

INDUSTRIE

■ WELLA PROFESSIONALS

Salon Marketing mit erweitertem Portfolio

Ein Jahr nach der Einführung des Dienstleistungstools Wella Salon Marketing gibt es jetzt neue Bausteine im Portfolio.

Promotion-Aktionen, Empfehlungs- und Suchmaschinen-Marketing und zahlreiche Hilfsmittel für die professionelle Pressearbeit tragen dazu bei, den Salon vor Ort und über die Region hinaus ins Gespräch zu bringen. Ein aufmerksamkeitsstarkes Instrument zu einer Neu- oder Wiedereröffnung oder anderen besonderen Gelegenheiten ist der Einsatz eines Promotion-Teams. Das Salon Marketing wickelt den mehrstündigen Einsatz komplett ab, so dass das Team den Rücken frei hat. Die Promoterinnen in 'Wella-Kleidung' verteilen Produktproben und optional auch individuelle Aktionsflyer oder andere Werbemittel an gut besuchten Plätzen.

Dem immer wichtiger werdenden digitalen Marketing wird das ausgeklügelte Suchmaschinen- und Empfehlungsmarketing gerecht. Die Internetpräsenz des Salons, die Friseure ab sofort auch über das Wella Salon Marketing erstellen und pflegen lassen können, wird damit schneller und besser auffindbar. Hierfür wird die Google-Treffersuche optimiert. Zudem erhält der Salon ein eigenes Profil in Google Places, das immer öfter über die Landkarten-Seite Google Maps angesteuert wird. Dazu bekommt der Salon einen Platz im Dienstleister-Empfehlungsportal 'Kennst Du einen', in dem Kunden offen ihre Bewertungen abgeben können.

Um eine optimale Pressearbeit zu unterstützen, gibt es in Kürze ein differenziertes Angebot. Im Portal sind zahlreiche Mustertexte



So kommt man dran: www.wella-salon-marketing.de

und Tipps eingestellt, und die Nutzer können auf ein professionelles PR-Berater-Netzwerk zugreifen. So sollen die Friseure nachhaltig geschult werden, Pressearbeit zu Themen zu machen, die den Medien und deren Nutzern einen echten Mehrwert bieten.

Übrigens: Wer noch bis zum 31. August 2011 bei Wella Salon Marketing eine der Dienstleistungen bestellt, nimmt automatisch an einer Verlosung teil. Es gibt Preise im Gesamtwert von 1.800 € zu gewinnen.



■ POKORNY - IHR SALONEINRICHTER

Weiter erhältlich

Auch nach der Insolvenz der Firma Thomas gibt es die legendäre Waschanlage TH 580. Sie wird jetzt bei Pokorny - Ihr Saloneinrichter produziert.

Ein robuster Klassiker, der durch Funktionalität, gelungenes Design und hochwertige Komponenten besticht, ist die Waschanlage TH 580, die die ehemalige Firma Thomas hergestellt hat. Nun wird sie bei Pokorny - Ihr Saloneinrichter produziert, ist aber auch über andere Freiseureinrichter oder Großhändler zu haben. In ihr vereinen sich ein hochwertiges Villeroy & Boch Waschbecken, Hansa Armaturen und Komponenten der Firma Greiner. Made in Germany also.



■ GIESEKE

Zwei neue Marken

Die Gieseke cosmetic GmbH hat für die in den USA entwickelten Marken Farouk Systems und KIS die Vertriebsrechte für Deutschland und Österreich erhalten.

Farouk Systems ist mit den Marken Farouk Royal Treatment®, Chi® Professional, Biosilk® und Sunglitz® im deutschsprachigen Friseurmarkt vertreten. Das Keratin Infusion System (KIS) hat die Haarregenerierung zum Ziel.

■ L'ORÉAL DEUTSCHLAND

Führungswechsel in Karlsruhe

Die einzige deutsche Produktionsstätte der L'Oréal-Gruppe hat ab sofort einen neuen Direktor: Pierre Haller tritt die Nachfolge von Daniel Seh an, der eine neue weiterführende Aufgabe innerhalb des Konzerns übernommen hat.

"Daniel Seh hat in den vergangenen zwei Jahren mit viel Engagement und großem technischem Know-how die Spezialisierung der Fabrik in

Karlsruhe auf die Produktion von Hautpflegeprodukten umgesetzt", so Jérôme Bruhat, Geschäftsführer von L'Oréal Deutschland. "Mit Pierre Haller gewinnen wir eine Führungskraft, die sich durch unternehmerisches Denken sowie technische und soziale Kompetenz auszeichnet." Pierre Haller begann seine Karriere im Jahr 1994 als Verantwortlicher für die Produktion an den Standorten in Vichy und Sicôis (Lancôme) in Frankreich. Später übernahm er neue Verantwortungsbereiche in Russland, wo er die Produktionskapazität des lokalen Partners deutlich steigern konnte und den Bau und Produktionsbeginn der ersten russischen L'Oréal-Fabrik leitete.