

Nachhaltig werben mit den postalischen Adressen von Yves Rocher

Das Thema Nachhaltigkeit ist so relevant und präsent wie zu keiner Zeit. Yves Rocher hat aufgrund der aktuellen Nachfrage und Bedeutsamkeit dieser Thematik die neue Adress-Selektion „Die Nachhaltigen“ abgebildet. Mit den postalischen Adressen von Yves Rocher ist es möglich nur die Zielgruppe der nachhaltig gesinnten Adressaten anzusprechen. Über die Selektion der Recency erreichen Sie die Mehrfachkäufer oder Einfachkäufer der letzten 3 Monate und sprechen so nur die Neulinge unter den Kunden an.

Yves Rocher vertreibt zahlreiche hochwirksame Pflanzen-Kosmetik-Produkte – öko-konzipiert und nachhaltig – mit Respekt für Mensch und Natur. Da lag es nahe, dass auf Basis dieser nachhaltigen Produktpalette, aus dem Hause Yves Rocher, die Adress-Selektion der Nachhaltigen entstand.

Die Zielgruppe 50+ legt großen Wert auf Umwelt- und Naturschutz und hat sich einer nachhaltigen Lebensweise verschrieben. Sie entscheidet sich gezielt für Pflege-Produkte aus biologischem Anbau und bevorzugt recycelte und recyclingfähige Verpackungen, was sie bei Yves Rocher findet.

Buchen Sie noch heute und gewinnen Sie die nachhaltige Zielgruppe für sich.



Potentiale und Konditionen

Mehrfachkäufer der letzten 3 Monate:	70.000 Adressen	€ 150,00 ‰
Mehrfachkäufer der letzten 4-6 Monate:	35.000 Adressen	€ 140,00 ‰
Mehrfachkäufer der letzten 7-12 Monate:	33.000 Adressen	€ 120,00 ‰
Einfachkäufer der letzten 3 Monate:	7.000 Adressen	€ 140,00 ‰
Einfachkäufer der letzten 4-6 Monate:	9.000 Adressen	€ 130,00 ‰
Einfachkäufer der letzten 7-12 Monate:	11.000 Adressen	€ 110,00 ‰

Selektions- und Bereitstellungskosten auf Anfrage.

Weitere Informationen?

Alina Zündorf

az@dialoghaus.com Tel. 02173 / 84 83 - 203

Dialoghaus
Beratungsgesellschaft für
Dialogkommunikation mbH
info@dialoghaus.com
www.dialoghaus.com

Büro Hamburg
Borsteler Chaussee 111
22453 Hamburg
T 040/46 88 58-0
F 040/46 88 58-25

Büro Düsseldorf
Hardt 22
40764 Langenfeld
T 021 73 / 84 83-0
F 021 73 / 84 83-222