

## ARTDECO cosmetic GmbH

## Wie ARTDECO seine Social Media-Aktivitäten erfolgreich anschiebt

Zielgenaue Ansprache der Social Hubs-Zielgruppe auf WEB.DE via WEB.Social™-Targeting



ARTDECO  
THE TRENDSETTER COMPANY

01

### FACTS & FIGURES

**Werbetreibender:**

ARTDECO cosmetic GmbH

**Kreativ-Agentur:**

agencyteam Stuttgart

**Social Media Monitoring:**

B.I.G. (Business Intelligence Group)

**Kampagnenlaufzeit:**

15.10.10 – 30.11.10

**Zielgruppe:**

WEB.Social™ (TGP®)

Weibliche Social Hubs, 20 – 55 Jahre

**Werbemittel:**

MaxiAD+, Medium Rectangle,

Involvement Advertorial

„Um mit ARTDECO auch jüngere Zielgruppen zu erreichen, sind wir seit 2010 in verschiedenen Sozialen Netzwerken präsent (Facebook, Twitter, YouTube etc.). Dies wollten wir nachhaltig ausbauen. Zusammen mit United Internet Media haben wir eine innovative Kampagnenmechanik entwickelt, die erfolgreich klassische Online-Werbung mit Social Media verbindet. Die deutlich gestiegenen Fanzahlen, das stark wachsende Aktivitätsniveau auf Facebook und die qualitativen Ergebnisse des Social Media Monitorings sind beeindruckend.“

Claudia Haberlandt, Projektleitung Marketing & Multimedia  
ARTDECO cosmetic GmbH

### AUFGABE

Die Social Media-Präsenzen von ARTDECO bekannter machen, weitere aktive Fans gewinnen und diese nachhaltig zu einer intensiveren Kommunikation anregen.

## Die Ausgangslage

Die ARTDECO cosmetic GmbH ist Deutschlands Marktführer im Selektivmarkt der dekorativen Kosmetik (Parfümerien, Kaufhäuser, etc.). Erfolgskonzept ist die Verbindung neuester Modetrends mit hoher Qualität und einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Zielgruppe sind Frauen zwischen 25 und 60 Jahren. Um mit seiner Marke auch jüngere Zielgruppen zu erreichen, startete ARTDECO Anfang 2010 verschiedene Auftritte im Social Web. Da dort die Anzahl und der Austausch der Userinnen bisher eher gering war, musste das Unternehmen mit Gewinnspielen und Kommentaren selbst konstant Impulse setzen, um die Vernetzung zu beschleunigen. Zielsetzung der Kampagne war es, eine umfangreiche und qualitativ hochwertige Social Media-Basis zu schaffen, die eine nachhaltige und selbstinitiierte Kommunikation der User untereinander schafft.

02

## Die Zielsetzung

- Bekanntmachung der Social Media-Präsenzen von ARTDECO und Steigerung der Fanzahlen
- Nachhaltige Aktivierung der Fangemeinde, sich in Communities und Foren über Marke und Produkte auszutauschen und diese weiterzuempfehlen
- Rekrutierung von Social Hubs und langfristige Bindung als Markenbotschafter an das Unternehmen

## Die Herausforderung

- Die wichtigsten Akteure in Social Media-Umfeldern, die Social Hubs, müssen zunächst identifiziert und in einem Umfeld angesprochen werden, in dem sie Werbung akzeptieren
- Werbliche Aktionen innerhalb der sozialen Netzwerke sind von den Usern wenig erwünscht (vgl. Studie Inside Facebook, 2010)
- Social Media-Kampagnen sind für Werbetreibende kaum planbar

## Die Lösung

- Einsatz der patentierten Targetingtechnologie TGP® und der Zielgruppe WEB.Social™. Identifikation und gezielte Ansprache der Social Hubs auf dem Portal WEB.DE

Maxi AD+

Definition

Mascara

Effekt

Wimper

Blog

Perfect

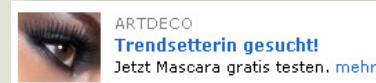
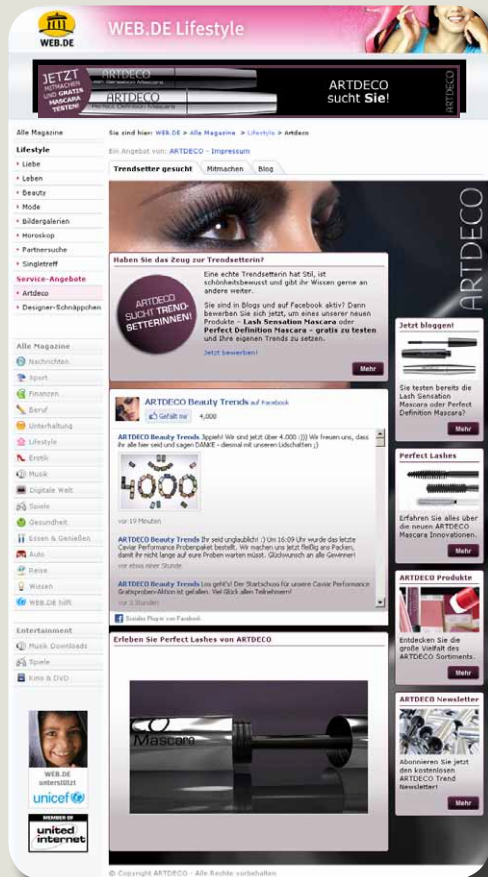
Sensation

## Die Realisierung

Im engen Austausch zwischen ARTDECO, agencyteam und der United Internet Media Beratungsunit Creative Campaigns & Crossmedia entstand eine ganzheitliche Social Media-Kampagne mit folgenden Bausteinen: Display Ads, Involvement Advertorial, redaktionelle Teaser auf WEB.DE und eine Aktionsseite auf Facebook.

Durch die direkte Ansprache von Social Hubs via TGP® und eine für diese Zielgruppe relevante Botschaft wurden potenzielle „Markenbotschafter“ für ARTDECO auf WEB.DE rekrutiert.

03



Unter dem Motto „Trendsetterinnen gesucht!“ wurden diese aktiviert, sich auf einer Microsite über die Aktion zu informieren und sich als Testerin für zwei neue Mascara-Produkte zu bewerben. Die emotionale Inszenierung der Marke ARTDECO, die Einbindung der Facebook-Pinnwand und der Aufruf zum Bloggen konnten das Empfehlungsverhalten der Userinnen entsprechend stimulieren und trugen im Wesentlichen dazu bei, die Aktion innerhalb der Community bekannt zu machen und diese positiv zu bewerten.

Involvement Advertorial als wichtiger integraler Kampagnenbaustein:

- Adaptiert auf die Zielgruppe, maximale Aktivierung
- Schafft optimale Informations- und Vertrauensbasis für die Bewerber

Teaser auf die ARTDECO Social Hubs-Zielgruppe abgestimmt und auf unterschiedlichen Platzierungen des Portals ausgesteuert, sorgten für konstanten Traffic auf das Advertorial.

facebook

ARTDECO Beauty Trends

Wall Info Gratisproben Barometer Mascara Test +



## ARTDECO sucht dich!

Jetzt bewerben und als ARTDECO Trendsetterin qualifizieren!

Eine echte Trendsetterin hat Stil, ist schönheitsbewusst und gibt ihr Wissen gerne an andere weiter. Du auch?

Wenn du in Blogs und auf Facebook aktiv bist, dann bewirb dich jetzt, um eines unserer neuen Produkte - **Lash Sensation Mascara** oder **Perfect Definition Mascara** - gratis zu testen und deine eigenen Trends zu setzen. Pro Produkt werden 500 Testkandidatinnen ausgewählt.

Blogge Deine Erfahrungen mit unseren neuen Produkten hier auf Facebook, Twitter und deinem eigenen Beauty Blog bzw. Youtube Kanal - textlich und/oder per Foto/Videoupload.

**Je aktiver und auf je mehr Seiten du bloggst, desto mehr steigen deine Chancen, dich als ARTDECO Trendsetterin zu qualifizieren** und auch in Zukunft regelmäßig und kostenfrei attraktive, neue Testprodukte von uns zu erhalten.

Aber das ist nicht alles: Die 100 aktivsten Bloggerinnen erhalten zudem unser neues Wimpern-Pflegebalsam Lash Growth Activator - Night Repair Balm.

Teilnahmeschluss ist der 30. November 2010

[Jetzt hier bewerben!](#)

### 3D-Effekt



Lash Sensation Mascara – Optimale Farbgebung und perfekte Trennung.

[Mehr Informationen.](#)

### Farbe und Pflege



Perfect Definition Mascara – wachstumsfördernde Wimpernpflege und tief schwarze Mascara.

[Mehr Informationen.](#)

### Trend-Barometer



Wie sind deine Erfahrungen mit den neuen ARTDECO Mascaras?

[Jetzt bewerten!](#)

Herzlich Willkommen auf der offiziellen Fanseite der Marke ARTDECO - The Trendsetter Company. Wir informieren euch über neue Trends und beraten euch gerne zu allen Fragen rund um unser Make-up und Pflege-Sortiment.

E-Mail: facebook@artdeco.de

Information

Gründet: 01.07.1985

Abteilt: Herzlich Willkommen auf der offiziellen Fanseite der Marke ARTDECO - The Trendsetter

facebook

ARTDECO Beauty Trends ist bei Facebook.

Pagehelfer dich für Facebook, um mit ARTDECO Beauty Trends in Verbindung zu treten.

ARTDECO Beauty Trends [Gefällt mir](#)

Planwand Info Neuheiten Fotos Showroom Video

**Denise Dornow** · Velen Dark, dass ich die Lash Sensation Mascara Testen darf! Der erste Testbericht folgt bald!

[Gefällt mir](#) · [Kommentare](#)

**Frank Sheesheu** hier ist mein etwas ausführlicher Bericht bei Ciao. Auch ich teste gern noch weiter.

[Gefällt mir](#) · [Kommentare](#)

**Artdeco Lash Sensation Mascara** mit 30 - Erfahrungsbereicht - Wimpern, die den ganzen Tag halten

Wimpern, die den ganzen Tag halten - Erfahrungsbereicht über Artdeco Lash Sensation Mascara mit 30 ein Jahr Erfahrungsbereicht über Mascara. Lesen Sie 2 Testberichte zu Artdeco Lash Sensation Mascara mit 30 und machen Sie ein Schnäppchen.

[Gefällt mir](#) · [Kommentare](#)

**Maralke Maybach** <http://www.maralke1993.blogspot.com/2010/12/artdeco-lash-sensation-mascara.html> Hier mein Review zu dem Perfect Definition Mascara :) Ich teste aber noch weiter!

[Gefällt mir](#) · [Kommentare](#)

**Hi Vida Loco: Artdeco Lash Sensation Review**

[www.vidaloco.com](http://www.vidaloco.com)

Copyright 2010/11 Vida Loco. Powered by Blogger/Blogger Templates created by Deluxe Templates Wordpress by The Bootstrap

[Gefällt mir](#) · [Kommentare](#)

**Herzlich Willkommen auf der offiziellen Fanseite der Marke ARTDECO - The Trendsetter Company.** Wir informieren euch über neue Trends und beraten euch gerne zu allen Fragen und/oder per Foto/Videoupload.

Facebook@artdeco.de

Informationen

Gründet: 01.07.1985

6.988 Personen gefällt das

[Laura Navarro](#) [Alayla Kunter](#) [Carmen Pichler](#) [Ingrid](#)

[Carla Jourda](#) [Jocelynne](#) [Hilmi](#) [Nervens](#)

Links

3 von 205 Links · Alle anzeigen

**Artdeco Lash Sensation Mascara** mit 30 - Erfahrungsbereicht - Wimpern, die den ganzen Tag halten

30. November 2010

**Hi Vida Loco: Artdeco Lash Sensation Review**

01. Dezember 2010

**Be Part of my Life: Artdeco Perfect Definition Woche 3**

10. Dezember 2010

**Be Part of my Life: Artdeco**

### ARTDECO Facebook-Seite

- Plattform für die Veröffentlichung der Testberichte
- Direkte Bewerbungsmöglichkeit für Fans (unabhängig vom WEB.DE Advertorial)
- Intensive Betreuung der Tester und Bewerber
- Aktivierung zusätzlicher Bewerber infolge des zweistufigen Versands der Testprodukte (Aussand der ersten 500 Mascaras bereits mehrere Wochen vor Teilnahmeschluss) und der darauf folgenden Testberichte

## Die Ergebnisse

Der ganzheitliche Social Media-Kampagnenansatz mit einer höchst relevanten Ansprache der Social Hubs durch WEB.Social™-Targeting, erzielte ausgezeichnete Ergebnisse.

Insgesamt informierten sich 45.000 Userinnen auf der WEB.DE Microsite über den Mascara-Test und rund 4.250 ARTDECO Trendsetterinnen wurden über die Kampagne generiert. Darüber hinaus wuchs die Facebook-Fanggruppe im Aktionszeitraum um das Doppelte um 3.000 neue Mitglieder und die Fans berichteten intensiv über ihre Test Erfahrungen auf der Facebook-Pinnwand und im Social Web.

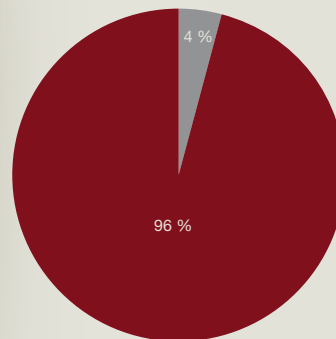
05

### Steigerung der Beiträge und Autoren im Social Web

Die Anzahl der Autoren, die über „Lash Sensation Mascara“ und „Perfect Definition Mascara“ berichten, ist durch die Kampagne stark angestiegen. Während vor der Kampagne nur einzelne, unabhängige Beiträge zum Thema zu finden waren, sind die Autoren, die während der Kampagne schreiben, untereinander bestens vernetzt.

#### Vergleich Anzahl Autoren vor und während der Kampagne

■ Während der Kampagne ■ Vor der Kampagne



Basis: 462 Autoren

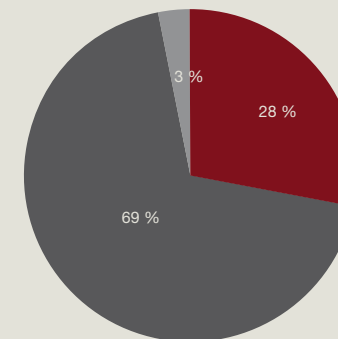
Quelle: Social Media Monitoring durch B.I.G. (Business Intelligence Group), 12/2010

### Verdopplung der positiven Beiträge

Nach der Kampagne sind mehr als die Hälfte aller Beiträge zu „Lash Sensation Mascara“ und „Perfect Definition Mascara“ positiv. Die Userinnen sind von der Aktion und den Produkten begeistert.

#### Vergleich der Tonalitäten vor und nach der Kampagne

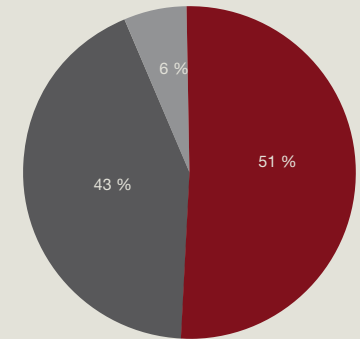
■ positiv ■ neutral ■ negativ



Vor der Kampagne

Basis: 39 Tonalitätszuordnungen

Quelle: Social Media Monitoring durch B.I.G. (Business Intelligence Group), 12/2010



Nach der Kampagne

Basis: 821 Tonalitätszuordnungen

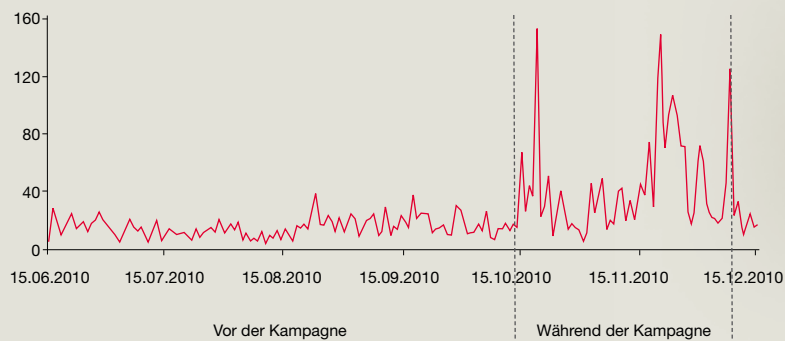
Quelle: Social Media Monitoring durch B.I.G. (Business Intelligence Group), 12/2010

Der signifikante Anstieg, der fast gänzlich positiven Beiträge zu ARTDECO im Web 2.0 konnte durch die Analyse von B.I.G., dem Marktführer im Bereich Social Media Monitoring, eindeutig nachgewiesen werden. Des Weiteren ist die tägliche Fangenergie durch die Kampagne nachhaltig gesteigert worden, d. h., der Fanzuwachs ist nach der Kampagne deutlich höher als vorher.

### Anstieg der ARTDECO Popularität

Die Kampagne hat dazu geführt, dass verstärkt über ARTDECO als Unternehmen gesprochen wird.

Entwicklung Anzahl Beiträge zum Unternehmen ARTDECO vor und während der Kampagne



### Kurzportrait der BUSINESS INTELLIGENCE GROUP

B.I.G. ist ein international tätiges Full-Service-Unternehmen, welches neben klassischen BI-Lösungen auch eigens entwickelte Social Media Monitoring-Lösungen anbietet und hier seit Jahren namhafte Unternehmen betreut. Das umfassende Know-how in Bezug auf Datenerhebung, -analyse, Beratung und Umsetzungskompetenz spiegelt sich in nachhaltigen Kundenbeziehungen und einer großen Projektbandbreite für verschiedenste Branchen wider.

Quelle: Social Media Monitoring durch B.I.G.  
(Business Intelligence Group), 12/2010

### Das Fazit

ARTDECO ist seinem Claim „The Trendsetter Company“ gerecht geworden und hat mit United Internet Media die erste WEB.Social™ Involvement-Kampagne umgesetzt, die klassische Online-Werbung mit Social Media über ein spezielles Targeting verbindet. Das Unternehmen hat dadurch sein Ziel erreicht, jüngere Kundinnen direkt anzusprechen und diese auf überzeugende Art und Weise nachhaltig so von Marke und Produkten zu begeistern, dass sie als Multiplikatoren von ARTDECO im Social Web agieren.

Der Erfolg der Kampagne im Web 2.0 konnte durch das Social Media Monitoring deutlich nachgewiesen werden. Darüber hinaus belegen die vielen Bewerbungen als ARTDECO Trendsetterin und die gestiegenen Fanzahlen der Sozialen Netzwerke die positive Wirkung der Aktion.