

FACES*

INFLUENCER CHECK



Influencer Check

BACKGROUND

Als Mit-Initiator des Swiss Influencer Awards verfügen wir über ein starkes Netzwerk und haben ein grosses Know-how im Influencer Marketing. Das Problem der sozialen Medien ist jedoch die Glaubwürdigkeit, dies belegen zahlreiche Studien.

Mit unserem Konzept verbinden wir die Vorteile des Influencer Marketings mit der hohen Glaubwürdigkeit und Lifestyle-Kompetenz der Medienmarke FACES.

Influencer Check

KONZEPT

Wir suchen einen passenden Influencer aus, der für FACES ein bestimmtes Produkt «checked». Das Resultat dieses «Checks» bringen wir, je nach gewähltem Paket, in einer Story in unserem Printmagazin, auf unserer Webseite, auf Social Media und im Newsletter. Der Influencer wiederum berichtet über den Check auf seinen Social Media Kanälen.

Damit zeigen wir das Produkt in einer zeitgemässen und sympathischen Form einem Lifestyle-affinen Publikum und nutzen dabei die gesamte Reichweite (FACES & Influencer).



Influencer Check

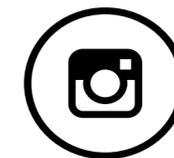
CHANNELS



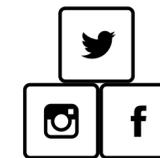
2 – 4 Seiten Advertorial im
Magazin
(Schwerpunkte gem. Briefing)



Crossmediale Kommunikation
FACES (Magazin, Newsletter,
Online Artikel, Social Media)



Post und Instagram Story
Influencer/in



Der produzierte Content wird
dem Kunden zur Verfügung
gestellt.

CASE

FACES Influencer Check

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.



KERSTIN COOK
@kerstincook
Follower: 45k

Dannals Miss Schweiz, heute Influencerin: Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit authentischen Fotos aus ihrem Alltag und nennt diese mit hinter die Kulissen von Foto-Shootings und Jobs – jetzt setzt sie für FACES die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age.

Treatments

40 Jahre Dermatologie-Erfahrung sprechen für sich: Die Firma Permanol aus Thun bei Basel setzt hinter den Wirkbehandlungen von Lubex anti-age, deren Wirkung gegen Hautalterung in klinischen Studien wissenschaftlich nachgewiesen wurde: 100 % wirksam.

Lubex anti-age eye pads
Die Lubex anti-age eye pads polieren die Augenpartie mit Hyaluron auf, lösen Augenwimpern verschwinden und mildern vererbte Fältchen.

Lubex anti-age eye intensive
Die Anti-Age-Wirkbehandlung Lubex anti-age intensive füllt die Fruchtigkeitsdepot der Haut wieder auf und wirkt gegen Tränensäcke und dunkle Augenringe.

Lubex anti-age eye excellence
Das neueste Mitglied der Familie von Lubex anti-age steigert dank hochkonzentrierten Extraktmolekülen den Kollagenstoff und wirkt Augenfrühen aus extra viel Kraft entgegen.

Erfahrungen

Es-Miss-Schweiz und Influencerin Kerstin Cook weiß, dass man mit 30 mit der richtigen Anti-Aging-Pflege starten soll. Deshalb ist sie sofort Feuer und Flamme, als sie die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age in den Händen hält. „Mir gefällt vor allem, dass Lubex anti-age ein Schweizer Produkt ist. Lubex anti-age hat keine Konservierungsstoffe, allergene Duftstoffe oder Farbstoffe – das ist ideal für meine sehr empfindliche Haut. Die Versuche auf Tierversuche ist mir zudem sehr wichtig.“

FACES: Wofür übertrugst du die Marke Lubex anti-age?
KC: Ich habe sehr sensible Haut bei der Augenpartie und dadurch sehr oft Augenringe und Rötungen. Lubex anti-age ist leicht aufzutragen, wirkt kühlend und erfrischend und lässt meine Augen in wenigen Minuten strahlen.“

F: Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?
KC: Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachher ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Wachen trage ich die Wirkbehandlung innerhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verwende ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

F: Wann verwendest du die Wirkbehandlungen?
KC: Die Lubex anti-age eye pads trage ich meistens am Abend auf, um zu entspannen. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, das meine Haut über Nacht intensiv hydratisiert. Morgens trage ich dem die Lubex anti-age eye intensive auf. Diese ist sehr leicht und der perfekte Start in den Tag.“

F: Was ist da, während du die Lubex anti-age eye pads ihre Wirkung empfinden lässt?
KC: In diesen 15 Minuten kann ich so entspannen. Vor allem entspannen – zum Beispiel vor dem Fernseher. Manchmal mache ich auch gleich meine Nägel oder schäbte die Augen für ein paar Minuten.“

F: Wie beschreibst du die Tester der einzelnen Wirkbehandlungen?
KC: Die Lubex anti-age eye pads sind ganz einfach aufzutragen. Das Produkt ist sehr leicht und die Rückstände sehr angenehm zum massieren. Sie wirken auch sehr kühlend. Lubex anti-age excellence ist sehr reich an Fruchtigkeits. Diese Wirkbehandlung ist sehr angenehm auf der Haut und lässt diese ganz edel werden. Die Lubex anti-age eye intensive fühlt sich ebenfalls sehr leicht an. Sie ist nicht zu ölig und wirkt sehr erfrischend.“

F: Wie gefällt dir die den Wirkbehandlungen am besten?
KC: Die Wirkbehandlungen sind sehr angenehm formuliert und lassen meine Haut strahlen. Sie wirken sanft und zähren meine Augenringe weg.“

F: Wie verbessern die Treatments deinen Look?
KC: „Augen sehe ich sehr oft frisch und ausgeschlafen an. Ich habe keine Augenringe mehr, und die Müdigkeit ist weggeblieben. Die Haut so weich. Ich liebe dieses Look.“

F: Wofür passen die Produkte so gut in deine Beauty-Routine?
KC: „Oh vergessen wir die Augenpartie. Ich mag meine Augen am meisten. Deshalb ist mir die Augenpflege sehr wichtig.“

Fazit

„Die Lubex anti-age eye treatments wirken Wunder bei mir. Meine Rötungen verschwinden. Bevor musste ich jeden Tag mit Augenringen kämpfen. Durch die regelmäßige Anwendung ist dieses Problem gelöst. Ich bin sehr happy. Lubex anti-age gehört ab sofort zu meiner täglichen Beauty-Routine dazu.“



jeden



FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.




FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

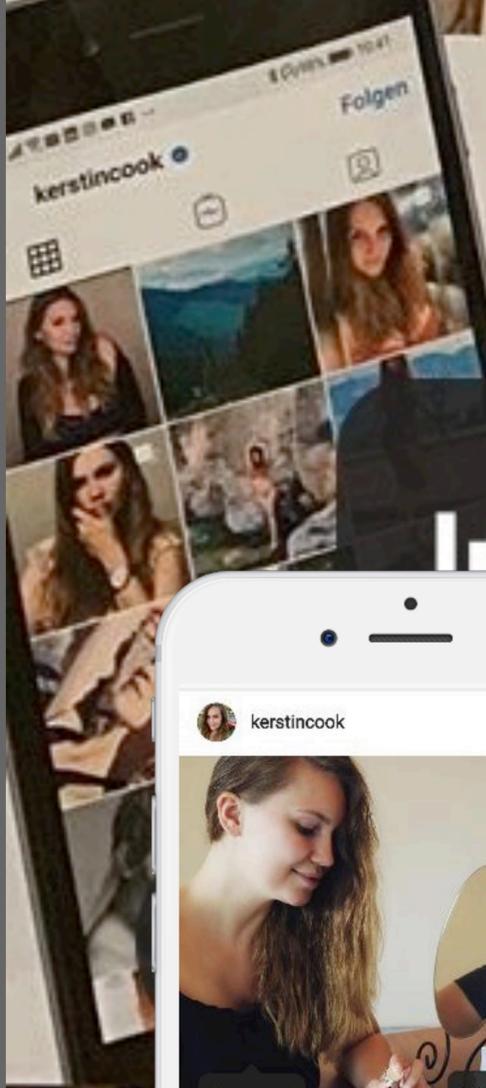
22.08.2019, 14:22 Uhr | BEAUTY | VON FACES MAGAZINE |

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.



FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät ... mehr



KERSTIN COOK

@kerstincook
Follower: 45k

Damals Miss Schweiz, heute Influencerin:
Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit

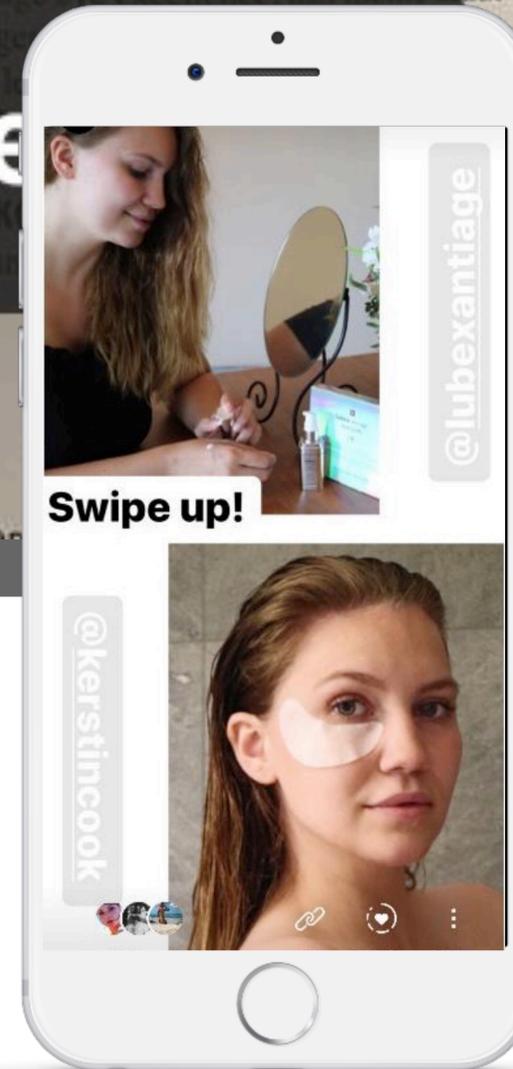
lubexantiage



in wenigen Minuten strahlen.
F: Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?
KC: „Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachdem ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Waschen trage ich die Wirkbehandlung unterhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verteile ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

Augenringe weg.
F: Wie verbessern die Treatm
KC: „Morgens sehe ich sehr
habe keine Augenringe mehr, un
Haut ist straff. Ich liebe diesen L
F: Weshalb passen die Prodi
KC: „Oft vergessen wir die
mir am liebsten. Deshalb ist mi

Fazit



Influencer Check

PACKAGE S – DIGITAL ONLY

★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 14'250
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		EUR 7'500

Influencer Check

PACKAGE M

★ 1/2 Seite Print	Auflage 50'000	EUR 7'100
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 21'350
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		EUR 10'000

Influencer Check

PACKAGE L

★ Advertorial 2/1-Seite	Auflage 50k	EUR 24'000
★ Produktion Advertorial	+10%	EUR 2'400
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 40'650
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		EUR 25'000

Influencer Check

PACKAGE XL

★ Advertorial 4/1-Seite	Auflage 50k	EUR 48'000
★ Produktion Advertorial	+10%	EUR 4'800
★ Online Artikel	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	EUR 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		EUR 67'050
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		EUR 35'000

FACES Community

Generation Y

FACES-Leser sind die sog. «Generation Y» - das sind urbane, gut ausgebildete, technologieaffine Frauen und Männer zwischen 25 und 40 Jahren. Sie sind weltoffen und zerbrechen sich nicht den Kopf über traditionelle Rollen oder Herkunft. Sie sind neugierig, optimistisch und sozial gut vernetzt. Sie leben einen bewussten Lebensstil, bewusst der Umwelt und Gesellschaft gegenüber, aber auch bewusst zu sich selber. Beruf und Karriere sind ihnen wichtig, genau wie die persönliche Entwicklung. Sie sind modebewusst und haben ihren eigenen Stil.



34 Jahre

Durchschnittsalter

**Young Luxury Buyer der
Generation Y (25 – 40 Jahre)**



**Interesse an
Lifestyle**

**Fashion: 220 Reisen: 127
Beauty: 227 Wohnen: 164**



**Hohes
Einkommen**

**53% > CHF 8'000
Haushaltseinkommen**



Urbaner Wohnort

**61% leben in der Stadt
27% Agglomeration
13% Land**



Gute Ausbildung

**81% haben eine mittlere
bis höhere Ausbildung**



Geschlecht

**Print:
80% Frauen / 20% Männer
Alle Kanäle:
55% Frauen / 45% Männer**

FACES*

**GET IN TOUCH
WITH US**

LOCATION

STRASSBURGER STRASSE 6D
DE-10405 BERLIN

PHONE

+49 (0)30 552 02 383

WEB & SOCIAL

FACES.CH / FACESMAG.DE
@FACESMAG
FACEBOOK.COM/FACES



ADVERTISING CONTACTS

Julia Gelau julia@faces.ch