

eit gut gekühlten
dem Bett aufzu-
Minibar „mini-
m in Reich-
t genie-
Butler
sten
zit



Family

Strategisch gut

Eine Marke – drei Linien – drei Zielgruppen soll die Basis für eine klare Kundenansprache und für den Handel die Chance auf mehr Umsatz bieten: In einer Lady-, Man- und Family-Line vertreibt die Wahl GmbH jetzt ihre Consumer-Geräte der Marke Moser. Neu sind auch die Verpackungen: schwarz-weiß mit goldenem Schimmer für feminine Styling-Geräte, schwarz-silber für Bart-, Nasen- und Ohrhaartrimmer und im warmen Gelb werden jetzt die Haarschneidegeräte für die ganze Familie präsentiert. Zur Förderung des Verkaufs werden die Händler in Kürze mit ebenfalls neu gestalteten Postern, Fahnen, Kundenflyern und Step-by-Step-Anleitungen versorgt. Für die Etablierung der drei Linien hatte sich die Wahl GmbH entschieden, weil sie zukünftig eine breite Palette von Styling-Geräten anbieten wird.



Man



Lady