

WELLA SALON MARKETING

Mein Erfolg. Einfach bestellt.

10-jähriges Firmenjubiläum zur Kundenaktivierung

„450 Kunden aufgrund der Erinnerungskarte und 18% Umsatzsteigerung sprechen für sich!“



Mein Steckbrief

Friseur: Annett Schelske
Salon: Friseurkosmetik Annett Schelske
Ort: Berlin
Lage und Ort: Innenstadtlage
Bedienplätze: 10
Zeitraum der Aktion: März bis Juni 2011

10-jähriges Firmenjubiläum:

- Zur Aktivierung der Bestandskunden
- Bewerbung Wella Produkte

Bestellte Werbemittel:

- 802 Erinnerungskarten als Mailing an Bestandskunden, SP Care
- 1 Preisliste, Farbe
- 3 Innenbanner
- 1 Poster, Styling
- 1.000 Empfehlungskarten, SP Care
- 500 Gutscheine, SP Care

Meine Investition für gesamte Aktion:

- ca. 1.500 Euro

Mein Erfolg:

- 450 Kunden mit Erinnerungskarte im Salon
- 8.000 Euro Umsatzsteigerung (18%)
- überdurchschnittlich gute Rücklaufquote
- hohe Aufmerksamkeit und Neukundengewinnung

Das Interview zum Werbeerfolg

Wella Salon Marketing (WSM): Sie haben sich für die Durchführung Ihrer Werbeaktion mit Wella Salon Marketing (WSM) entschieden – warum?

Barbara Boitz: Mich hat die große Vielseitigkeit von WSM überzeugt, dass es für jedes Problem eine Lösung gibt.

Außerdem gibt es ein riesiges Spektrum an Werbeaktivitäten.

WSM: Was wollten Sie mit Ihrer Werbeaktion erreichen?

Barbara Boitz: Wir wollten auf unser 10-jähriges Firmenjubiläum am Standort und gleichzeitig auf unseren Partner Wella Professional mit den Produkten von SP und Sebastian aufmerksam machen.

WSM: Und haben Sie Ihre Ziele erreicht?

Barbara Boitz: In der Flut von Mitbewerbern haben wir durch unsere Werbeaktionen unseren Salon Auftritt professionell gestalten und stärken können. Somit konnten wir unseren Bekanntheitsgrad über unseren Standort hinaus erhöhen. Außerdem wurde unser Image gesteigert.

WSM: Wie fallen die Reaktionen Ihrer Kunden auf die Aktionen aus?

Barbara Boitz: Durchweg positiv. Der Kunde merkt, dass wir etwas bewegen wollen und uns eben nie mit dem Erreichten zufrieden geben.

WSM: Würden Sie sagen, die Investition hat sich gelohnt?

Barbara Boitz: Mehr als das! Image und Bekanntheitsgrad wurden aufgewertet und rund einen Monat nach der Aktion haben wir weiterhin einen Zugewinn an Neukunden. Außerdem besuchten uns 450 Kunden aufgrund der Erinnerungskarte. 18% Umsatzsteigerung sprechen für sich!

WSM: Planen Sie weitere Werbeaktivitäten?

Barbara Boitz: Haben wir schon! Um unseren Außenauftritt zu stärken unterstützen uns eine neue Easyflag, sowie der Kundenstopper. Damit kommt niemand an unserem Salon vorbei.

WSM: Abschließend, wie beurteilen Sie die Betreuung durch das Wella Salon Marketing-Team?

Barbara Boitz: Die Betreuung ist einfach Klasse. Die Werbeberater sind kompetent, immer ansprechbar und wenn es bei der Eingabe einmal nicht so klappen sollte, sind sie sofort hilfsbereit zur Stelle. Das Team von Wella Salon Marketing ist einfach unvergleichbar.