



## Over Beiersdorf

Beiersdorf ontwikkelt innovatieve en kwalitatief hoogwaardige huidverzorgingsproducten. Elke dag, overal ter wereld is het doel: zo dicht mogelijk bij de consumenten staan. Aan de basis van het succes liggen kwaliteitsmerken als NIVEA, moeder van alle moderne cosmetica en sinds 1911 uitgegroeid tot toonaangevend familiemerk. Met de geslaagde relaunch van het haarverzorgingsassortiment in 2006 behoren ook haarproducten tot een van de successen van NIVEA. In 2009 voegde het merk een nieuwe productlijn toe aan het succesvolle assortiment: NIVEA Volume Sensation.

**Nivea**  
BoostBox

**boost**<sup>®</sup> | ondernemers  
in marketing

 [boostgroup.nl](http://boostgroup.nl)

## De uitdaging

NIVEA is inmiddels een toonaangevende speler in de markt voor haar verzorgingsproducten. Field marketing is een belangrijk speerpunt in de marketingstrategie. Daarvoor werkt NIVEA al lange tijd samen met Boost, dat sinds 2006 consumenten in mobiele Hair Care Centres laat kennismaken met de haarverzorgingsproducten. De combinatie van beleving creëren en trial genereren is voor NIVEA een gouden gebleken.

Na drie succesvolle jaren rees bij de introductie van een grote nieuwe lijn, NIVEA Volume Sensation, de behoefte aan een nieuwe oplossing. Het oude Hair Care Centre was erg groot en alleen met een hijskraan te plaatsen. Niet alle stadscentra waren daardoor goed bereikbaar. NIVEA nodigde twee bureaus, waaronder Boost, uit om met een nieuw idee te komen.



## De oplossing

Boost legde een voorstel op tafel voor een nieuw Hair Care Centre dat net zo impactvol was als het oude, maar een stuk minder gecompliceerd: de Boost Box. Een kwalitatief hoogwaardige, mobiele constructie die Boost helemaal ombouwde tot een nieuw Hair Care Centre, inclusief aansluitingen voor water en elektriciteit. Professionele stylistes laten consumenten ervaren dat hun haar met de producten meer volume krijgt, samplingteams delen ter plekke shampoo en mousse uit en genereren zo penetratie en trial.

Doordat de Boost Box een stuk lichter is en op de locatie zelf op te bouwen, kan het NIVEA Hair Care Centre veel meer plaatsen bezoeken dan eerst. De aankleding is geheel afgestemd op de NIVEA-huisstijl én op de doelgroep: de stedelijke, werkende jonge vrouw die veel belang hecht aan haar uiterlijk.

Het nieuwe Hair Care Centre bestaat uit glazen wanden die het een frisse, eigentijdse uitstraling geven. Bovendien kunnen passanten zien wat er binnen gebeurt, zodat ook zij NIVEA Volume Sensation kunnen meeleven. Samplingteams zorgen ervoor dat zo veel mogelijk vrouwen een set van shampoo en mousse krijgen om thuis te proberen.

'We waren erg blij met het idee van Boost vanwege de kwalitatief hoogwaardige uitstraling en de manier

Nivea  
BoostBox



waarop ze de learnings van het eerste Hair Care Centre hadden toegepast', vertelt Carolien Bakker, Senior Product Manager bij Beiersdorf. 'Ook door onze eerdere ervaringen wisten we dat we graag wilden samenwerken met Boost. We wisten wat we aan ze hadden en hadden vertrouwen in het team.'

**boost** <sup>®</sup> ondernemers  
in marketing

[boostgroup.nl](https://www.boostgroup.nl)



## Het resultaat

NIVEA wilde graag shampoo en mousse tegelijk uitdelen, om cross-usage van de care- en stylingproducten binnen de lijn te stimuleren. De inzet van stylisten stimuleerde het beeld van NIVEA als expert op het gebied van haarverzorging.

Op 12 actiedagen gedurende zes weken ging de Boost Box de stadscentra van Almere, Nijmegen, Apeldoorn, Utrecht, Hilversum, Delft en Eindhoven in. Boost deelde in totaal bijna 300.000 samples uit, de stylisten gaven ruim 300 vrouwen een professionele haar-volumebehandeling. De doelgroep reageerde tijdens de actie erg positief, zowel op de haarbehandelingen als op de samples.

Drie maanden na de inzet van de Hair Care Centre is Beiersdorf erg tevreden over de prestaties van NIVEA Volume Sensation. 'We zitten met de haarverzorgingsproducten in een drukke markt die sterk promotiegedreven is. Toen we NIVEA Volume Sensation lanceerden, liepen er in totaal dertien above-the-line campagnes van andere haarverzorgingsmerken en verschillende promotiecampagnes. Maar we merken dat we met het Hair Care Centre echt het onderscheid kunnen maken', zegt Bakker. Voor volgend jaar staan nieuwe acties zeker weer op het programma. 'We willen het succes graag doorzetten.'

**Nivea**  
BoostBox

## Citaten

- 'Met het Hair Care Centre en sampling hebben wij verschil kunnen maken in een drukke markt.'
- 'Als we Boost inschakelen, weten we dat we het project uit handen kunnen geven. Extra verzoeken regelen ze snel, en als er kinderziektes zich voordoen, lossen ze die snel op.'

Klompemaker 2  
5253 RH Nieuwkuijk

Postbus 3205  
5203 DE 's-Hertogenbosch

**T. 073 - 71 19 300**

**boost**<sup>®</sup> | ondernemers  
in marketing

 boostgroup.nl