Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

17.06. 2024

Erfrischen anders: Wie aus einer Idee, 11 unverwechselbare Beiträge werden

Von House of Influence



Bild Rechte
WebStages GmbH

(Zürich)(PPS) **Valais Mineralwasser hat im April 2024 die neue Getränkelinie Valais Vitamin lanciert und dabei eine Influencer-Kampagne gestartet. Gemeinsam mit der Agentur WebStages wurden elf Sport-Influencer:innen aus der Deutsch- und Westschweiz engagiert, die das Vitaminwasser auf Instagram und TikTok präsentierten. Die Kampagne umfasste zahlreiche kreative Posts, die über 81'000 organische Videoaufrufe erreichten und knapp 3’000 Interaktionen erzielten.**

Valais Mineralwasser hat im April seine neue Getränkelinie Valais Vitamin auf den Markt gebracht. Das innovative Vitaminwasser kombiniert reines Quellwasser aus dem Wallis mit essenziellen Mineralien und Vitaminen. Um die Markteinführung zu unterstützen, hat Valais in Zusammenarbeit mit WebStages eine umfassende Kampagne umgesetzt, die elf Influencer:innen aus der Deutsch-, Westschweiz und dem Tessin aus dem Bereich Sport einbezog. Die Inhalte wurden gezielt auf den Plattformen Instagram und TikTok präsentiert. Die Influencer:innen nutzten Videoformate, um die Vielseitigkeit und den Geschmack des neuen Vitaminwassers

zu präsentieren und das Interesse der Zielgruppe zu wecken.

Leila Schmid, Head of Campaigning bei WebStages, berichtet: «Für die Kampagne hatten wir bewusst nur Influencer:innen[SAFG1] aus dem Bereich Sport berücksichtigt. Deshalb hatte ich die Befürchtung, dass der Content sehr ähnlich aussehen wird. Zum Glück wurde ich eines Besseren belehrt. Ich habe selten eine Kampagne erlebt, bei der die Content Pieces in ihrer Kreativität sich so stark unterschieden, obwohl alle mit der gleichen Ausgangslage gearbeitet haben.»

Diese Erkenntnisse werden nicht nur durch den qualitativ hochwertigen Content unterstrichen, sondern auch durch die Insights der Beiträge. So zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Beiträge überdurchschnittlich gut performt haben. Die Reels konnten zu einem Grossteil eine höhere Anzahl an Videoaufrufen generieren als sonst im Durchschnitt auf den jeweiligen Profilen. Dies ist insbesondere bei Werbebeiträgen nicht ungewöhnlich.

«Zu Beginn der Kampagne erhielten die Influencer:innen ein Paket mit den drei Geschmacksrichtungen des Valais Vitaminwassers. Zusätzlich wurden persönliche Calls zwischen der Kund:in und den Influencer:innen arrangiert, um erste Ideen auszutauschen. Diese Vorgehensweise reduzierte die Notwendigkeit von Korrekturrunden auf ein Minimum. Dies schätzen insbesondere auch die Influencer:innen da sie dadurch die Möglichkeit haben den Kunden persönlich kennenzulernen.

Alexandra Scheibler, von Valais ergänzt: «Es ist immer spannend, Influencer persönlich kennenzulernen. Natürlich erfordert dies Zeit und Engagement, doch es ist wichtig, auch als Marke für die Influencer präsent zu sein. Der persönliche Kontakt ist entscheidend für die emotionale Bindung zwischen Marken und Influencern, und die freundliche Motivation der Influencer verstärkte diese Bindung. Während unserer Gespräche schätzten wir Ihre kreativen Ansätze und konnten bei Fragen weiterhelfen. Persönliche Briefing-Calls sind wirklich lohnenswert. Wir sind äusserst zufrieden mit dem Austausch und dem Erfolg der Content Pieces der Kampagne. »

Die Kampagne startete mit dem bekannten Freerider Gian Ragettli, der die 0.75 l Valais Vitamin Flasche in einem spektakulären Backflip präsentierte – nicht mehr auf Schnee, sondern bereits auf Gras. Die Westschweizer Fitnesscoach @coachcath_ entschied sich für eine Challenge, um gemeinsam mit Valais Vitamin durch den Tag mehr zu trinken. Die schweizweit bekannte Fitnessinfluencerin und Jus-Studentin

@simsallagym nahm ihre Community im klassischen Social-Media-Vlog-Stil mit durch ihren Tag und zeigte, wie Valais Vitamin sie sowohl im Fitnessstudio als auch beim Studium begleitet.

Die Kampagne konnte über 36'000 Personen erreichen. Die Videos erzielten über 3’000 Interaktionen und 81'000 Aufrufe.

Links zu ausgewählten Beiträgen:

- Zurichfoodiefit: https://www.instagram.com/p/C7KGuebKGrd/
- Simsallagym: https://www.tiktok.com/@simsallagym/video/7369595441287154977
- Coachcath_ : https://www.instagram.com/p/C7MjroIt9J8/
- Eddymarkaj : https://www.instagram.com/p/C7LmiwBNtR2/

Credits

Verantwortlich bei WebStages: Leila Schmid (Gesamtverantwortung), Tanja Herrmann (Strategie)
Verantwortlich bei Valais Mineral: David Wallmer (Senior Brand Manager), Alexandra Scheibler (Junior Brand Manager)

Über die Organisation:

Über WebStages
Die 2017 gegründete Schweizer Influencer Marketing Beratungsagentur hat ihren Sitz im Zürcher Seefeld. Das mehrsprachige Team berät Kund:innen bei ihren Influencer-Projekten und baut für sie eigene Pools an Content Creators passend zur Branche, Sprache und den gesetzten Zielen auf. 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, Helvetia, SWISS oder Mercedes-Benz umsetzt, ist WebStages auch Veranstalterin der grössten Social Media Marketing Konferenz der Schweiz: dem Social Media Summit, welcher am 6. und 7. November 2024 erneut in Engelberg stattfindet.

Pressekontakt:

Tanja Herrmann, *Geschäftsführerin*
WebStages GmbH - Bellerivestrasse 20 - 8008 Zürich
+41 79 820 58 06 I tanja @ webstages.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/erfrischen-anders-wie-aus-einer-idee-11-unverwechselbare-beitraege-werden*