

CASE - GLOSSYBOX

INFLUENCER MARKETING - EIN INTEGRIERTER TEIL DES MEDIENMIX FÜR GLOSSYBOX

Glossybox ist der weltweit führende Abonnementdienst für Schönheitsprodukte. Einmal im Monat erhalten Abonnenten eine Lieferung mit fünf Überraschungs-Produkten aus dem Beauty- und Pflegebereich direkt ins Haus. Cure Media und Glossybox arbeiten seit über zwei Jahren zusammen und haben mittlerweile einige Kampagnen zusammen ins Leben gerufen. Das Ergebnis? Die Engagement-Raten liegen bei über 7 %, und das Influencer-Marketing ist zu einem natürlichen Bestandteil des Medienmix geworden.

Mit dem Einstieg in das Influencer-Marketing verfolgte Glossybox von Beginn an zwei Ziele: die Steigerung von Umsatz und Abonnenten, sowie die Steigerung der Markenbekanntheit bei weiblichen Millennials. Die Kampagnen liefen in Schweden, Finnland sowie Deutschland, dem Geburtsland des Unternehmens. Erst kürzlich hat Glossybox seine Box in Finnland eingeführt. Daher hat man sich in diesem Markt besonders darauf konzentriert, eine starke Präsenz und Markenpositionierung aufzubauen.


GLOSSYBOX


CURE
M E D I A



GLOSSYBOX

CASE - GLOSSYBOX

Zusammen mit Glossybox haben wir eine sogenannte „Unboxing-Kampagne“ organisiert, sprich die teilnehmenden Influencer sollten dokumentieren, wie sie ihre Beauty-Boxen öffnen. Gerade wenn es um diese Art von Produkten geht, ist Unboxing ein hervorragendes Kampagnenformat. Die Produkte werden auf eine anschauliche Weise präsentiert, während die Influencer ihr Publikum inspirieren und persönliche Tipps und Gedanken zu Beauty- und Hautpflege im Allgemeinen teilen können.

Cure Media hat die relevantesten und als Trendsetter geltende Influencer im Beauty- und Hautpflegebereich identifiziert und aktiviert. Dabei wurde die von Glossybox vorgegebene Zielgruppe und Kampagnenstrategie berücksichtigt. Jedes Influencer-Profil wurde aufgrund seiner großen Resonanz bei Anhängern sowie der Fähigkeit, ein hohes Maß an Engagement zu erreichen, ausgewählt – eines der Hauptkriterien für den Erfolg für Kampagnen dieser Art.

Und das Resultat? Die Bemühungen von Glossybox im Influencer-Marketing haben zu positiven Zahlen geführt, mit Engagement-Raten von über 7%! Glossybox hat sich entschieden, weiterhin mit Cure Media zusammenzuarbeiten, und betrachtet Influencer Marketing als einen festen Bestandteil seines Medienmix – der Schlüssel zum Erfolg beim Influencer Marketing.



Folgen Sie uns in den sozialen Netzwerken!



Hinweis: Aus Gründen der Lesbarkeit wird bei Personenbezeichnungen die männliche Form gewählt, es ist jedoch immer die weibliche Form mitgemeint.