

Premiär för KappAhls reklamkoncept / 20 september 2012



NU SATSAR KAPPAHL FRAMÅT

Nu lanserar KappAhl sitt nya reklamkoncept "Hey, I like your style" – en hyllning till kärnkunden. Butikerna är genomgångna och en ny sortimentsstrategi är framtagen. Starka kollektioner och ett nytt långsiktigt kommunikationskoncept ska lyfta KappAhl och grundmura relationen med kunden. Bitarna faller på plats för KappAhls nysatsning.

– Nu börjar vi se konkreta resultat av det stora förändringsarbete vi startade när jag tillträdde, säger Johan Åberg, vd och koncernchef för KappAhl.

Förändringsplanen omfattar allt från uppfräschning av butikerna, ny sortimentsstrategi och nytt kommunikationskoncept. Målet är att stärka varumärket och relationen med kunderna.

Nyligen genomförde KappAhl sin största kundundersökning någonsin. Genom den kunde modekedjan definiera tre huvudgrupper baserat på kundernas personliga förhållande till mode. Det nya reklamkonceptet bygger på att följa tre sunda, härliga och naturliga kvinnor vars karaktärer är baserade på dessa så kallade modeattityder.

– Nu tar vi ett nytt grepp om kommunikationen. Konceptet under mottot "Hey, I like your style" är en ogenerad hyllning till våra kunder och deras stil. För att lyckas i vår bransch måste man älska sina kunder, och detta är vårt sätt att visa att vi gör det, berättar Anders Paulsson, ny marknadsdirektör på KappAhl sedan i våras.

För framtagningen av det nya reklamkonceptet står reklambyrån Holy Diver, med hjälp av KappAhls inhousebyrå. Musiken i filmen är en modern och dansvänlig omarbetning av en gammal Temptations-klassiker. Låten kommer att få en framträdande plats i KappAhls reklam framöver.

PRESSMEDDELANDE

– Vi har redan spelat in de första fyra filmerna, och premiärfilmen börjar rulla måndag 24 september samtidigt i Sverige, Norge, Finland, Tjeckien och Polen. Förutom TV kommer vi att synas mycket i digitala och sociala media, i linje med vår nya mediestrategi. I premiärfilmen får vi stifta första bekantskapen med kvinnorna och kika in på gatan där de bor, säger Anders Paulsson.

– Vi har jobbat hårt med butiker och sortiment under året. Nu när kommunikationskonceptet är färdigt är bitarna på plats och KappAhl är redo för en kraftfull nystart, avslutar Anders Paulsson.

Bilagor

- [Länk till första reklamfilmen](#)
- Bilder reklamkaraktärer, se separat bifogade filer

För ytterligare information:

Johan Åberg, Vd och koncernchef, tel. 0706-09 99 73, johan.berg@kappahl.com

Anders Paulsson, Marknadsdirektör, tel. 0705-27 66 56, anders.paulsson@kappahl.com

För bilder och övrig information:

Annette Björklund, Informationschef, tel. 0704-71 55 42, annette.bjorklund@kappahl.com

7 AV 10 SVENSKAR VÄLJER ATT GÅ IN PÅ KAPPAHL*

KappAhl är en ledande modekedja med över 380 butiker och 4 900 medarbetare i Sverige, Norge, Finland, Polen och Tjeckien. KappAhl säljer prisvärt mode för många människor – kvinnor, män och barn – och riktar sig särskilt till kvinnor 30-50 år med familj. Egna designers formger alla plagg. KappAhl blev som första modekedja i världen miljöcertifierad 1999. Under verksamhetsåret 2010/2011 var KappAhls omsättning nästan 5 miljarder kronor och rörelseresultat 222 miljoner kronor. KappAhl är noterat på Nasdaq OMX Stockholm. Mer information finns på www.kappahl.com.

**Enligt Orvesto Konsument 2011*