

NESCAFÉ: Marketing für Webtraffic

Aufgabenstellung

Aus einer Datenbank von 15'000 B2B-Mailadressen, die stetig zunimmt, soll ein regelmässiger Traffic von um die 3000 Visits auf einer Website erreicht werden. Dies um unter den B2B-Kunden einen Bekanntheitsgrad zu erreichen und sie zu Messebesuchen und Offertanfragen zu animieren.

Die Landingpage sollte aus allen Produktinformationen und der Möglichkeit der Kontaktaufnahme oder Offertbestellung bestehen. Zudem sollte Content einen Mehrwert für die potenziellen Kunden ergeben.

Lösung

Regelmässige Newsletter (8x pro Jahr) mit Kundenporträts (Mehrwert und Kundenbindung der aktuellen Kunden), Testimonials und Wissenswertem. Die Artikel des Newsletters wurden jeweils auf die Website verlinkt, wo die Zielgruppe auch die Produktinfos finden konnte. Als Incentive konnten die Empfänger VIP-Tickets für Events (Greenfield, Air14, Country&Trucker Festival etc.) sowie Eintritte an Messen (Bäcker- und Konditorenmesse FBK, Igeho etc.) gewinnen.

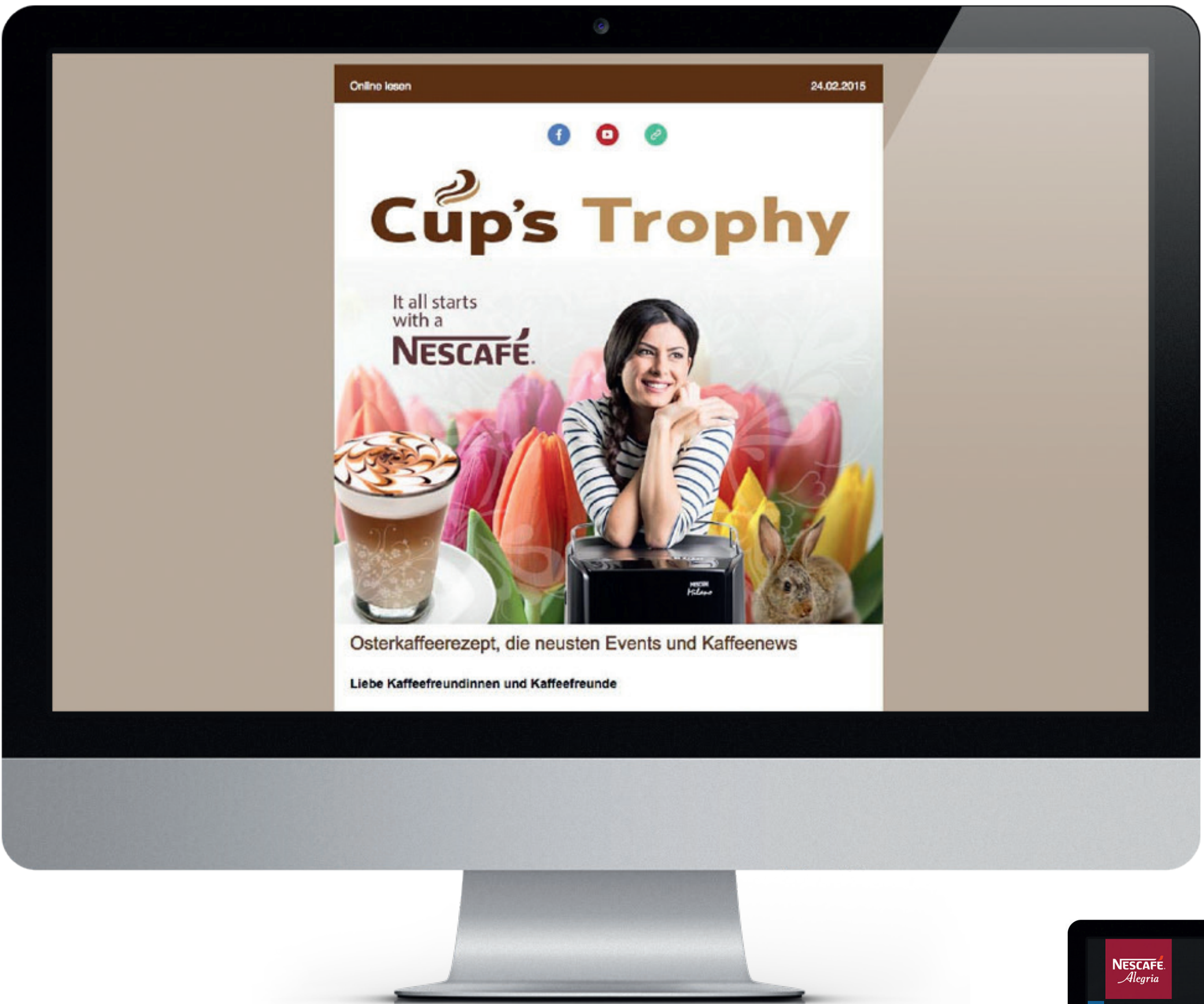
Für eine hohe Identifikation der Zielgruppe mit den porträtierten Kunden, wurden die Fotos mit einer halbprofessionellen Kamera geschossen und nur leicht nachretuschiert. Die Anmutung sollte einem Reportagestil entsprechen.

Ergebnis

Pro Monat wurden regelmässig weit über 3000 Visits auf der Website erreicht verbunden mit Offertbestellungen, Wettbewerbsteilnahmen und Bestellung von Eintritte zu den Messen.

Der Bekanntheitsgrad der Kaffeemaschinen von Nescafé Solutions für gewerbliche Betriebe ist in zwei Jahren stark gestiegen. Die Aufmerksamkeit der Mitbewerber gegenüber dem Angebot hat zugenommen.

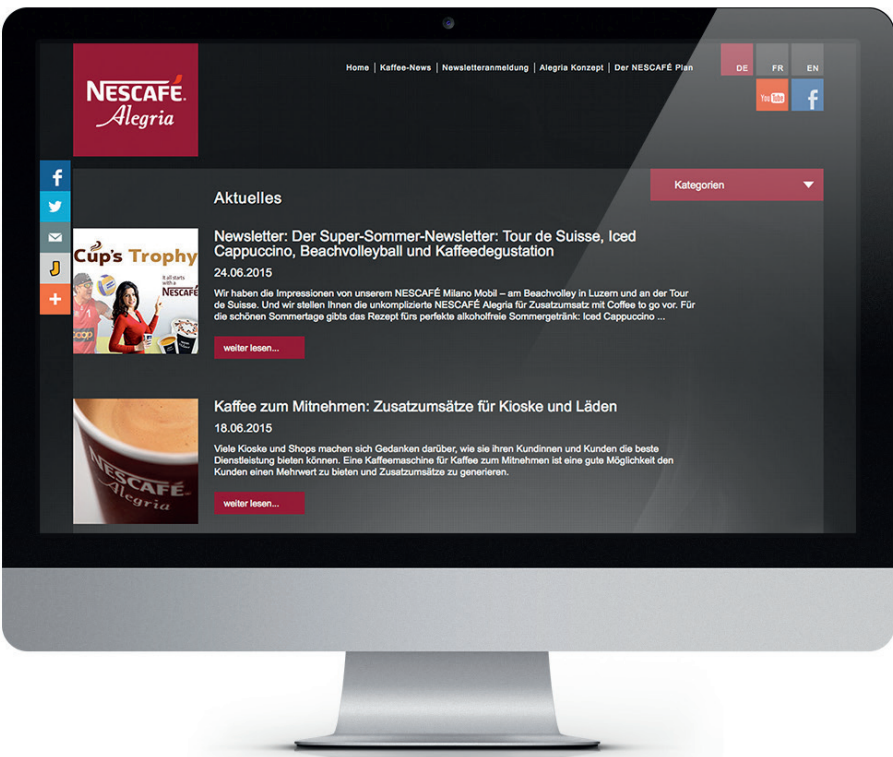
Insgesamt eine sehr gelungene Newsletter-Kampagne, die ihre Ziele Kundenbindung, Bekanntheitsgrad steigern und Webtraffic übertroffen hatte.



Cup's Trophy – der Newsletter



verschiedene Newsletter



www.nescafe-solutions.ch