

Mister Spex: Der neue Optiker für alle Lebenslagen in deiner Nähe

Mister Spex positioniert sich neu als „Der Optiker deines Lebens“ und fokussiert Expertise und Kundenberatung.

Mister Spex: Ein neuer Weg als „Der Optiker deines Lebens“

Berlin (ots)

In einem sich ständig wandelnden Markt der Brillenoptik hat Mister Spex SE, bekannt als führender Omnichannel-Optiker in Europa, eine bedeutende Neuausrichtung seiner Marke bekannt gegeben. Unter dem neuen Slogan „Der Optiker deines Lebens“ zielt das Unternehmen darauf ab, sich nicht nur als Anbieter von Brillen, sondern als vertrauenswürdiger Begleiter in allen Belangen rund um die Sehkraft zu positionieren.

Zielgruppenfokus und Marktstrategie

Ein Schlüsselaspekt dieser neuen Markenidentität ist die gezielte Ansprache der Altersgruppe der 40- bis 60-Jährigen, die eine anspruchsvolle optische Beratung schätzt. Diese Zielgruppe legt großen Wert auf Fachwissen und persönliche Betreuung, was die Neuausrichtung zur besten Gelegenheit macht, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen.

„Unsere Kundinnen und Kunden sollen wissen, dass sie bei Mister Spex nicht nur ein breites, stylisches Sortiment an

Markenbrillen finden, sondern auch die beste Beratung und höchste Qualität erhalten“, erklärt Miriam Steffens, Director Brand Marketing bei Mister Spex. Die Fokussierung auf optische Expertise soll das Unternehmen von anderen Anbietern abheben und Vertrauen schaffen.

Innovative Kampagne: Humor trifft Beratung

Die neue Werbekampagne wird durch humorvolle TV-Spots unterstützt, in denen zwei sprechende Brillen über die Dienstleistungen und Produkte von Mister Spex diskutieren. Diese unterhaltsame Herangehensweise soll dazu beitragen, die Kernbotschaften zu vermitteln und das moderne Optikererlebnis lebendig zu gestalten. Die Spots wurden im hochgelobten Flagship-Store in Köln, der kürzlich als „Store of the Year“ ausgezeichnet wurde, gedreht.

„Mit dieser Kampagne setzen wir auf eine unterhaltsame Art, unsere Dienstleistungen zu präsentieren, während wir gleichzeitig die Innovation und Qualität hervorheben, die wir unseren Kunden bieten“, so Francesco Liut, Chief Commercial Officer. Die Kombination aus Humor und informativer Ansprache könnte das Bild von Mister Spex nachhaltig verändern.

Umfangreiche Multikanalstrategie

Die Werbekampagne wird ab dem 08. August 2024 auf zahlreichen Fernsehkanälen, sowie über Online-Kanäle und Social Media zur Verfügung stehen. Begleitende Maßnahmen in Radio, Print und Out of Home werden strategisch eingesetzt, um die Kundschaft in die Läden zu locken und das neue Optikererlebnis hautnah erlebbar zu machen.

Nachhaltige Rentabilität durch strategische Neuausrichtung

Die Neupositionierung als Experte in der Optik ist entscheidend, um die Rentabilität von Mister Spex in einem komplexen Markt zu stärken. Diese strategischen Veränderungen sind nicht nur für die Kunden von Bedeutung, sondern verschaffen dem Unternehmen auch einen klaren Wettbewerbsvorteil. Stephan Schulz-Gohritz, CEO von Mister Spex, hebt hervor: „Unsere Neuausrichtung ermöglicht ein herausragendes Kunden Erlebnis und fördert gleichzeitig ein nachhaltig profitables Wachstum.“

Eine vielversprechende Zukunft

Mister Spex zeigt sich damit nicht nur als Marktführer, sondern auch als Innovator im Bereich der Optik. Durch den Fokus auf die Expertise der Optiker und die Verbesserung des Service wird das Unternehmen in der Lage sein, seinen Platz im Herzen der Kunden zu festigen. Über 120 qualifizierte Optiker stehen bereit, um den Kunden diese neue Philosophie erlebbar zu machen.

„Wir sehen alles, damit du alles siehst“ könnte so zu einem Leitmotiv werden, das sowohl die Kunden anzieht als auch die Marke zukunftssicher macht.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)