

In der Zusammenarbeit mit amm ist ein bunter und auffallender Social-Media-Feed entstanden, in dem man die Marke BONT wiederfinden kann. Wir sind sehr zufrieden!

Dirk Schmalenberg, Marketing und Vertrieb BONT

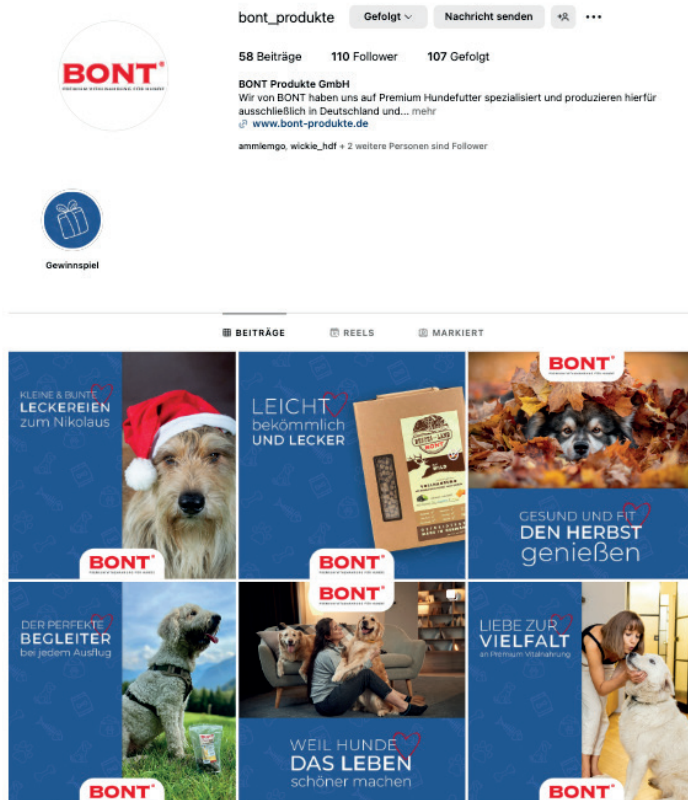
Social Media BONT Produkte GmbH

Nicht nur eine Plattform für Unterhaltung – in der heutigen digitalen Zeit sind die sozialen Medien längst mächtige Werkzeuge, um Marken eine Stimme zu verleihen und eine starke Verbindung zu ihrer Zielgruppe aufzubauen. Das hat auch die BONT Produkte GmbH verstanden. Und hat sich dabei von uns unter die Arme greifen lassen.

Gemeinsam wurde ein Plan ausgearbeitet. Fünfzig Posts, lautet das anfangs gesteckte Ziel. Das klingt erst einmal nach viel. Doch am Ende ist es ein Post pro Woche. Regelmäßigkeit ist hier das Stichwort. Denn es gilt, präsent zu bleiben. Allerdings nicht mit Quantität. Sondern mit Qualität. Und Individualität.

Damit BONT als BONT erkennbar ist, bedarf es nicht einfach nur Posts. Sondern es bedarf eines Konzepts, sorgfältig ausgearbeitet und umgesetzt. Das haben wir geliefert.

Dafür haben wir ein wiedererkennbares Layout geschaffen. Gehalten in den Unternehmensfarben Rot, Blau und Weiß, das starke Blau als auffälligste Farbe. Und immer so, dass das BONT-Logo auf einen Blick zu sehen ist. Als zweites Hauptelement ist stets gut auf der Hälfte des Platzes ein Foto Blickfang. Auch die Darstellung des Textes im Bild ist immer gleich auffallend. Der Inhalt dagegen wechselt, ist mit jedem Post anders. Abwechslung, und doch Gleichheit. Ein roter Faden, ohne fade zu werden.



Daraus haben wir einen starken digitalen Auftritt gestrickt. Und die Sichtbarkeit und Markenpräsenz von BONT gesteigert.

Aber das Layout, das in zwei verschiedenen Varianten Dynamik in den BONT-Account bringt, ist nicht alles. Die Form darf den Inhalt nicht ausblenden. Denn dieser ist natürlich ebenfalls wichtig. Und soll auch wahrgenommen werden.

„Mit unserer Einstiegs-Kampagne für Social Media hat das Team von amm uns eine tolle Grundlage geschaffen, um noch mehr Menschen von der Marke BONT zu überzeugen.“

Arved Ludwiger, Geschäftsführer BONT

Mit den Eingangsposts wurde das Ziel verfolgt, das Unternehmen und die Marke BONT Produkte vorzustellen. Mit wenigen Mitteln ein möglichst konkretes Bild zu schaffen, welche Werte sich hinter dem Namen verbergen. Inhaltlich war damit bereits nach nur ein paar Posts bereits das Grundgerüst des Accounts geschaffen.

Unserem Kunden geht es um den Verkauf von Produkten – langfristig gedacht. Die sozialen Medien helfen, die Marke BONT weiter zu etablieren. Greifbarer zu machen. Näher zu bringen. Denn was der sprichwörtliche Bauer nicht kennt, das frisst er nicht: Kunden kaufen gerne, was sich für sie vertraut anfühlt.

Stichwort: fühlen. Der Gegenstand seines Geschäfts ist für den Hundefutterhändler ein klarer Vorteil. Denn bei dem Futter geht es immer auch darum, dessen Abnehmer gesund und glücklich zu halten. Natürlich sind die Hunde nicht die Zielgruppe der Social-Media-Kampagne. Aber die Menschen, denen sie am Herzen liegen. Für sie sind direkt Emotionen mit dem Thema der Kampagne verknüpft. Was die Posts daher in erster Linie sollen: zum Fühlen anregen.

Daher müssen die Texte mit Feingefühl formuliert sein. Und auch die Bildsprache muss treffen. Oftmals ist sie die subtilere Sprache, da sie nicht unbedingt bewusst vom Plattform-User aufgenommen wird. Einheitlich haben wir für BONT Produkte hierbei eine Sprache gewählt und entwickelt, die den Hund, Hund und Mensch, Futter, Harmonie und ein gemeinsames Erleben in den Fokus rückt. Dies sind Motive und Werte, die bei denen im Gedächtnis bleiben sollen, die die Posts sehen.

Um gesehen zu werden, braucht es Reichweite. Um diese zu steigern und zugleich das Markenimage zu stärken, gaben wir BONT Hilfestellung bei



der Durchführung eines Gewinnspiels sowie später eines weiteren Giveaways. Außerdem wurden einige „Petfluencer“ ins Boot geholt, die als Produkttester vordrangen und ihre positiven Erfahrungen teilten. Dadurch sollten weitere Interessierte auf das Profil geholt werden und die Marke BONT sich weiter etablieren. Die Social-Media-Kanäle fungierten als Tool für die Vermarktung des Gewinnspiels. Die tollen Preise, die es großzügig von BONT Produkte zu gewinnen gab, wurden vorgestellt, die Bedingungen abgesteckt. Die Teilnahme erfolgte unkompliziert über eine Gewinnspiel-Landingpage – die wir direkt mit beisteuerten. Und die fleißig genutzt wurde, um Beiträge hochzuladen. Daran ließ sich erkennen: Dieses Unternehmen hat Reichweite.

Mit diesen Maßnahmen konnte BONT ein positives Bild von sich verfestigen. Mit einem lockeren Tonfall und humorvollem In-Erinnerung-Rufen entstand kein Eindruck nerviger Eigenwerbung, sondern der eines sympathischen Unternehmens. Und bei einer Marke, die einem sympathisch ist, greift man schließlich gerne mal zu. Erst recht, wenn man schon einmal von den vielen Vorteilen gehört hat, die es bietet.

„Von Image-Posts über Produktvorstellungen bis zu unserem Weihnachtsgewinnspiel und darüber hinaus – bei amm gibt es keine Standard-Abfertigung. Die Betreuung ist individuell und immer wieder kommt das Team mit neuen Ideen auf uns zu, wie wir unseren Social-Media-Auftritt optimieren können. Auch unsere eigenen Ideen können immer prompt umgesetzt werden. Toll! Wir sagen Danke, amm!“

Dirk Schmalenberg, Marketing und Vertrieb BONT

FÜR IHREN
LIEBLING
nur das Beste.

BONT
PREMIUM VITALNAHRUNG FÜR HUNDE

DER LANGE
Kau
GENUSS

BONT
PREMIUM VITALNAHRUNG FÜR HUNDE

SCHNELL SEIN &
GRATIS
Kaustangen erhalten

BONT
PREMIUM VITALNAHRUNG FÜR HUNDE

Zusammen



www.amm-lemgo.de