

KUNDEN CASE STUDY



GEISTLICH PHARMA

Geistlich

Geistlich Pharma sucht Zahnchirurgen über Social Media.
Die Hutter Consult AG unterstützt im Bereich Social Advertising.

WWW.HUTTER-CONSULT.COM

DER KUNDE

Geistlich Pharma

Geistlich Pharma ist ein Spezialist für die Regeneration von Knochen, Knorpel und Gewebe. Die regenerativen Medizinprodukte von Geistlich Pharma haben zum Ziel, die Lebensqualität von Patienten zu verbessern. Über 750 Mitarbeitende weltweit stellen sich bei der Geistlich Pharma in den Dienst der regenerativen Medizin. Mit dreizehn Tochtergesellschaften und 60 Distributionspartnern erreichen die Medizinprodukte sowie Arzneimittel rund 90 Märkte weltweit. Die dreizehn Töchter decken die Länder Grossbritannien, Deutschland, Italien, Frankreich, China, Brasilien, Südkorea, Nordamerika, Australien, Neuseeland, Indien sowie Japan ab.

Unternehmen

GEISTLICH PHARMA

Kontakt

KATJA DERUNGS

**SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA
& ONLINE COMMUNICATIONS**

Branche

MEDTECH

KATJA DERUNGS SENIOR MANAGER



«Mit Hutter Consult haben wir unsere erste Funnel Campaign im Digitalen Marketing umgesetzt – und unsere Ziele übertroffen. Die Zusammenarbeit war technisch professionell und menschlich nah. Der Wissenstransfer ist ein zusätzlicher Mehrwert. Da lernen und profitieren auch wir als Kunde.»

AUSGANGSLAGE

Das Produkt «Geistlich Bio-Gide®» der Geistlich Pharma ist die führende Kollagenmembran für die orale Geweberegeneration und wird vor allem in der Zahnmedizin verwendet. Somit war die Zielgruppe im Zusammenhang mit der Kampagne Zahnärzte in europäischen Ländern, in welchen die Produkte aus der Linie «Geistlich Bio-Gide®» verkauft werden.

Mittels Paid Social sollten die Produkte rund um die Linie «Geistlich Bio-Gide®» gepusht und der richtigen Zielgruppe zugänglich gemacht werden. Mittels Funnel-Ansatzes sollten in einer ersten Stufe relevante Kontakte mit der Thematik «Kollagenmembran» vertraut gemacht werden. Hat sich ein Kontakt für das Thema interessiert, so folgten in der nächsten Stufe die nötigen Informationen rund um die dazugehörigen Produkte. Als letzter Schritt ging es darum, möglichst viele relevante bzw. interessante Kontakte zu generieren, welche anschliessend auf telefonischem Weg oder via E-Mail weiter kontaktiert wurden.

Als Absender der Kampagne fungierte der Hauptsitz der Geistlich Pharma. Da der Verkauf von Produkten jedoch nicht auf HQ-Ebene erfolgt, wurden die generierten Kontakte jeweils an die einzelnen Länder zur weiteren Verarbeitung ausgehändigt. Die Kampagne verfolgte somit nicht den direkten Abverkauf der Produkte, sondern das Ziel die nötige Awareness innerhalb der definierten Zielgruppen zu schaffen.

ZIELE



1

LEADS

Innerhalb des definierten Kampagnenzeitraums eine Conversion-Rate in Bezug auf die Lead-Generierung von 10 % zu erreichen – als Ausgangswert diente hierbei die Anzahl der Nutzer, welche sich konkret mit Produkten aus der Linie «Geistlich Bio-Gide®» auseinandergesetzt haben.

2

TRAFFIC

Mittels den Social-Advertising-Aktivitäten, welche direkt der Kampagne zugewiesen werden können, im definierten Kampagnenzeitraum einen Traffic von 6'000 Besucher zu erreichen.

3

ZIELGRUPPEN-AUFBAU

Aufbau von relevanten Zielgruppen auf Social Media.

MASSNAHMEN

Stufe 1

Als erstes wurden Paid Social Image- und Video-Ads auf Facebook, Instagram und LinkedIn mit Bezug auf die Thematik «Kollagenmembran» geschaltet. Die Verlinkung dieser Ads ging auf einen thematisch aufbereiteten Blogartikel sowie einer dazugehörenden Landingpage. Zusätzlich wurden Umfrage-Ads eingesetzt, um Interessenten bereits beim Erstkontakt zu segmentieren.

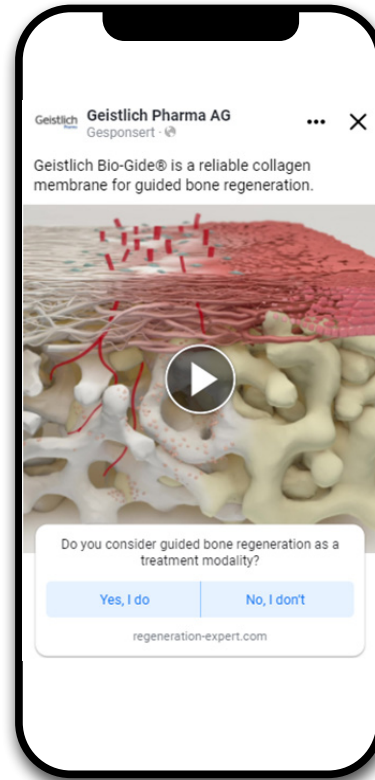
Stufe 2

Das Retargeting wurde in Form von Paid Social Karussell-Ads auf Facebook und Instagram umgesetzt. Hierbei wurden die Produkte aus der Linie «Geistlich Bio-Gide®» den jeweiligen Nutzern ausgespielt und zugänglich gemacht, welche in einem Erstkontakt den Blogartikel oder die Landingpage aufgerufen haben.

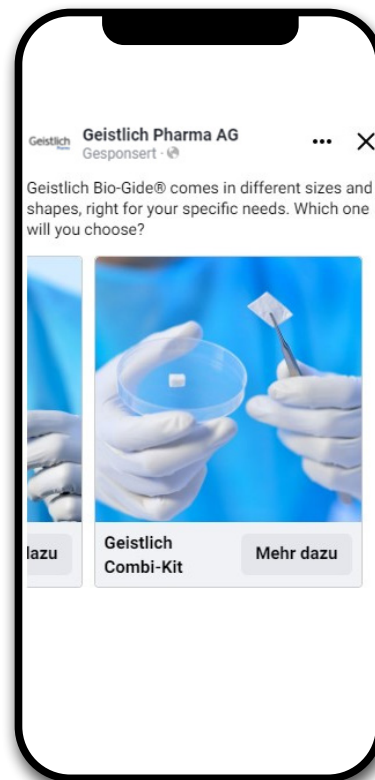
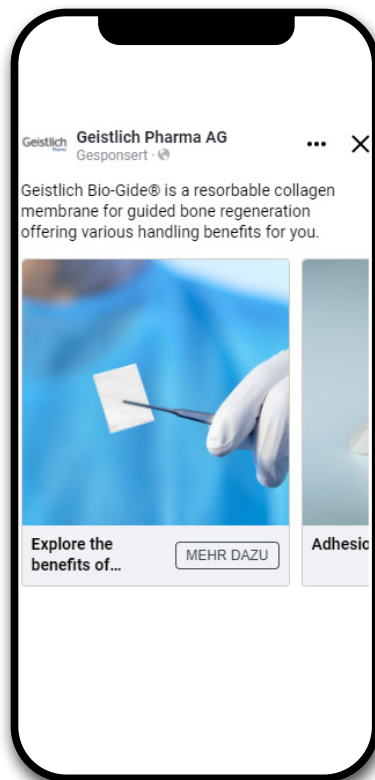
Stufe 3

In einer dritten Stufe wurden mittels Retargeting in Form von Paid Social Lead-Ads auf Facebook und Instagram wiederum die Personen angesprochen, welche sich mit den Produkten auseinandergesetzt haben. Diesen Personen wurde ein Lead-Ad ausgespielt, bei welchem nach Eingabe der Kontaktdaten ein thematisches Whitepaper zur Verfügung gestellt wurde.

See-Phase



Think-Phase



Do-Phase



ERGEBNISSE

Alle angepeilten Zielsetzungen konnten übertroffen werden. Der Einsatz von Custom und Lookalike Audiences sorgte dafür, dass der Streuverlust innerhalb der Zielgruppen nicht zu gross war. Somit konnten relevante Kontakte von Zahnärzten in den gewünschten Ländern in Europa generiert werden.



533 LEADS

Es haben 533 Menschen das Whitepaper zur Thematik Kollagenmembran heruntergeladen, Ihre Kontaktdaten abgegeben und somit einen relevanten Lead generiert.



25'000 BESUCHER

Über 25'000 Personen haben im Zusammenhang mit der Kampagne den Blogartikel, die Landingpage oder die Produktseite besucht.



FACEBOOK, INSTAGRAM & LINKEDIN

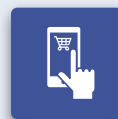
Reichweite: 800'000 Personen, Impressionen: 2 Millionen

EXPERTISE

Die Hutter Consult AG konnte mit dieser Kampagne auf verschiedene Expertisen zurückgreifen. Nach eingehender Beratung des Kunden und der entsprechenden Ausarbeitung einer Social Media Strategie, durfte die Hutter Consult AG die länder- und plattformübergreifenden Massnahmen auf Facebook, Instagram und LinkedIn umsetzen. Durch die stetige Betreuung der Kampagne, konnten Custom Audiences erstellt und eingesetzt werden. Somit konnten die angesprochenen Interessenten durch den ganzen Funnel abgeholt werden. Durch die vollumfassende Betreuung war es möglich, allfällige Anpassungen vorzunehmen, um den Erfolg der Kampagne zu bewerkstelligen. Mit dem abschliessenden Reporting konnte sich der Kunde ein Bild der weit übertroffenen Zahlen machen.



**BERATUNG
& STRATEGIE**



**WERBUNG
& ADS**



FACEBOOK



INSTAGRAM



LINKEDIN



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