



# BEST CASE: ASOS

STYLEBOOK

## CHALLENGE

1. **Steigerung der Markenbekanntheit** von ASOS in Deutschland
2. **Image-Aufbau** der ASOS-Eigenmarke als individuelle und vielfältige Modelinie für jeden Körpertyp
3. **Positionierung** von ASOS als **führenden Online-Shop** für Mode und Accessoires.

## STRATEGIE

- **Übersetzung der Kommunikationsziele** in eine native Geschichte über die neue Generation von Models. Authentische und individuelle Models, die keinem klassischen Schönheitsideal entsprechen
- **Maximale Reichweite auf STYLEBOOK.de** durch aufmerksamkeitsstarke und native Platzierungen - stationär und mobil.
- Auspielung als Facebook Sponsored Posts mit **spezifischem Targeting** und **laufender Optimierung**.

## STORY

- Experten aus der Fashion-Branche erklären das **Erfolgsgeheimnis einer neuen Model-Generation** und inspirieren die Mode- und Lifestyle-affine Zielgruppe von STYLEBOOK zu einem individuellen Look.
- Wir präsentieren **drei Stars einer neuen Model-Generation**: Jordyn Woods (Vom Instagram-Star zum Curvy Model), Joshua Williams (Sein Körperschmuck macht ihn einzigartig), Thi Thuy (Mit Regenbogen-Farben zum Model-Erfolg)
- Die **Statements der Experten** sowie die Präsentation der unterschiedlichen Models positionieren ASOS als Fashion-Destination für jeden Körper-Typ.

Brand-Story-Link: <http://bit.ly/2Jjj4cg>

ASOS

media impact ■

# BEST CASE: ASOS

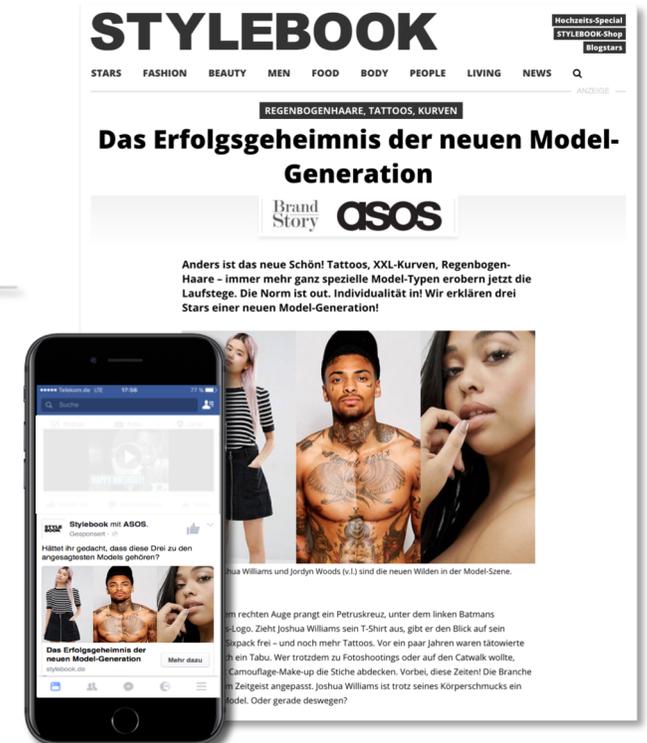
STYLEBOOK



Artikel-Views:  
> 24.555



Artikel-Verweildauer:  
Ø 1:54 Min.



ASOS

media impact

