

# 19% Sales Uplift für Yves Rocher.

# Dank Konsumenten- Aktivierung von trnd.



trnd

Wollen Sie  
das auch?



# 19% Sales Uplift für Yves Rocher.

Dank Konsumenten-Aktivierung von trnd.

## trnd aktiviert Konsumenten.

Yves Rocher wollte die Anti-Aging Linie Yves Rocher Elixir 7.9 bekannt machen und **mehr Kunden in die Stores bringen** (in diesem Fall in München, Hamburg und Köln). Wir von trnd haben Yves Rocher geholfen, diese Ziele zu erreichen – ganz einfach, indem wir die Power „ganz normaler Konsumenten“ aktiviert und diese Konsumenten zu Mitwirkenden im Marketing gemacht haben.



## Yves Rocher Store Marketing-Assistenten.

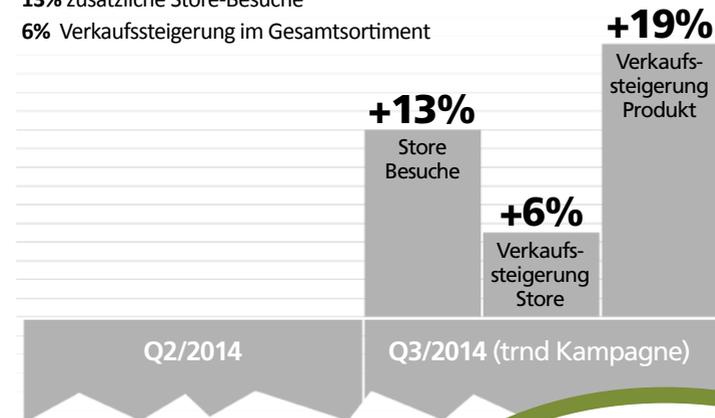
Wir identifizierten eine Gruppe von 1.500 Konsumenten, die nach Zielgruppen- und Word-of-Mouth-Potenzial optimal als Markenbotschafter für Yves Rocher geeignet waren. Diese Konsumentengruppe haben wir anschließend zu **Yves Rocher Store Marketing-Assistenten** ausgebildet, sie mit der neuen Anti-Aging Linie Yves Rocher Elixir 7.9 ausgestattet und ihnen „ihren“ lokalen Store in der direkten Nachbarschaft zur Seite gestellt. Der Auftrag an die Marketing-Assistenten: das neue Yves Rocher Elixir 7.9 gemeinsam mit Freunden und Bekannten auszuprobieren und bekannt zu machen und „ihren“ Yves Rocher Store im Freundeskreis zu promoten.



## Das Ergebnis: Mehr Besucher, mehr Umsatz.

In den zwei Monaten Kampagnenlaufzeit (in Q3/14) konnten unsere Marketing-Assistenten folgende Ergebnisse erzielen:

- 19%** Verkaufssteigerung von Yves Rocher Elixir 7.9
- 13%** zusätzliche Store-Besuche
- 6%** Verkaufssteigerung im Gesamtsortiment



Die Messung bildet ausschließlich den Kampagnenzeitraum ab und beinhaltet keine Aufaddierung längerfristiger Treueeffekte von wiederkehrenden Konsumenten. Europa-Universität Viadrina Frankfurt (Oder): Marketing Mix Impacts für Yves Rocher 2014.

**19% mehr Umsatz**  
durch Aktivierung der richtigen Konsumenten!

„Wir sind sehr zufrieden mit den beeindruckenden Ergebnissen. Wir sind uns jetzt sicher, dass Word-of-Mouth ein wichtiges Werkzeug ist und von nun an seinen festen Platz in unserem Cross-Channel Marketing Mix haben wird. Deshalb wollen wir auch weiterhin Budget für die Umsetzung einkalkulieren.“

**Marie-Bernadette Cals**  
Head of Brand Recruitment, Yves Rocher

# trnd

trnd ist Europas führendes Unternehmen für **Collaborative Marketing**. Wir ermöglichen es großen Marken und Unternehmen, die „verborgenen Kräfte“ großer Konsumentengruppen zu aktivieren und gewinnbringend für das Marketing zu nutzen – zum Beispiel, um Produkte bekannt zu machen (**Word-of-Mouth/Online-Buzz**), um Inhalte im Social Web zu platzieren (**Content-Marketing**) oder um neue Produkte mitzuentwickeln (**Co-Creation**).

trnd wurde 2005 gegründet – zu den Gesellschaftern gehört mittlerweile Gruner + Jahr (Bertelsmann Gruppe). trnd beschäftigt über 200 Mitarbeiter, die bisher mehr als **1.000 Collaborative Marketing Kampagnen in 19 europäischen Märkten** durchgeführt haben: in Deutschland, Österreich, Schweiz, Spanien, Portugal, Frankreich, Belgien, Italien, England, Irland, Griechenland, Türkei, Niederlande, Ungarn, Tschechien, Polen, Schweden, Finnland und der Slowakei.

Zu unseren langjährigen trnd-Kunden gehören u.a. Procter & Gamble, Henkel, Nestlé, Philips, Samsung, SCA, L'Oréal, Beiersdorf und Unilever.

trnd DACH GmbH · Winzererstr. 47d · 80797 München · Telefon +49 (0) 89 307 668 - 0

Lassen Sie die Power  
Ihrer Konsumenten  
nicht ungenutzt!



## Welche Konsumentengruppe dürfen wir für Sie aktivieren?

Rufen Sie uns an oder schicken Sie uns eine eMail. Wir zeigen Ihnen gern, wie Sie Ihre Zielgruppe(n) gewinnbringend aktivieren:

**+49 (0) 89 307 668 - 0**  
**beratung@trnd.com**  
**www.trnd.com/company**