

poshposh: Spray it, don't say it

18.05.2010, 17:32 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Scent Department GmbH*



poshposh.de: Neuer Shopping-Club im Beauty-Segment

Köln, 18.05.10 – „Parfum ist wie die Liebe – ein bisschen ist nie genug!“, sagte einst Estée Lauder. Frei nach dem Motto der berühmten Kosmetik-Koryphäe startet poshposh (poshposh.de), die exklusive Einkaufsgemeinschaft für Markenparfum und Kosmetik.

Das Angebot reiht sich in die Riege der im Web 2.0 populären Shopping-Clubs ein. Bei diesem geschlossenen Verkaufskonzept benötigt der Interessent die einmalige Einladung eines bestehenden Mitglieds, um auf die attraktiven Angebote zugreifen zu können.

Im Rahmen wöchentlich durchgeführter Verkaufsaktionen vertreibt poshposh ausgewählte Parfums bekannter Marken wie Chanel, Dior oder Ed Hardy bis zu 60% unter der Unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers. Jede Verkaufsaktion dauert nur wenige Tage. Sobald der streng limitierte Warenbestand ausverkauft ist, endet das Angebot sofort.

Im Mai lanciert poshposh unter anderem aktuelle Kreationen der Haute Couture-Häuser Jean-Paul Gaultier, John Galliano, Viktor & Rolf, Giorgio Armani, Hermes und Valentino. Da hochwertige Produkte wie diese mit einer Vielzahl von Emotionen und Eindrücken einhergehen, sorgt Testimonial Jennifer Feindt für eine unterhaltsame Produktpräsentation in Videoform. Als moderne, konsumorientierte Frau spricht sie die angepeilte Zielgruppe zielsicher an und schafft Wiedererkennungswert für die Plattform.

Das Sortiment für Sie und Ihn schöpft die Betreibergesellschaft Scent Department GmbH aus Überproduktionen und Saisonbeständen. Dabei soll der Discount-Anspruch keine Kontraindikation zur Kundenorientierung darstellen: Innerhalb Deutschlands liefert poshposh unabhängig vom Bestellwert versandkostenfrei mit DHL.

Schließlich ist die Mitgliedschaft kostenfrei, unverbindlich und jederzeit kündbar. Freundschaftswerbungen belohnt das Unternehmen derzeit mit 5.-EUR Einkaufsguthaben.

„Parfum gehört gerade in Europa zu den beliebtesten Geschenkartikeln. Auch das Vertriebsmodell Shopping Club ist kommerziell über jeden Zweifel erhaben: Bereits jeder dritte Internetnutzer in Deutschland ist Mitglied einer exklusiven Einkaufsgemeinschaft. Mit poshposh schaffen wir eine unterhaltsame, zeitgemäße Anlaufstelle für Prestigedüfte und korrespondierende Artikel.“, erläutert Scent Department-Geschäftsführer Gleb Tritus.

Portrait

Die 2009 in Köln gegründete Scent Department GmbH betreibt mit ihrer eCommerce-Plattform poshposh den ersten deutschsprachigen Shopping-Club im Markenkosmetik-Segment. Der Vertriebsfokus liegt auf Parfüms international bekannter Prestigebrands wie Dolce & Gabbana, Hugo Boss oder Gucci für Damen und Herren.

Durch Akquirierung von Überproduktionen und Saisonware liegt die Preisersparnis für den Endverbraucher bei bis zu 60% unter der Unverbindlichen Preisempfehlung des jeweiligen Herstellers.

News-ID: 429756 • Views: 132 (Stand: 02.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/429756/poshposh-Spray-it-dont-say-it.html>