

# engelhorn sports

engelhorn sports erlebt nach einer Facebook-Kampagne einen Zuwachs um 160% in der Interaktionsrate seiner Fans.

## Ziele

Mit einer durch Werbeanzeigen begleiteten Kampagne auf Facebook wollte engelhorn sports seine Community von sportlich aktiven Kunden und potentiellen Neukunden vergrößern um:

- Den Dialog mit bestehenden und potentiellen Neukunden auszubauen.
- Neue Kunden durch Präsentation der Marke im Internet zu gewinnen.
- Online und offline stattfindende Aktionen, Verkäufe und Trends zu promoten.

## Ansatz

Aufbauen

engelhorn sports nutzte seine Facebook-Seite als zentralen Ort der Kampagne, um seine Fans durch folgende Inhalte zu aktivieren:

Interagieren

- Regelmäßiges Posten involvierender Beiträge zu sportlichen Themen und qualitativ hochwertiger, ausdrucksstarker Fotos, mit dem Ziel neue Kunden zu gewinnen.
- Tipps und Neuigkeiten aus der engelhorn sports-Welt.
- Aufbau des direkten Kontakts zu potentiellen Neukunden durch Beantworten ihrer Fragen auf der Seite.

## Beitrag



Verbinden

Das Unternehmen setzte Werbeanzeigen ein, um für die Facebook-Seite zu werben:

- Zielgruppe waren sportlich interessierte Männer und Frauen zwischen 16-35 Jahren.
- Bilder und Text wiesen auf einen Sportwettbewerb mit hochpreisigen Gewinnen hin.

## Werbeanzeige



## Werbeanzeige



## Ergebnisse

- 160% mehr Menschen interagierten mit engelhorn sports auf der Facebook-Fanseite (im Vergleich zum Vormonat).
- Fanzuwachs um 30% innerhalb von 14 Tagen.
- 1320% mehr Traffic zu [www.sports.engelhorn.de](http://www.sports.engelhorn.de) (im Vergleich zum Februar 2011).

*„Ein Großteil des digitalen Dialogs mit unseren Kunden erfolgt über Facebook. Facebook ist inzwischen eine entscheidende Komponente für unser Unternehmen.“*

Julia, Social Media Managerin

## engelhorn sports



engelhorn sports ist der Spezialist für Sportkleidung und Ausrüstung.

[Facebook.com/engelhornsports](https://Facebook.com/engelhornsports)