

Optimiert fürs Unterbewusstsein

90 Prozent aller Kaufentscheidungen fallen unterbewusst.

Vor diesem Hintergrund wurde 2016 die gesamten simplicol-Ränge überarbeitet. Die Basis bildete eine umfassende Marktforschung mit dem Limbic® Explorer.

Zielgruppen-genau

Der Limbic Explorer® lässt sich direkt auf die Marketingpraxis anwenden und ermöglicht eine **exakte Zielgruppen-Segmentierung**.

Bei simplicol sind das:

- **Der stolze Restaurator:** er mag es sicher und perfekt.
- **Der kreative Neuentdecker:** er liebt es einfach und vielfältig.

Doppelt Mafo-geprüft

Die Erkenntnisse der Marktforschung setzt der simplicol-Relaunch konsequent um: mit einem **geschärften Markenprofil** und drei **überzeugenden Produktlinien**.

Die Ergebnisse wurden anschließend in einem großen Verpackungstest nochmals verifiziert.



Marken-Kompetenz: simplicol ist der Experte für Textilfarben.

- Starker Markenauftritt im Regal.
- Eindeutige Produktlinien-Differenzierung.
- Marktführer in Deutschland (Quelle: IRI 2016)
- Gewählt zur Marke des Jahrhunderts vom Verlag Deutsche Standards.



Vorteile für den Handel

- Alle Artikel werden in Deutschland hergestellt.
- Sehr hohe Liefertreue.
- Sehr niedrige Reklamationsquote.
- Hohe Wiederkaufsraten (Quelle: IRI 2016)
- simplicol deckt alle Preisschienen ab.
- Überdurchschnittlich hohe Handelsspanne.
- Attraktiver Preis für den Endkunden.

Einführungstermin der simplicol Produkte: Anfang September 2016.

Media-Unterstützung

Massive Werbeunterstützung mit zielgruppengenaue Ansprache ab Quartal 4/2016:

- Print
- Social Media
- Online
- Blogger-Kampagne

Nutzen Sie unser Know-how für Ihren Erfolg.

BRAUNS-HEITMANN GmbH & Co. KG
Lütkefeld 15 • D-34414 Warburg
Tel.: +49 5641 95 0

www.brauns-heitmann.de
www.simplicol.de
Mail: info@brauns-heitmann.de

simplicol®

DAS ORIGINAL

NEU
ab September 2016

All in 1: Erfolg auf ganzer Linie



Profitieren Sie vom zielgruppen-genauen simplicol Markenauftritt und der neuen Textilfarbe intensiv All-in-1.



Mafo rundum - das zahlt sich aus am Regal!

- Impulsstarke, zielgruppen-optimierte Verpackungen
- Markenkompetenz
- Made in Germany
- Emotionale Rückseite animiert zur Anwendung

Die Mafo zeigt: Die Konsumenten haben unterschiedliche Färbearforderungen. simplicol erfüllt diese mit drei passgenauen Produktlinien.

Neu: Die Textilfarbe intensiv All-in-1



Den Bedürfnissen der Zielgruppen nach einfachem, risikofreiem Färben und Convenience entspricht simplicol mit der neuen simplicol Textilfarbe intensiv All-in-1.

- **All-in-1:** Kein extra Salz erforderlich.
- **Optimiert:** ideal auch für wassersparende Maschinen.
- **Innovativ:** die einzige flüssige Textilfarbe am Markt.
- **Sofort löslich:** färbt gleichmäßig und brillant.
- **Sauber:** Hinterlässt keine Rückstände in Maschine und Textil.



Einfach kreativ Färben mit der Textilfarbe expert



Die bestehende Textilfarbe wurde ebenfalls auf Basis der Mafo überarbeitet.

- **Spricht die Zielgruppe exakt an:** Der Fokus liegt auf einfachem, kreativem Färben.
- **Deutlichere Zuordnung des Farb-Fixierers:** generiert zusätzlichen Umsatz.
- **Der Experte:** auch für Wolle und Seide geeignet.



Das Einsteigerprodukt: Back-to-Black und Back-to-Blue



Die Convenience-Textilfarbe zur Farberneuerung schwarzer oder blauer Textilien.

- **All-in-1:** Farbpulver-Fixierermischung.
- **Bedient den häufigen Färbefall Farbauffrischung.**
- **Rettet Verblasstes, verleiht brillante Farbe.**
- **Ideales Einsteigerprodukt:** „Meine schwarze Jeans ist eh verblasst, ein Versuch kann ja nicht schaden“. Hemmschwellen werden abgebaut.

