

DAS IST TREND

Das Angebot myTrends von Carl Engelkemper Münster ist vielfältiger denn je. Mit den Marken „ClassicalYou“, „MyGoldenMoments“ und „TrendyMe“ kann der Fachhandel in der Jahresendrallye kräftig Gas geben.

„Der myTrends.store ist die perfekte Ergänzung zum Printmagazin. Damit bieten wir dem Handel einen funktionierenden E-Commerce-Kanal“, sagt Guido Abeler, Geschäftsführer von Carl Engelkemper Münster. „Mit dem virtuellen Schaufenster kann der Juwelier die ganze Breite unseres Angebots – weit über die im Magazin beworbene Ware hinaus – präsentieren und direkt unter seinem guten Namen vermarkten.“ Die Verkaufsmaschine steht auf zwei Beinen: einerseits das gedruckte Magazin in Millionenaufgabe, andererseits der professionelle Onlineshop mit grenzenloser Reichweite. Beide Instrumente werden für den Händler maßgeschneidert und sind eng miteinander verzahnt. Das funktioniert nach der Erfahrung von mittlerweile bundesweit sehr vielen Geschäften überaus erfolgreich. Ergänzt werden die Vermarktungstools durch die Bereitstellung von Social-

Media-Posts für Facebook, Instagram und Co.

Die „myTrends“-Familie deckt alle Schmuckbedürfnisse ab. So gibt es die Untermarke „ClassicalYou“ mit Designs in 585 Gold, „MyGoldenMoments“ arbeitet mit 333 Gold und „TrendyMe“ konzentriert sich auf 925 Silberschmuck. Da ist für jeden Geschmack und Geldbeutel etwas dabei. „Mit unserem vielseitigen Angebot stellen wir ein starkes Fundament für die kommenden verkaufstarken Monate zur Verfügung“, verspricht Guido Abeler. „In unseren Highlights zeigt sich ganz klar der starke Trend zum Gold, je nach Legierung mit Brillanten oder Zirkonia. Daneben halten die Kollektionen eine Fülle moderner Colliers, starker Armbänder und interessanter Farbstein-Sets bereit, die nur auf ihren Auftritt im Schaufenster warten.“

→ www.myTrends.store



Schmuck in Gold oder Silber aus der „myTrends“-Familie



TOPSELLER,
WEIL ...



... hinter allen Preisbereichen ein durchdachtes Vermarktungskonzept steht.