



VERANSTALTUNG (Schönheitspflege)
V 2015-031

7. August 2015
fi

Trendseminar am 22. Oktober 2015 in Frankfurt am Main

Im vergangenen Jahr hatte der IKW erstmalig exklusiv für die Mitgliedsfirmen **ein Trendseminar mit begrenzter Teilnehmerzahl** angeboten. In diesem Jahr werden wir am 22. Oktober wieder ein Trendseminar anbieten und dabei natürlich neue Entwicklungen berücksichtigen, denn nur der Trend von heute zählt, nicht der von gestern. Dort soll der Schwerpunkt dann auf Social Media liegen.

INHALTE IN KÜRZE

On- und Offline-Insider-Trends in der Kosmetik für Markenverantwortliche

Suchen Sie z. B. Antworten auf folgende Fragen? Dann sind Sie beim Trendseminar richtig!

- Wie man seine Marke am besten über Social Media bewirbt;
- welche Social-Media-Plattformen ideal für welche Duft- und Kosmetik-Inhalte sind;
- wie man Inhalte hochlädt, damit sie sich auch auf den einzelnen Social-Media-Seiten optimal zeigen;
- wie man digital spezifische Zielgruppen gezielt auf Duft, Pflege und Make-up anspricht und dabei Neukunden gewinnt und bestehende noch mehr fasziniert;
- was Mitarbeiter über aktuelle On- und Offline-Trends des Einzelhandels heute schon wissen müssen, einschließlich Kosten und Anwendung, um sich und ihre Marken für die Zukunft fit zu machen.

TEILNEHMER

Dieses Fachseminar ist für Praktiker gedacht, die fundierte Tools und Anregungen für ihre eigene Arbeit suchen und wissen wollen, was der neueste Forschungsstand sowie Innovationen und Trends in der Parfümerie sind. Zielgruppe des Seminars sind Mitarbeiter aus Mitgliedsfirmen, z. B. aus den Bereichen Entwicklung, Marketing, Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit.

REFERENTEN

Dr. Joachim Mensing ist Diplom-Psychologe und Soziologe mit 30 Jahren Berufspraxis in der Parfümerie. Er ist Vorstand der Moodform-Gruppe in Miami Beach, die sich auf die Entwicklung von Parfums, Kosmetik und Make-up, sowie deren Beratung und Verkauf spezialisiert hat. In seiner bisherigen Laufbahn war er bei verschiedenen Unternehmen wie Guerlain in Paris, Estée Lauder in New York und bei Lancaster im Bereich Coty Prestige in Wiesbaden, New York und Paris tätig. Er arbeitete an diversen Parfum-, Make-up- und Kosmetikmarken und einige dieser Marken und Produkte erhielten nationale und internationale Auszeichnungen, z. B. den Fifi-Award.

Julia Nadolny hat an der amd (Akademie Mode & Design) in Hamburg Modejournalismus und Medienkommunikation studiert. Sie kümmert sich seitdem um den gesamten Online-Auftritt www.fitforfun.de. Ihre Aufgaben umfassen inhaltliche Themen, aber auch Onpage- und Offpageoptimierung sowie Trendrecherchen im Themenumfeld. Die Nutzung von Sistrix, googleAdwords, googletrends und googleAnalytics hilft ihr bei ihren Recherchen, aber auch um ihre Erfolge zu überprüfen. Neben den aktuellsten SEO-Kenntnissen beinhaltet ihr Aufgabenbereich neue Crossmediale-Strategien zu entwickeln, Konzepte für digitale Darstellungsformen wie Blogging und Video-Blogging zu erstellen und sich mit den Social-Sharing-Plattformen Facebook, Instagram, Pinterest und Youtube auseinander zu setzen, um einen höheren Viralitätswert der Inhalte zu schaffen.

KOSTEN

Die Kosten pro Teilnehmer belaufen sich auf **1.250,- Euro**. Diese Gebühr beinhaltet die Teilnahme am Vortragsprogramm einschließlich Verpflegung sowie die Seminarunterlagen. Die Rechnung wird vom IKW ausgestellt und an Sie übersandt. Eine Teilnahmebestätigung wird ebenfalls ausgestellt. Die Teilnehmerzahl ist auf **maximal 25 Personen** begrenzt.

WEITERE DETAILS

Die Entwicklungen in der Kosmetik in den letzten Jahren waren enorm. Produkte und Verbrauchergewohnheiten haben sich weiterentwickelt. Diese Entwicklung bietet neue Chancen für Marketing und Beratung, bei denen die Grenzen zwischen on- und offline verschwinden und die die Verkaufspsychologie gerade revolutionieren.

Wohin gehen jetzt aber die Trends und Entwicklungen, wie kann man sie für sich nutzen und wie und wo positioniert man sich am besten mit der nächsten Generation von Kosmetik-Produkten, bei der die Übergänge fließender werden. Wie geht man auf die unterschiedlichen nationalen und internationalen Märkte und die Mentalitäten der Verbraucher ein und welche Chancen gibt es für die Produk-

te? Wie kann man die Entwicklung, das Marketing und den Verkauf der Produkte emotional faszinierender gestalten und präsentieren, denn z. B. Düfte können in sehr naher Zukunft mehr als nur himmlisch gut riechen? Welche Methoden gibt es, on- und offline Neukunden zu gewinnen, auch wenn der Handelspartner (z. B. ein stationärer Einzelhändler) nicht in einer 1A-Lage ist? Wie kann man bestehende Kunden noch mehr faszinieren, um sich von anderen Distributionskanälen besser abzugrenzen? Wie kann man Promotions optimieren, z. B. Handelspartner von Fachgeschäften zum „Concept store“ vernetzen, etwa im Rahmen von Vlogging Cross-Promotions und damit den klassischen Querverkauf mit Social Shopping kombinieren.

Diese und weitere Fragen werden in dem Seminar besprochen werden.

Anmelden können Sie sich bis **spätestens zum 30.09.2015** mit beigefügtem Formular.

Anlage

Verantwortlich: Bereich Schönheitspflege / Birgit Huber
T +49.69.2556-1325 / F +49.69.237631 / bhuber@ikw.org