

29.06. 2023

Creators kündigen die neuen M-Daily by NENI Produkte an

Von House of Influence



Bild Rechte

WebStages GmbH

(Zürich)(PPS) **Mit 12 Standorten verteilt über Europa, gehört das Familienunternehmen NENI zu einem der beliebtesten Restaurants in Europa. Ab Anfangs Mai ist NENI nun auch im Schweizer Handel mit der neuen Kooperationsmarke: M-Daily by NENI. Mit insgesamt 62 Content-Pieces, über 185'447 Interaktionen und einer Reichweite von 177'807 Personen erreichten die Influencer:innen die gesamte Schweiz. Die Influencer-Marketing Agentur WebStages setzte die Kampagne mit den Creators auf Instagram und TikTok um.**

Die erste Welle startete mit der Roadshow Anfangs April. Drei Influencer:innen wurden zum Launch-Event der neuen NENI Ready to eat Produkte eingeladen. Vor Ort waren auch die Gründer – die Familie Molcho, welche mehr über die verschiedenen Produkte erzählte. Die Influencer:innen hatten die Möglichkeit die Familienmitglieder kennenzulernen und bereits ersten Content zu produzieren.

Die 14 Influencer:innen, aus den Bereichen Food und Lifestyle erstellten über vier Wochen eine bunte Bandbreite an Beiträgen: von Vlogs bis hin zu Lifestyle Videos – immer im Fokus: Die Migros-Daily by Neni Produkte.

«Durch die Mischung der Creators aus der ganzen Schweiz aus dem Food- und Lifestyle-Bereich, konnten wir in der Kampagne Diversität gewinnen. Jeder Creator hat den Post in seinem eigenen Style erstellt und somit die Community inspiriert und animiert.» meint Kim Kurer, die Projektleiterin seitens WebStages.

Seit Anfangs Mai sind die neuen Migros Daily by NENI Produkte in den Migros-Filialen erhältlich.

«Es macht Spass, mit wie viel Kreativität und eigener Handschrift die Influencer:innen unser tolles Sortiment in Szene setzten. Denn es sind die Influencer:innen, die jede Kampagne zum Leben erwecken und die Community so in die Content Welt der «modernen Oriental Kitchen» eintauchen lassen.» sagt Franziska Coninx, Leiterin strategische Eigenmarken beim Migros Genossenschafts Bund.

Credits:

Verantwortlich bei WebStages: Kim Kurer (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie) Verantwortlich bei Migros: Christian Keller (Projektleiter Media).

Über die Organisation:

Über WebStages

Die führende management- und softwareunabhängige Influencer Marketing Beratungsagentur hat seit Herbst 2017 ihren Sitz im Züricher Seefeld. Das gesamte Team berät Kunden in allen Landessprachen sowie im gesamten DACH-Raum bei ihren Influencer-Projekten. Von der Strategie, zur Konzeption über die Selektion, Gagen- und Vertragsverhandlungen, dem Kampagnenmanagement hin zu individuell aufbereiteten Reportings und Workshops bietet die Agentur alle Influencer-Marketing Services aus einer Hand.

Neben den Kampagnen die WebStages für Kunden wie Migros, Hirslanden oder Mercedes umsetzt, ist WebStages auch der Veranstalter der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: den WebStage MASTERS.

Pressekontakt:

WebStages GmbH
Bellerivestrasse 20
8008 Zürich

Tanja Herrmann
Geschäftsführerin
+41 79 820 58 06
tanja @ webstages.ch

Kategorie

Medien & Telekommunikation

Source URL: <https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/creators-kuendigen-die-neuen-m-daily-neni-produkte>