

FACES*

INFLUENCER CHECK



Influencer Check

BACKGROUND

As a co-founder of Swiss Influencer Award, besides a strong network of course we have a large know-how in influencer marketing. Numerous of studies prove that the issue with social media is always credibility.

With our concept we connect the benefits of influencer marketing with the high credibility and the competence in terms of lifestyle of our media brand FACES.

Influencer Check

CONZEPT

Together we are choosing an influencer within our network and with a great brand fit, who «checks» a selected product for FACES. Depending on the chosen package, we will publish the result all over our channels. Such as a story in print, on our website, social media and in our newsletter. The influencer of course will share the story on his social media channels.

We are showing the product in a contemporary and likeable surrounding to a lifestyle loving audience and using the entire reach (FACES & Influencer).

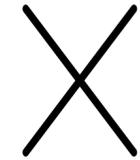


Influencer Check

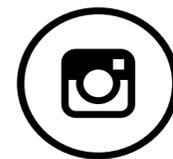
CHANNELS



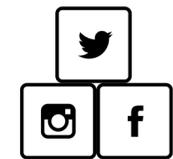
Print
Scope depends on the chosen package



Crossmedia communication
(magazine, newsletter, online article, social media)



Post and Instagram Story
Influencer/in



The produced content could be used by the partner.

CASE

FACES Influencer Check

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.



KERSTIN COOK
@kerstincook
Follower: 45k

Dannals Miss Schweiz, heute Influencerin: Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit authentischen Fotos aus ihrem Alltag und nennt diese mit hinter die Kulissen von Foto-Shootings und Jobs – jetzt setzt sie für FACES die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age.

Treatments

40 Jahre Dermatologie-Erfahrung sprechen für sich: Die Firma Permanol aus Thun bei Basel ist unter den Wirkbehandlungen von Lubex anti-age, deren Wirkung gegen Hautalterung in klinischen Studien wissenschaftlich nachgewiesen wurde: 100 % wirksam.

Lubex anti-age eye pads
Die Lubex anti-age eye pads polieren die Augenpartie mit Hyaluron auf, lösen Augenwimpern verschwinden und mildern vererbte Fältchen.

Lubex anti-age eye intensive
Die Anti-Age-Wirkbehandlung Lubex anti-age intensive füllt die Fruchtigkeitsdepot der Haut wieder auf und wirkt gegen Tränensäcke und dunkle Augenringe.

Lubex anti-age eye excellence
Das neueste Mitglied der Familie von Lubex anti-age steigert dank hochkonzentrierten Extraktstoffen den Kollagenstoff und wirkt Augen-fältchen aus extra viel Kraft entgegen.

Erfahrungen

Es-Miss-Schweiz und Influencerin Kerstin Cook weiß, dass man mit 30 mit der richtigen Anti-Aging-Pflege starten soll. Deshalb ist sie sofort Feuer und Flamme, als sie die Wirkbehandlungen von Lubex anti-age in den Händen hält. „Mir gefällt vor allem, dass Lubex anti-age ein Schweizer Produkt ist. Lubex anti-age hat keine Konservierungsstoffe, allergene Duftstoffe oder Farbstoffe – das ist ideal für meine sehr empfindliche Haut. Die Versuche auf Tierversuche ist mir zudem sehr wichtig.“

FACES: Weshalb übertrugst du die Marke Lubex anti-age?
KC: „Ich habe sehr sensible Haut bei der Augenpartie und dadurch sehr oft Augenringe und Rötungen. Lubex anti-age ist leicht aufzutragen, wirkt kühlend und erfrischend und lässt meine Augen in wenigen Minuten strahlen.“

F: Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?
KC: „Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachher ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Wachen trage ich die Wirkbehandlung innerhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verwende ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

F: Wann verwendest du die Wirkbehandlungen?
KC: „Die Lubex anti-age eye pads trage ich meistens am Abend auf, um zu entspannen. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, das meine Haut über Nacht intensiv hydratisiert. Morgens trage ich dem die Lubex anti-age eye intensive auf. Diese ist sehr leicht und der perfekte Start in den Tag.“

F: Was ist da, während du die Lubex anti-age eye pads ihre Wirkung empfinden lässt?
KC: „In diesen 15 Minuten kann ich so entspannen. Vor allem entspannen – zum Beispiel vor dem Fernseher. Manchmal mache ich auch gleich meine Nägel oder schilde die Augen für ein paar Minuten.“

F: Wie beschreibst du die Texte der einzelnen Wirkbehandlungen?
KC: „Die Lubex anti-age eye pads sind ganz einfach anzuwenden. Das Produkt ist sehr leicht und die Rückstände sehr angenehm zum massieren. Sie wirken auch sehr kühlend. Lubex anti-age excellence ist sehr reich an Fruchtigkeits. Diese Wirkbehandlung ist sehr angenehm auf der Haut und lässt diese ganz edel werden. Die Lubex anti-age eye intensive fühlt sich ebenfalls sehr leicht an. Sie ist nicht zu ölig und wirkt sehr erfrischend.“

F: Wie gefällt dir die den Wirkbehandlungen am besten?
KC: „Die Wirkbehandlungen sind sehr angenehm formuliert und lassen meine Haut strahlen. Sie wirken sanft und zähren meine Augenringe weg.“

F: Wie verbessern die Treatments deinen Look?
KC: „Meine Augen sehen sich sehr frisch und ausgerollt an. Ich habe keine Augenringe mehr, und die Müdigkeit ist weggeblieben. Die Haut ist so viel. Ich liebe dieses Look.“

F: Weshalb passen die Produkte so gut in deine Beauty-Routine?
KC: „Oh vergessen wir die Augenpartie. Ich mag meine Augen am meisten. Deshalb ist mir die Augenpflege sehr wichtig.“

Fazit

„Die Lubex anti-age eye treatments wirken Wunder bei mir. Meine Rötungen verschwinden. Bevor musste ich jeden Tag mit Augenringen kämpfen. Durch die regelmäßige Anwendung ist dieses Problem gelöst. Ich bin sehr happy. Lubex anti-age gehört ab sofort zu meiner täglichen Beauty-Routine dazu.“



jeden



FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.




FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

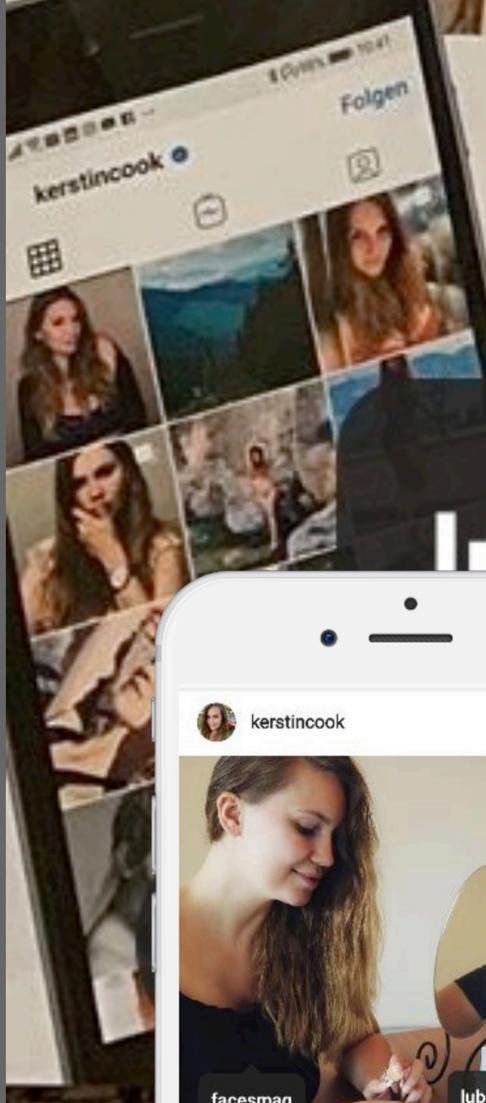
22.08.2019, 14:22 Uhr | BEAUTY | VON FACES MAGAZINE

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät uns hier, ob sie tatsächlich ihr Herz verschenken konnte.



FACES Influencer Check: Kerstin Cook testet Lubex anti-age

Liebe auf den ersten Blick? Der trauen wir nicht. Bei Pflege-Produkten lassen wir uns lieber etwas länger Zeit, bevor wir unser Urteil fällen. Influencerin Kerstin Cook hat für uns die Augen-Wirkbehandlungen von Lubex anti-age getestet und verrät ... mehr



KERSTIN COOK

@kerstincook
Follower: 45k

Damals Miss Schweiz, heute Influencerin:
Kerstin Cook begeistert ihre Follower mit

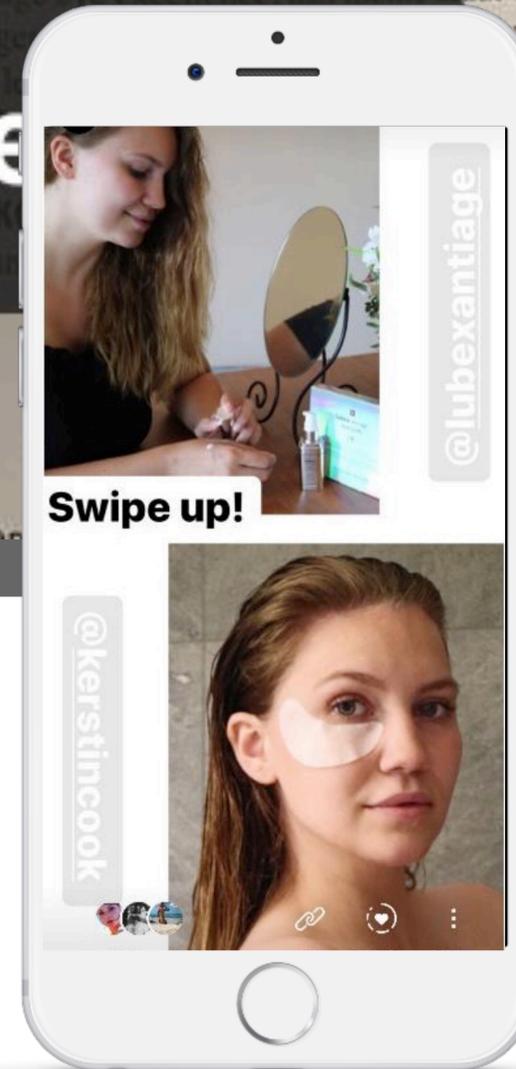
lubexantiage



in wenigen Minuten strahlen.
F: Wie verwendest du die verschiedenen Produkte?
KC: „Die Lubex anti-age eye pads trage ich drei Mal pro Woche für 15 Minuten unter der Augenpartie auf. Nachdem ich die Pads abgenommen habe, massiere ich die Rückstände der Wirkbehandlung sanft in die Haut ein. Bevor ich ins Bett gehe, verwende ich das Lubex anti-age eye excellence, nach dem Waschen trage ich die Wirkbehandlung unterhalb und oberhalb der Augen von innen nach außen auf. Morgens verteile ich ganz sanft das Lubex anti-age eye intensive unter und über meine Augen und massiere auch dieses von innen nach außen ein.“

Augenringe weg.
F: Wie verbessern die Treatm
KC: „Morgens sehe ich sehr
habe keine Augenringe mehr, un
Haut ist straff. Ich liebe diesen L
F: Weshalb passen die Prodi
KC: „Oft vergessen wir die
mir am liebsten. Deshalb ist mi

Fazit



Influencer Check

PACKAGE S – DIGITAL ONLY

★ Online article	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital mailing	7'700 Subscriber	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Media value influencer	in consultation	EUR 5'000
Media value and production costs total		EUR 14'250
Package price (incl. fee and handling influencer)		EUR 7'500

Influencer Check

PACKAGE M

★ ½ page print	Circulation 50'000	EUR 7'100
★ Online article	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital mailing	7'700 Subscribers	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Media value influencer	in consultation	EUR 5'000
Media value and production cots		EUR 21'350
Package price (incl. fee and handling influencer)		EUR 10'000

Influencer Check

PACKAGE L

★ Advertorial 2/1 page	Circulation 50k	EUR 24'000
★ Production advertorial	+10%	EUR 2'400
★ Online article	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital mailing	7'700 Subscribers	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Media value influencer	in consultation	EUR 5'000
Media value and production costs total		EUR 40'650
Package price (incl. fee and handling influencer)		EUR 25'000

Influencer Check

PACKAGE XL

★ Advertorial 4/1 page	Circulaion 50k	EUR 48'000
★ Production advertorial	+10%	EUR 4'800
★ Online article	200k PI / per Month	EUR 4'100
★ Digital mailing	7'700 Subscribers	EUR 2'000
★ Facebook (1 Post)	65'600 Followers	EUR 1'800
★ Instagram (1 Story)	44'700 Followers	EUR 1'350
★ Media value influencer	in consultation	EUR 5'000
Media value and productions costs total		EUR 67'050
Package price (incl. fee and handling influencer)		EUR 35'000

FACES Community

Generation Y

FACES readers are the so-called "Generation Y" - urban, well-educated, technology-oriented women and men between the ages of 25 and 40. They are cosmopolitan and do not worry about traditional roles or origins. They are curious, optimistic and socially well connected. They live a conscious lifestyle, conscious of the environment and society, but also conscious of themselves. Profession and career are important to them, as is personal development. They are fashion-conscious and have their own style.



34 years
average age

**Young Luxury Buyers of
Generation Y (25 - 40 years)**



**interest in
Lifestyle**

Fashion: 220 Travelling: 127
Beauty: 227 Living: 164



**high
income**

53% > EUR 7'000
household income



urban residence

61% City
27% Agglomeration
13% Countryside



good education

**81% have an intermediate
to higher education**



gender

Print:
80% Women / 20% Men
Overall:
55% Women / 45% Men



FACES*

**GET IN TOUCH
WITH US**

LOCATION

STRASSBURGER STRASSE 6D
DE-10405 BERLIN

PHONE

+49 (0)30 552 02 383

WEB & SOCIAL

FACES.CH / FACESMAG.DE
@FACESMAG
FACEBOOK.COM/FACES

ADVERTISING CONTACTS

Julia Gelau
julia@faces.ch

