

Pressemitteilung

Neues Vertriebskonzept von Ricarda M. geht erfolgreich auf:

Ricarda M. zieht positive Bilanz für MultiChannel-Konzept

München, 06.02.2014 – Die als Teleshopping-Ikone berühmt gewordene Ricarda Manuela Hofmann zieht wenige Monate nach Start ihres eigenen MultiChannel-Vertriebs positive Bilanz. Sämtliche Kennzahlen der neuen Ricarda M. Erlebniswelt (www.ricardam.com) belegen, dass der Wechsel vom Homeshopping in den eigenen Direktvertrieb erfolgreich gelungen ist: Bereits zur Eröffnung am 1. Oktober 2013 gingen rund 1.500 Bestellungen im neuen Online-Shop ein. Das darauf folgende Weihnachtsgeschäft wurde mit mehreren tausend Bestellungen aus Shop und Versandkatalog ein weiterer Erfolg. „Wir haben die Herausforderungen der Startphase sehr gut gemeistert und alte wie neue Fans von der Ricarda M. Erlebniswelt überzeugt“, resümiert Ricarda Manuela Hofmann, die 2014 an die gute Entwicklung der Startphase anknüpfen will. Sortimentserweiterungen, erste gestreamte Live-Shows sowie umfangreiche Marketing- und Vertriebsmaßnahmen sollen ein exponentielles Wachstum von Kundenstamm und Absatz fördern.

15 Jahre lang war Ricarda Manuela Hofmann die erfolgreichste Beauty und Lifestyle Expertin im deutschen Teleshopping und galt als Topverkäuferin. Nach ihrem Abschied aus dem Homeshopping im September 2013 steckt die Unternehmerin ihr bemerkenswertes Verkaufstalent ausschließlich in ihren eigenen Vertrieb: Am 1. Oktober 2013 startete sie unter www.ricardam.com die Ricarda M. Erlebniswelt. Der dort integrierte Online-Shop für Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz wird von Informations- und Unterhaltungsangeboten umrahmt und bietet ein bislang einzigartiges Käuferlebnis.

„Unser Verkaufskonzept kommt sehr gut an“, so Ricarda Manuela Hofmann. Neben den guten Abverkäufen spricht für diese positive Bilanz auch die Zahl der steigenden Neuregistrierungen. 20.000 neue Mitglieder zählte die schillernde Verkaufsplattform bereits im Oktober; seither kommen täglich bis zu 100 dazu. Ein ähnliches Bild zeigt sich in den sozialen Netzwerken: „Meine Facebook-Community ist seit Oktober um 50 Prozent gewachsen; meine Videoclips werden im Shop und auf Youtube mitunter tausendfach geklickt.“

Für eine derartige Entwicklung hat sich hinter den Kulissen der Erlebniswelt einiges getan. Letztlich hielt der Weg in den E-Commerce bzw. MultiChannel-Handel nicht wenige Hürden für die Beauty und Lifestyle Expertin bereit. „Der interaktive Shop musste in kürzester Zeit realisiert und sämtliche Fulfillment-Bereiche abgedeckt werden“, erklärt sie. „In nur drei Monaten haben wir eine Servicehotline für Deutschland, Österreich und die Schweiz eingerichtet, der eine intensive Teamschulung vorausging. Überdies wurden lange Dreh- und Shootingtermine wahrgenommen, um genügend Video- und Fotomaterial bereitstellen zu können. Parallel dazu haben wir für meine weniger internetaffinen Kunden einen Katalog produziert, der bis heute an 35.000 interessierte Haushalte verschickt worden ist.“

Dank umfangreicher crossmedialer Marketingkampagnen ist es Ricarda Manuela Hofmann schon in den ersten Monaten gelungen, treue Fans aus dem TV abzuholen sowie Neukunden zu gewinnen. 2014 will die Unternehmerin an diese gute Entwicklung anknüpfen und ihren Erfolg im Online-Geschäft weiter ausbauen. Ziel ist es, das Wachstum von Kundenstamm und Absatz um ein Vielfaches zu steigern. „Dieses Vorhaben werden wir durch umfangreiche Marketing- und Vertriebsaktionen gezielt fördern“, erklärt Ricarda Manuela Hofmann. „Die Erweiterung des Shopsortiments um Schmuck und Modeartikel

sowie der Start von Verkaufsshows im Livestream sind nur einige der Maßnahmen, die wir für dieses Jahr planen.“

Über Ricarda M. Designer World

Ricarda M. Designer World wurde 1998 als Ricarda M. Vertriebs GmbH von der Designerin Ricarda Manuela Hofmann gegründet. Bis heute hat das Unternehmen eine facettenreiche Markenwelt hervorgebracht, die diverse Kosmetik-, Duft- und Nagelpflegeserien, Designerschmuck, Mode, Taschen- und Accessoires-Kollektionen sowie Home-Accessoires umfasst. Bis Ende 2013 generierte das Unternehmen den Großteil seiner Umsätze über die Televerkaufs-Sender HSE24 (von 1998 bis 2006 und 2011 bis 2013) und QVC (von 2006 bis 2011) sowie Sendefenster bei den TV-Kanälen SAT 1 und Kabel 1. Die Ricarda M.-Markenwelt entwickelte sich schnell zum erfolgreichsten Lifestyle-Label des Teleshoppings; die Produkte wurden millionenfach verkauft.

Ricarda Manuela Hofmann gilt als Frau der ersten Stunde des Televerkaufsmarktes – einem Sektor, in dem sie wahre Pionierarbeit leistete und den Vertriebsweg Teleshopping für viele nachfolgende Prominente und deren Produkte ebnete.

Als erfolgreichste Beauty und Lifestyle Expertin im Teleshopping hat Ricarda Manuela Hofmann Ende September 2013 HSE24 und vorerst die Teleshopping-Branche verlassen, um eigene Wege im Direktvertrieb zu gehen. Unter www.ricardam.com eröffnete die Unternehmerin ihren ersten Online-Shop für Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Shop ist direkt in die Ricarda M.-Erlebniswelt eingebettet und verspricht ein einzigartiges Käuferlebnis mit digitalen Live Shows sowie Informations- und Unterhaltungsangeboten. Parallel zum Online-Shop bietet das Unternehmen die Möglichkeit der Katalogbestellung an. Unter einer kostenlosen Hotline steht das große Serviceteam der Ricarda M. Designer World Montag bis Samstag von 8 bis 20 Uhr sowie am Sonntag von 12 bis 20 Uhr zur Verfügung: Für Kunden aus Deutschland Tel.: 0800-77 88 888. Für Kunden aus Österreich und der Schweiz Tel.: 00800 5555 6666.

Weitere Informationen und aktuelle News unter:

<http://www.ricardam.com>

<http://www.youtube.com/user/RicardaMHofmann>

<http://www.facebook.com/RicardaMDesignerWorld>

Pressekontakt:

Ricarda M. Designer World

Zuccalistr. 16

80639 München

Telefon: +49 89 1211330

Telefax: +49 89 12113333

Internet: www.ricardam.com

E-Mail: presse@ricardam.com

PR Agentur

Dialogwiese

Tina Albrecht

Bähringstr. 5

07422 Bad Blankenburg

Tel.: +49 36741 380025