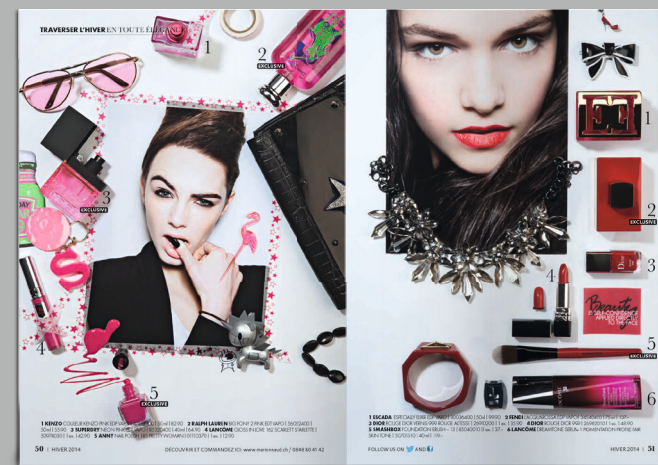
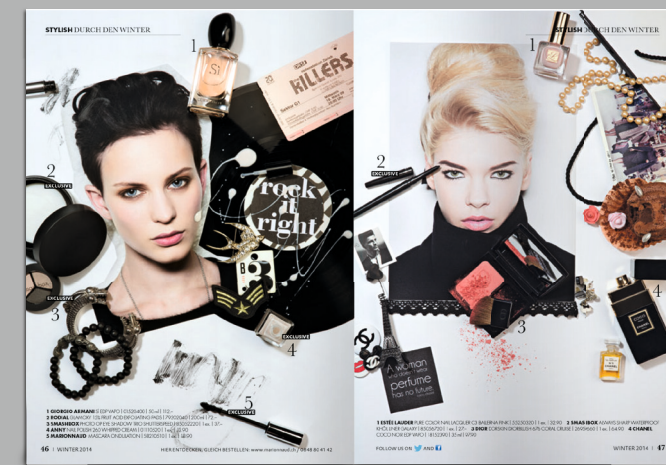




Zielgruppen-Ansprache: Für jeden Typ, die passenden Accessoires und Beauty-Produkte.



Produkt-Demonstration mit Schmink-Tipps für Weihnachten.



Vorstellung von Produkt-Neuheiten, welche exklusiv bei Marionnaud erhältlich sind.



Kompetenz-Demo mit Tipps und -Tricks sowie Step-by-Step-Anleitungen von Experten.

Aufgabe

Neben gezielten Produkte- und Rabattaktionen sollte ein weiteres regelmässiges Kontaktmedium neben den Verkaufszielen auch die Imageziele von Marionnaud fördern.

Umsetzung

Das Marionnaud Magazin erscheint 6x-jährlich und ist eine Mischung aus bezahlten Anzeigen von Marken, deren Produkte Marionnaud verkauft und einem Magazinteil, der die Kompetenz von Marionnaud in Stil, Mode- und Pflegefragen klar unterstreicht.

Ergebnis

Auflage total: 150'000 Stück, davon werden 100'000 versendet und 50'000 werden in den Filialen aufgelegt. Nach dem Aussand ist ein deutlicher Anstieg der Verkaufszahlen der im Magazin angepriesenen Produkte zu verzeichnen. Und zwar im Online-Shop wie auch in den Filialen. Vor allem bei den Produktneuheiten, die im Magazin vorgestellt werden, verzeichnet Marionnaud jeweils eine stark erhöhte Nachfrage. Täglich treffen zudem im Schnitt etwa 10 Bestelltalons per Post ein. Ca. 25% der CHF 10,- Gutscheine werden jeweils eingelöst.



Präsentation der exklusiven Marionnaud Pflegelinie inkl. Produktmuster - Pflegekompetenz.



Sympathisch: Persönliche Begrüssung der Kundinnen durch Marionnaud.



Kommunikation von Store-Neueröffnungen und -Wiederöffnungen .



Interaktion mit der Zielgruppe durch Social Media-Wettbewerbe.



Emotionale Weihnachts-Titelstory mit Gewinnern eines Wettbewerbs inkl. Promotion der Lieblingsprodukte und Geschenkboxen.

