

## Le Postiche aposta em marketing sensorial

Com mais de 30 anos de história, a Le Postiche consolida seu processo de expansão e investe em marketing sensorial. O ambiente das 170 lojas da marca - 66 próprias - recebe novidades que vão aguçar os sentidos dos clientes, com cores, aromas e sons. Uma fragrância exclusiva de erva cidreira, tangerina, chá verde e rosas é o novo cheiro da marca. É o início da reforma dos pontos de venda, que ganham letreiros renovados com o novo logotipo; mais espaços vazios, valorizando a locomoção e o conforto dos clientes; e som ambiente, através de cds - que serão vendidos no futuro - com seleções musicais exclusivas que reúnem canções conhecidas dos anos 70 até os dias atuais. A rede acaba de passar por uma renovação fashion, aliando modernidade e estilo em um conceito de moda acessível. O mix de produtos é renovado a cada dois meses, transformando as lojas em rede de tendências. Cerca de 50% desses itens são da marca própria Le Postiche, que a partir de agora ganha mais destaque. A empresa ainda prepara outras novidades. Até 2010, pretende atingir o número de 500 pontos de venda. Até o final do ano, lança um novo cartão de crédito. Com as mudanças a Le Postiche pretende reforçar a sua imagem no mercado de moda e aumentar o seu faturamento em 15% em 2006 e 2007.

<http://www.consumidormoderno.com.br/materias.asp?CodMateria=10573>

Quem quiser ver a cara da nova identidade da Le Postiche, acessa o site abaixo:

<http://www.lepostiche.com.br/>