



## Henkel Beauty Care Presseinformation

Oktober 2018

Launch Henkel Beauty Care Near Field Communication Colorationsberatung

### Colorationsberatung mit neuester NFC-Technologie am Verkaufsregal – Henkel Beauty Care präsentiert die mobile Anwendung Choicify

Düsseldorf – Mit dem Smartphone die passende Haarfarbe im Handel finden, ist jetzt ganz einfach! Henkel Beauty Care feiert den nächsten großen Schritt in die digitale Zukunft und hat mit Choicify eine mobile Colorationsberatung für den Point of Sale entwickelt. Im Dschungel des Colorations-Angebots kann der Kunde schon mal schnell die Orientierung verlieren. Damit er direkt am Regal die richtige Wahl trifft, lässt sich das Choicify-Programm per Smartphone – entweder über einen QR-Code oder einen NFC-Chip (Near Field Communication zum kontaktlosen Datenaustausch) aufrufen und führt mit wenigen Klicks zu einer persönlichen Produkt-Auswahl.

Die Vielfalt der Colorations-Angebote im Drogeriemarkt kann den Kunden schnell vor eine große Herausforderung stellen. Denn nicht immer ist sofort deutlich, welche Coloration am besten geeignet ist, um die Wunschfarbe zu erzielen oder wo überhaupt die Unterschiede zwischen den verschiedenen Colorationen liegen. Dr. Nils Daecke, Corporate Vice President Digital Marketing International bei Henkel Beauty Care: „Unser Ziel war es, eine einfache und leicht zu bedienende mobile Anwendung zu liefern, die den Verbrauchern dabei hilft, die richtige Marke oder den richtigen Farbton direkt am Point of Sale zu finden, ohne extra eine App herunterladen zu müssen. Das Ergebnis ist Choicify!“

Zur Unterstützung des Kunden bei der Produktwahl im Fachhandel hat Henkel Beauty Care das Colorberatungsprogramm Choicify entwickelt. Das Besondere: Nicht nur Henkel-Colorationen werden dabei berücksichtigt, sondern auch Marken anderer Hersteller. Der Colorations-Käufer kann diese webbasierte Beratung direkt am Regal abrufen, um sich helfen zu lassen. Per Smartphone kann er entweder über den QR-Code oder den NFC-Chip leicht die mobile Webseite aufrufen. Über wenige Klicks, die seine Ausgangshaarfarbe und Wunschhaarfarbe erfragen, kommt er zu einer persönlichen Auswahl. „Mit der Einführung von Choicify definieren wir die Art und Weise, wie Verbraucher ein maßgeschneidertes Produkt entdecken, das ihren Bedürfnissen am besten entspricht, neu“, sagt Tilak



schauma syoss



DIADERMINE

Theramed

Thiagarajan, Head of Digital Content Platforms International bei Henkel Beauty Care. „Gleichzeitig beschleunigen wir basierend auf den Erkenntnissen am Point of Sale unseren datengetriebenen Innovations- und Marketingprozess.“

Dr. Georg Knübel, Director Neue Technologien bei Henkel Beauty Care: „Die Qualität der Produktempfehlung wird durch eine Kombination aus fortschrittlichen Big-Data-Algorithmen zur Farbvorhersage und durch farbmetrische Messungen sichergestellt.“ Henkel Beauty Care schafft es so, dem Kunden bei seinem Weg durch den Colorations-Dschungel zu helfen und Fehlgriffe zu vermeiden. Dr. Martin Andree, Corporate Vice President Internationales Marketing bei Henkel Beauty Care: „Die Idee entstand in einem Workshop, um neue Zukunfts-Geschäftsmodelle für digitale Dienstleistungen zu schaffen.“

Der Choicify-Colorationsberater wird aktuell in Deutschland in dm-Drogeriemärkten bundesweit getestet. Zusätzlich soll Choicify beim Online-Colorationskauf unterstützend eingesetzt werden. Außerhalb von dm können Interessierte das Programm unter [www.color-choice.com](http://www.color-choice.com) einsehen und nutzen.

### **Über Henkel**

Henkel verfügt weltweit über ein ausgewogenes und diversifiziertes Portfolio. Mit starken Marken, Innovationen und Technologien hält das Unternehmen mit seinen drei Unternehmensbereichen führende Marktpositionen – sowohl im Industrie- als auch im Konsumentengeschäft: So ist Henkel Adhesive Technologies globaler Marktführer im Klebstoffbereich. Auch mit den Unternehmensbereichen Laundry & Home Care und Beauty Care ist das Unternehmen in vielen Märkten und Kategorien führend. Henkel wurde 1876 gegründet und blickt auf eine über 140-jährige Erfolgsgeschichte zurück. Im Geschäftsjahr 2017 erzielte Henkel einen Umsatz von 20 Mrd. Euro und ein bereinigtes betriebliches Ergebnis von rund 3,5 Mrd. Euro. Allein Loctite, Schwarzkopf und Persil, die jeweiligen Top-Marken der drei Unternehmensbereiche, erzielten dabei einen Umsatz von 6,4 Mrd. Euro. Henkel beschäftigt weltweit mehr als 53.000 Mitarbeiter, die ein vielfältiges Team bilden – verbunden durch eine starke Unternehmenskultur, einen gemeinsamen Unternehmenszweck und gemeinsame Werte. Die führende Rolle von Henkel im Bereich Nachhaltigkeit wird durch viele internationale Indizes und Rankings bestätigt. Die Vorzugsaktien von Henkel sind im DAX notiert. Weitere Informationen finden Sie unter [www.henkel.de](http://www.henkel.de).

**Fotomaterial finden Sie im Internet unter [www.henkel.de/presse](http://www.henkel.de/presse)**

### **Kontakt**

#### **Pressebüro bei Henkel Beauty Care**

Henkel Beauty Care Markenkommunikation

Nicola Surholt

Telefon: +49 211 797 1637

Telefax: +49 211 798 8518

E-Mail: [nicola.surholt@henkel.com](mailto:nicola.surholt@henkel.com)

#### **PR-Agentur**

Ketchum Pleon GmbH

Telefon: +49 211 9541 2201

E-Mail: [henkelbeautycare@ketchumpleon.com](mailto:henkelbeautycare@ketchumpleon.com)

**Folgen Sie uns auch auf Twitter: @HenkelPresse**

Henkel AG & Co. KGaA