

KUNDEN CASE STUDY



ISOSTAR WANDER AG

isostar
SPORTS NUTRITION

Mehr Brand Equity für ISOSTAR auf Social Media.
Die Hutter Consult AG unterstützt im Bereich Facebook/Instagram Advertising.

WWW.HUTTER-CONSULT.COM

DER KUNDE

Isostar

1977 produziert Isostar das erste isotonische Sportgetränk in der Schweiz speziell für Sportler:innen. Bis heute sind in Zusammenarbeit mit Sportwissenschaftlern und Spezialisten viele Produkte hinzugekommen, zum Beispiel Isostar Eiweisspulver, Energie Gels, Energieriegel und diverse Accessoires. Isostar ist bestrebt, innovative Sportlernahrung herzustellen, welche die körperlichen Ansprüche sportlicher Höchstleistungen erfüllen. Isostar wird als europäischer Markführer in diesem Segment betrachtet. Die französische Firma Nutrition & Santé ist seit 2004 Markeneigner von Isostar. In der Schweiz werden die Produkte durch die Wander AG produziert, vermarktet und distribuiert.

Unternehmen

WANDER AG

Kontakt

BETTINA ZEITER

SENIOR BRAND MANAGER ISOSTAR

Branche

SPORTNAHRUNG

BETTINA ZEITER
SENIOR BRAND MANAGER ISOSTAR

«Kreativ, unkompliziert und kompetent – Eigenschaften, die man sich von Social Media Marketing Experten wünscht und mit dem sympathischen Team von Hutter auch wirklich erhält. Die Zusammenarbeit gestaltet sich effizient, professionell und macht einfach Spass.»



AUSGANGSLAGE

Bisher hatte sich Isostar in erster Linie an der Zielgruppe von ambitionierten Ausdauersportler orientiert. In den letzten Jahren ist der Anteil der Bevölkerung, der mindesten einmal wöchentlich Sport treibt weiter angestiegen und neue Sportarten gewannen an Popularität. Sportnahrung ist längst nicht nur noch ein Thema für Spitzensportler. Die Zielgruppe wurde somit grösser. Der Brand soll deshalb mehr emotionalisiert und modernisiert werden, vor allem im Zusammenhang mit dem Proteinmarkt bzw. deren Produkte, welche Isostar ebenfalls im Sortiment führt.

Mittels Social Media Kampagne auf Facebook und Instagram sollten neue Zielgruppen eruiert und die Marke Isostar im Zusammenhang mit Sport auf allen Ebenen gestärkt werden.

ZIELE



Ziel

1

BRAND EQUITY

Den Brand Isostar in den bisherigen Zielgruppen stärken und zusätzlich erweiterte Zielgruppen erreichen. (Potenzial 1.9 Mio. Nutzer).

Ziel

2

TRAFFIC ERHÖHEN

Interessierte Personen sollen über die Landingpage Traffic generieren und so über weitere Informationen an Isostar herangeführt werden.

Ziel

3

MEHR VERKÄUFE

Mittels Retargeting werden Personen, welche Produkte aufgerufen haben, erneut angesprochen und auf einen Kauf optimiert.

MASSNAHMEN

Es wurde eine zielgruppenorientierte Landingpage kreiert, über dessen mittels SEE-THINK-DO Funnel Modell die Personen mehrfach angesprochen und über unterschiedliche Themen, Botschaften und Visuals abgeholt wurden.

Durch starke Brand-Videos wurden die Nutzer an Isostar herangeführt. Interaktionen wie Videoaufrufe und Klicks führten dazu, dass die Personen erneut mit thematischen Produktebundes angesprochen wurden. Optimierte auf Warenkorbinformationen wurden die Personen zusätzlich abgeholt, welche sich bereits Produkte im Shop angeschaut haben.

VIDEOADAPTIONEN

Die bestehenden Brand-Videos waren primär für TV und Youtube ausgelegt. Diese wurden durch die Hutter Consult AG für Social Media optimiert. Aus den bestehenden 16:9 Formaten wurden so die Adaptionen für Facebook und Instagram Feed und Stories erstellt.

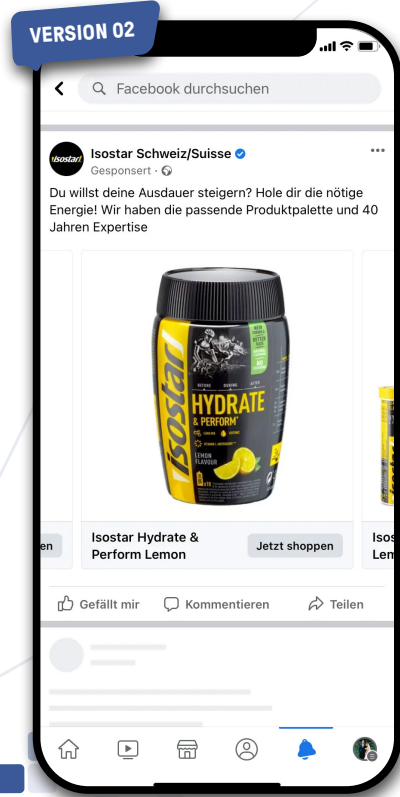
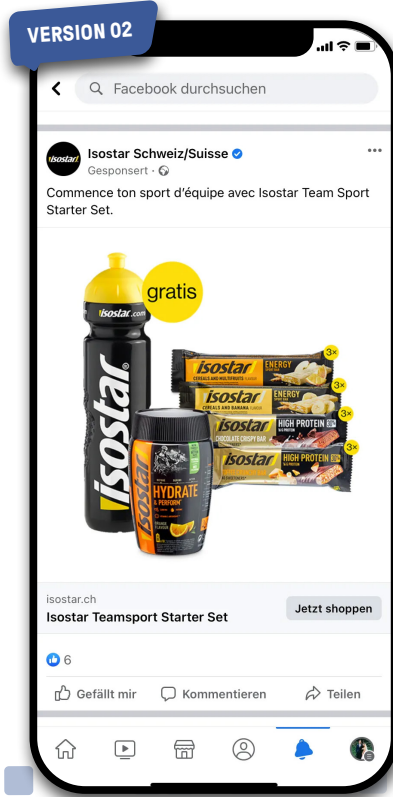
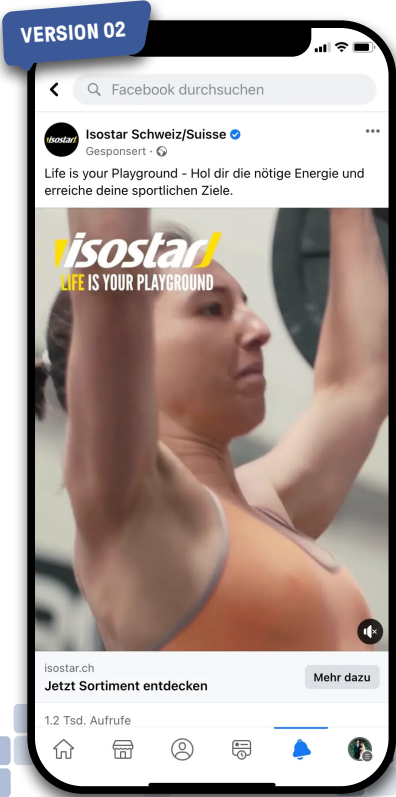
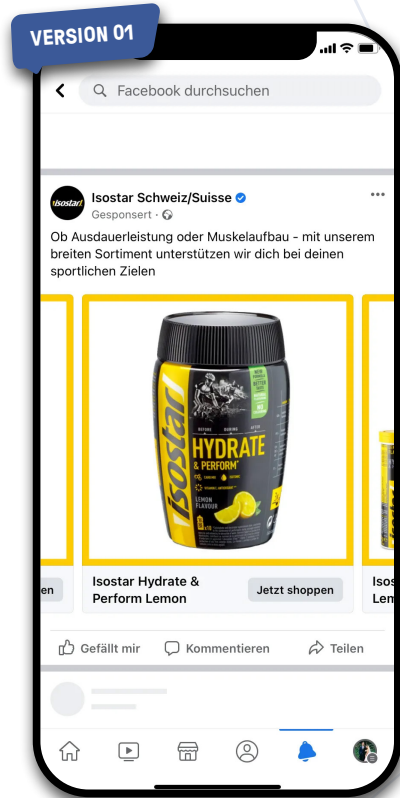
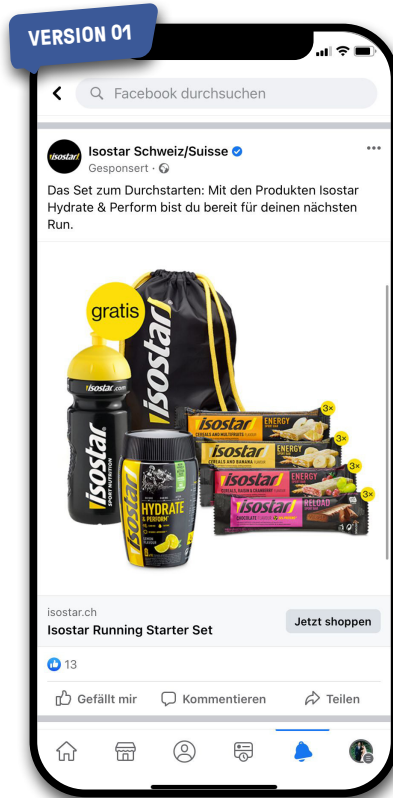
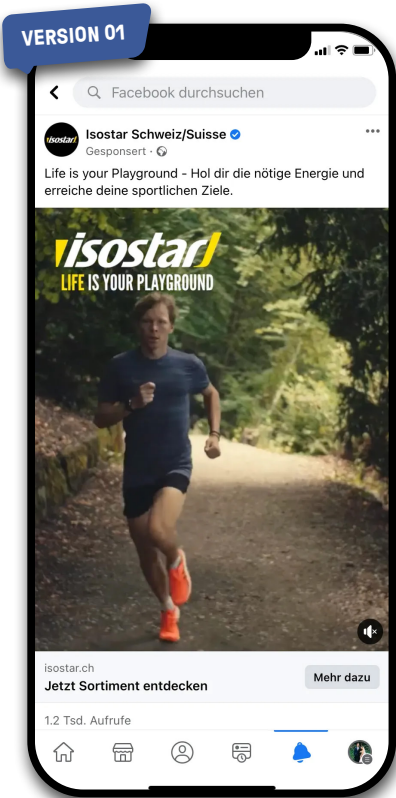
BRANGLIFT STUDY

Um die Steigerung der Werbeerinnerung zu messen, wurden bei den Kampagnen innerhalb der SEE-Stufe eine BrandLift Studie integriert.

SEE-PHASE

THINK-PHASE

DO-PHASE



ERGEBNISSE



**60 %
ERREICHUNG DER ZIELGRUPPE**

60 % des Zielgruppen-Potenzials wurde mit der Kampagne konfrontiert.



**25'000
PAGEVIEWS**

Rund 25'000 Personen fanden den Weg über die Social Ads auf die Landingpage.



**855
WARENKORB-INTEGRATIONEN**

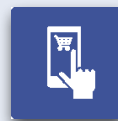
Es haben 855 Menschen mindestens 1 Produkt in den Warenkorb gelegt.

EXPERTISE

Die Hutter Consult AG konnte mit dieser Kampagne auf verschiedene Expertisen zurückgreifen. Nach einer umfassenden Beratung im Social Media Marketing, wurde die Kampagne auf den Plattformen Facebook und Instagram aufgesetzt. Voraussetzung für die erfolgreiche Messung der BrandAwareness, wurde zu Beginn über die klassischen BrandAwareness-Kampagnen eine BrandLift Study integriert. Weiter konnte über den Funnel-Ansatz alle geforderten Ziele abgedeckt werden und somit einen zufriedenen Kunden.



**BERATUNG
& STRATEGIE**



**WERBUNG
& ADS**



FACEBOOK



INSTAGRAM



**BRANDING &
AWARENESS**



**PERFORMANCE
MARKETING**



**BRANDLIFT
STUDY**



ANALYTICS

IN VERBINDUNG BLEIBEN



**Kapellstrasse 6
CH 8355 Aadorf**



+41 52 508 70 10



info@hutter-consult.com



www.hutter-consult.com



**Blog & News | @hutterconsult
Unternehmen | @hutterconsultag**



Hutter Consult AG





WEITERBILDUNG & SPEZIALISIERUNG

SEMINARE & WORKSHOPS

**MARKETING
& ADVERTISING**

Facebook & Instagram, LinkedIn,
Google, YouTube und Pinterest



SEMINAR.HUTTER-CONSULT.COM