

Auf Facebook richtig gut angekommen: der rabbit eMarketing Adventskalender zum Osterfest 2012!

Seit März 2009 ist rabbit eMarketing mit einer eigenen Seite auf Facebook vertreten. Bis zum Frühjahr 2012 konnten 770 Facebook-Mitglieder von rabbit für diese Präsenz begeistert und als Fans gewonnen werden. Regelmäßige Postings zu internen Themen, Fachbeiträge und unterhaltsame Postings zu externen Themen garantieren die dynamische Entwicklung der Seite und motivieren Fans regelmäßig zum Dialog mit rabbit eMarketing auf Facebook.

Aufgabenstellung

Um die eigene Facebook-Seite bei Fans „top of mind“ zu halten, besteht die Notwendigkeit, regelmäßig relevante Postings und Mehrwerte auf der Pinnwand der Seite zu veröffentlichen. Oder aber Fans mithilfe interessanter und spannender Kampagnen zum aktiven Dialog anzuregen. rabbit eMarketing entschied sich daher, eine Sonderkampagne zu dem hasenrelevanten Fest des Jahres – dem Osterfest – zu konzipieren, um gezielt den Traffic auf der unternehmenseigenen Facebook-Präsenz zu steigern, Fans zur aktiven Teilnahme anzuregen und neue Fans zu gewinnen.

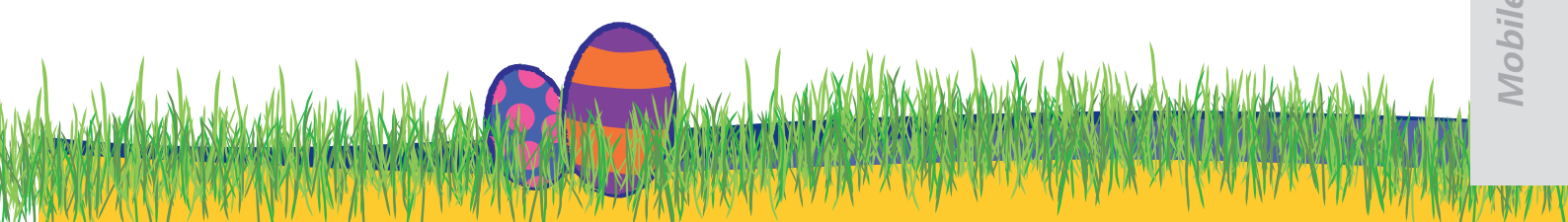
Die Lösung

Um Fans auf Facebook zu begeistern und neue Fans für die eigene Facebook-Präsenz zu gewinnen, konzipierte rabbit eMarketing eine crossmediale Osterkampagne, die Anleihen bei einem beliebten Klassiker aus der Adventszeit nahm: beim Adventskalender. Zum Auftakt der Kampagne wurde der rabbit E-Mail-Verteiler

mit einer Sondermail auf den rabbit-Osterkalender hingewiesen und zur Teilnahme eingeladen. Dieser Osterkalender startete am 16. März.



An jedem der auf das Startdatum folgenden 24 Tage bis Ostern wurde auf Facebook symbolisch ein Türchen geöffnet, hinter denen sich Rätselfragen, Bastel- und Backtipps sowie





Heute haben wir Post vom Osterhasen bekommen. Danke an rabbit eMarketing für die süße Sendung. Gebastelt wird dann am Wochenende. Und bei Euch? Wer zu Ostern dekoriert, klickt "Gefällt mir". [res]



Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

8

jede Menge kurioser Informationen rund um das Thema Ostern verbargen. Einen weiteren Höhepunkt der integrierten Oster-Kampagne stellte zudem die Aufforderung an rabbit-Kunden und -Partner dar, mithilfe des ihnen mit den traditionellen rabbit-Ostergrüßen zugesandten Bastelmaterials Ostereier als Hasen zu verkleiden und Fotos davon auf der Pinnwand der rabbit-Facebookseite hochzuladen.



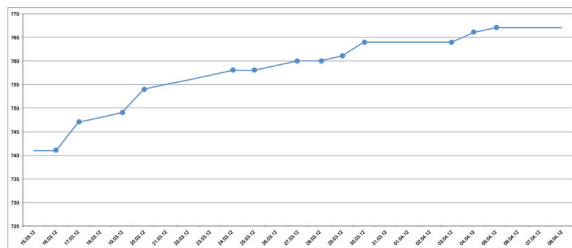
Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

10 2

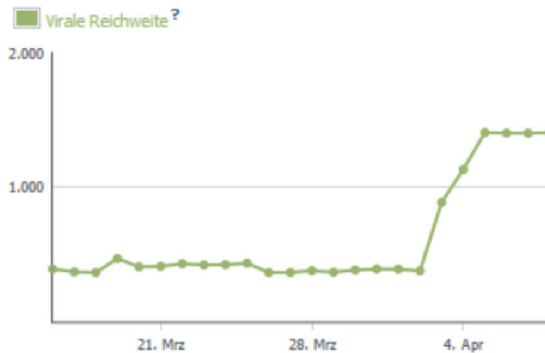


Die Ergebnisse

Pünktlich zum Kampagnenstart am 16. März erhöhte sich die Zahl der rabbit-Fans auf Facebook. Aus durchschnittlich ein bis zwei neuen Fans täglich wurden an besonders erfolgreichen Aktionstagen bis zu sechs neue rabbit-Fans.



Auch die Interaktion der Fans mit rabbit auf Facebook ist im Laufe der Kampagne kontinuierlich gestiegen. Lag der Interaktionswert vor Kampagnenstart bei 39, wurde am Ende der Aktion ein Höchstwert von 64 erreicht.



Besonders deutlich wird der Erfolg der cross-medialen Oster-Kampagne beim Blick auf die erzielte virale Reichweite: Sie stieg eindrucksvoll von durchschnittlich 300 auf einen Wert von 1.400 – damit konnte dieser wichtige Kennwert mehr als verdreifacht werden.



So können Sie von dieser Fallstudie profitieren

- Auch Kampagnen mit längerer Laufzeit sind ein nützliches Instrument, um Fans via Facebook enger an ein Unternehmen zu binden.
- Eine stimmige Kampagnenidee und deren stringente Umsetzung motivieren selbst sonst eher passive Fans erfolgreich zum aktiven Dialog – dies findet in einer steigenden Interaktionsrate Ausdruck.
- Spannende und unterhaltsame Kampagnenideen sprechen sich schnell herum. In der Folge steigt die Zahl der Fans.



Die Schweiz wünscht frohe Ostern und bedankt sich herzlich für den Goldhasen; dieser hat die (Rück-)Reise in die Schweiz gut überstanden... und wird wohl bald eines grausamen Todes sterben.



Über rabbit eMarketing

rabbit eMarketing ist eine auf den professionellen Online Dialog spezialisierte Full Service-Agentur. Den Schwerpunkt der Leistungen bilden E-Mail, Mobile- und Social Media Marketing. Die Entwicklung integrierter Kampagnen, die die verschiedenen Kanäle des Online Marketings effizient vereinen, ergänzt das rabbit-Portfolio sinnvoll.

Am Standort Frankfurt werden derzeit 55 Mitarbeiter beschäftigt. Für sein Geschäftskonzept erhielt das Unternehmen 2005 den Gründerpreis der Stadt Frankfurt und 2008

den Hessischen Gründerpreis. Zu den Kunden von rabbit eMarketing gehören der gehobene Mittelstand, international agierende Großunternehmen und zahlreiche Online-Shops. Zahlreiche Kampagnen von rabbit eMarketing wurden in den letzten Jahren mit wichtigen nationalen und internationalen Preisen ausgezeichnet. Geschäftsführer von rabbit eMarketing sind die Online-Pioniere Uwe-Michael Sinn und Nikolaus von Graeve.

Weitere Fallstudien und Informationen finden Sie auf unserer Website.



Katrin Förster

Unit-Leiterin

rabbit eMarketing GmbH

Kaiserstr. 65, 60329 Frankfurt
 Tel.: +49 (0) 69 - 86 00 428 - 00
 sparringspartner@rabbit-emarketing.de
 www.rabbit-emarketing.de



Besuchen Sie uns auf Facebook
www.facebook.com/rabbitmarketing



Folgen Sie uns auf Twitter
www.twitter.com/erabbit



Besuchen Sie uns auf YouTube
www.youtube.com/rabbiteMarketingTV



Besuchen Sie uns auf Google+
<http://bit.ly/erabbitplus>



E-Mail Marketing



Social Media Marketing



Mobile Marketing