

AL  
CENTRO  
DEI NOSTRI  
PROGRAMMI?  
NUOVI CLIENTI  
PER IL TUO  
SALONE



TOPUP  
SALONE  
NAVITAS  
TRATTAMENTI  
SENSIBILE  
NATURALE  
PIGMENTI  
ORGANICO  
CAPELLI  
OXILOCK  
HAIRSTYLE  
NATASHA  
REPAIR  
ANTICRESPO  
THERMO  
VALORE  
JeanPaulMyné  
fashion  
RICERCA  
CREARE  
LISCIANTI  
ANTICRESPO  
PLASMA  
SENSIBILE  
OXILOCK  
PLASMA  
NATASHA  
CLIENTI  
SALONE  
RISTRUTTURANTE  
SHAMPOO  
CLIENTI  
CAPELLUTO  
IMMAGINE  
NAVITAS

2016  
FOCUS  
SUL SELL-OUT

**INCREMENTARE IL TUO  
PORTAFOGLIO CLIENTI,**  
FAR CRESCERE LA FREQUENZA IN  
SALONE E SVILUPPARE LA RICEVUTA MEDIA  
DEL TUO OSPITE?

QUANTO DOVRESTI INVESTIRE PER  
**RAGGIUNGERE QUESTI  
OBIETTIVI?**

*Natalia Sclawako*

**UN INVESTIMENTO  
SENZA PRECEDENTI**  
PER ESSERE AL TUO FIANCO E FAR  
CRESCERE IL TUO BUSINESS  
CONCRETAMENTE.





## UNA SCELTA DI STILE

Elegante,  
intelligente,  
dinamica,  
s sofisticata.

Affine con il nostro target, dai valori solidi. Ama la natura, ama il made in Italy ed è molto amata dalle donne. **Natasha Stefanenko testimonial Jean Paul Mynè per il 2016...**

### **"JEAN PAUL MYNÈ... HO IN TESTA SOLO TE"**

Il parrucchiere e Jean Paul Mynè al centro di un unico desiderio: **bellezza e salute dei capelli.**

Il richiamo all'hashtag **#oxilockplasma** come spazio virtuale nel quale invitare il lettore ad esplorare risultati e testimonianze.

**Salon locator** come strumento indispensabile per garantire l'accessibilità del servizio e condurre il lettore nel tuo salone.

...E visto il grande successo del 2015, la campagna principale sarà affiancata dalla **pubblicazione di lavori dei saloni condivise e selezionate sui social.** Mostreremo alle lettrici i risultati dei trattamenti in salone per i quali la tua professionalità è protagonista.

# QUANTITÀ E QUALITÀ PER UNA CAMPAGNA SENZA PRECEDENTI



## BRAND AWARENESS E FOCUS SUL SALONE

### AFFINITÀ DEL TARGET

Età 20 - 65 anni, profilo socio-culturale medio/medio-alto, buon livello di istruzione, informate, curiose sulle nuove tendenze e frequentatrici del mondo digitale.

### COPERTURA IMPONENTE

Più di 140 uscite per amplificare al massimo la visione e la sovrapposizione del messaggio sulle diverse riviste.

### FREQUENZA MASSICIA











Uscite ripetute su molteplici numeri in modo da massimizzarne l'efficacia.

### CONTESTO REDAZIONALE

I contenuti beauty, fashion e wellness rappresentano la quota più importante dei contenuti editoriali.

# UN ANNO DI COPERTURA MASSICCIA



		RIVISTE	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO
		ELLE			
		COSMOPOLITAN			
		MARIE CLAIRE			
		GIOIA			
		TOP			
		SUPPORTO REDAZIONALE HEARST			
		GRAZIA			
		CHI			
		DONNA MODERNA			
		SUPPORTO REDAZIONALE MONDADORI			
		GLAMOUR			
		BEAUTY IN VOGUE			
		WEB beauty network			
		Glamour.it / Vanity.it / Vogue.it / CNLive Beauty Channel			
		SUPPORTO REDAZIONALE CONDÈ NAST			

\*stima del numero dei lettori per singola uscita calcolato sulla somma delle testate pianificate.



**+ 10.000.000**  
di READERSHIP\* TOTALI

**+ 9.000.000**  
di READERSHIP\* DONNE

APRILE			MAGGIO			GIUGNO			LUGLIO			AGOSTO			SETTEMBRE			OTTOBRE			NOVEMBRE			DICEMBRE						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31

# WEB & SOCIAL



## FACEBOOK

PAGINA UFFICIALE con  
Sponsorizzazione massiccia sulla  
pagina **SALON LOCATOR**

## SOCIAL AWARDS

Concorsi sui social per sviluppare legame e  
mantenere attenzione sui singoli brand

## INSTAGRAM

Il valore degli hashtag (#)

#oxilockplasma #navitas #organictouch...

## WEB BEAUTY NETWORK

Aprile - Maggio  
Contenuti Native

GLAMOUR.IT / VANITY.IT / VOGUE.IT / CNLive Beauty Channel



DIMA COSMETICS srl

Via Annibali, 31L - 62100 Macerata - Italy - T. +39 0733 280228  
[www.jeanpaulmyne.com](http://www.jeanpaulmyne.com) - [info@jeanpaulmyne.com](mailto:info@jeanpaulmyne.com)

