



DOUGLAS BEAUTY TESTER

## HOW TO: WORD-OF-MOUTH FÜR VALENTINO

### **USER GENERATED CONTENT ERHÖHT DIE MARKEN- BEKANNTHEIT**

#### **DIE HERAUSFORDERUNG VON VALENTINO**

Immer mehr Kunden machen ihren Kauf davon abhängig, wie andere Kunden das Produkt bewertet haben. Hat ein Produkt zu wenig oder sogar gar keine Bewertungen, fällt der Abverkauf schwer. Vor allem neue Produkte stehen vor dieser Herausforderung.

#### **UNSER ANSATZ:**

Zusammen mit Valentino planten wir eine Kampagne mit dem Douglas Beautytester, in der wir eine Social Media affine Zielgruppe anboten das Produkt zu testen. Um die bestmöglichen Ergebnisse zu erhalten, wurden nur die Segmente angeschrieben, die bereits Kaufpräferenzen gezeigt haben und auch durch ihre demographischen Daten in das Profil passten.

#### **DIE ERGEBNISSE:**

Die Douglas Beautytester Kampagne war ein voller Erfolg. Mit mehr als 1.600 Bewerbungen auf gerade einmal 150 Produkt Sendouts war das Interesse groß. Wenig überraschend waren dann die KPIs der Kampagne.

Nicht nur eine Social Post Rate von über 30%, die einen enormen Social Buzz über Mund zu Mund Propaganda auslöste, sondern auch eine Weiterempfehlungsrate von 99% und über 120 neue Bewertungen des Produkts im Onlineshop konnten erfasst werden.

