

07.03.2018 – 07:00 Uhr

L'expérience cliente au coeur de la stratégie de Lancôme



Genève (ots) -

Créée il y a huit décennies, LANCÔME n'a pourtant pas pris une ride. Elle affirme depuis ses débuts sa volonté de diffuser l'esprit et le goût de l'élégance française à travers le monde, avec cette petite touche de « je ne sais quoi ». La marque a fait de "Declaring Happiness" une véritable mission car pour Lancôme, le bonheur est la plus belle forme de beauté. Une beauté assumée, singulière et toujours inspirée.

Lancôme est à l'origine de plusieurs produits iconiques, devenus des incontournables de la parfumerie, comme par exemple La Vie est Belle, Hypnôse Mascara, ou encore Teint Idole. Cependant, un changement de paradigme s'opère sur le marché cosmétique suisse, une transformation qui s'observe d'ailleurs à l'échelle européenne. « Le paysage change, la scène n'est plus uniquement réservée aux grandes marques traditionnelles, des nouvelles marques de niche entrent dans la famille. Cet état de fait nous offre une double opportunité : celle de bénéficier du nouveau trafic ainsi généré et de sortir de notre zone de confort", déclare Isabelle Maschio, Directrice de la marque Lancôme en Suisse.

Isabelle Maschio, 40 ans, a rejoint le Groupe en 2010. Recrutée à Paris au sein des équipes Développement produits à l'international, elle intègre la filiale suisse en 2012 pour reprendre la direction marketing de L'Oréal Paris puis de la Division des produits grand public. Enrichie d'une expérience de Key Account Manager dans la Division luxe, elle est nommée Directrice de marque Lancôme fin 2017 avec deux missions : recentrer Lancôme sur ses piliers et faire vivre aux femmes des expériences qui vont bien au-delà des produits.

Aussi, la Directrice de marque veut remettre la femme au centre de la stratégie de Lancôme. Au-delà d'un produit, elle attend un service irréprochable et une expérience qui s'accorde à son style de vie. La marque rivalise d'initiatives pour offrir au consommateur une expérience personnalisée. Ainsi, en 2018, les femmes pourront vivre une expérience 100% positive sur les podiums « Happiness on Tour » dans toute la Suisse: découvertes sensorielles, conseils make-up et skincare personnalisés, échantillonnage généreux. En grands-magasins, la marque propose désormais un service de Teint sur-mesure au travers de ses 40 nuances de Teint Idole et offre à ses clientes 7 jours d'essai gratuit à la maison. Dès le mois de juin, un nouveau concept exclusif de comptoir Lancôme sera inauguré à Manor Genève avec une Sharing Table, la première en suisse : un espace ouvert et convivial pensé comme la pièce à vivre de la maison et conçu pour toucher, tester, s'enivrer de beauté : cette beauté libre et accessible de LANCÔME. Des Masterclass y seront organisées chaque mois. « Notre ambition jour après jour : que chaque femme qui vient chez Lancôme pour être plus belle en reparte toujours plus heureuse » ajoute Isabelle Maschio. Enfin, cette beauté qui se partage renforce aussi sa proximité avec les femmes connectées, via des offres spéciales toute l'année chez nos partenaires.

www.lancome.ch

Contact:

Medieninhalte



D'après Isabelle Maschio, directrice de la marque Lancôme, un changement de paradigme s'opère sur le marché cosmétique suisse. Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100051682 / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/L'Oréal Suisse SA/Marc Ninghetto"



Lancôme La Vie est Belle L'Éclat / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100051682 / L'utilisation de cette image est pour des buts rédactionnels gratuite. Publication sous indication de source: "obs/L'Oréal Suisse SA"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100051682/100813098> abgerufen werden.