

marimekko®

Marimekko hittade nya mönster
hos sina Nordiska målgrupper

Med hjälp av Observify så har Marimekko:



Effektiviserat sina bevakningar i sociala medier – filtrerat på nordiska språk, bevakat relevanta ämnen och fått användbara insikter



Fått en djupare förståelse för sina nordiska målgrupper



Sparat arbetstid genom att sortera sina användare som fans och ambassadörer, och hittat nya affiliates på ett enklare sätt.



TIDLÖS DESIGN

Marimekko är designhuset som satte Finland på kartan och är kända världen över för sina originella mönster och starka färger sedan starten 1951. Idag är Marimekko ett livsstilvarumärke inom mode, accessoarer och inredningvars produkter blandar kreativitet med funktion och fortsätter att inspirera världen med sin distinkta design.

Marimekko utvecklar produkter med tidlös design som ska skapa glädje i vardagen för sina användare. Sedan 2014 har Marimekko dessutom en ny Creative Director som utvecklar företagets koncept med fokus på modekollektionen.

Vi ställde oss frågan hur nordiska konsumenter ser varumärket och hur man hittar ambassadörer med stort inflytande som dessutom älskar varumärket? Marimekko har en stor fanskara på Instagram, men det visade sig att deras ambassadörer gillade varumärket av helt olika orsaker.

Get in touch with Observify today!

✉ sales@observify.com ☎ +46 8 660 44 99

Observify

NORDEN – AVSKALAT ELLER FÄRGGLATT?

Med hjälp av Observifys rapporter fick Marimekko nya insikter kring en av sina målgrupper. Marimekko insåg att flera av deras nordiska fans var vintageprofiler som postade inlägg på varumärkets äldre och mer färgglada mönster. De kände inte till den här nostalgiska kundgruppen sedan tidigare och hade inte sett trenden utan Observifys verktyg. Denna insikt skapade nya möjligheter för dem att kommunicera med sina vintagetörstande kunder på rätt sätt.

En annan nyhet för Marimekko var deras kunders frukostvanor på Instagram. En stor del av de nordiska ambassadörerna visade upp sin frukost på Marimekkos porslin, framför allt den svartvita serien "Siirtolapuutarha" av Maija Louekari.

De såg en trend som visade att de nordiska fansen hade ett stort intresse för avskalad design och form i svartvitt, vilket också gällde för klädkollektionerna där kläderna i svartvitt mönster lyftes fram och hyllades i bloggar och på Instagram.

Dessa värdefulla insikter gjorde det möjligt för Marimekko att enkelt sortera och dela upp sina fans i Observifys verktyg och hitta passande affiliates från sina respektive målgrupper. Marimekko har fått bekräftelse i att deras produkt faktiskt passar för alla i Norden. Oavsett om de gillade svartvit avskalad design eller färgsprakande vintagemönster så attraheras de av Marimekkos kreativa mönster.



“Observify hjälper mig att få en övergripande bild av vårt varumärkets sociala närvaro och uppfattning. Jag gillar flexibiliteten i verktyget och möjligheten att snabbt få en uppskattning av kampanjers resultat.”



Therese Maurin
Marketing Director @ Marimekko

Get in touch with Observify today!

✉ sales@observify.com ☎ +46 8 660 44 99

Observify