dorota Szulc, 2024





# WARTOŚCI SEMILAC: ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Atrakcyjne i zadbane dłonie budują pewność siebie. Przekazują emocje, gesty.  
Zauważamy, że **dłonie to nie tylko piękna wizytówka**. Uczymy jak o nie dbać.

# SPRAWCZOŚĆ

**Podkreślamy sprawczość i działanie własnymi rękami.** Inspirujemy do wzajemnego wsparcia, wyciągnięcia do siebie dłoni.

# RÓŻNORODNOŚĆ

**Celebrujemy różnorodność i podkreślamy indywidualność.**  
Oferujemy różnorodność technik i produktów w zależności od potrzeb.  
**Demokratyzujemy trendy.**



## PRACA NA INSIGHTACH:

### ODPOWIEDZIALNOŚĆ

Meaningful brand & jakość danych – wspólna, partnerska odpowiedzialność

### SPRAWCZOŚĆ

Praca naszych własnych rąk, wspieranie i motywowanie do działania innych

### RÓŻNORODNOŚĆ

Różne drogi prowadzące do właściwych insightów

**MOC INSIGHTÓW W NASZYCH RĘKACH**



**SEMILAC**



**MAŁGORZATA  
SAKOWICZ-MYŚLICKA  
MARKETING MANAGER**