

Markenstyling mit GARNIER

GARNIER Fructis › 02/2010 - 04/2010

Übersicht



Top-Case

- ▶ Kunde verbindet sich mit Deutschlands größter Showmarke
- ▶ starkes Format und starkes (Sender-)gesicht werden vom Kunden bis zum PoS genutzt

Mit "DSDS"-Jurorin Nina Eichinger wurde die erfolgreiche "Beauty/Hairstyling"-Kooperation von GARNIER Fructis fortgesetzt. Als bekanntes Gesicht der RTL Show steht Nina Eichinger für Style und Styling und für große TV-Auftritte. GARNIER hat die passenden Produkte für einen perfekten Auftritt, mit denen sich die unterschiedlichsten Frisuren kreieren lassen. GARNIER entschied sich für Nina Eichinger als Testimonial für ihre Kampagne im "DSDS"-Umfeld. Brand Partnership at its best: eine perfekte Verknüpfung von TV mit werblichen Inhalten!

Weiterführende Informationen im Internet:

- ▶ Case-Study: DSDS als Sprungbrett für Marken-Karrieren

Fakten



Kunde:

GARNIER Fructis

Zeitraum:

02/2010 - 04/2010

Branchen:

Kosmetik und Körperpflege

Gattungen:

TV
Online
Direktmarketing
PoS

Werbeformen:

TV - Special Creation
TV - Exclusive Position
Online In-Page Werbeform
Online In-Stream
Werbeform
RTL Videomail
Werbemittelbranding

Kampagnenart:

Crossmedia

Kampagnenziel:

Absatzsteigerung
Bekanntheitsaufbau
Produkteinführung

GARNIER Fructis › Markenstyling mit GARNIER Gattungen

TV

Die 90-Sekünder vor den Entscheidungsshows zeigten Nina Eichinger als "DSDS"-Jurorin in verschiedenen Situationen vor Ort vor den Liveshows. Zu jeder Show wurde eine andere Frisur in step-by-step-Anwendung unter Verwendung der passenden Fructis-Produkte von Haarexpertin Sina Velke an Nina Eichinger vorgestellt. Die Frisur von Nina Eichinger in den Liveshows war dabei stets dieselbe wie die Frisurempfehlung in der jeweiligen Promostory. Ein Programmsplit, der als Cut-Down der Promostorys innerhalb der Entscheidungsshow eingesetzt wurde, sorgte für zusätzliche Aufmerksamkeit für die GARNIER-Produkte und verstärkte den Remindereffekt.



TV - Special Creation - Promostory



TV - Exclusive Position - Programmsplit

Weiterführende Informationen im Internet:

- ▶ [Programmsplit](#)
- ▶ [Promostory](#)

GARNIER Fructis › Markenstyling mit GARNIER Gattungen

Online

Alle "DSDS"-Fans, die die TV-Sendung verpasst hatten, konnten auf RTL NOW die letzte Live- und Entscheidungsshow sehen. Hier suchte GARNIER mit der Platzierung eines Mid-Rolls die Nähe zum Format - und zu den "DSDS"-Anhängern.



Online In-Stream Werbeform - Mid-Roll



Online In-Page Werbeform - Wallpaper

Weiterführende Informationen im Internet:

- ▶ [Online In-Page Werbeform](#)
- ▶ [Online In-Stream Werbeform](#)

GARNIER Fructis › Markenstyling mit GARNIER Gattungen

Direktmarketing

Mit dem Versand der im Look & Feel von GARNIER gestalteten RTL Videomail wurde ein zusätzlicher Weg gewählt, um die Zielgruppe auf die GARNIER-Produkte aufmerksam zu machen.



RTL Videomail

Weiterführende Informationen im Internet:

- ▶ [RTL Videomail](#)

GARNIER Fructis › Markenstyling mit GARNIER Gattungen

PoS

Sogar im Handel präsent: GARNIER und das Testimonial Nina Eichinger waren auf etlichen Aufstellern in Drogerie-Märkten zu sehen und animierten zum Kauf der Produkte und zum Nachstylen von Nina's Frisuren.



Werbemittelbranding - Aufsteller