

INFOPRESSE

TAMARIS



QUI EST JULIE ? TAMARIS CONNAÎT LA RÉPONSE

Tamaris dévoile sa nouvelle campagne ! Innovante, elle est menée par et avec des femmes, chacune unique, et vise à bousculer les normes standards sur son secteur d'activités.

Tamaris, la marque de chaussures pour femmes la plus connue d'Europe, prouve avec sa nouvelle campagne qu'elle est une entreprise familiale qui sait parfaitement intégrer avec succès la digitalisation dans sa communication corporate. Avec cette campagne numérique internationale créée en plusieurs étapes, nommée « Qui est Julie ? », Tamaris innove complètement. Divertissante et connectée. Interactive plutôt qu'à sens unique. D'une phase de teaser à grande échelle offline à une stratégie de communication online audacieuse, intelligente et authentique. Tamaris rend hommage à chacune des femmes composant sa clientèle et leur offrira une vraie plateforme d'expression personnelle au fur et à mesure de la campagne.

#quiestjulie – de la conformité à l'individualité

En Europe, sur la tranche d'âge 20 - 39 ans, Julie est l'un des prénoms les plus répandus. Ainsi parmi les millions de clientes de Tamaris, on peut supposer qu'un grand nombre porte ce prénom. Mais toutes les Julie ne se ressemblent pas : chacune d'entre elles est unique, au contraire. C'est sur cela que la campagne joue précisément. Cathleen Burghardt, responsable du marketing chez Tamaris : « Nos clientes n'appartiennent à aucune nationalité ou à aucune communauté spécifiques. Elles sont plutôt singulières et uniques. Avec notre nouvelle campagne, nous célébrons ces femmes spéciales et les encourageons à rester fidèles à elles-mêmes. Le prénom Julie, très courant en Europe, symbolise ainsi la diversité de toutes les femmes que nous souhaitons valoriser. »

Sous le hashtag #quiestjulie, Tamaris a entamé sa recherche de « Julie » dès janvier sur les réseaux sociaux de son marché initial allemand, en recourant parfois à des méthodes très fortes. L'objectif : créer la conversation et un contenu individualisé pour les cibles touchées par la campagne. Au fur et à mesure des timings de la campagne, des images et des extraits vidéo seront révélés incluant avec des personnes réels : les « vraies Julie ». Pionnière, la marque utilise cette approche innovante pour s'éloigner de la promotion classique de produits et se tourner vers la narration et le contenu généré par les utilisateurs. En complément, un travail sera dédié avec des influenceurs afin de garantir une visibilité dense. En créant une zone de tension entre attention et expérience individuelle, la campagne « Qui est Julie ? » établit des normes complètement nouvelles pour son secteur.

Dialogue entre la marque et la cliente

Jens Beining, PDG du groupe Wortmann : « Même si Tamaris possède une très vaste clientèle, notre société est passionnée et s'épanouit autour du caractère unique de chaque femme. Notre objectif reste toujours de soutenir le style individuel du plus grand nombre de femmes possible avec une large gamme de chaussures.

Avec nos claims « Julie n'est pas que Julie » et « Une chaussure n'est pas qu'une chaussure », nous entamons un dialogue avec nos clientes d'aujourd'hui et de demain. » Le mécanisme de la campagne « Qui est Julie ? » illustre avec cohérence le passage de la communication traditionnelle à la digitalisation de l'entreprise, en créant un pont entre l'expérience utilisateur et le parcours client réussi.

« Qui est Julie ? » a été lancée en Allemagne en janvier, suivie par l'Autriche, la France, la République tchèque, la Belgique, les Pays-Bas, la Grèce, le Danemark et la Suède.

L'agence YeS IDEAS de Hambourg est à l'origine du concept et de la réalisation de „Qui est Julie ?“.

Pour visionner la vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=OOKDhOTIY8U>

https://www.youtube.com/watch?v=W7QwX_BlgFk

#quiestjulie | tamaris.com | wortmann.com

Contact presse : TAMARIS | Marleen Koppert | marleen.koppert@tamaris.com

INFOPRESSE

TAMARIS



À propos du groupe Wortmann

Originaire de Detmold en Allemagne, le groupe Wortmann, connu principalement pour sa marque Tamaris, est l'une des plus grandes entreprises de production et de distribution de chaussures en Europe et est considéré comme le leader du marché des chaussures tendance pour femmes. Les collections sont proposées dans le monde entier dans plus de 70 pays et plus de 15 000 boutiques de chaussures. Outre la marque phare Tamaris, le groupe comprend les marques Marco Tozzi, s.Oliver shoes, Caprice et Jana. À celles-ci s'ajoute Novi Footwear Fareast Ltd. en Asie. Le groupe compte plus de 1 100 employés à l'échelle internationale. Dans le monde entier, environ 30 000 travailleurs œuvrent pour la société de Detmold.

