

# Come Pimkie ha utilizzato l'influencer marketing per fare rebranding e raggiungere un pubblico più maturo

CASE STUDY - PIMKIE



# Ciente

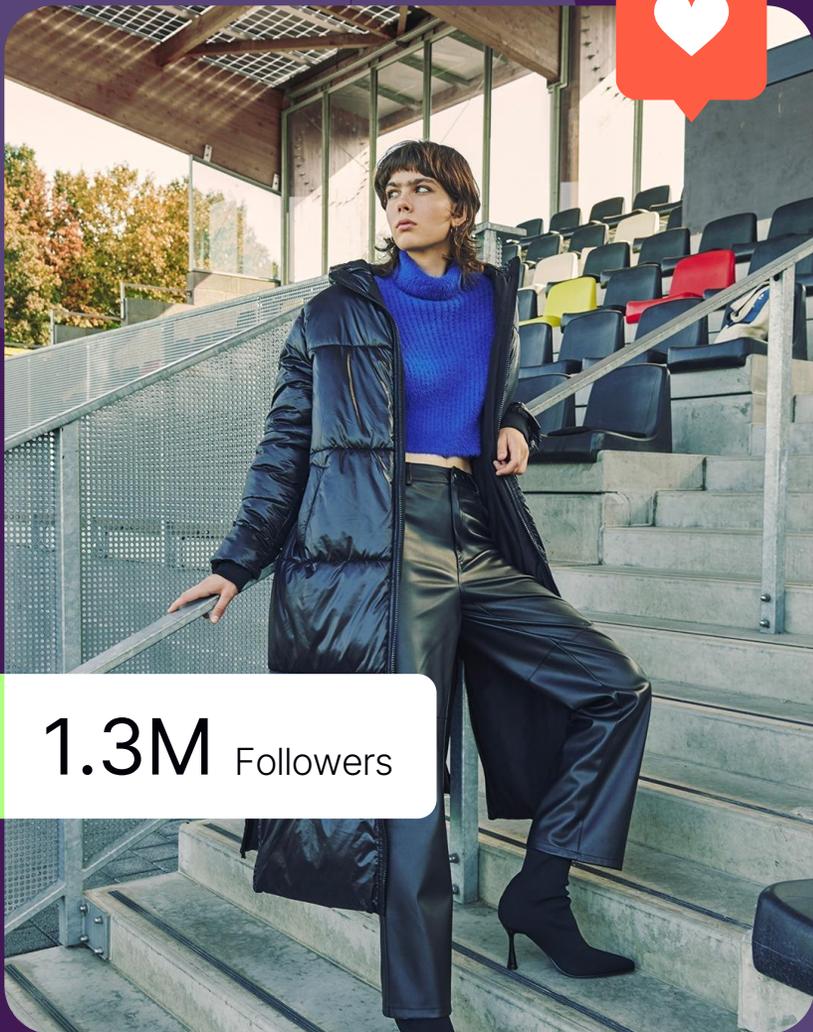


Pimkie è un marchio di abbigliamento e accessori femminili.

Dalla sua fondazione, avvenuta negli anni '70, Pimkie si è esteso prima su tutto il territorio francese - fino ad arrivare a contare un centinaio di negozi a fine anni '80 - e poi anche in Germania, Spagna, Italia, Medio Oriente e Europa orientale.

Oggi si può affermare che Pimkie è presente in 28 paesi con più di 700 negozi, oltre alla piattaforma per lo shopping online.





1.3M Followers



#### SETTORE DI ATTIVITÀ

Abbigliamento e accessori



#### SITO WEB

[www.pimkie.fr](http://www.pimkie.fr)



#### CLIENTE DI SKEEPERS DAL

2021



#### PRODOTTI

Influencer Marketing



#### Emilie Cuenot

Pimkie International Community Manager

Siamo soddisfatti della nostra collaborazione con Octoly per la qualità dei contenuti prodotti e i risultati ottenuti, in termini di interazione, coinvolgimento ed Earned Media Value. Octoly è fondamentale per aumentare la visibilità sui social network e ci ha aiutato a raggiungere comunità in linea con il nostro nuovo posizionamento.



# Contesto e obiettivi



## Un rebranding per far crescere la community

Dal 1971, Pimkie è un marchio di abbigliamento **molto amato dalle ragazze giovani**, ma negli ultimi anni si è resa conto di avere un'immensa **opportunità di crescita** se fosse riuscita a espandere la propria community non riferendosi più solo alle giovanissime. Per sostenere questo **rebrand** e modificare con successo la percezione del marchio, Pimkie aveva bisogno **aggiornare la propria brand identity** sui social network e diventare parte della conversazione anche per un target più maturo di acquirenti attenti alla moda.



# Soluzioni



**8% Di 4 milioni, pubblico coinvolto attivamente**

## Influencer marketing: la chiave per un nuovo posizionamento sui social

Non è facile distinguersi come marchio di prêt-à-porter nella giungla della moda che regna sui social network. Per raggiungere il pubblico di riferimento con questo nuovo messaggio e una nuova identità, Pimkie ha collaborato con la piattaforma di Influencer Marketing di Skeepers, Octoly, per trovare e attivare influencer ad alto rendimento con un pubblico corrispondente ai criteri demografici desiderati dal brand.

Sono stati selezionati 301 influencer che hanno ricevuto articoli della nuova linea e hanno messo in evidenza il loro capo di abbigliamento o accessorio preferito.

Nei primi 6 mesi, Pimkie è riuscito a coinvolgere attivamente oltre l'8% dei 4 milioni di nuovi acquirenti raggiunti dagli influencer, grazie a campagne Octoly convincenti e a un nuovo posizionamento.



# Risultati

**301**

Influencer coinvolti

**361K**

Interazioni totali

**4.2M**

Persone raggiunte

**€103K**

EMV



THE UGC SOLUTION SUITE

# Get real with your community

[Richiedi una demo](#)

