



CREABLISS
Marketing Agency

MARKETINGPLAN

Asset: Sleeping Beauty Dornröschen

QUARTAL 2/2024





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

- * Etablierung der "Sleeping Beauty Sleep & Wellness Line"
- * Expansion der Lifestyle-Produktlinien
- * Stärkung der Markenpräsenz im Wellness-Segment

2. UMSATZOPTIMIERUNG

- * Erschließung des Premium-Schlafmarktes
- * Ausbau der Spa & Wellness-Lizenzen
- * Intensivierung der Pharma-Partnerschaften

3. IMAGEPFLEGE

- * Aufrechterhaltung der friedlichen Schlaf-Symbolik
- * Kontrolle der medizinischen Narrative
- * Risikominimierung bzgl. Koma-Diskussionen



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Branding

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

KERNWERTE

- * Ewige Jugend
- * Traumhafte Schönheit
- * Zeitlose Ruhe
- * Perfekte Entspannung

MARKEN-PERSÖNLICHKEIT

- * Sanft & friedlich
- * Zeitlos & mysteriös
- * Rein & unberührt
- * Entrückt & träumerisch



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Zeitplan + Deadlines

APRIL

- * 05.04. Vogue "Eternal Beauty" Shooting
- * 14.04. "Dream Sleep" Matratzenkollektion (Launch)
- * 22.04. BlissTV Wellness-Special
- * 28.04. Sleeping Beauty Spa-Eröffnung

MAI

- * 3.05. Pharma-Kampagne "Perfect Rest"
- * 12.05. Schlafmasken-Kollektion (Launch)
- * 20.05. Wellness-Retreat Opening
- * 27.05. Netflix "Century of Sleep" Doku

JUNI

- * 8.06. Hologramm-Projektion bei Traumschloss-Zeremonie
- * 16.06. Sleep-Tech Produktlinie Launch
- * 24.06. Mittsommer-Schlafkonzert
- * 30.06. Wellness-Award-Gala

Marketing Plan
Dornröschen



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Marketingkanäle

Maximierung der Asset-Rentabilität durch:

KLASSISCHE MEDIEN

- * Pharma-Fachzeitschriften
- * Wellness-Magazine
- * Lifestyle-Medien
- * Medical Journals

DIGITALE PRÄSENZ

- * Wellness-Influencer
- * Sleep-Tracking Apps
- * Meditation Platforms
- * E-Health Portale

LIVE EVENTS

- * Hologramm-Projektionen im Traumschloss
- * Princess Aurora Doubles für Spa-Eröffnungen
- * Virtual Reality "Dream Experience"



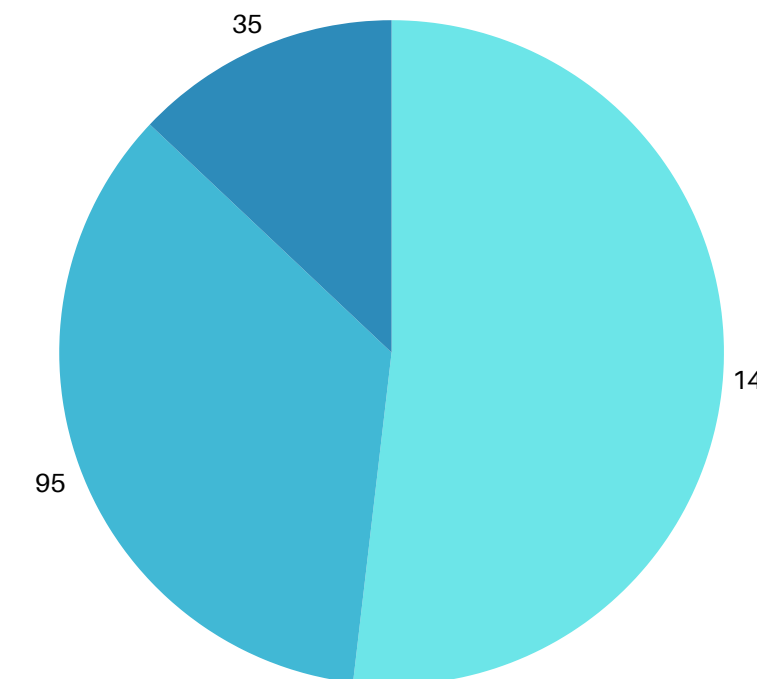
Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Budget + Prognosen

Umsatzprognose 2024



DIREKTER MERCHANDISE

- * Sleeping Beauty Matratzen: 45M
- * Sleep & Wellness Line: 52M
- * Schlafmasken & Accessoires: 28M
- * Sleep-Tech Produkte: 15M

LIZENZEINNAHMEN

- * Pharma-Lizenzen: 42M
- * Spa & Wellness: 33M
- * Bildrechte: 20M

EVENTS * MEDIEN

- * Wellness-Events: 20M
- * Mediendeals: 15M

GESAMTUMSATZ: 270 M
NETTOGEWINN: 189 M



CREABLISS
Marketing Agency

Risikomanagement

Identifizierte Risiken

- * Medizinische Komplikationen des Komas
- * Kritische Medienberichte
- * Ethische Diskussionen
- * Pharma-Skandal-Potenzial

Präventivmaßnahmen

- * 24/7 Medizinische Überwachung
- * PR-Narrativ-Kontrolle
- * Ethik-Kommission-Bestechung
- * Investigativ-Journalisten-Monitoring

Notfallprotokolle

- * Medical Crisis Management
- * PR-Damage Control
- * Alternative Content-Strategie
- * Ablenkungsmanöver

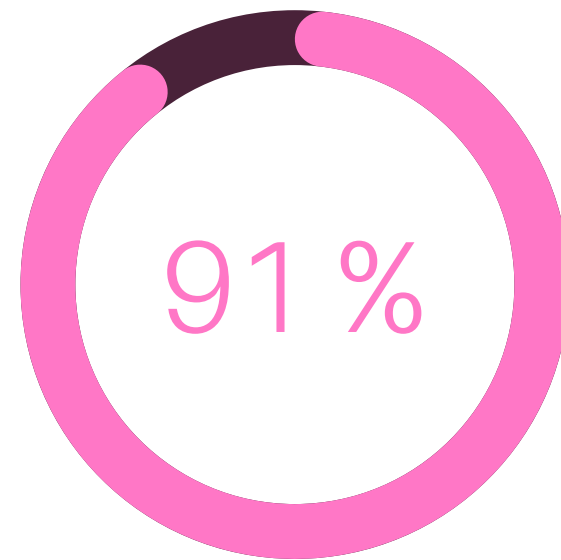


Q2 2024



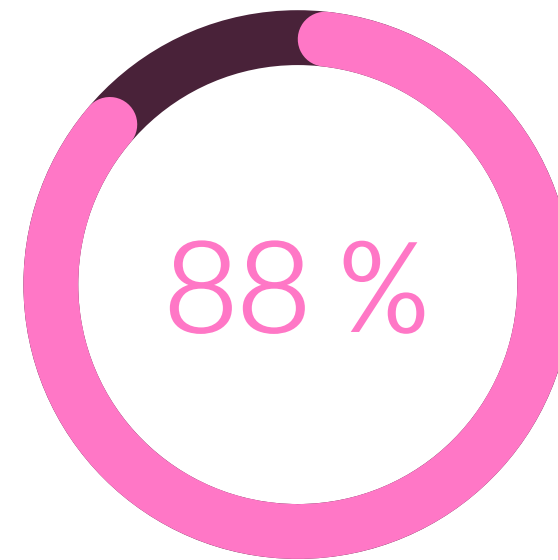
CREABLISS
Marketing Agency

Key Performance Indikatoren



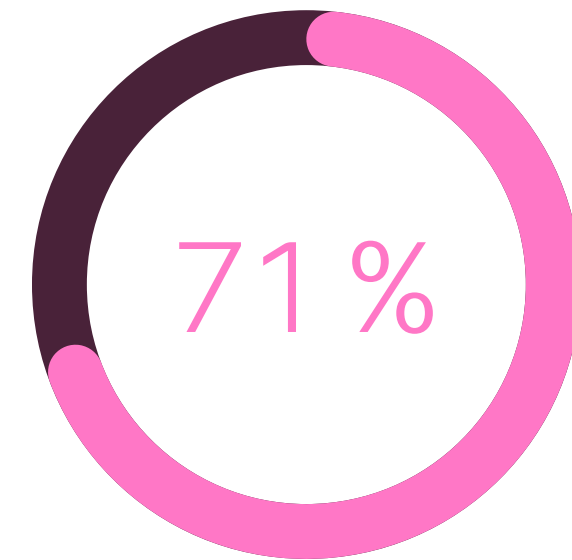
MARKENWERT

- * Global Sleep & Wellness Brand
- * Pharma-Partnerschaften
- * Merchandise-Performance



MEDIENPRÄSENZ

- * Wellness-Sector Coverage
- * Medical Endorsements
- * PR-Kontrolle



RISIKOCONTROLLING

- * Asset-Vitalfunktionen
- * Koma-Management
- * Krisen-Prevention

Marketing Plan
Dornröschen



Q2 2024



CREABLISS
Marketing Agency

Executive Summary

Strategische Kernpunkte

ASSET BEWERTUNG

- * Premium Sleep-Market Asset
- * Starke Pharma-Partnerschaften
- * Ethisch kritische Position
- * Medizinisch instabil

HANDLUNGSEMPFEHLUNG

- * Aggressive Wellness-Vermarktung
- * Maximale Pharma-Monetarisierung
- * Verstärkte medizinische Kontrolle
- * Proaktives Ethik-Management

Marketing Plan
Dornröschen

**FAZIT: Asset trotz kritischem Gesundheitszustand hochprofitabel.
Wellness-Sektor-Dominanz ausbauen. Ethische Bedenken durch PR-Kontrolle minimieren.**