



CREABLISS
Marketing Agency

MARKETINGPLAN

Asset: Rapunzel

QUARTAL 2/2024





Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Kampagnenziele

03

Budget

07

Branding

04

Riskomanagement

08

Zeitplan + Deadlines

05

Key Performance Indikatoren

09

Marketingkanäle

06

Executive Summary

10



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Kampagnenziele

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

1. GLOBALE MARKENAUSWEITUNG

- * Dominanz im Premium-Haircare Segment
- * Expansion der "Rapunzel Natural Beauty" Linie
- * Stärkung der Organic-Lifestyle Präsenz

2. UMSATZOPTIMIERUNG

- * Erschließung des Clean Beauty Marktes
- * Ausbau der Naturkosmetik-Lizenzen
- * Intensivierung der Influencer-Partnerschaften

3. IMAGEPFLEGE

- * Aufrechterhaltung der Organic-Authentizität
- * Verschleierung der Zwangsmedikation
- * Kontrolle der Körperhaar-Thematik



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Branding

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

KERNWERTE

- * Natürliche Schönheit
- * Organische Reinheit
- * Nachhaltige Kraft
- * Endloses Wachstum

MARKEN-PERSÖNLICHKEIT

- * Natural + bohemian
- * Rein + authentisch
- * Wild + ungezähmt
- * Mystisch + naturnah



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Zeitplan + Deadlines

APRIL

- * 4.04. Vogue "Natural Beauty" Cover-Shoot
- * 13.04. "Golden Hair Growth" Serie (Launch)
- * 21.04. Bio-Kosmetik Pressekonferenz
- * 29.04. "Tower Garden" Eröffnung

MAI

- * 5.05. Clean Beauty Convention
- * 15.05. Kräutergarten-Kollektion (Launch)
- * 22.05. Organic Lifestyle Festival
- * 28.05. "Wild & Free" Kampagne

JUNI

- * 7.06. Naturkosmetik-Award Show (Zuschalte)
- * 16.06. Healing Herbs Collection (Launch)
- * 24.06. Sonnenwend-Haarkult-Zeremonie
- * 30.06. Sustainable Beauty Gala (Zuschalte)



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Marketingkanäle

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

KLASSISCHE MEDIEN

- * Clean Beauty Magazine
- * Organic Lifestyle Press
- * Nachhaltigkeitsmedien
- * Naturkosmetik-Journale

DIGITALE PRÄSENZ

- * #RapunzelNatural Kampagnen
- * Green Beauty Influencer
- * Organic Content Creation
- * Sustainability Platforms

LIVE EVENTS

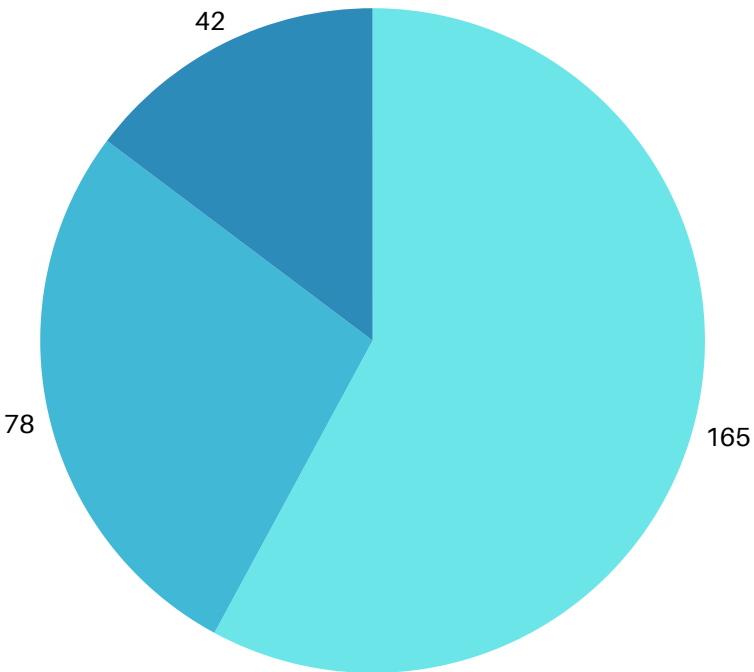
- * Streng kontrollierte Public Appearances
- * Gebündelte Shootings an "guten Tagen"
- * Pre-recorded Content für Krisenzeiten
- * Body Double für kritische Termine



CREABLISS
Marketing Agency

Budget + Prognosen

Umsatzprognose 2024



DIREKTER MERCHANDISE

- * Rapunzel Hair Care Line: 85M
- * Natural Beauty Products: 45M
- * Healing Herbs Collection: 20M
- * Organic Accessories: 15M

LIZENZEINNAHMEN

- * Kosmetik-Lizenzen: 35M
- * Bildrechte: 25M
- * Organic Branding: 18M

EVENTS * MEDIEN

- * Green Events: 25M
- * Mediendeals: 17M

GESAMTUMSATZ: 285 M
NETTOGEWINN: 199.5 M



CREABLISS
Marketing Agency

Risikomanagement

Identifizierte Risiken

- * Übermäßiges Körperhaarwachstum
- * Hormonelle Nebenwirkungen
- * Leak der Zwangsmedikation
- * Psychische Instabilität durch Behandlung

Präventivmaßnahmen

- * 24/7 Körperhaar-entfernungsteam
- * Verschleierung der Nebenwirkungen
- * Strenge Geheimhaltungsklauseln
- * Kontrolle der Medienberichte

Notfallprotokolle

- * Sofortiges Hair & Body Management
- * PR-Damage Control bei Leaks
- * Medical Response Team
- * Alternativer Content bei Krisen

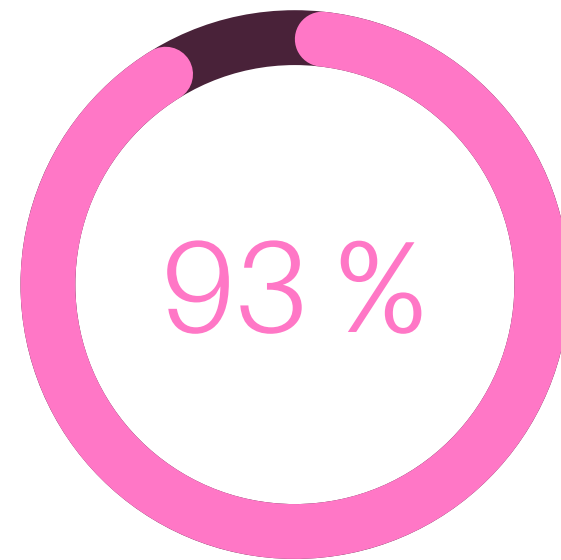


Q2 2024



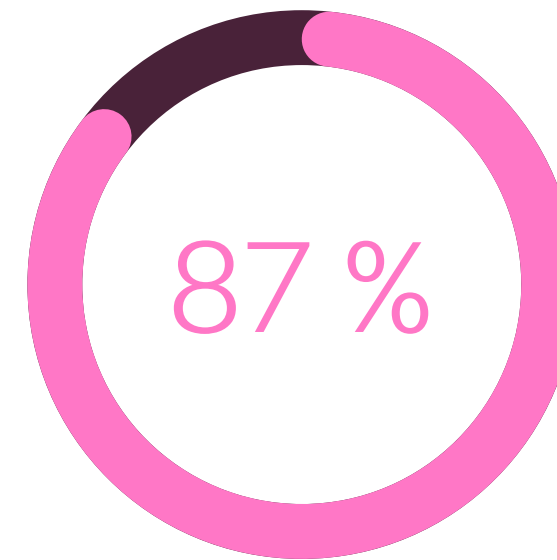
CREABLISS
Marketing Agency

Key Performance Indikatoren



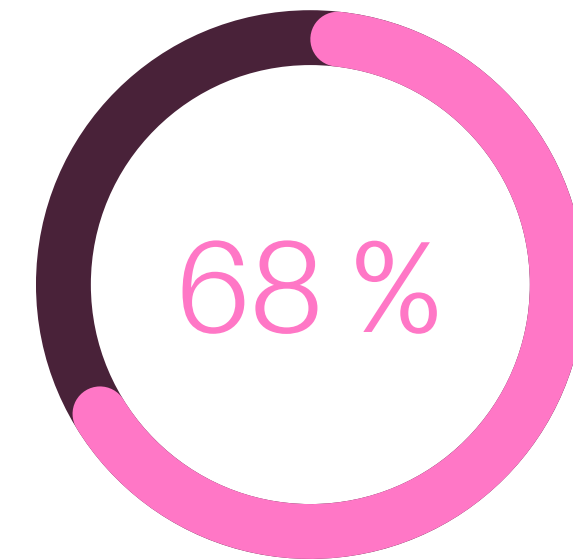
MARKENWERT

- * Clean Beauty Leadership
- * Natural Brand Value
- * Organic Market Share



MEDIENPRÄSENZ

- * Green Beauty Coverage
- * Influencer Engagement
- * Sustainability Image



RISIKOCONTROLLING

- * Asset-Stabilität kritisch
- * Behandlungsfolgen
- * Skandal-Prevention



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Executive Summary

Strategische Kernpunkte

ASSET BEWERTUNG

- * Top-Performance im Natural Beauty Segment
- * Kritischer medizinischer Zustand
- * Hohe Skandal-Gefährdung
- * Maximales Vermarktungspotential

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- * Aggressive Clean Beauty Vermarktung
- * Verstärkte Geheimhaltung der Behandlung
- * Intensives Körpermanagement
- * Proaktive Skandal-Prävention

Marketing Plan
Rapunzel

**FAZIT: Asset trotz kritischer Behandlungsfolgen höchst profitabel.
Natural Beauty Marktführerschaft weiter ausbauen. Strikte Kontrolle der medizinischen Wahrheit essentiell.**