

**kamara>**

Clinique's Erfolg im Istinye Park

## **Brücken schlagen: Wie Clinique's Designfusion den Istinye Park eroberte**

Eine Fallstudie über die perfekte Harmonie zwischen  
femininer Eleganz und markanter Architektur



Presented by

**Cem F. Gökcimen**

**kamara>**

## Das ist Clinique

Clinique, eine Marke der Estée Lauder Companies, wurde 1968 in den USA gegründet und ist spezialisiert auf hypoallergene und parfümfreie Hautpflege- und Kosmetikprodukte. Die Produkte sind bekannt für ihre Sicherheit durch umfangreiche Allergietests und ein markantes 3-Phasen-Hautpflegesystem, das Reinigen, Exfolieren und Feuchtigkeitsversorgen beinhaltet. Die Marke richtet sich an eine Vielzahl von Hauttypen, besonders an empfindliche Haut.



**kamara>**

## **Ausgangssituation**

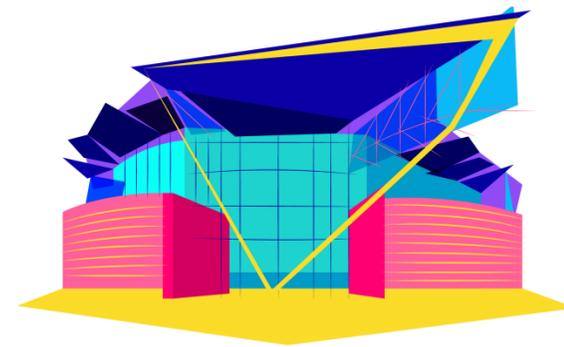
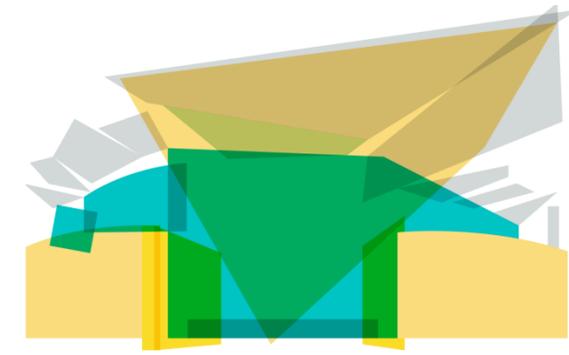
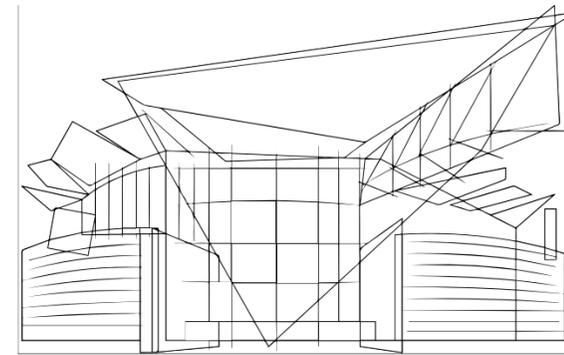
Zum 10-jährigen Jubiläum des renommierten Istinye Parks, einem der größten Einkaufszentren in der Türkei, stand Clinique vor einer einzigartigen Herausforderung. Sie wollten eine exklusive Sonderkollektion auf den Markt bringen, die das Flair des Istinye Parks einfängt und gleichzeitig den femininen Stil der Marke Clinique bewahrt.



**kamara>**

## Challenge

Die Herausforderung bestand darin, die Markenidentität von Clinique nahtlos mit der architektonischen Besonderheit des Istinye Parks zu verbinden. Während Clinique für seine weichen, femininen Designs bekannt ist, präsentiert sich der Istinye Park mit einer markanten, eckigen Architektur.



kamara>

## Maßnahmen

Unser Team leitete die einzigartige Architektur des Istinye Parks als Inspiration für das Design der Clinique-Sonderkollektion ab. Durch die Integration von kantigen Elementen und klaren Linien gelang es uns, eine visuelle Brücke zwischen der Marke Clinique und dem Istinye Park zu schlagen. Dabei wurde darauf geachtet, dass die feminine Eleganz von Clinique erhalten blieb, während gleichzeitig das moderne Flair des Einkaufszentrums eingefangen wurde.



CLINIQUE 'in en iyi 10'lusu Istinye Park'ın 10.yılı için tek bir kutuda.



- Dramatically Different Moisturizing Lotion 30ml
- Chubby Stick Intense Roomiest Rose Ruj 1.2gr
- Chubby Stick Sculpting Highlight 3.6gr
- Chubby Lash Fattening Maskara 4ml
- Foamin Facial Soap 30ml
- Take The Day Off Göz ve Dudak Makyaj Temizleyicisi 30ml
- Pep Start Hydrorush SPF20 Nemlendirici 30ml
- Superbalanced Silk SPF15 Fondöten 15ml
- Pop Mat Ruby Ruj + Dudak Bazı 2.3gr
- Aromatics In Black Parfüm 10ml



**kamara>**

## **Ergebnis**

Das Ergebnis war eine perfekte harmonische Integration der beiden Markenwelten. Die Sonderkollektion war ein sofortiger Erfolg und wurde innerhalb einer Woche nach der Veröffentlichung vollständig ausverkauft. Die Kombination aus dem bekannten Stil von Clinique und der einzigartigen Ästhetik des Istinye Parks sprach die Kunden an und führte zu einem signifikanten Anstieg der Verkaufszahlen.



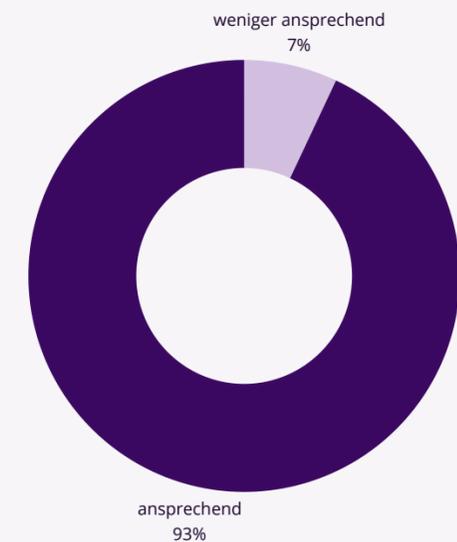
## Resultate



Alle Produkte der Sondereditionen wurden innerhalb von 10 Tagen vollständig ausverkauft.



Die Produktionszeit des Designs für Sonder-Collection konnte um 55% reduziert werden aufgrund der eingeführten Templates.



Über 93 % der befragten Kunden empfanden das Verpackungsdesign als ansprechend.

**kamara>**

## **Fazit**

Das innovative Designkonzept hat nicht nur den Absatz für diese Sonderedition angekurbelt, sondern auch den Weg für zukünftige Zusammenarbeit und weitere Sonderkollektionen geebnet. Die erfolgreiche Integration von Markenidentitäten kann einen bedeutenden Mehrwert schaffen und die Beziehung zwischen Unternehmen und Kunden stärken. In diesem Fall war die Kombination aus Clinique und dem Istinye Park ein voller Erfolg und dient als inspirierendes Beispiel für die strategische Gestaltung von Markenpartnerschaften.



**kamara>**

# Testimonials

Das sagen unsere Kunden.

## Clinique İstinye Park Abteilungsleiter

Es war eine fantastische Erfahrung, mit Kamara zusammenzuarbeiten. Ihre Arbeit kombinierte die Schönheit von Clinique und die Kühnheit von İstinye Park. Unsere Verkäufe haben sich mit dem Design verdreifacht und das Produkt war in einer Woche ausverkauft. Ihr Gespür und ihre Professionalität hinterließen einen stark empfohlenen Eindruck.