

MIGROS

Sélection

Aus alt wird neu bei Migros Sélection.

DIE AUFGABE: Die Migros hat für ihre Premium-Marke Sélection die Verpackungen grundlegend re-designed und gleichzeitig die Produktpalette vergrössert. Die neue, stilvollere Verpackungsgestaltung mit viel Foodappeal soll bei den Filialleitern kommuniziert werden – mit dem Ziel, dass die Marke Sélection in den Filialen mehr Aufmerksamkeit bekommt und dadurch mehr Produkte verkauft werden.

DIE LÖSUNG: Stellvertretend für die gesamte Sélection Produktpalette verschickten wir eine Tafel Sélection Schokolade an alle Migros Filialleiter. Dieser soll in seiner Schlüsselposition der Migros Premium Marke Sélection mehr Gewicht geben und sie im Laden besser platzieren. Die Schokolade im Mailing war verpackt wie bisher. Doch unter der ersten Verpackungsschicht kam als Überraschung eine zweite hervor: jene im zuvor noch nie gesehenen neuen Design.

DAS ERGEBNIS: Die Produkte von Migros Sélection wurden in der ganzen Schweiz besser platziert: Die Migros Filialen haben die Verfügbarkeit der Produkte erhöht, um der Neupositionierung „Alltagstauglichkeit“ zu begegnen. Zudem sehr positive Resonanz der Filialleiter, welchen die Idee sehr gut gefiel und welche die Neupositionierung durch das Mailing verdeutlicht und erklärt bekamen.



- 1 Die Filialleiter der Migros erhielten per Post eine Geschenkbox. Der Absender war die Migros Premium-Marke Sélection.



- 2 Die Box enthielt einen Folder mit Infos zur Neupositionierung der Marke und dem Re-Design der Verpackungen – sowie eine Tafel Sélection Schokolade.



- 3 In einem Panel wurde der Empfänger aufgefordert, die Schokolade gleich zu öffnen und Sélection neu zu entdecken.



- 4 Beim Auspacken kam unter der gewohnten Schokoladenhülle eine zweite hervor: die zuvor noch nie gesehene im neuen Design.