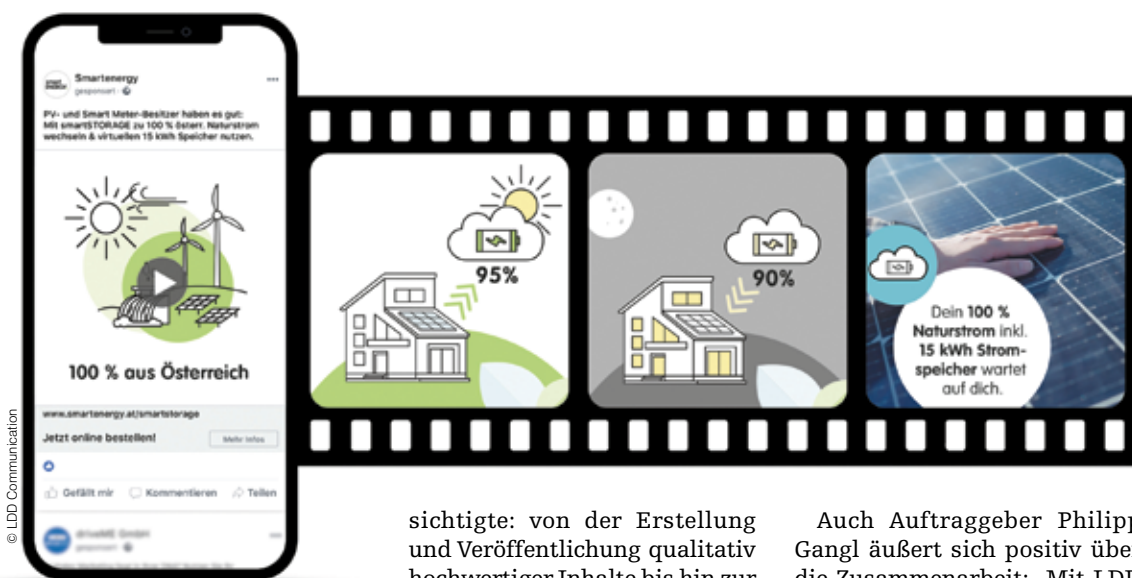


Smarter, grüner Strom

LDD konzipierte eine Social Media-Kampagne für smartEnergy, eine innovative, umweltfreundliche Marke der Energie Steiermark.

GMUNDEN. Seit gut einem Jahrzehnt begleitet LDD Communication das renommierte Unternehmen Energie Steiermark mit Sitz in Graz. Die Zusammenarbeit reicht quer durch alle Bereiche des Kommunikationsmanagements – von Print, über Website bis hin zu Mobile und Social Media-Marketing. Zuletzt wurde eine Kampagne für innovative, umweltfreundliche Stromprodukte der Marke smartEnergy auf Facebook, Instagram und Google umgesetzt.

Philipp Gangl, Marketingleiter von Energie Steiermark,



erläutert: „Die Kampagne verfolgte das Ziel, drei selektierte Produkte einem breiten Publikum vorzustellen, das Interesse potenzieller Kunden zu wecken und Website-Traffic zu generieren.“ Dazu wurde eine auf die spezifischen Bedürfnisse der Zielgruppen zugeschnittene Social Media-Strategie entwickelt, die alle Aspekte berücksichtigte: von der Erstellung und Veröffentlichung qualitativ hochwertiger Inhalte bis hin zur Optimierung der Reichweite und des Engagements.

Mehrere Phasen

„Der Cost per Click (CPC) fällt durchwegs positiv aus. Auch die Click-Through-Rate (CTR) sticht hervor, da sie mit über 2,5 Prozent deutlich über der Benchmark für vergleichbare Kampagnen liegt“, so Robert Lacher, Head of Digital Services bei LDD.

Auch Auftraggeber Philipp Gangl äußert sich positiv über die Zusammenarbeit: „Mit LDD Communication haben wir den idealen Partner an unserer Seite, um die Markenbekanntheit unserer revolutionären smartEnergy-Stromprodukte zu steigern und Neukunden zu gewinnen. Die Kampagnen-Ergebnisse übertreffen unsere Erwartungen und bestätigen nicht zuletzt die Wirksamkeit der gewählten Kommunikationskanäle.“ (red)

”

Die Kampagnenergebnisse übertreffen unsere Erwartungen.

Philipp Gangl
Marketingleiter
Energie Steiermark

“



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

„Weil die im Metaverse kan Almdudler hab’n“

Heimat Wien hat den Getränkehersteller kreativ durch das Jahr begleitet.

WIEN. Heimat Wien war zuletzt wieder sehr umtriebig. Vor allem für Almdudler gab es spannende Umsetzungen. So wurde im Rahmen der „Grillgaudi“ das Verhalten der Menschen beim Grillen im Dokustil beobachtet, und welche Rolle Almdudler dabei spielt. Dabei positioniert sich der Getränkehersteller als der passende Durstlöcher für die Grillsaison. Die Kampagne

wurde auf Instagram, Facebook und TikTok ausgespielt.

Und im Winter? Skifun wie früher – das war das Motto für die 80er-Jahre-inspirierte Ski-Kampagne. Mithilfe eines charismatischen Skilehrers wurden unterhaltsame Videos im oberösterreichischen Hintertoder produziert, die die österreichische Wintersportkultur liebevoll auf den Arm nehmen.

Apropos auf den Arm nehmen: Das Metaverse war im Jahre 2021 in aller Munde. Schnell stellte sich heraus, dass die groß angekündigte Neuerung aus dem Hause Zuckerberg zum digitalen Niemandsland wurde. Almdudler machte sich dennoch auf ins Metaverse, um das herauszufinden. Die Erkenntnis: Weil die im Metaverse kan Almdudler hab’n, geh’n wohl alle wieder ham. (red)



© Heimat Wien/Almdudler