

Studex gewinnt Deko-Marketing-Preis! Die Branche inklusive...

...Ihrer 'markt intern'-Redaktion freut sich dieser Tage ganz besonders. Denn im verlagsweit beworbenen und über viele Branchen hinweg ausgeschriebenen Wettbewerb um besonders schöne Marketing-Aktivitäten rund um die Markenkampagne hat die Studex-Twitterin **Esther Lenssen** den ersten Platz gewonnen. Der 'mi'-Marketingpreis ist mit einer Trophäe sowie einem Sachpreis, dem Sony-Smartphone XPERIA M,

dotiert. Frau Lenssen betreut die B2C-Aktivitäten von Studex Europe und hatte die Gold-Markenkampagne als Blog-Beitrag in die B2C-Webseite von Studex integriert (www.ohrlochstechen.info/2012/10/marken-gewinnspiel). Über den deutschsprachigen Twitter-Kanal (https://twitter.com/Studex_DE) sowie über die Facebook-Seite von Studex machte sie aktiv auf die Kampagne aufmerksam. Sie erklärt:



Twitterin Esther Lenssen

"Als Hersteller bietet Studex Verbrauchern über seine verschiedenen Medien gerne einen Mehrwert an, zum Beispiel gute Beratung, Tipps zur Pflege neuer Ohrlöcher oder Adressen von Studex-Partnern in ihrer Nähe. Es geht uns mehr um Interaktion als um das Hinausposaunen von Marketingbotschaften. Die Markenkampagne von 'markt intern' ließ sich mit ihren attraktiven Preisen und ihrer Aufmachung als eine Art Schatzsuche daher prima für Social Media nutzen."

'mi'-Chefredakteurin **Sandra Kinder** kommentiert freudig die Übergabe des individuellen Siegerpokals an Studex Europe Geschäftsführer **Juergen Weiss** sowie Sales und Marketing Manager **Corinna Selzle in Eckental**: *"Studex hat die Kampagne auf vorbildliche Weise in die eigene Firmen-Website, die Facebook-Seite und in den Twitter-Kanal integriert und damit nicht nur sich selbst als Firma positiv herausgestellt, sondern gleichzeitig die wichtige Gemeinschaftsaktion von Facheinzelhändlern, Markenherstellern und 'markt intern' vorangebracht, die Verbraucher auf die Qualität und den Wert von Marken sowie auf die Vorteile von Beratung und Service im Fachgeschäft aufmerksam machen soll. Wir gratulieren Esther Lenssen und Ihnen, Frau Selzle und Herr Weiss, sowie dem ganzen Studex-Team ganz herzlich und danken Ihnen nicht nur im Namen von 'markt intern' sondern auch im Namen aller Markenhersteller und Facheinzelhändler für Ihr Engagement."*

Der Sieg ist gleich aus zwei Gründen eine Premiere: ++ Bisher sind immer Fachhändler ausgezeichnet worden, diesmal siegt ein wichtiger Lieferant, konkret ein Anbieter von Ohrlochstechsystemen ++ Bisher gab es den Preis für eine tolle Fensterdekoration, für einen gelungenen Werbebrief oder einen Aktionstag rund um das Thema Gold-Markenkampagne, diesmal für außergewöhnliche Social Media-Aktivitäten. Da die Werbung übers Internet und speziell via Social Media immer bedeutsamer



Juergen Weiss, Corinna Selzle und Sandra Kinder mit der Trophäe

wird, setzte die siebenköpfige 'markt intern'-Fachjury hier ein besonderes Zeichen. Auch Juergen Weiss, Geschäftsführer von Studex Europa, freut sich über die Würdigung der Studex-Aktivitäten:

"Über die Auszeichnung mit dem Deko-Marketing-Preis im Rahmen der Gold-Markenkampagne von 'markt intern' freuen wir uns sehr. Wir sind stolz darauf, den Preis in diesem Jahr in die Schmuck- und Uhren-Branche holen zu können. Als Hersteller von Ohrlochstechsystemen und Ohrringen ist es uns wichtig, nicht nur einen guten Draht zu unseren Geschäftskunden, den Juwelieren und Schmuckfachgeschäften, zu haben, sondern auch deren Kunden umfassend zu informieren und auf deren Wünsche zu reagieren. Im Business-to-Consumer-Bereich sind wir daher mit separater B2C-Webseite sowie auf Twitter, Facebook, YouTube und anderen sozialen Medien aktiv. Die Gold-Markenkampagne haben wir mit unseren Social-Media-Aktivitäten gerne unterstützt, weil wir merken, dass viele Konsumenten über diese Kanäle bewusst Markenqualität suchen. Diesen Interessenten senden wir auf Anfrage Adressen unserer Studex-Partner und tragen so dazu bei, dass sie gezielt diese Juweliere und Schmuckfachgeschäfte aufsuchen. Das Feedback aus dem Handel ist sehr positiv." - Freuen auch Sie sich schon auf die nächste Gold-Markenkampagne, für die die Vorbereitungen bereits auf Hochtouren laufen.

Die Gold-Markenkampagne haben wir mit unseren Social-Media-Aktivitäten gerne unterstützt, weil wir merken, dass viele Konsumenten über diese Kanäle bewusst Markenqualität suchen. Diesen Interessenten senden wir auf Anfrage Adressen unserer Studex-Partner und tragen so dazu bei, dass sie gezielt diese Juweliere und Schmuckfachgeschäfte aufsuchen. Das Feedback aus dem Handel ist sehr positiv." - Freuen auch Sie sich schon auf die nächste Gold-Markenkampagne, für die die Vorbereitungen bereits auf Hochtouren laufen.