



Der Cenovis Online-Adventskalender als Erfolgsstrategie für Brand Activation und Kundenbindung vor Weihnachten



Social Media



Content Marketing



Newsletter

Cenovis ist der würzige Schweizer Brotaufstrich aus der Tube. Er ist für alle, die schon früh morgens ein wenig Würze auf ihrem Butterbrot geniessen möchten. Zur Adventszeit hat Cenovis in Zusammenarbeit mit zeit einen Online-Weihnachtskalender erstellt. Hinter den 24 Online-Türchen verbargen sich Gewinnspiele für Cenovis-Produkte und kreative Rezept-Ideen. Der Kalender wurde über einen Newsletter an bestehende Abonnentinnen geschickt und zusätzlich mit einer Meta-Kampagne beworben. Die Ergebnisse sprechen für sich: Rund 100'000 Ad Impressions, 35'000 erreichte Schweizer:innen und 1000 neue Newsletter-Abonent:innen haben wir mit Gesamtkosten der Kampagne von 2'000 CHF erzielt. Ein Erfolg, der die Ziele und Umsetzungen des Projekts unterstreicht.

Ziele des Adventkalenders auf einen Blick

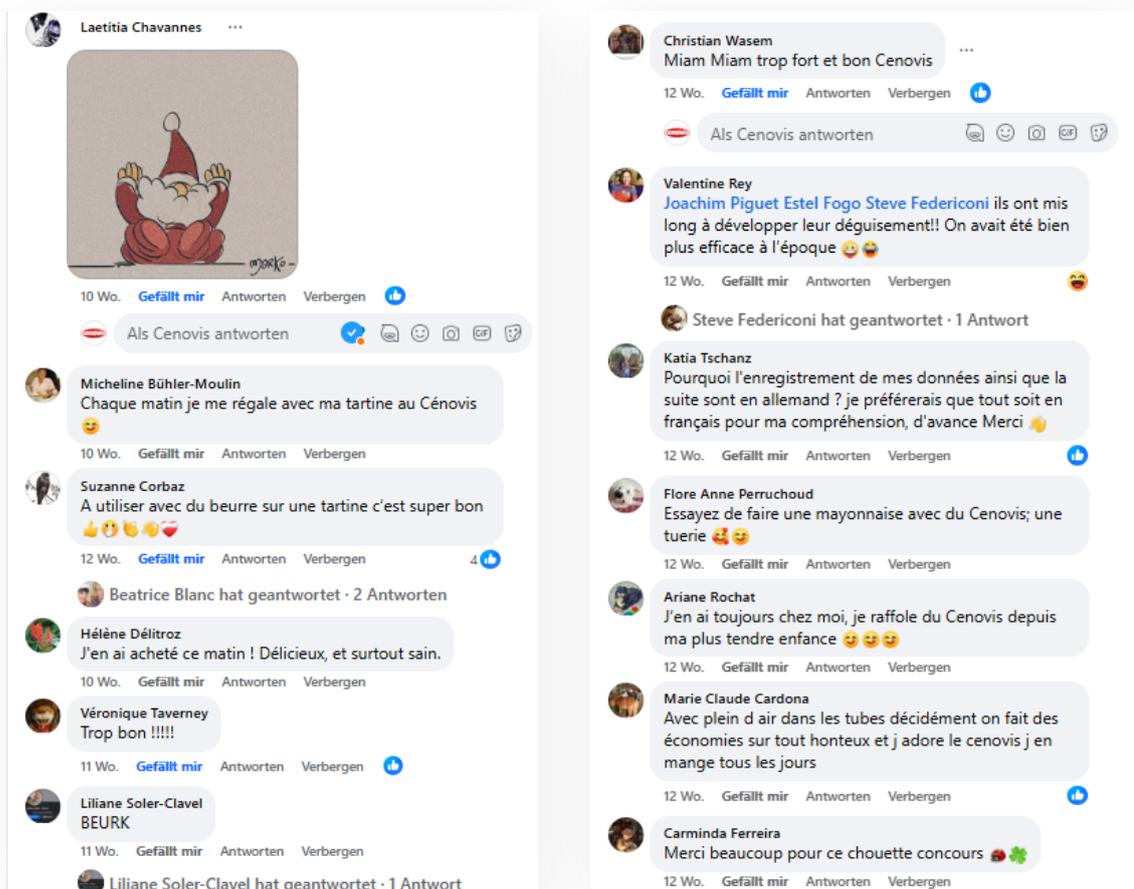
Der Adventskalender hatte folgende Ziele: Zum einen sollte Cenovis während der Adventszeit verstärkt in den Fokus der Konsument:innen gerückt werden, um die Marke besonders in dieser festlichen Zeit zu pushen und Zusatzkäufe zu stimulieren. Zum anderen diente die Aktion der Kundenbindung, indem bestehende Kund:innen durch attraktive Gewinnspiele und kreative Rezept-Ideen aktiviert, begeistert und an die Marke erinnert wurden. Gleichzeitig zielte der Kalender darauf ab, neue Schweizer:innen als potenzielle Kund:innen zu gewinnen und die Reichweite der Marke nachhaltig zu steigern. Und natürlich neue Newsletter-Abonnent:innen zu gewinnen.



Bekanntmachung des Online-Adventskalender von Cenovis

Umsetzung des Adventskalenders

Der Online-Adventskalender bestand aus 24 Online-Türchen, hinter denen sich jeden Tag eine Überraschung (Produkte, Rezepte und mehr) verbarg. Bei zeit arbeiteten Grafikdesigner:innen, Texter:innen und Marketing-Spezialist:innen eng zusammen, um den Adventskalender zu konzipieren. Nach der Erstellung lag der Schwerpunkt auf der zielgruppengerechten Verbreitung des Adventskalenders. Die bestehenden Kund:innen informierten wir via Newsletter. Gleichzeitig haben wir eine Meta-Kampagne mit einem Link zum Adventskalender geschaltet. Auch auf den Social-Media-Kanälen von Cenovis informierten wir mit Posts über die Aktion. Die Teilnehmer:innen hatten an vielen Adventstagen die Möglichkeit, an Gewinnspielen für Cenovis-Produkte teilzunehmen. An den Tagen ohne Gewinnspiel gab es inspirierende Rezeptideen zum Nachkochen oder als Anregung für festliche Weihnachtsessen. Die bestehenden Kund:innen waren von der Aktion begeistert. Neue Kund:innen hatten die Gelegenheit, Cenovis-Produkte kennen zu lernen und zu gewinnen. Ein rundum gelungener Ansatz, um die Marke in der Adventszeit zu präsentieren. Die Kund:innen waren sehr glücklich, was sich in ihren äusserst positiven Kommentaren zeigte.

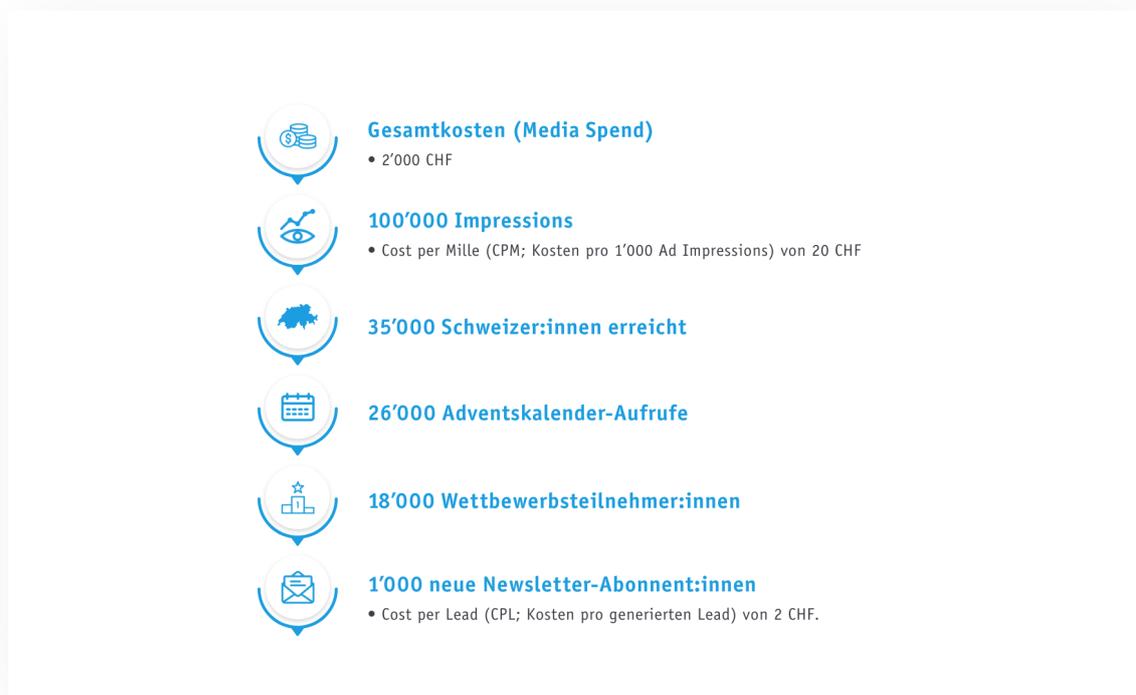


Positive Kommentare und Reaktionen auf den Adventskalende

Erfreuliche Ergebnisse mit hohen Aufrufen

Wir haben Bilanz gezogen. Und zwar eine Positive:

- Mit Gesamtkosten der Kampagne (Media Spend) von 2'000 CHF haben wir rund 100'000 Ad Impressions generiert. Dies entspricht einem Cost per Mille (CPM; Kosten pro 1'000 Ad Impressions) von 20 CHF.
- Dabei erreichten wir 35'000 Schweizer:innen.
- Insgesamt wurde der Adventskalender 26'000-mal aufgerufen.
- Fast 18'000 Teilnehmer:innen nutzten die Chance auf tolle Gewinne.
- Besonders erfreulich: Wir konnten ca. 1'000 neue Newsletter-Abonent:innen gewinnen. Das bedeutet, dass wir einen Cost per Lead (CPL; Kosten pro generierten Lead, z.B. Newsletter-Abonent:in) von sehr attraktiven 2 CHF hatten.



Zusammenfassung des Reportings

Fazit: «Das war wirklich eine gute Idee»

Der Adventskalender war ein Erfolg und zeigte das Potenzial themenbezogener Aktionen, um Unternehmen oder Marken gezielt zu stärken. Ausschlaggebend für die guten Ergebnisse bei Impressions und (Neu-)Kund:innen waren sicherlich die ideenreichen Kreationen, die gezielte Bewerbung über Meta Ads und der clever aufgebaute Funnel. Es waren Spezialist:innen in den Bereichen Design, Text und Marketing am Werk, was sich auszahlte. Ob Advent, Weihnachten, Ostern oder Sommer: Solche Online-Kampagnen schaffen Reichweite, binden Kund:innen und ziehen neue Zielgruppen sowie Neukund:innen an. Das Beispiel des Adventskalenders von Cenovis zeigt: «Das war wirklich eine gute Idee mit dem Adventskalender, ich glaub auch eine optimale Zeit, um Cenovis zu pushen (...)» (Zitat Cenovis).

Ihre Kontaktperson



Andrea Iltgen

Managing Partner

 +41 44 240 15 07

 andrea.iltgen@xeit.ch

www.xeit.ch

Unsere Dienstleistungen



Gerne unterstützen wir Sie mit unseren Erfahrungen bei der Entwicklung und Optimierung Ihrer User Experience. Wenn Sie Fragen haben, dann rufen Sie uns unverbindlich an **044 240 15 00** oder schreiben Sie uns auf info@xeit.ch.

Online-Marketing

- Online-Kampagnen
- Social Media Ads (Instagram, Facebook, YouTube, LinkedIn, TikTok, Snapchat, Pinterest)
- Suchmaschinenwerbung (SEA) Google, Microsoft Ads, Ecosia
- Inbound Marketing
- E-Mail-Marketing / Newsletter
- Account Based Marketing (ABM)

Social-Media-Marketing

- Social-Media-Beratung / Strategie-Workshops
- Content Creation (Bild, Text, Video, Audio)
- Community Management, 24/7
- Influencer Relations und -Kampagnen
- Online-PR
- Social-Media-Krisentraining und-Krisensimulation
- WhatsApp Newsletter

Websites & Apps

- UX Design
- WordPress Websites
- Microsites und Landingpages
- Blogs
- Mobile Websites, Responsive Design
- Apps und Games
- Online-Shops
- SEO
- Webanalyse und Conversion Tracking
- Usability Testing
- Conversion Rate Optimization

Beratung & Second Opinion

- Strategie-Workshops
- Positionierungs-Workshop
- Innovations-Workshop
- Marken-Workshop
- LinkedIn-Training
- Online Recruiting
- Employer Branding
- Diversity Marketing
- Content-Werkstatt

Kontakt

Herausgeber

xeit AG
Limmatstrasse 291
8005 Zürich
E-Mail: info@xeit.ch
Tel.: +41 44 240 15 00

www.xeit.ch
blog.xeit.ch

www.linkedin.com/company/xeit-ag
www.instagram.com/xeit.ch
www.facebook.com/xeit.ch

Nachdruck

Alle Rechte vorbehalten.

Nachdruck, auch nur auszugsweise, nur mit Genehmigung der xeit GmbH.

WWW.XEIT.CH