

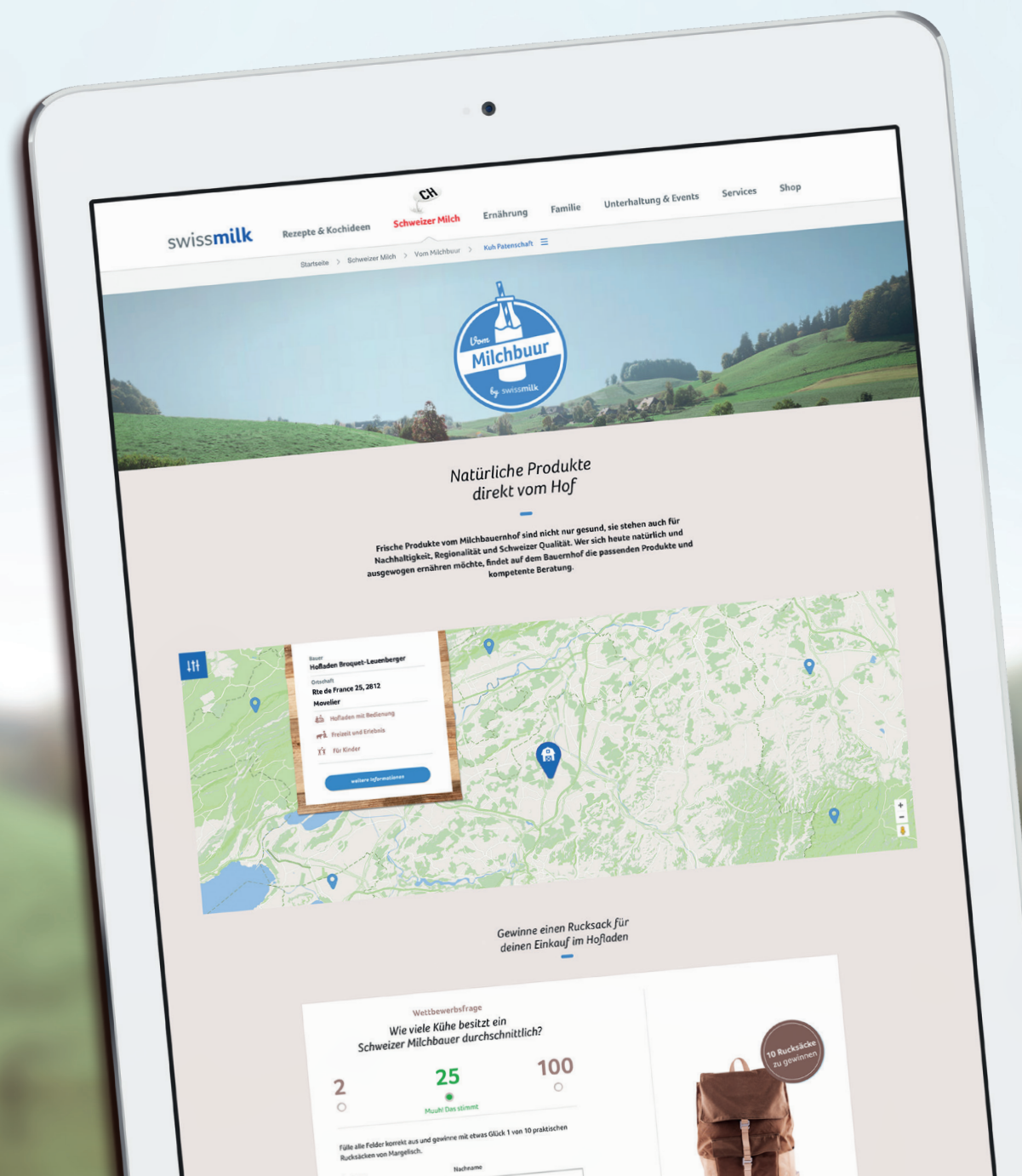
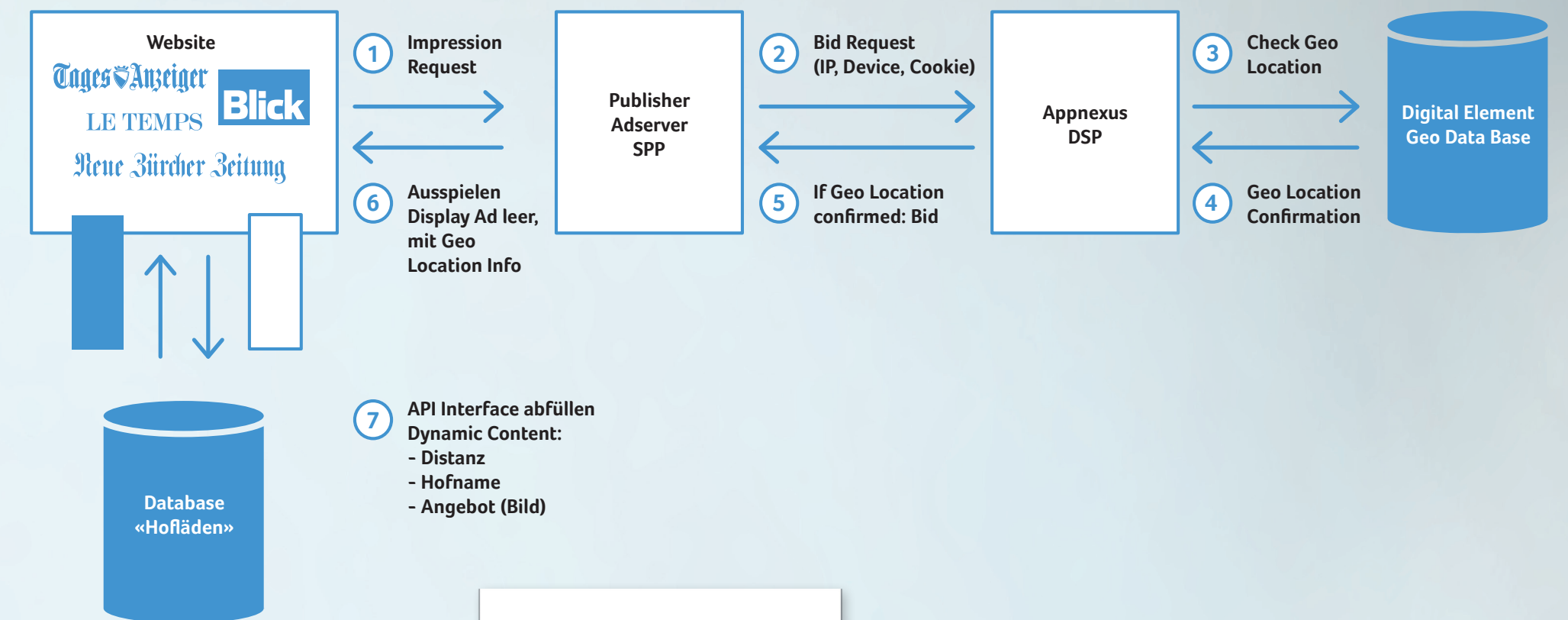


Real-Time Geotargeting-Kampagne

Raus aus der Stadt

Campaign Klicks:
25'126
(Soll: 20'000)
+25%

Wettbewerbsteilnehmer:
16'400
(Soll: 8'000)
+100%



Aufgabenstellung

Swissmilk hat im März 2018 die Plattform «Vom Milchbuur» ins Leben gerufen. Auf dem neuen Portal können sich Schweizer Milchbauern mit ihren Höfen, Hofläden, Tieren und ihren Produkten präsentieren. Die Aufgabe war, ein Logo zu kreieren und die Online-Plattform bei einer urbanen Zielgruppe bekannt zu machen. Diese soll die lokalen Produkte und Höfe der Schweizer Milchbauern entdecken. Dabei soll die Verbindung zwischen Stadt und Land aufgezeigt werden. Die Lancierungskampagne wird mit einem Konzept für Programmatic Display und Social Media Advertising begleitet. Jahresziel der Kampagne: 20'000 Webseitenbesucher pro Jahr.

Strategie/Lösung

Wie demonstrieren wir einer urbanen Zielgruppe, dass die lokalen, nachhaltigen Produkte der Schweizer Milchbauern nur einen Katzensprung entfernt liegen? Mittels Geotargeting zeigen wir den Städtern auf den Kilometer genau an, welche Höfe sich unmittelbar in ihrer Nähe befinden und welche Produkte und Erlebnisse bei den 65 unterschiedlichen Höfen erhältlich sind. Die Kampagne wird hauptsächlich über zwei digitale Kanäle lanciert: Programmatic Display und Social Media, beides basierend auf einem genauen Geotargeting. Zusätzlich werden auf der Website 10 «Vom Milchbuur» Rucksäcke verlost. Die Kampagne wird im Sommer 2019 weitergeführt.

Kreation/Umsetzung

Dank Geotargeting erhalten innovative, nachhaltig produzierende Milchbauern die Möglichkeit, einer urbanen Zielgruppe ihren Betrieb und ihren Hofladen zu präsentieren. Mit der praktischen Karten-Übersicht findet jeder auf Anhieb Hofläden in seiner Nähe und kann herausfinden, ob neben den nachhaltigen Hofprodukten auch Ferien auf dem Bauernhof oder Stallvisiten angeboten werden. Dabei können die Bauern von der Bekanntheit von Swissmilk profitieren und ihre Direktvermarktung stärken. Zusätzlich werden Themen wie Tierwohl, Herkunft und Produktionskultur mittels Infografiken und Video-Statements greifbar gemacht.

swissmilk