

Influencer, die mhoch3 beschäftigt, agieren auf verschiedenen Kanälen und haben unterschiedliche Schwerpunkte. mhoch3 bildet auch Influencer inhouse aus – so will man Diskussionen auf höchstem Niveau gewährleisten. Auch Kampagnen im Ausland sind kein Problem, denn mhoch3 arbeitet mit Influencern auf der ganzen Welt zusammen, wenn es ein Kunde wünscht.

Kirchbaumer und sein Team verfolgen auch hohe ethische Ansätze: Politik, Tabak & Alkohol sowie alle Thematiken, die man nicht als ethisch korrekt oder empfehlenswert betrachtet, lehnt die Agentur ab.

Erfolgstory: Huawei

Aus dem Skandal von vor vier Jahren geht mhoch3 gestärkt heraus und ist erfolgreicher denn je. So schrieb die Agentur mit vielen Unternehmen wahre Erfolgsgeschichten. So beispielsweise mit Huawei: Für den Big Player der Telekommunikationsbranche setzte mhoch3 auf über



© mhoch3 für Huawei Austria/Foto: irinahp

Storytelling

Für Dachstein setzte mhoch3 auf Online-Storytelling.

zwölf Blogger und konnte die Reichweite der Huawei-Facebook- & Instagram-Kanäle um 15% steigern bzw. die Interaktion insgesamt um 34% mehr steigern als die Konkurrenz.

Innerhalb von 18 Monaten konnte man mehr als 41.000 hochaktive Fans auf Facebook gewinnen. Die Zahlen sprechen für sich: Huawei konnte seinen Marktanteil im hart umkämpften Smartphone-Markt massiv erhöhen und während der Kampagnen zum Launch des neuen Flagship-Modells (P10) sogar Platz 1 der Smartphone-Verkäufe in Österreich erobern.

Ein weiteres Beispiel für eine umfassende und erfolgreiche crossmediale Online-Storytelling-Kampagne ist die Zusammenarbeit mit „Dachstein“. Dabei wurde via Webseite, Facebook, Instagram und Influencer-Kooperationen „der virtuelle Dachstein bestiegen“. Neben den 16 Influencern wurden hier auch die User sehr stark in die „Unique Steps“-Kampagne mit-

Big Player

mhoch3 konnte die Reichweite der Huawei-Facebook- und Instagram-Kanäle um 15% steigern.

”

Unsere Influencer sind mit Herzblut dabei und setzen alles daran, dass die Interaktion der User mit einer Marke nachhaltig bestehen bleibt.

Martin Kirchbaumer

“

eingebunden und letztlich zu Markenbotschaftern von Dachstein. Über 1.350 Postings von Fans und eine damit einhergehende Absatzsteigerung von über 30% sprechen auch hier eine klare Sprache und ließen sowohl die Herzen von mhoch3 als auch des Kunden höher schlagen.

Mit viel Herzblut

„Dank unserem Monitoring ist der Erfolg unserer Kunden messbar. Wir sind sehr stolz auf unsere Erfolge. Unsere Influencer sind mit Herzblut dabei und setzen alles daran, dass die Interaktion der User mit einer Marke nachhaltig bestehen bleibt“, so Kirchbaumer.

mhoch3 beschäftigt inhouse über 20 und über 80 externe Mitarbeiter. Die Themen sind breit aufgestellt, derzeit geht man neben den etablierten Bereichen Technik, Tourismus und Fitness verstärkt den Themen Kulinarik oder Kryptowährung nach. Die Entwicklungen im Influencer-Marketing innerhalb der letzten zwei Jahre sieht Kirchbaumer positiv: „Die Awareness ist beim Kunden stark gestiegen. Wir haben dazu beigetragen, das Thema zu aktivieren.“

1999

Gründung

Bereits seit 19 Jahren beschäftigt sich mhoch3 mit Influencer Marketing und feiert 2019 sein 20jähriges Jubiläum.



© mhoch3