

Borsthaar mega-hit voor Philips DAP

“Ik zie jullie lachen,” zei Philips-baas Andrea Ragnetti vorige week tegen analisten, “maar wij lachten ook toen we de trend ontdekten.” De scheerdivisie van Philips DAP (*domestic appliances and personal care*) vond uit dat in Engeland de helft van alle mannen niet alleen de kaken onthaart, maar ook denkt aan oksels, borst en andere plekken. In april werd daarom de elektrische *shaver* BodyGroom gelanceerd. Het bleek een instant hit: niet de verwachte 50.000, maar 100.000 heeft Ragnetti's divisie ervan verkocht. “En dat zonder grote investeringen.” In 2006 komt het apparaat ook naar Nederland. Philips mikt op 750.000 stuks. Dat het ook misleunt met productintroductions, blijkt uit het lot van de Sonicare Intelliclean. De samen met Procter & Gamble (P&G) ontwikkelde tandenborstel met pastapomp doet het slecht. “Het is te makkelijk om dat te wijten aan te weinig ondersteuning door P&G of hun overname van Gillette. We hebben niet goed begrepen wat consumenten willen”

