



Case Study
Inbound Marketing OTC Pharma

1,2 Mio.

Kontakte

3.000

Leads

600

Ausgegebene
Voucher

Aufgabe: Markteinführung eines OTC-Präparates

Die deutsche Niederlassung eines europaweit aktiven Pharmakonzerns plant die Einführung eines OTC-Präparates in Deutschland. Das Produkt auf Basis eines natürlichen Wirkstoffes ist bereits in mehreren europäischen Ländern auf dem Markt und soll nun in Deutsch-

land als Alternative im höherpreisigen Segment positioniert werden. Der hiesige Markt für die Gruppe von Generika ist bereits dicht besetzt und von einem starken Wettbewerb geprägt.

”

Der hiesige Markt für Generika-Produkte ist bereits dicht besetzt und von einem starken Wettbewerb geprägt.



Strategie: Content mit Apotheken-Gutschein

Nach der Festlegung der Buyer Personas für das Produkt wurde eine ausgeklügelte Content-Strategie für interessierte Verbraucher im Internet entwickelt. Diese führt die Nutzer auf eine bestehende Content-Plattform des Produktes. Dort wird das Informationsbedürfnis

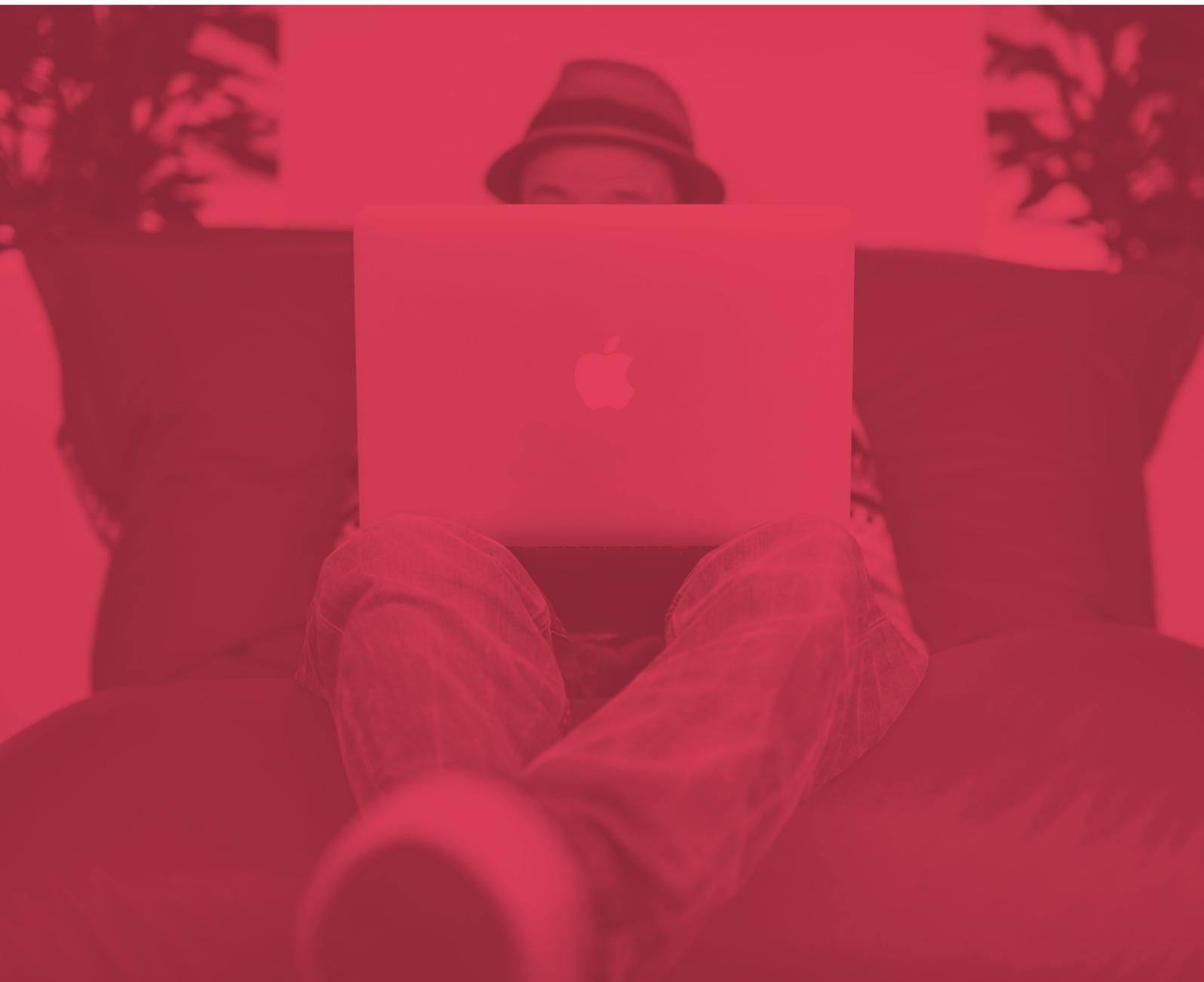
der Interessenten edukativ, spielerisch und multimedial aufgegriffen und gestillt. Ein Gutschein für den Kauf des Produktes in der Apotheke schließt den B2C-Lead-Gewinnungsprozess ab.



Warum comwrap?

Der Generika-Hersteller hat sich für comwrap entschieden, weil ihm das Content-Marketing-Konzept der Agentur als besonders effiziente und kostengünstige Methode erscheint, das neue Produkt in Deutschland einzuführen.

Überzeugt hat ihn außerdem die Erfahrung der Agentur im Pharmageschäft ebenso wie die Gesamtlösung, die ihm angeboten wurde: comwrap bestellt auch bei diesem Kunden alle Felder des Content-Marketings – vom Herausarbeiten der Strategie und der Zielgruppe bis hin zur Erfolgsmessung.



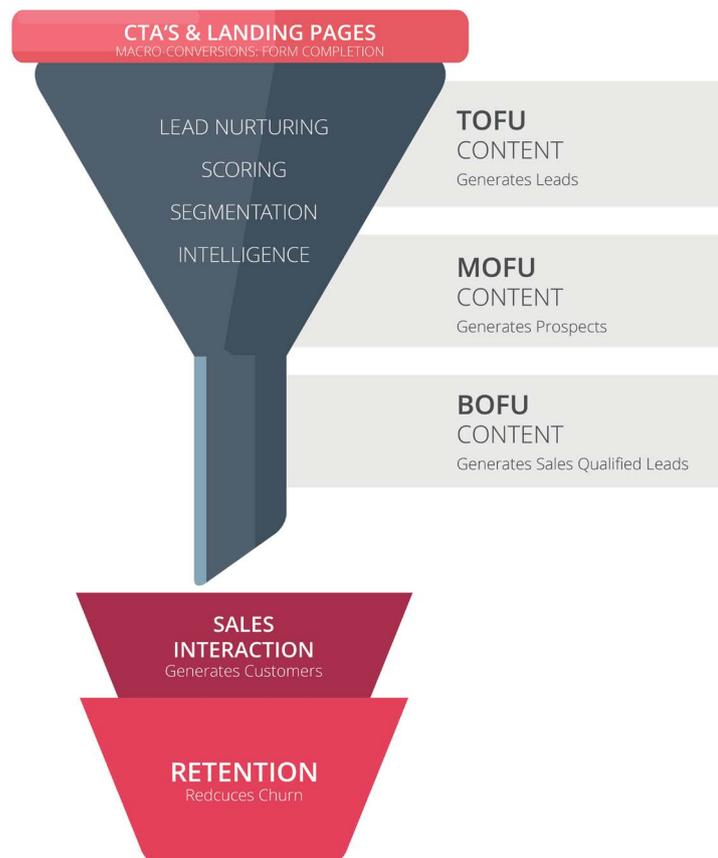
Die Lösung: Eine App als Content-Offer

comwrap entwickelt und betreibt für das Pharmaunternehmen einen Inbound-Marketing-Funnel, an dessen Ende der Gang in die Apotheke und der Kauf des Produktes steht. Der Einkauf des beworbenen Produktes wird mit einem Gutschein incentiviert.

Im ersten Schritt haben Agentur und Auftraggeber gemeinsam die Buyer Personas definiert. Wer bewegt sich in der Zielgruppe, wie sind die potenziellen Käufer soziodemografisch einzuordnen, was sind ihre Interessen und wo kaufen sie Medikamente?

Aus der Produktstory leiten sich die Kernthemen ab, nach denen potenzielle Käufer im Netz suchen.

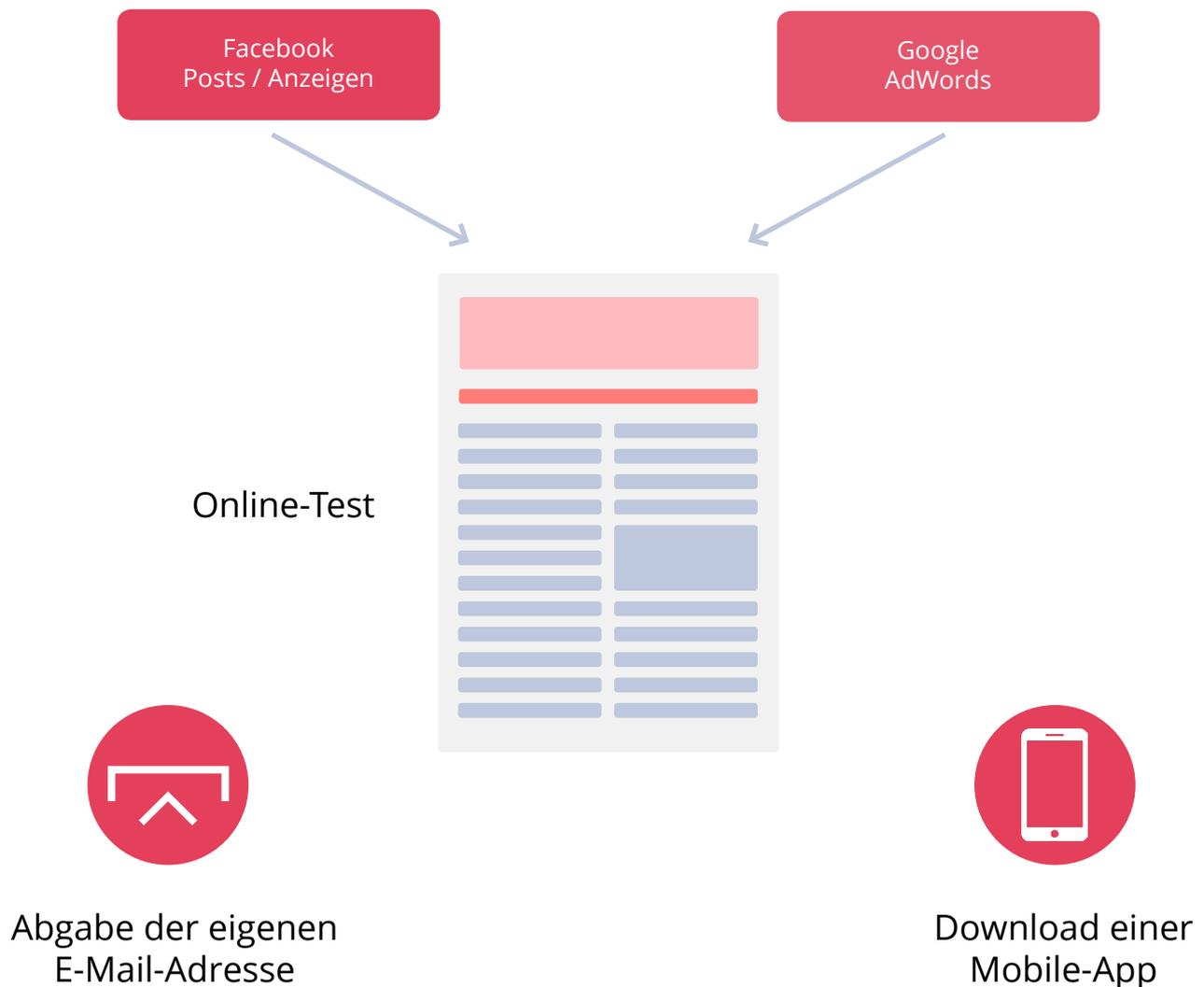
comwrap hat zu diesen Kernthemen die wichtigsten Keyword-Kombinationen ermittelt und den entsprechenden Suchwort-Traffic geschätzt. Diese Daten sind die Grundlage für mehr als ein Dutzend Blog-Contents, von denen jeder Einzelne einen spezifischen Suchwort-Content abdeckt. Damit bekommen die User mit dem Content die passende Antwort zu ihren Fragen und es wird gleichzeitig die Grundlage für eine gute Sichtbarkeit der Inhalte im organischen Suchindex geschaffen. Parallel dazu sorgt eine SEA-Kampagne für Traffic – sowohl für generische Keywords als auch für seltene Keyword-Kombinationen. Facebook-Anzeigen wurden nach Zielgruppen ausgerichtet und runden die Kampagne sinnvoll ab.



ToFu: Top of Funnel

Auf der ersten Stufe der Content-Kaskade (ToFu) hat der Interessent die Möglichkeit, mit einem Online-Test seinen eigenen Status bei diesem Gesundheitsthema zu bestimmen. Nennt er seine E-Mail-Adresse, bekommt

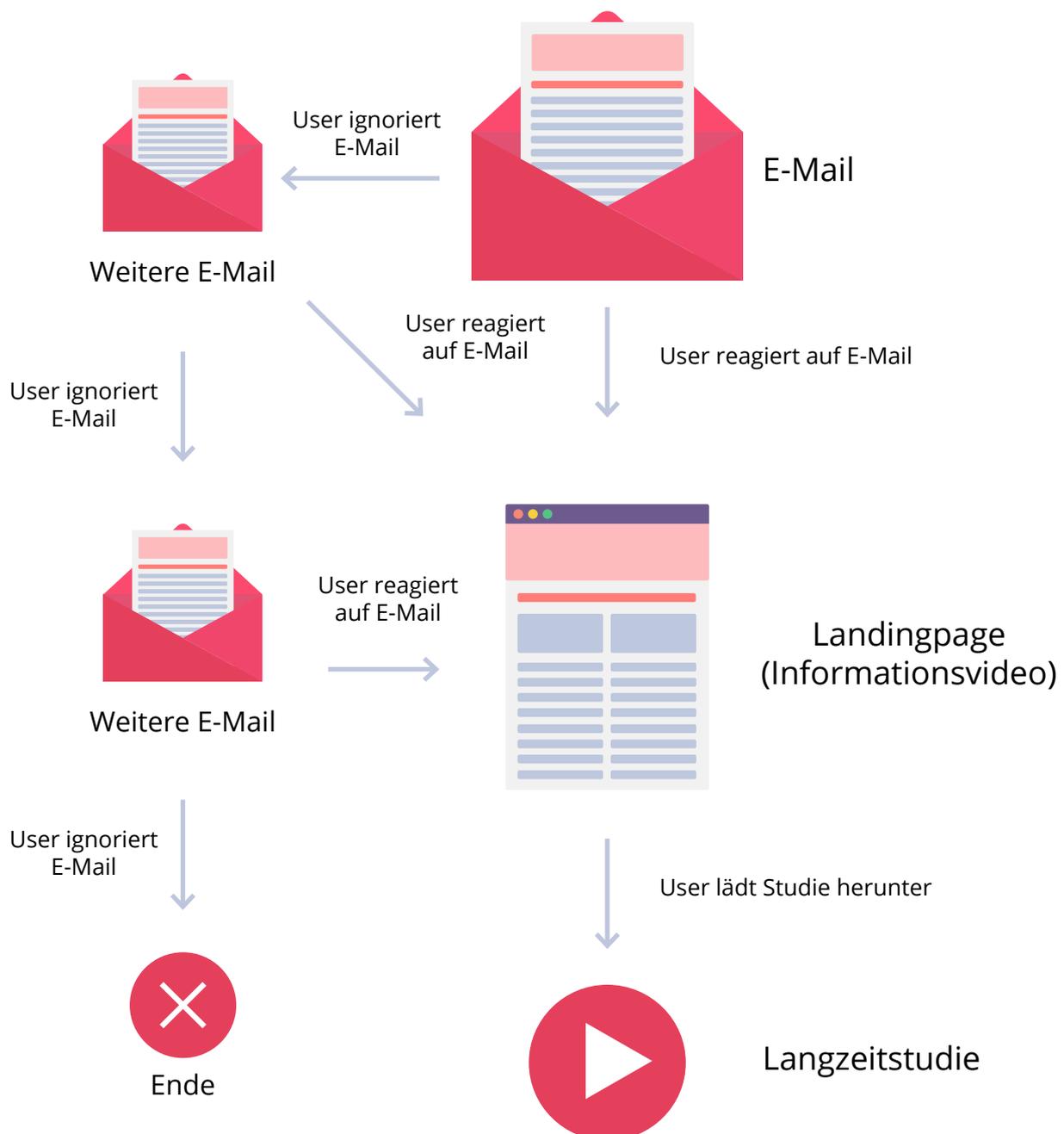
er als Content-Offer eine Mobile-App, mit der er seine Gesundheit im Wirkungsbereich des Präparates verbessern kann.



MoFu: Middle of Funnel

Auf der MoFu-Stufe steuert die Kampagne behutsam auf das Produkt hin. Der User bekommt zunächst ein Video, in dem der Wirkstoff der gesamten Produktgattung herstellerunabhängig beschrieben wird.

Als Call-to-Action wird ihm der Download einer Langzeitstudie zur Wirkung des natürlichen Extraktes angeboten.



BoFu: Bottom of Funnel

Abschließend nennt ein Blog-Artikel die konkreten Vorteile des beworbenen Präparates (BoFu) und offeriert dem User den Download eines Rabatt-Vouchers in Höhe von 20 Prozent. Damit kann er das rezeptfreie Produkt in der nächsten Apotheke erstehen.



E-Mail



Blog-Artikel



Download eines
Vouchers



Einlösen des
Vouchers in einer
Apotheke.



Produkt wird
gekauft.

Ergebnis: Viele Kontakte und Voucher

Ergebnisse nach zwölf Monaten:

- 1,2 Millionen Kontakte
- 4 Prozent Click-Through-Rate
- 3.000 Leads
- 600 ausgegebene Voucher



Sie möchten mehr erfahren? Wir laden Sie ein!

Unsere Casestudy hat Ihnen gefallen und Sie wünschen sich noch mehr Einblicke? Gerne vertiefen wir das Thema **Inbound Marketing** für Sie bei einem **Digitalen Espresso**.

Sie haben noch nie von einem *Digitalen Espresso* gehört?

Sollten Sie aber, denn digitale, kaffeebasierte Heißgetränke passen in jeden Arbeitstag und bringen neue Impulse zur Bewältigung Ihrer täglichen Herausforderungen. In 30 Minuten bekommen Sie Trends und Best-Practice-Beispiele von einem unserer Experten vorgestellt, anschließend bleibt noch etwas Raum zur Diskussion.

Inhalte:

- Vorstellung der Inbound-Marketing-Methode
- Content Funnel & Marketing Automation
- Beispiel-Kampagne
- Anwendbarkeit auf Ihr Geschäftsmodell
- Diskussionsrunde mit Fragen und Antworten

Probieren Sie es einfach mal aus: Der erste geht aufs Haus, versprochen!

Jetzt kostenfrei bestellen!



Anbieterprofil

comwrap ist eine der marktführenden Inbound-Marketing-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Mit unseren zertifizierten Spezialisten entwickeln wir Inbound-Marketing-Konzepte für B2B- und B2C-Geschäftsmodelle, unterstützen bei der Einführung und Umsetzung der Inbound Marketing Methode durch Schulung und Beratung und ergänzen unseren Kunden mit allen Online-Marketing-Kompetenzen, die sie nicht selbst erbringen möchten. Darüber hinaus bietet comwrap auch Leistungen rund um die Bereitstellung und technische Implementierung von Marketing-Automation-Software, eCRM-Software sowie Enterprise-Web-Content-Management Systemen.

Agenturleistungen

- / **Konzeption**
- / **SEO**
- / **SEA**
- / **Kooperationsmarketing**
- / **Content-Produktion**
- / **Artworks**
- / **Konzeption und Umsetzung von Landing-Pages und Formularen**
- / **Permanente Conversion-Rate-Optimierung**

Verwendete Technologien

Typo3

Mautic



Kontakt

FRANKFURT (HQ)

comwrap GmbH
Hanauer Landstraße 126-128
DE-60314 Frankfurt am Main
Tel. +49 (0)69 380 795 200

RAPPERSWIL

comwrap suisse GmbH
Webergasse 20
CH-8640 Rapperswil
Tel. +41 (0)55 280 43 05

Wir beantworten gerne Ihre Fragen:

Mathias Hermann
Geschäftsführer
Tel. +49 69 380 795 210
E-Mail: mhermann@comwrap.com