

WIR-FÜR-SIE Exklusiv-Promotion „Beauty-Wochen“

Nach dem erfolgreichen Start im Jubiläumsjahr 2014 ging die WIR-FÜR-SIE Exklusiv-Promotion „Beauty-Wochen“ im Juni 2016 in die dritte Runde. Das Kunden-Event hat sich mittlerweile im Veranstaltungskalender der Gruppe fest etabliert.



WIR-FÜR-SIE
Geschäftsführer
Manfred Dietzler

Unter dem Motto „Color your life“ wurde in den Geschäften für die Kunden der Sommer eingeläutet ... und mit ihm die Lust, das Leben zu genießen, Neues zu probieren und sich rundum wohl und schön zu fühlen. Alles, was das Leben farbiger, frischer und die persönliche Ausstrahlung anziehender und schöner macht, stand auf dem Programm.

Die Zentrale hatte zusammen mit wichtigen Partnerlieferanten ein umfassendes Aktionspaket geschnürt, das von einer Cross-Channel-Werbestrategie, über eine eigene Schaufenster-Dekoration bis hin zum großen Gewinnspiel keine Wünsche offen ließ.

Den konzeptionellen Gedanken des Kunden-Events erklärt WIR-FÜR-SIE Geschäftsführer Manfred Dietzler so:

„Durch die Digitalisierung verändert sich das Verbraucherverhalten massiv, einerseits wandern viele Kunden ins Internet ab, um dort schnell und bequem ihren Bedarf zu decken, andererseits sind die Menschen aber trotz oder auch gerade wegen dieses Mediums stark an persönlichen und sozialen Beziehungen interessiert. Viele Kundinnen möchten nicht einsam am Bildschirm sitzen, das Gegenteil ist der Fall. Sie möchten viel, viel mehr erleben! Die direkte, zwischenmenschliche Kommunikation bekommt

einen völlig neuen, aber entscheidenden Wert.

Die Kundin wird sowohl rational „shoppen“ und das Internet nutzen, will aber auch dort einkaufen, wo ihr Bedürfnis nach direkter Kommunikation, kompetenter, persönlicher Beratung und einem gefühltem Erlebnis zeitgemäß befriedigt wird. Deswegen bin ich überzeugt, dass wir uns in Zukunft noch viel intensiver und über alle Kanäle – sei es persönlich, über Printmedien oder über die modernen Medien – mit unseren Kunden austauschen müssen und sie immer wieder zu uns einladen sollten.

Allerdings muss man heute viel mehr tun als früher, um Beachtung und Aufmerksamkeit bei den Kunden zu finden. Wir haben mit den „Beauty-Wochen“ ein Promotion-Konzept entwickelt, das die moderne Verbraucherin zeitgerechter und über alle Kanäle anspricht. Die Kunden werden in einem Cross-Channel-Medienmix online und offline in die Parfümerien eingeladen: Im klassischen Printbereich funktioniert das über eine Zeitungsbeilage, ein Stammkunden-Mailing, Anzeigen und Presseberichte, am POS wird die Aktion über eine große Dekoration mit Gewinnspiel sowie individuelle Aktionen gespielt und im Internet über Banner, Newsletter und entsprechende Facebook-Posts.“

Als Ergebnis zieht Manfred Dietzler eine sehr erfreuliche Bilanz:

„Die sehr guten Ergebnisse aus den beiden Vorjahren und die überaus positive Resonanz aus dem Gesellschafterkreis waren Anstoß und Motivation für uns, die „Beauty-Wochen“ auch 2016 wieder als konzertierte Gruppen-Promotion durchzuführen. Und es zeigte sich erneut, dass man es mit einer runden und aktiv umgesetzten Aktion schafft, Kunden in die Geschäfte zu ziehen und für den Einkauf im inhabergeführten Fachhandel zu begeistern. Das diesjährige Ergebnis unterstreicht dies eindeutig, denn es ist unseren Mitgliedern im Aktionszeitraum Anfang Juni sogar gelun-



gen, das hervorragende Vorjahresergebnis im stationären Geschäft nochmals zu übertreffen. Die Kombination aus Mailing, Prospekt, Angeboten, POS-Dekoration, Gewinnspiel und individuellen Aktionen vor Ort hat sich als sehr zugkräftig und umsatzstark erwiesen, da sowohl Stammkunden als auch Neukunden angesprochen wurden.“

Ein entscheidender Erfolgsfaktor im stationären Handel ist und bleibt die Kunden-Begeisterung: durch die persönliche Beratung, durch den besonderen Umgang, der dem Kunden ein Wohlgefühl vermittelt, und natürlich durch besondere Aktionen, kurzum – durch ein Einkaufserlebnis mit Erinnerungswert. Mit den „Beauty-Wochen“ bietet die WIR-FÜR-SIE ihren Mitgliedern eine gute Gelegenheit, diesen Erlebnisfaktor für die Kunden vor Ort in den Parfümerien erfahrbar zu machen.

Die zweite Promotion-Welle in diesem Jahr wird am 4. Oktober 2016 unter dem Motto „Beauty-Highlights“ starten.

(Bilder und Text: WIR-FÜR-SIE)