

HUISHOUDBEURS

18-26 FEBRUARI 2012
AMSTERDAM RAI

"Wees er klaar voor, en: val op!"

L'Oréal Paris staat alweer enkele jaren met succes op de Huishoudbeurs. Het luxe verzorgingsmerk trekt met zijn grote stand (100m²) flink de aandacht. Maar afmeting is niet alles. We spreken met Tim van Amerongen, Brand Manager L'Oréal Paris:

"Voor L'Oréal draait het allemaal om het contactmoment: dichterbij onze bezoekers dan op de Huishoudbeurs kunnen we niet komen. Een dagje op de stand aanwezig zijn is voor iedere marketeer ontzettend nuttig. Je leert er dingen van je klanten die je op je hoofdkantoor nooit zelf zou kunnen bedenken..."

De stand van L'Oréal dient meerdere doelen. Er wordt informatie geboden over producten, bezoekersters kunnen meedoen aan workshops en de goed getrainde medewerkers van de stand dienen vrijwel de hele dag als make-up-vraagbaak voor duizenden vrouwen. En dan is er natuurlijk nog de verkoop:

"Op de beurs zorgen we altijd voor een zeer aantrekkelijke aanbieding voor onze consumenten. Maar het gaat ons niet in eerste instantie om de verkoop: met ons merk aanwezig zijn op de beurs der beurzen is veel belangrijker. We staan in een hal omringd met andere verzorgingsmerken. Dan móét je er zijn en je van je beste kant laten zien. En dat lukt ons heel aardig;-)"

Van Amerongen heeft voor toekomstige exposanten nog een aantal handige tips in petto:

"Allereerst, of je nou een hele grote of een hele kleine stand hebt: zorg dat je voorzieningen in orde zijn. Water, licht, elektra en internet. De Huishoudbeursorganisatie legt alles netjes voor je aan, maar je moet wel bedenken wat je allemaal nodig gaat hebben. Zodat je straks niet met je mond vol tanden staat. Op tijd beginnen met nadenken hoe je je stand gaat aanpakken dus: wees er klaar voor."

"Verder moet je zorgen voor duidelijke signing: je merknaam moet goed herkenbaar en van afstand te zien zijn, en als je een routing hebt in je stand is het handig om dat duidelijk aan te geven. Wij kozen voor een grote, witte, lichte stand met meerdere ingangen. Zo ben je goed toegankelijk. In het licht krijgen de producten ook de juiste aandacht."

"Vorig jaar stond naast ons de Aquafresh-stand. Die hadden een joekel van een tandpastatube meegenomen. Dat werkt gewoon als een dolle. Dus als je kunt: doe iets ludieks dat bij je merk past: val op!"

Interview met

Tim van Amerongen

van L'Oréal Paris

L'ORÉAL
PARIS

L'Oréal Paris is wereldwijd actief, met overal dezelfde kenmerkende stijl: door innovatief te zijn en aan zo veel mogelijk consumenten de beste producten te bieden, tegen de beste prijs. Een filosofie die begint bij het onderzoek in laboratoria en de wens om professionele kennis breed toegankelijk te maken.

Met haar continue streven naar uitmuntende resultaten, werkt L'Oréal Paris aan de toekomst van schoonheid. Onze authenticiteit en betrokkenheid bij vrouwen en mannen over de hele wereld, hebben ons in staat gesteld om wereldwijd de multi-etnische nr. 1 te worden op het gebied van schoonheid.

www.loreal.nl

