



Wem die Welt zu Füßen liegt...

... sollte RICOSTA tragen. Und unbedingt einen Blick auf die neue Website des Kinderschuhherstellers werfen. Mit Kinderbuch-artigen Illustrationen erschafft RICOSTA eine eigene, fantasievolle Welt.

Anders als andere. Diesem Motto folgt RICOSTA nicht nur mit einer eigenständigen Kollektion. Auch in puncto Marketing und Markenauftritt geht der Kinderschuhhersteller stets eigene, außergewöhnliche Wege. Pünktlich zum neuen Jahr präsentiert sich RICOSTA mit einem völlig neuen Auftritt und individuellem Erscheinungsbild. Dies spiegelt sich nicht nur auf der Website sondern auch in Anzeigen und Broschüren wider und garantiert somit einen hohen Wiedererkennungswert.

Der Internet-Auftritt wurde komplett neu gestaltet. Auf der Startseite (www.ricosta.de) heißen den Nutzer große, kindliche Illustrationen mit animierten Details willkommen. Die märchenhaft wirkende, auf die illustrierte Darstellung der RICOSTA/PEPINO Welt reduzierte Startseite verzichtet bewusst auf eine überfrachtende Informationsflut. Spielerisch integrierte Elemente ermöglichen es, direkt zu den aktuell wichtigen Themen und zur Kollektion zu springen. So gelangt man über kleine, unmittelbar an den Schuhdarstellungen befindliche Pluszeichen zum entsprechenden Schuh in der Kollektionsübersicht. Diese Übersicht bietet den kompletten Überblick zu allen aktuellen Schuhen. Über Filter können User individuell nach dem passenden Kinderschuh suchen. Außerdem besteht bei jedem Schuh die Möglichkeit, die Verfügbarkeit in einem an „schuhe.de“ angeschlossenen Shop zu prüfen und direkt dort zu bestellen. Der Storefinder ermöglicht einen schnellen Überblick, wo sich das nächste stationäre Geschäft mit RICOSTA/PEPINO Schuhen befindet.

„Mit dem neuen Auftritt haben wir eine sehr sympathische und ansprechende Welt geschaffen, die ganz flexibel für verschiedene Zielgruppen, Altersgruppen, Jahreszeiten und Aktionen angepasst werden kann und die Neugier der User ganz spielerisch weckt“, erläutert Vertriebsleiter Kai Moewes die Beweggründe für den modernen, zeitgemäßen Look. Die Inhalte zu allen Themen sind kurz und lesefreundlich gehalten. Am Ende jeder Inhaltsseite wird der User über einen Button direkt zum nächsten Thema weitergeleitet ohne zurück über die Navigation gehen zu müssen. Informationen über Design, Nachhaltigkeit, Passform und Wissenswertes über das Unternehmen runden den Auftritt im Netz ab.

Donaueschingen, 10.01.2018

Pressekontakt:
Dr. Claudia Schulz
Tel.: 0172/9848145
E-Mail: presse@ricosta.de