

FACES*

INFLUENCER CHECK



A blurred background image of a woman with a tattooed arm walking down a city street. She is wearing a dark jacket and jeans. The background shows buildings and other people.

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

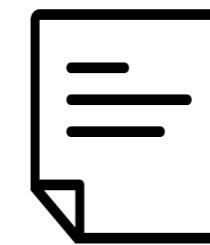
Wir suchen einen passenden Influencer aus, der für FACES ein bestimmtes Produkt «checked». Das Resultat dieses «Checks» bringen wir, je nach gewähltem Paket, in einer Story in unserem Printmagazin, auf unserer Webseite, auf Social Media und im Newsletter. Der Influencer wiederum berichtet über den Check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

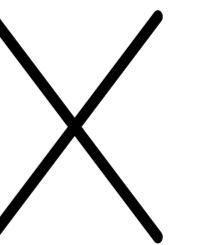


Influencer Check

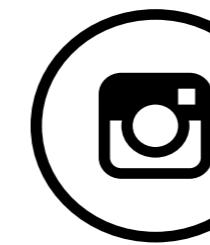
CHANNELS



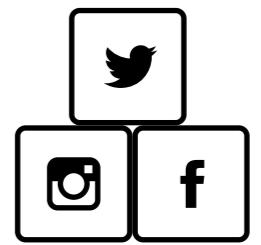
2 – 4 Seiten Advertorial im
Magazin
(Schwerpunkte gem. Briefing)



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



Post und Instagram Story
Influencer/in



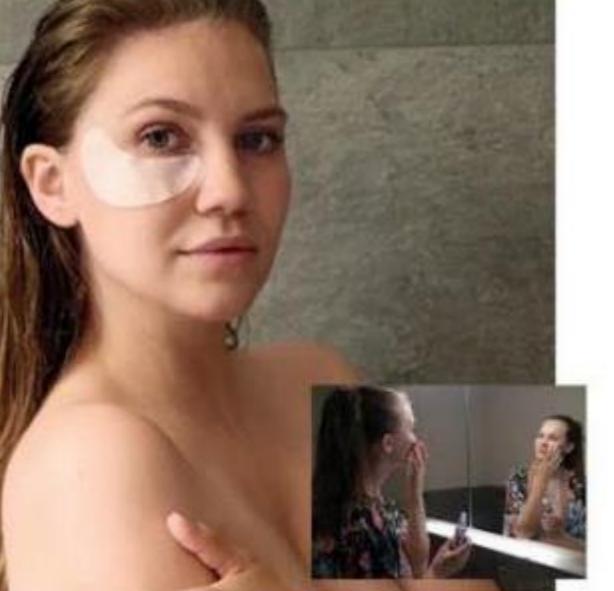
Der produzierte Content
wird dem Kunden zur
Verfügung gestellt.

Influencer Check

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.



Treatments

40 Jahre Dermatologie-Erfahrung sprechen für sich. Die Firma FeminaMed aus Thervil bei Basel steht hinter den Wirkbehandlungen von Lubex anti-age, deren Wirkung gegen Haustierungen in klinischen Studien wissenschaftlich nachgewiesen wurde. 100 % zuverlässig.

Lubex anti-age eye pads
Die Lubex anti-age eye pads polieren die Augenpartie mit Hyaluron auf, lassen Augenschatten verschwinden und mildern verunreinigte Fältchen.

Lubex anti-age eye excellence
Die Anti-Age-Wirkbehandlung Lubex anti-age eye intense führt die Feuchtigkeitsgegenstörung des Haut wieder auf und wirkt gegen Faltenziekte und dunkle Augenringe.

Lubex anti-age eye excellence
Das neuste Mitglied der Familie von Lubex anti-age steigert dank hochkonzentrierten Retinoplatinaten den Kollagenabbau und wirkt Augenfältchen mit extra viel Kraft entgegen.

Erfahrungen

Ex-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 ihrem Heimtest erfahren will. Das Lubex anti-age eye pads ist ein neues Produkt, das Lubex anti-age keine Konkurrenz macht, sondern eine eigene Linie darstellt. Einzigartige Formulierung, ohne Parfümstoffe, Farbstoffe oder Paraffine! Die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age.

KC: „Wie gefällt dir die Marke Lubex anti-age?“
KRISTIN COOK: „Ich habe sehr sensible Haut bei den Augenpartien und dadurch sehr oft Augenringe und Rötungen. Lubex anti-age ist leicht aufzutragen, wirkt kühlend und erfrischend und lässt meine Augen im weiteren Maße aufglänzen.“

KC: „Was empfehlst du der 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 Rückseiten der Wirkbehandlungen tief in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence. Dieses ist mein absoluter Favorit, weil es die Wirkbehandlungen auf die Augenpartie aufträgt und ebenfalls der Augen von innen nach außen auf. Morgens verteile ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und maniere auch dieses von innen nach außen ein.“

KC: „Was verändert die die Wirkbehandlungen?“
KC: „Die Lubex anti-age eye pads machen meine Augenpartien am Abend auf, um einzuspannen. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, das meine Haut über Nacht intensiv hydratisiert. Morgens trage ich dann das Lubex anti-age eye intensive auf. Diese ist sehr leicht aufzutragen und ist die Start in den Tag.“

KC: „Was war die reaktion die Lubex anti-age eye pads ihre Wirkung entfaltet hat?“
KC: „In diesen 15 Minuten kann ich so eingespannt sein. Vor allem entspannen – zum Beispiel vor dem Fernseher. Manchmal mache ich auch

Lubex anti-age eye pads
Keine Retinoplatinatqualität, ohne Parfümstoffe, Farbstoffe oder Paraffine! Die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age.

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 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



jeden



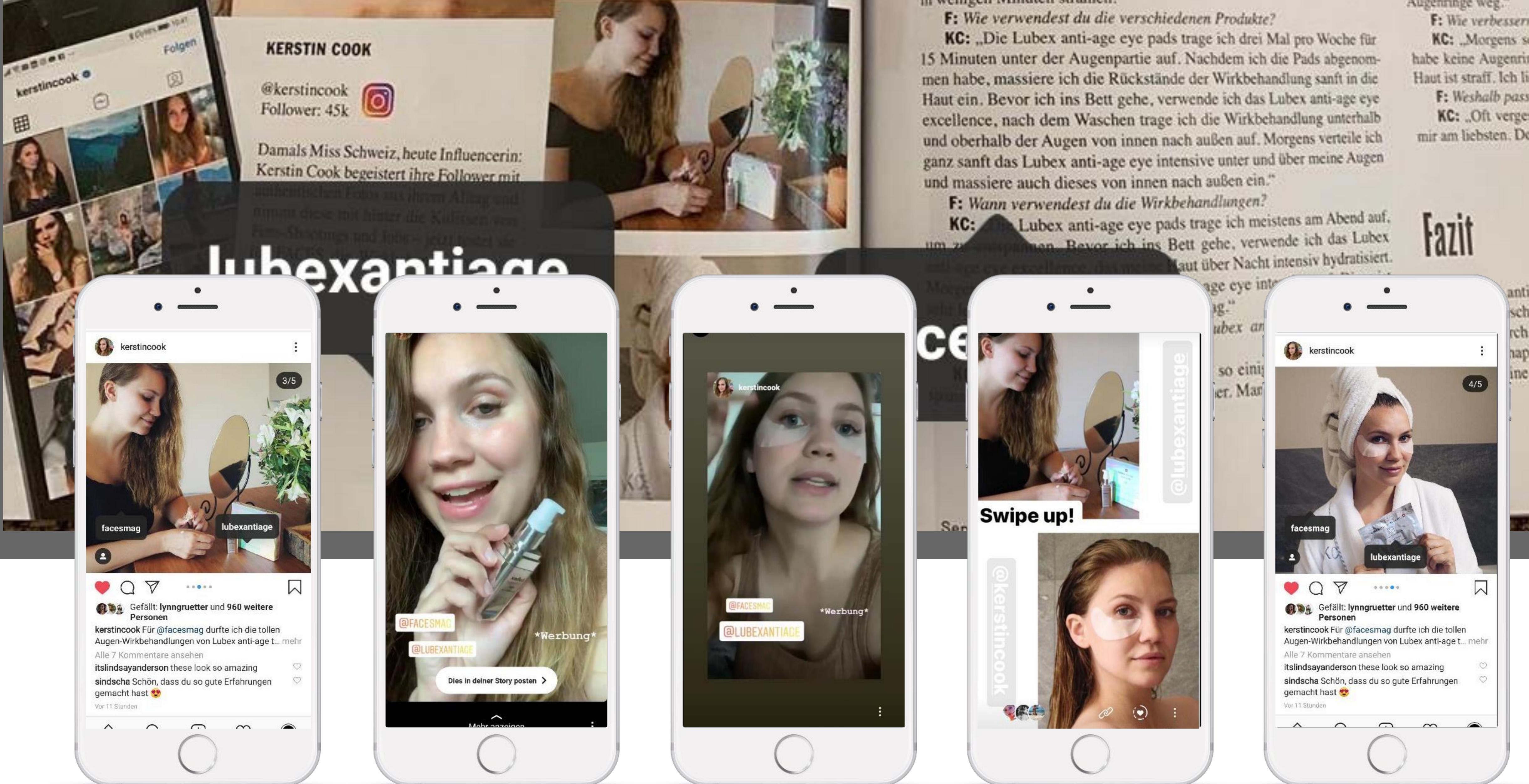
FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

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.



Fazit

anti-age tr
schwinden. Da
rch die regelmä
happy. Lubex a
ine dazu."



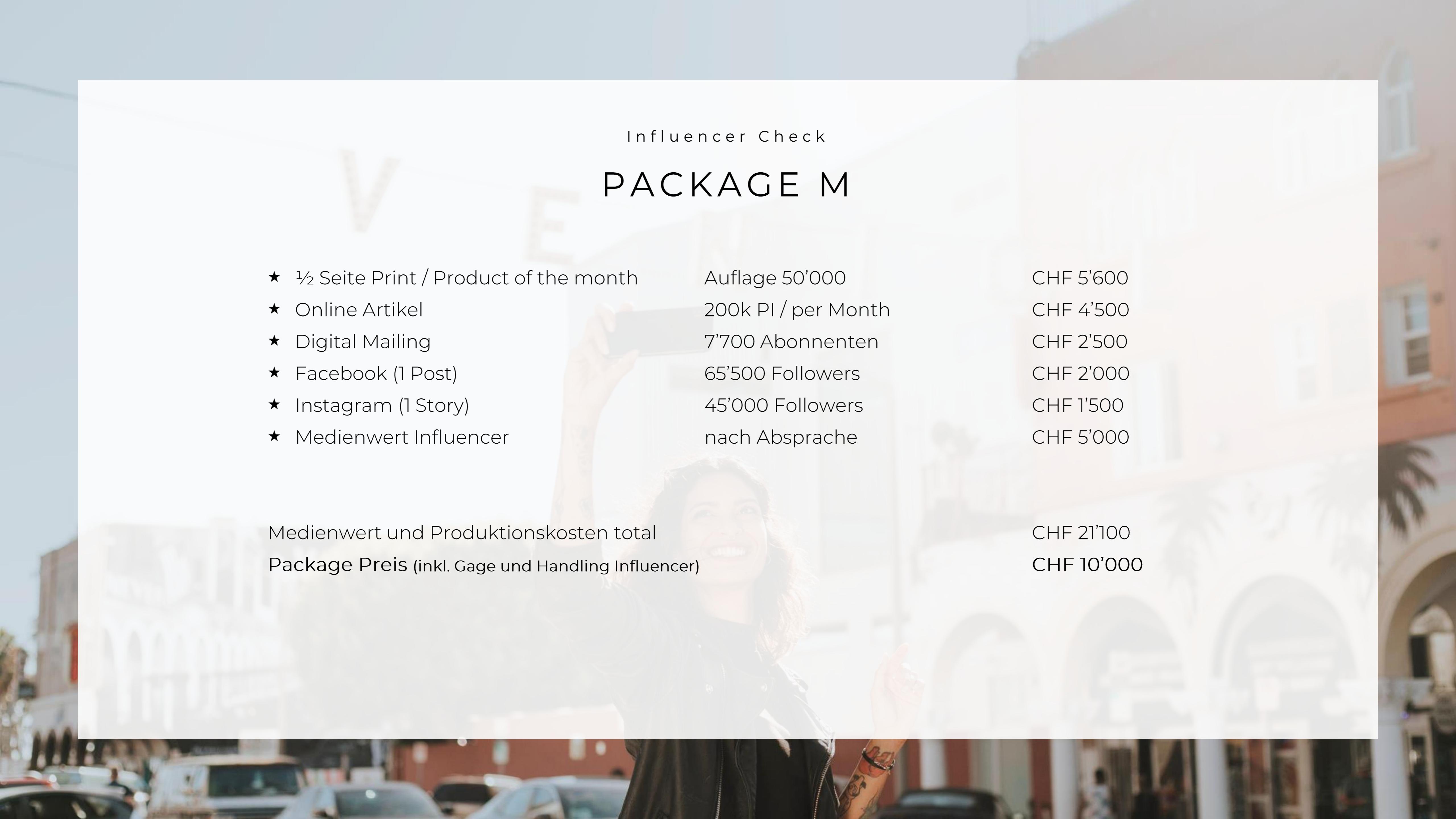
Influencer Check

PACKAGE S – DIGITAL ONLY

★ Online Artikel	200k PI / per Month	CHF 4'500
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	CHF 2'500
★ Facebook (1 Post)	65'500 Followers	CHF 2'000
★ Instagram (1 Story)	45'000 Followers	CHF 1'500
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	CHF 5'000

Medienwert und Produktionskosten total CHF 15'500

Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer) CHF 7'500

A woman with long dark hair, wearing a black leather jacket, is smiling and holding a smartphone up towards the camera. She is standing on a city street with buildings and palm trees in the background. The scene is bright and sunny.

Influencer Check

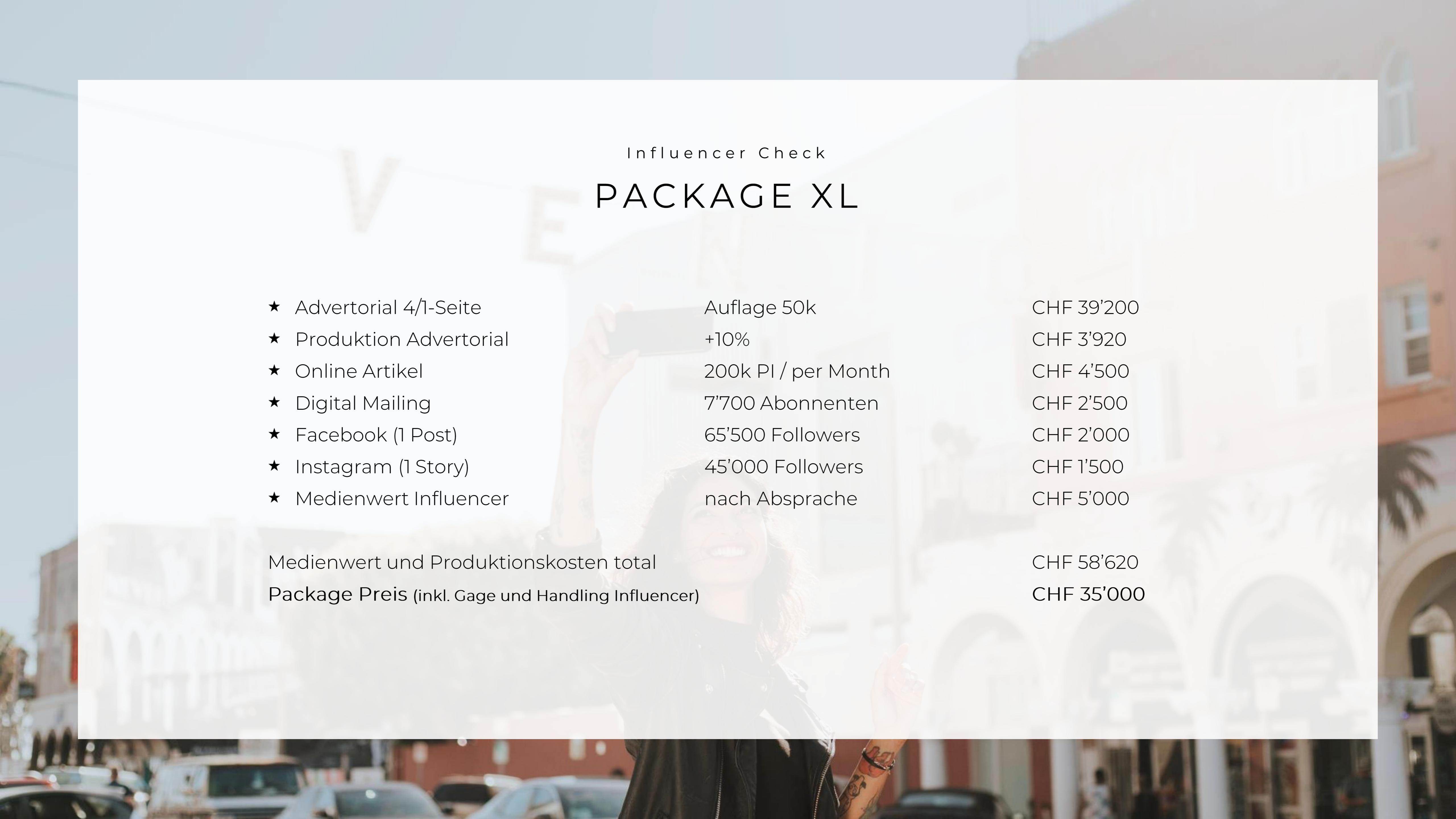
PACKAGE M

★ ½ Seite Print / Product of the month	Auflage 50'000	CHF 5'600
★ Online Artikel	200k PI / per Month	CHF 4'500
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	CHF 2'500
★ Facebook (1 Post)	65'500 Followers	CHF 2'000
★ Instagram (1 Story)	45'000 Followers	CHF 1'500
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	CHF 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		CHF 21'100
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		CHF 10'000

Influencer Check

PACKAGE L

★ Advertorial 2/1-Seite	Auflage 50k	CHF 19'600
★ Produktion Advertorial	+10%	CHF 1'960
★ Online Artikel	200k PI / per Month	CHF 4'500
★ Digital Mailing	7'700 Abonnenten	CHF 2'500
★ Facebook (1 Post)	65'500 Followers	CHF 2'000
★ Instagram (1 Story)	45'000 Followers	CHF 1'500
★ Medienwert Influencer	nach Absprache	CHF 5'000
Medienwert und Produktionskosten total		CHF 37'060
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)		CHF 24'000



Influencer Check

PACKAGE XL

- ★ Advertorial 4/1-Seite
- ★ Produktion Advertorial
- ★ Online Artikel
- ★ Digital Mailing
- ★ Facebook (1 Post)
- ★ Instagram (1 Story)
- ★ Medienwert Influencer

Auflage 50k	CHF 39'200
+10%	CHF 3'920
200k PI / per Month	CHF 4'500
7'700 Abonnenten	CHF 2'500
65'500 Followers	CHF 2'000
45'000 Followers	CHF 1'500
nach Absprache	CHF 5'000

Medienwert und Produktionskosten total

CHF 58'620

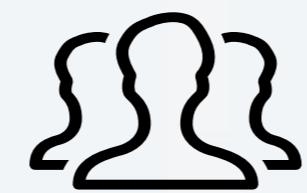
Package Preis (inkl. Gage und Handling Influencer)

CHF 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



Gute Ausbildung

81% haben eine mittlere
bis höhere Ausbildung



Urbaner Wohnort

61% leben in der Stadt

27% Agglomeration

13% Land



Geschlecht

Print:

80% Frauen / 20% Männer

Alle Kanäle:

55% Frauen / 45% Männer



GET IN TOUCH WITH US

LOCATION

BERTASTRASSE 1
CH-8003 ZURICH

WEB & SOCIAL

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



PHONE

+41 (0)43 322 05 37

ADVERTISING CONTACTS

Stefan Berger berger@faces.ch
Alisa Schmid schmid@faces.ch
Mirco Ludolini ludolini@faces.ch