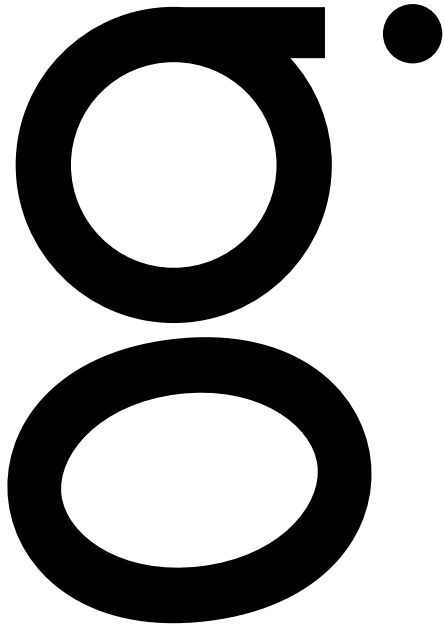




Blick von der Theodor-Heuss-Brücke auf die am Südufer befindliche Neckarwiese. Die Räumlichkeiten von GoYa! befinden sich an der Uferstraße. Nur wenige Schritte vom Büro der Agentur entfernt, am Fuße des Hanges, beginnt der berühmte Philosophenweg, auf dem einst Geistesgrößen wie der Soziologe und Volkswirtschaftler Max Weber (1864–1920) ihren Gedanken nachgingen. Von diesem wunderschönen Blick auf die Heidelberger Altstadt lassen sich heute die Berater und Kreativen von GoYa! inspirieren.



Marken ganzheitlich denken und emotional kommunizieren.

GoYa! Die Markenagentur GmbH, Heidelberg | Madrid | Zürich

Unsere Ideen.

Nassau, den 23. August 2010



Die Attraktivität der bestehenden Vkf-Aktionen wird gegenüber dem Außendienst, dem Handel und dem Konsumenten erhöht. Und zwar wie folgt:

- ERSTENS.** Die Vkf-Aktionen werden in thematischer, optischer und emotionaler Hinsicht in Richtung „Das will ich haben.“ weiterentwickelt.
- ZWEITENS.** Die Sprache (Aktionsmotto, Headlines, Fließtexte) wird in der Hinsicht weiterentwickelt, dass die eingesetzten Wörter nunmehr Bilder schaffen und die so wichtigen positiven Assoziationen auslösen.
- DRITTENS.** Als Platzierungen sind vorgesehen: das Regal, Zweitplatzierungen und Aktionsplatzierungen (Outdoor).

Über der Vkf-Aktion steht ein Dach.

Dieses einheitliche Dach besteht aus drei Konstanten, die maßgeblich für die gesamte Aktion sind:

- _ die Idee: das thematische Dach, das sich durch den ganzen Auftritt zieht
- _ das Motto: das verbale Dach, das sich durch den ganzen Auftritt zieht
- _ das Key Visual/die Bildwelt: das visuelle Dach, das sich durch den ganzen Auftritt zieht

Wir arbeiten mit Wortpaaren, die Bilder und Assoziationsräume schaffen.

Auszeitlust

Wärmeoase

Entspannungslust

Wärmegenuss

Nackenkribbeln

Liebesbeweis

Spannungslöser

Geschenklust

Entspannungszeit

Kurzurlaub

Logovorschläge zu Soehnle Relax

Dachmarke

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
relax

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
RELAX

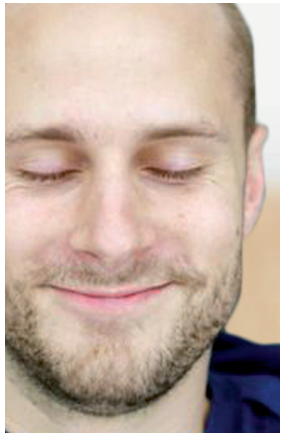
L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
RELAX

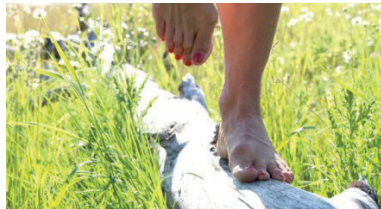
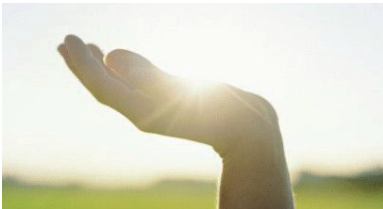
Submarken

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
? ? ?

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
? ? ?

L I F E I N B A L A N C E
SOEHNLE
RELAX





Ideen für ein Mehr an Aufmerksamkeit bei der Verpackung (die alte Verpackung wird jedoch beibehalten).



Buttons / Aufkleber



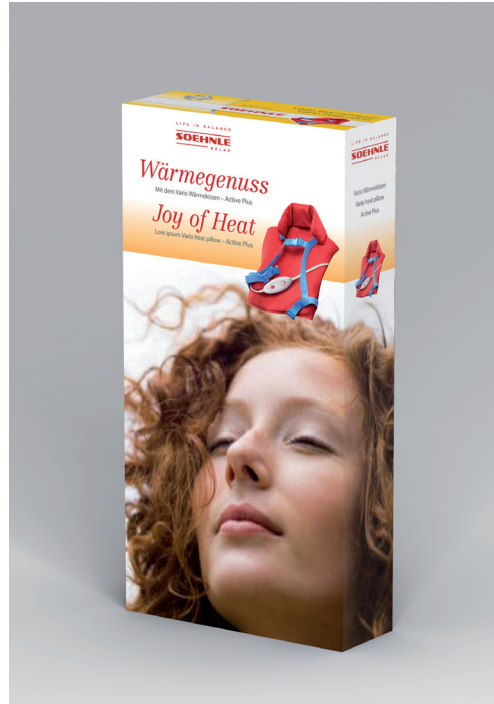
Anhänger / Leporello

Ideen für ein Mehr an Aufmerksamkeit bei der Verpackung (die alte Verpackung wird jedoch beibehalten).



Banderole

Ideen für ein Mehr an Aufmerksamkeit bei der Verpackung (die alte Verpackung wird jedoch beibehalten).



Banderole

Besondere Umverpackungen für besondere Anlässe (Valentinstag, Weihnachten ...).



Geschirrhandtuch
Küchenwaagen



Handtuch
Personenwaagen



Mikrofaserdecke
SOEHNLE relax

Ideen für ein Mehr an Aufmerksamkeit bei der Verpackung: neue Verpackung, bei der die Produkte sichtbar sind.



Verwendung eines Aktionsmottos.

Unser Vorschlag: Hot Spot.

Die Doppeldeutigkeit des Wortes „Hot Spot“ schafft interessante Bilder und Assoziationen für die Kommunikation.

ERSTENS. Hot Spot steht für etwas, das besonders im Trend ist.
=> sprich, die neue Produktrange SOEHNLE RELAX.

ZWEITENS. Hot Spot steht für Wärme. (bzw. für ein Zentrum vulkanischer Aktivität)
=> sprich, die Vkf-Aktion ist ein Ort, der Wärme und Entspannung verspricht,
weil hier z.B. die SOEHNLE RELAX Heiz- und Massageräte ausprobiert werden können.

Von der kleinen (Wirkungs-) Lösung bis zur großen (Wirkungs-) Lösung.



Kleine Lösung



Von der kleinen (Wirkungs-) Lösung bis zur großen (Wirkungs-) Lösung.



Mittlere Lösung

Von der kleinen (Wirkungs-) Lösung bis zur großen (Wirkungs-) Lösung.



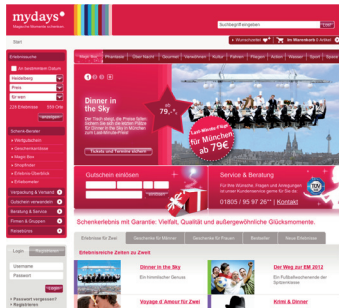
Mittlere Lösung

Von der kleinen (Wirkungs-) Lösung bis zur großen (Wirkungs-) Lösung.



Große Lösung





Gewinnspiel

Mit dem Kauf eines Heizkissens oder eines Massagegerätes erhält der Käufer einen Gutscheincode für eine „Schöne Tage schenken“-Buchung auf dem Onlineportal von mydays.

Verlosung am Hot Spot

Am Hot Spot wird auf die mydays-Verlosung aufmerksam gemacht, bei der die Käufer einen Gutschein für „Schöne Tage“ bei mydays gewinnen können.

Crossmarketing-Aktion „Wohlfühltag – 2 Produkte in einem!“

Z. B. an Weihnachten. Beim Kauf eines SOEHNLE Massagekissens erwirbt der Käufer zusätzlich beispielweise ein mydays-Wochenende.

Promotionaktion am PoS

Während eine Person ihre Balance testet, schauen die anderen zu, bevor sie evtl. selbst ausprobieren. Sie setzen sich in die Loungesessel oder auf die Bank und werden dabei massiert. Beim Kauf eines Massagerätes oder Heizkissens erhalten die Käufer automatisch einen Gutscheincode für die Teilnahme an einem Gewinnspiel, bei dem Wiifit-Balance-Boards verlost werden.



Selbstausröser zum Thema Selfness

Am PoS nehmen die Leute Platz und haben die Möglichkeit, ein Selbstausröserfoto zu machen. Das sehen sie dann auf einem Bildschirm. Sie können einen Text hinzufügen zum Thema „Ich / Wir sind wir selbst, wenn wir ...“.

Online (auf der Webseite oder auf Facebook) kann über das beste Foto abgestimmt werden. Dieses wird das Titelfoto des nächsten Kataloges.



Personalisierte Kissen

Am PoS gibt es die Möglichkeit, das Heizkissen mit einem persönlichen Spruch bedrucken zu lassen.



Promotionaktion mit mobilen Promotenteams, die durch die Gegend laufen oder an einem festem Hot Spot sind. Es werden Handwärmer für die Tasche und Flyer zur Produkteinführung der neuen Massagegeräte und Heizkissen in Fußgängerzonen, Drogeriemärkten, auf der Straße, an öffentlichen Plätzen etc. verteilt.

Leuchtende Tüten (Tüten mit Teelicht) werden in großer Zahl, z. B. als Skulptur, an öffentlichen Plätzen aufgestellt mit dem Text „Mitbringsel“ sowie Anhängern, auf denen „Wärmegeschenk“ steht. Zudem gibt es kurze emotionale Texte zum Thema Wärme und Schenken und den Hinweis, wo man Heizkissen und Massagegeräte von SOEHNLE kaufen kann.

Promotion in Zügen (ICE) und/oder Bahnhöfen/Flughäfen.

Promoteams, bestehend aus mehreren Relax Presenterb, verteilen in Zügen der Deutschen Bahn Produktflyer und bieten den Fahrgästen gratis Massagen mit SOEHNLE Relax an.

Optional kann auf der Website von SOEHNLE oder einer eigens geschaffenen Microsite vorab kommuniziert werden, in welchen Zügen die Promoteams unterwegs sein werden.



Testimonialmechanik. Wir geben der Marke SOEHNLE ein prominentes und sympathisches Gesicht.

Gesucht: ein Testimonial, das zur Marke SOEHNLE passt und Selfness glaubwürdig verkörpert.

Das Profil der Markenbotschafterin sehen wir wie folgt:

- _ gefühltes Alter: ca. 35 bis 45 Jahre
- _ Adjektive, die unsere Botschafterin beschreiben: sympathisch/sympathisches Gesicht, beliebt, attraktiv, fotogen, modern, bodenständig, nahbar, nicht zu akademisch, patent, mehr der urbane als der ländliche Typ, schick, aber NICHT schicke-micki/cool/trendy, aber auch leger, sportaffin (idealerweise ehemalige Leistungssportlerin)
- _ einen Eindruck vermitteln, dass sie „in sich ruht“ bzw. „sich ihr Leben in Balance befindet“ (keine Skandälchen)
- _ steht auf ihre Art für Erfolg
- _ eine Frau, mit der man sich „gesamtdeutsch“ identifiziert, keine extreme regionale Assoziationen wecken
- _ kein verbrauchtes Werbegesicht
- _ hat Format/Klasse
- _ praktische Veranlagung
- _ ein „Familientyp“
- _ verkörpert glaubwürdig, dass sie auch selbst mal backt/kocht
- _ einen Eindruck vermitteln, dass sie „in sich ruht“ bzw. „sich ihr Leben in Balance befindet“ (keine Skandälchen)
- _ sportaffin (idealerweise ehemalige Leistungssportlerin; evtl. aus dem Bereich Wintersport)

Die folgenden Frauen können wir uns grundsätzlich gut als Markenbotschafterin für SOEHNLE vorstellen.

Sarah Wiener (* 27. August 1962 in Halle, Westf.) ist bekannte Fernsehköchin und Buchautorin. Sie hat einen Sohn und ist seit 2007 mit Peter Lohmeyer verheiratet.

Sarah Wiener hat bisher für Mey geworben.





Maria Furtwängler (geb. Furtwängler; * 13. September 1966 in München) ist eine deutsche Schauspielerin und Ärztin. Nach dem Abitur studierte sie Humanmedizin in Paris. In der Folgezeit arbeitete sie in München als Ärztin, fand jedoch wieder zur Schauspielerei zurück. Der Durchbruch gelang ihr mit der Fernsehserie “Die glückliche Familie von 1987 bis 1993. Weitere Erfolge hatte sie mit Tatort. Seit dem 8. November 1991 ist Furtwängler mit dem Verleger Hubert Burda verheiratet. Sie haben zwei Kinder.

Seit Juni 2008 wirbt sie für L’Oréal.





Gunda Niemann-Stirnemann (* 7. September 1966 in Sondershausen, geb. Kleemann) ist eine ehemals für den Eissportclub Erfurt startende deutsche Eisschnellläuferin. Sie ist nach der Scheidung von ihrem ersten Mann in zweiter Ehe mit ihrem Schweizer Manager Oliver Stirnemann verheiratet und seit 2002 Mutter einer Tochter.

Mit acht Olympischen Medaillen (dreimal Gold, viermal Silber, einmal Bronze) aus vier Spielen, 19 WM-, 8 EM- und 34 deutschen Meistertiteln, 98 Einzelstrecken- und 19 Gesamtsiegen im Weltcup sowie vielen zweiten und dritten Plätzen ist Gunda Niemann-Stirnemann die erfolgreichste Eisschnellläuferin der Geschichte. 19-mal stellte sie neue Weltrekorde auf und war 11 Jahre lang (ab 1994) Inhaberin des inoffiziellen Rekords über 10.000 Meter der Damen.





Magdalena Brzeska (* 14. Mai 1978 in Gdingen, Polen) ist eine polnisch-deutsche Turnerin. Sie ist 26-malige Deutsche Meisterin in der Rhythmischen Sportgymnastik. Seit Ende 2009 ist sie mit Immobilien-Managers Sebastian Sabolocka verheiratet. „Ich habe endlich das Gefühl, dass ich angekommen bin, dass ich in mir ruhe, dass Sebastian der richtige ist. Bei ihm muss ich mich nicht verstellen, bei ihm kann ich nur ich sein.“ (zur Hochzeit mit Sebastian Sabolocka)

Magdalena Brzeska wirbt für Wissmach und Milchschnitte.



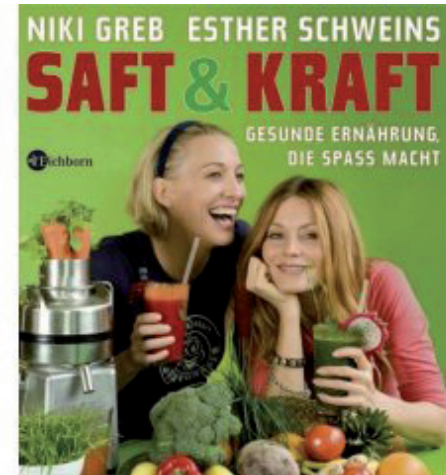


Esther Schweins (* 18. April 1970 in Oberhausen) ist eine deutsche Schauspielerin und Komödiantin, die durch ihre Auftritte bei der Fernsehsendung RTL Samstag Nacht bekannt wurde. Esther Schweins hat außerdem ein Buch geschrieben, in dem sie mit Schauspielerin Niki Greb mit Lust am Genuss leckere und gesunde Rezepte für Säfte, Suppen, Salate und Sandwiches präsentiert.

Testimonialhintergrund: 2005 war sie in den TV-Spots von “Bacardi” und “Schwarzkopf & Henkel” zu sehen.

Seit Ende 2007 ist Esther Schweins Markenbotschafterin der Adam Opel AG.

Seit Anfang 2009 ist sie zudem das Gesicht der Natur-Kosmetikmarke Dr. Scheller und wirbt ab Juni für Leistung und Umweltverträglichkeit der Henkel-Marke Terra Activ. Zudem hat sie für MeY geworben.





Die ersten Phasen einer Zusammenarbeit.



*Definition der Kommunikationskanäle und
der Kommunikationsmittel Online-Offline*

Impressum

Die in der Präsentation erarbeiteten Gedanken und Vorschläge sind geistiges Eigentum von GoYa! Die Markenagentur GmbH. Sie unterliegen den geltenden Urhebergesetzen. Die ganze oder teilweise Vervielfältigung sowie jede Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.