



UM
PanMedia

FB **FASTBRIDGE**

 Microsoft®
Office 365

WebAd Einreichung
Kategorie: Effizienteste Kampagne

Microsoft Office 365

Ausgangssituation

- **Office 365 und damit Cloud Computing** sind für viele Unternehmen noch recht **abstrakte Begriffe**
- Es besteht **mangelndes Wissen** rund um das Thema und wie es im täglichen Betrieb integrierbar ist & auch weiterhilft.
- Ansprache der **B2B Zielgruppe**: KMUs, IT Business Partner von Microsoft

Ziele

- **Verstärkte Information** der **B2B Zielgruppe** zu Cloud Computing und Office 365
- **Steigerung der Anfragen** zu Office 365 bei den Microsoft Partnern
- **Effizienter Budgeteinsatz**: Möglichst geringe Kosten pro Anfrage

Die Strategie zur maximalen Effizienz:

Information & Interesse durch Content Marketing schaffen

Geschaffene Aufmerksamkeit auf allen Kanälen in Produktanfragen & Neukunden umwandeln

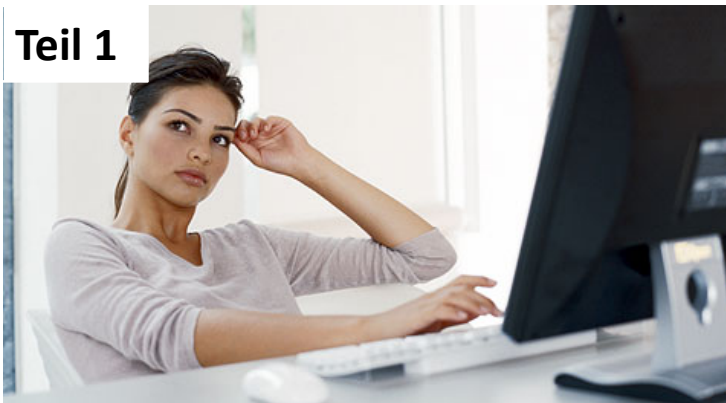
Die Strategie zur maximalen Effizienz:

Information & Interesse durch Content Marketing schaffen

Authentische Kommunikation

Neben eigenen Kanälen von Microsoft kommuniziert auch eine **Advertorialstrecke** auf derstandard.at die Microsoft Office 365 Case Studies von **Roland Gareis** und dem **SOS Kinderdorf**. Die **authentischen** Cases stellen den **Umstellungsprozess der IT Infrastruktur** der Unternehmen in **drei Advertorial-Teilen** dar:

Teil 1



Probleme mit der **aktuellen IT Infrastruktur**

Teil 2



An- und Herausforderungen an die **neue IT** sowie an den **Umstellungsprozess**

Teil 3

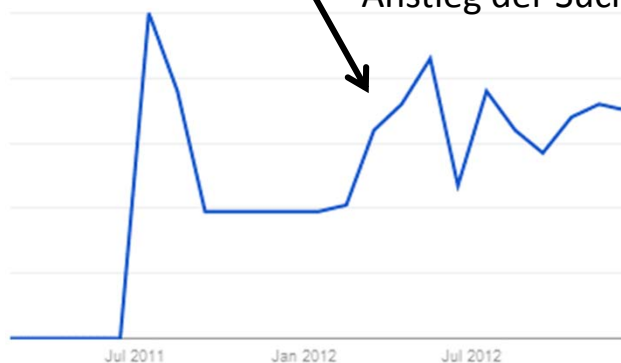


Verbesserungen nach der IT Infrastruktur-Umstellung im Unternehmen

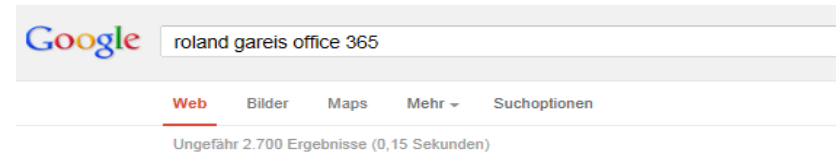
Die Strategie zur maximalen Effizienz: Geschaffene Aufmerksamkeit auf allen Kanälen in Produktanfragen & Neukunden umwandeln

Nachhaltige Auffindbarkeit
sicherstellen

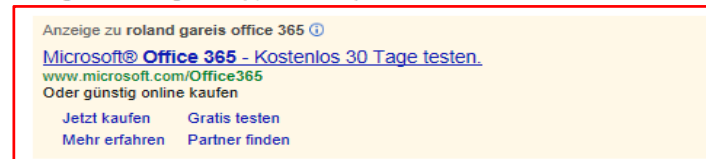
Kampagnenstart führt zu starkem
Anstieg der Suchanfragen



Paid Search



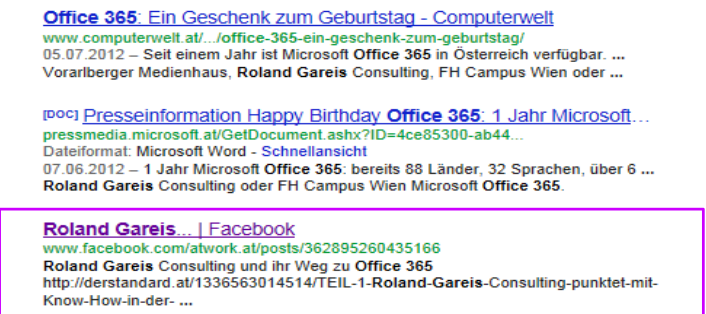
Content-Marketing



Print Bericht-Erstattung



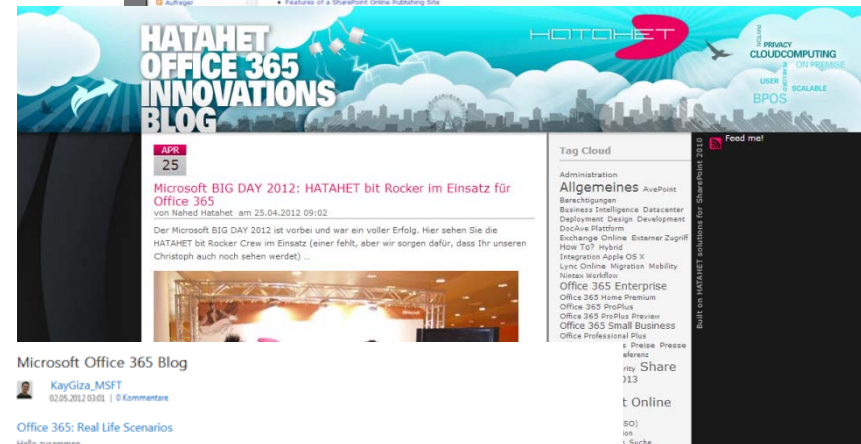
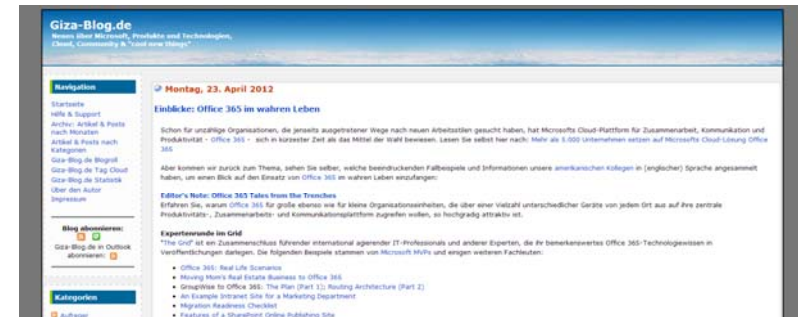
Social Media



Die Strategie zur maximalen Effizienz: Geschaffene Aufmerksamkeit auf allen Kanälen in Produktanfragen & Neukunden umwandeln

Nachhaltige Auffindbarkeit
sicherstellen

Unsere beiden Real Life
Stories & Office 365 werden
auch auf anderen Platt-
formen verbreitet und
zusätzliche Kommunikation
entsteht im Social Web.



Die Strategie zur maximalen Effizienz:

Ziele & Zielerreichung



- **Verstärkte Information der B2B Zielgruppe** zu Cloud Computing und Office 365
- **Steigerung der Anfragen** zu Office 365 bei den Microsoft Partnern
- **Effizienter Budgeteinsatz:** Möglichst geringe Kosten pro Anfrage
- **80% wiederkehrende Leser/User:** intensive Beschäftigung der Leser mit den einzelnen Advertorialteilen
- **Zielerreichung der Anfragen über 100%**
 - Generierte Deals: 35% erfolgten via Online-Platzierung, 65% via Search-Präsenz
 - Generierte Trials: 45% via Search, 5% via Online, 50% via Microsites
- **Senkung der Kosten pro Anfrage um 50%**
- **Effizienz der Search-Kampagne +30%**