

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

CASE STUDY - PIMKIE



Ciente

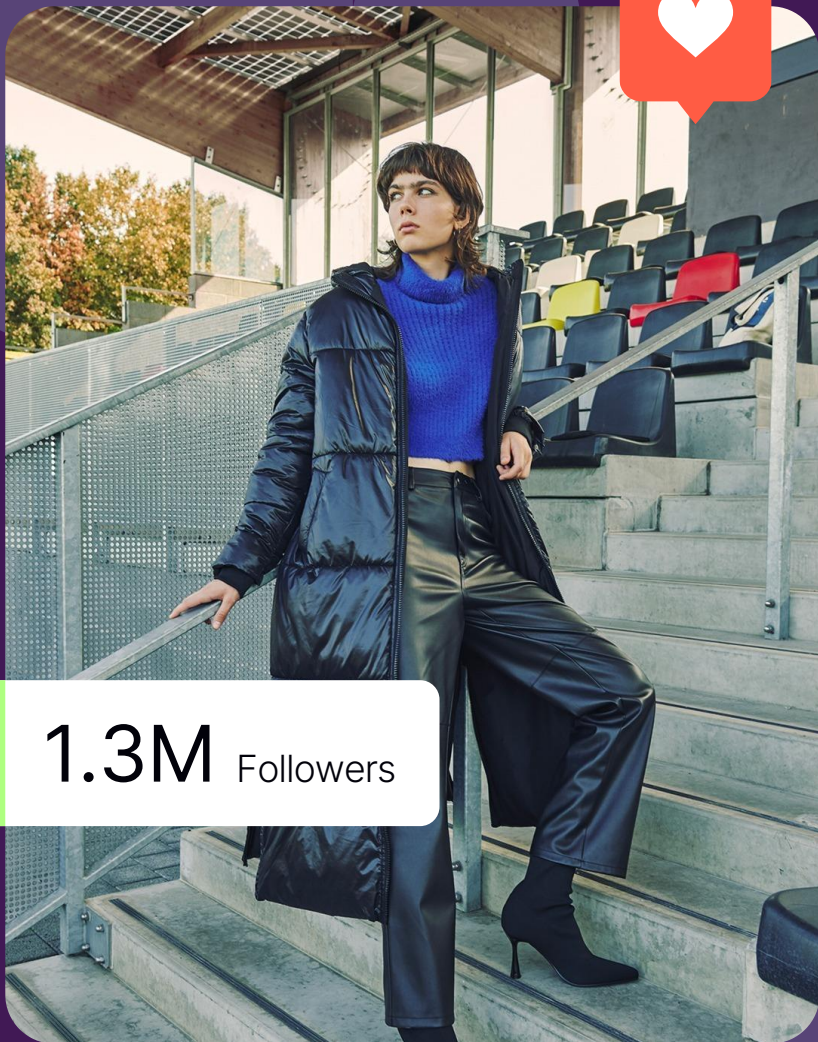


Pimkie è un marchio di abbigliamento e accessori femminili.

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



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](#)

