

07.03.2018 – 07:00 Uhr

Kundenerlebnis im Mittelpunkt der Strategie von Lancôme



Genf (ots) -

Auch mit über 80 Jahren ist LANCÔME schön wie eh und je. Schon seit ihrer Gründung will die Marke den Geist und Geschmack französischer Eleganz mit einem gewissen Hauch von je ne sais quoi in die Welt tragen. Aus dem Motto «Declaring Happiness» wurde eine wahrhaftige Mission, da Lancôme davon überzeugt ist, dass Glück die schönste Form von Schönheit ist. Eine einzigartige und immer inspirierte Schönheit, zu der man steht.

Lancôme hat zahlreiche Kultprodukte kreiert, die aus der Parfümerie nicht mehr wegzudenken sind, wie z.B. La Vie est Belle, Hypnôse Mascara, oder Teint Idole. Dennoch vollzieht sich derzeit auf dem Schweizer Kosmetikmarkt ein Paradigmenwechsel; ein Wandel, der darüber hinaus auch in ganz Europa zu beobachten ist. «Der Markt verändert sich. Es spielen nicht mehr nur die traditionellen grossen Marken mit, sondern es gesellen sich auch neue Nischenmarken hinzu. Diese neue Situation bietet uns gleich zwei Möglichkeiten, denn wir können vom so generierten neuen Verkehr profitieren und dabei unsere Komfortzone verlassen, erklärt Isabelle Maschio, Brand Director für Lancôme in der Schweiz.

Isabelle Maschio, 40, ist seit 2010 bei L'Oréal. Nach ihrer Tätigkeit für die internationale Produktentwicklung in Paris kam sie 2012 zunächst als Marketing Director L'Oréal Paris und schliesslich als Marketing Director des Geschäftsbereichs Consumer Products zu L'Oréal Schweiz. Nach weiteren Erfahrungen als Key Account Manager des Geschäftsbereichs Luxus wurde sie Ende 2017 Brand Director für die Marke Lancôme und verfolgt seitdem zwei Hauptziele: Lancôme wieder auf den Kern ausrichten und den Kundinnen über die Produkte selbst hinausgehende Erlebnisse anbieten.

Ebenso will Maschio Frauen wieder in den Mittelpunkt der Strategie von Lancôme stellen. Neben einem Produkt erwartet die Kundin einen exzellenten Service und ein Erlebnis, das zu ihrem Lebensstil passt. Dabei vervielfacht die Marke Initiativen, die ein personalisiertes Kundenerlebnis bieten. 2018 werden den Kundinnen daher in der ganzen Schweiz auf den «Happiness on Tour»-Podien absolut positive Erlebnisse geboten: Neuartiges für die Sinne, personalisierte Tipps für Make-up und Skincare sowie grosszügiges Sampling. In Kaufhäusern bietet die Marke mit den 40 Nuancen von Teint Idole zudem von jetzt an einen Service zum Thema massgeschneiderten Teint und eine kostenlose siebentägige Testphase für daheim. Im Juni wird im Manor Genf mit dem ersten Sharing Table in der Schweiz ein neuartiges und exklusives Verkaufsstellenkonzept von Lancôme vorgestellt werden. Dabei handelt es sich um einen offen gestalteten und einladenden Bereich, der an den Wohnraum eines Hauses erinnert und der dazu gedacht ist, Produkte zu berühren, zu testen und sich an der Schönheit - der freien und erschwinglichen Schönheit von LANCÔME - zu berauschen. Jeden Monat werden dort zudem Masterclasses organisiert. «Unsere tägliche Motivation besteht darin, dass jede Frau, die zu Lancôme kommt, danach nicht nur schöner, sondern auch glücklicher ist», fügt Isabelle Maschio hinzu. Schliesslich stärkt diese zum Teil gedachte Schönheit dank ganzjähriger Angebote bei unseren Partnern auch die Nähe zu vernetzen Kundinnen. www.lancome.ch

Kontakt:

Lancôme Presse-Service, infoline@ch.loreal.com, Tel. 058 105 10 10

Medieninhalte



Laut Isabelle Maschio, Brand Director für Lancôme, vollzieht sich derzeit auf dem Schweizer Kosmetikmarkt ein Paradigmenwechsel. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100051682 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/L'Oréal Suisse SA/Marc Ninghetto"



Lancôme La Vie est Belle L'Éclat / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100051682 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/L'Oréal Suisse SA"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100051682/100813097> abgerufen werden.