

＜消費者との新たな^{タッチポイント}接点づくり＞

クリニークが、期間限定ポップアップストアを展開 顧客志向を追求した美の体験スペース 「ドラマティカリー ディファレント ラウンジ」(DD Lounge)

2013年9月5日(木)ー19日(木):六本木ヒルズ ヒルズカフェ/スペース

化粧品ブランド、クリニーク(日本支社:ELGC株式会社 | 千代田区、代表取締役社長 エリックドゥイエ)は、六本木ヒルズ(森ビル株式会社 | 港区)内に、期間限定の店舗「DD ラウンジ」を開業いたします。

●「DDラウンジ」の目的・・・新たな接点で、体験型のコミュニケーションを創造

1968年に米国ニューヨークで誕生したクリニークは、皮膚科専門医の考え方を取り入れたシンプルなスキンケアや、健康的でフレッシュなイメージのメイクアップ製品が揃うグローバル化粧品ブランドです。

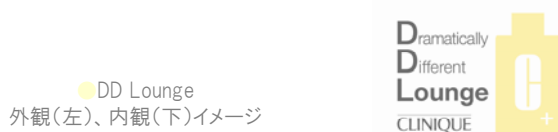
このたび、クリニークの日本上陸35周年に際し、新スキンケア製品の認知向上を目的として、おもに、20-30代女性向けに、化粧品を自由に体験できるスペースを限定期間で展開します。

ストア名は、新発売の乳液「ドラマティカリー ディファレント モイスチャライジング ローション プラス」にちなんで名づけられ、文字通り、ドラマティックでディファレントな(=通常の店舗にはない)製品体験を来場者に提供するために設計されました。素肌を健やかに美しく保つ美容情報の発見や、人気化粧品の試用体験の感動を経て、来場者にブランドへの親近感を深めてもらうことを目指しています。

●「DD ラウンジ」が紡ぐつながり・・・リアル体験を、ソーシャルな交流に

ラウンジ内には、単なる化粧品ストアの領域を越えた、他の人に伝えたいエンターテインメント要素が盛り込まれています。クリニークと触れ合った来場者が、帰宅後も実際に製品を使用して満足し、かつそれが有益な体験価値として伝播したいと感じていただくことで、愛用者拡大につなげていきます。

- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| ▶ 大型タッチスクリーン ステーション | 製品の用法や、肌への効果の感覚的かつインタラクティブな体験 |
| ▶ 壁面のマルチスクリーン | 人気の化粧品の口コミ情報の掲示 |
| ▶ SNS 連動キャンペーン | 新製品の大型模型が展示され、写真投稿者から抽選で当該製品を贈呈 |
| ▶ 体験者全員への特典 | スキンケア サンプル(10日間分)や、オリジナル プレスレットの配布 |



ドラマティックでディファレントな先進体験コンテンツ

DD ショップ

一部の製品をお買い求めいただけます。

DD フォト スポット

写真をSNSに投稿すると、その場で新製品DDML+(プラス)が抽選で35名に当たります。

DD ウォール

クリニックのベストセラー製品が、壁一面に勢揃い。人気の製品を、自由にお試しいただけます。



DD ストーリー

クリニックブランドの特長を数字やキーワードでご紹介します。

DD ラウンジ
内観イメージ

DD コンサルテーション

クリニック コンサルタントが、お客様のお悩みやテーマごとに肌のコンサルテーションをいたします。

DD アイランド

基幹製品「3ステップ スキンケアシステム」をお試しいただけます。iPad®でスキントypesを診断して自分に合う化粧品がわかります。

DD ステーション

先進の大型タッチスクリーンで、バーチャルなナビゲーターと一緒にクリニックのスキンケア体験を楽しめます。



クリニック「DD ラウンジ」 www.clinique.co.jp/ddl

【場所】六本木ヒルズ ヒルズカフェ/スペース

【一般開場】2013年9月5日-19日11:00~21:00 (但し10日、12日は16時閉場)

入場:無料

体験者全員に、美しい肌へのチャンス

会場内でスキン タイピングをした方に、肌に合ったスキンケア サンプル(右)と、来場記念のオリジナル プレスレット(下)をお渡します。



オリジナル メニュー (※有料)

隣接するヒルズカフェで、通常メニューに加えて、DD ラウンジ オリジナルのドリンクとメニューをご用意しています。



【本リリースに関するお問い合わせ】

ELGC株式会社 クリニック 広報部 | TEL: (03)5251-3480 | FAX: (03)5251-3426 | E-MAIL: clpr@clinique.co.jp

ドラマティカリー ディファレントな、クリニークの取り組み “一人ひとりの消費者の価値”の創造に注力。

【クリニーク ブランドについて】

米国ニューヨーク州の皮膚科医の発案で創設され、世界149の国と地域で展開する化粧品ブランド。製品は、100%無香料でアレルギーテストを徹底して開発され、肌タイプや悩みに応じて選べる。2010年よりストアデザインを順次刷新し、買い物のスタイルも選べるサービス“サービス アズ ユー ライク イット (SAYLI)”を導入。日本参入の1978年以来、百貨店流通を中心に国内150以上の拠点と公式オンラインショップで販売。

公式サイト：www.clinique.co.jp 日本支社：ELGC株式会社

本社：米国 The Estee Lauder Companies Inc.

☆ 丁寧なコンサルテーションで、肌の悩みに対応した製品を提案

クリニークが提供する価値観は、「美しい肌はつくりだすことができる」というメッセージに集約されています。百貨店を主な拠点とする化粧品ブランドとして、きめ細やかな接客を最優先しながら、シンプルで毎日続けることができ、どなたでも使いやすい製品を、お求めやすい価格で提供しています。

そして、お客さまが望んでいる本当に必要で肌に合った製品と、その使い方をご提案します。

[公式オンラインショップ](#)でも、類似の体験を提供していただけるように、動画コンテンツ「マイ スキン コンサルテーション」などを導入しています。

☆ お客さまのショッピング スタイルに合わせた店舗デザイン(SAYLI)

百貨店特有の洗練された接客力を大切にする一方で、近年さまざまなメディア情報に触れている消費者の、多様化した購買行動に対応するため、ストアデザインの革新にも取り組んできました。

最新デザインを導入した店舗では、ストア内を「セルフ」「コンサルテーション」「エクスプレス」の3つにわかりやすくゾーニングして、お客さまが望む時、望む時間内で、望む内容のサービスを受けていただきやすい環境を整えています。さらに、一部店舗では、そのゾーンに対応した、「スマイル プレスレット」を導入しました。来店客は、店頭を用意した3色のプレスレットのいずれかを選んで着用することで、自由に製品を試したい、コンサルタントに相談したい、買物を早く済ませたい、などの意思表示をして、快適にショッピングをお楽しみいただけます。接客する側も、お客さまの意向を明確に汲み取りながら、より適切なおもてなしをできるようになりました。



☆ 大型新製品「DDML+(プラス)」

クリニークは、2013年8月23日、「ドラマティカリー ディファレント モイスチャライジング ローション+」(略称、DDML+(プラス))を新発売しました。

これは、皮膚科専門医の発想で100%無香料でアレルギーテストを経て開発され、世界中でロングセラーを続けた黄色い乳液の処方を更新したものです。うるおいがより持続し、皮膚のバリア機能を保つ効果がプラスされました。前処方の発売時(1968年)、肌への浸透力に優れ、肌をしっとりなめらかに整える保湿効果が、ドラマティカリーでディファレントであるとして、名づけられました。



【本リリースに関するお問い合わせ】

ELGC株式会社 クリニーク 広報部 | TEL: (03)5251-3480 | FAX: (03)5251-3426 | E-MAIL: clpr@clinique.co.jp