

VOICE ENABLED SAMPLING PRODUKTLAUNCH PICK UP! CHOCO HAZELNUT

LEIBNIZ

PICK UP!

Nimm's knackig.

HINTERGRUND DER KAMPAGNE:

PiCK UP! ist stets am Puls der Zeit, setzt neue Trends und hat den Mut, neue Kommunikationswege zu gehen. Daher hat sich Bahlsen zum Markteintritt der neuen PiCK UP! Sorte CHOCO HAZELNUT für ein innovatives Audiosampling via Smart Speaker entschieden und gemeinsam mit Mediaplus und RMS eine Kampagne mit dem Voice Advertising-Werbeformat **Voice Enabled Sampling** umgesetzt.



ZIELSETZUNG VON BAHLSSEN:

Aufmerksamkeit für die neue Produktsorte PICK UP! CHOCO HAZELNUT innerhalb spitzer Zielgruppen erzeugen und Kaufinteresse wecken

Innovatives Produktsampling ohne Medienbruch und Streuverluste

Neue Touchpoints und Mechaniken durch den Einsatz von Smart Speakern testen

Generierung von Insights zur Wahrnehmung der Kampagne und des Produkterlebnisses

ECKDATEN DER KAMPAGNE:

Zur Einführung des neuen PiCK UP! CHOCO HAZELNUT setzte Bahlsen erstmals auf **Smart Speaker Advertising** und Voice-Technologie in der Audiowerbung. Hierzu nutzte das Unternehmen den Sampling-Skill „**Schick mir eine Probe**“, über welchen Kunden eine Produktprobe des neuen Keks-Riegels per Sprachbefehl zu sich nach Hause bestellen können. Gemeinsam mit der Agentur Mediaplus gestaltete RMS die Audio-Kampagne für Bahlsen. Die Teilnehmer des Samplings erhielten nicht nur die Produktprobe, sie konnten im Anschluss auch an einer freiwilligen E-Mail-Umfrage zum Produkterlebnis teilnehmen.

„Die Audio-Kampagne mit RMS zeigt, dass sich Smart Speaker Sampling hervorragend für den Launch eines neuen Produktes eignet. Wir sind begeistert von der außerordentlich hohen Aktivierungsleistung und den wertvollen Insights der Zielgruppe, die wir zur weiteren Optimierung unserer Produkte nutzen können.“

-**Julika Podracki**, Campaign Manager DACH bei Bahlsen

BAUSTEINE DER AUDIO-KAMPAGNE:

1. Sampling von 5.000 Probenpaketen, die jeweils zwei PiCK UP! Riegel enthielten.
2. Begleitende Online Audio-Kampagne mit Smart-Speaker-Targeting
3. Die Kreation und Produktion eines Audiospots mit Hinweis auf den Skill „Schick mir eine Probe“

Knapp 1,5 Millionen Ad Impressions mit Pre- und In-Stream Aussteuerung wurden im Zeitraum von 10 Tagen ausgeliefert. Zur Evaluierung der Werbemittel-Performance und zur Wirkung der Kampagne wurde die Sampling-Aktion von einer Marktforschung begleitet.

VOICE ENABLED SAMPLING PRODUKTLAUNCH PICK UP! CHOCO HAZELNUT

LEIBNIZ

PICK UP!

Nimm's knackig.

ERGEBNISSE AUS DER MARKTFORSCHUNG:

Positionierung als moderne Marke durch interaktive Audiokampagne mit hohem Brand-Fit

Der Einsatz innovativer Technologien und moderner Kommunikationsmittel wird von Hörern erfahrungsgemäß positiv bewertet. Die PiCK UP! Kampagne von Bahlsen hat gezeigt, dass die innovative Mechanik der Voice-Technologie auf die Strategie der Marke, immer mutig neue Wege zu gehen und am Puls der Zeit zu sein, hervorragend einzahlt.

Neue Touchpoints und hohe Aktivierungsleistung

Sampling via Voice nutzt Pull- statt Push-Mechanismen und ermöglicht es, Produktproben gezielt und ohne Streuverluste an interessierte Nutzer zu versenden. Die neue Mechanik hat ein hohes Aktivierungspotenzial: 59 % der Teilnehmer geben an, dass sie das neue PiCK UP! kaufen werden. Weitere **64 % werden den Keks-Riegel einem Freund empfehlen**. Bemerkenswert ist, dass die Zielgruppe, die über Smart Speaker erreicht wird, eine sehr hohe Bereitschaft hat, an einer nachgelagerten Umfrage teilzunehmen – **76 % gaben dafür ihr Opt-In**. Auf diese Weise erhält das Unternehmen Feedback zum Produkt und zum Kampagnengefallen. Außerdem ermöglicht die Kampagne die Generierung von Daten und Adressen von Personen mit garantiertem Probierkontakt, wodurch dem Unternehmen auch bei zukünftigen Aktionen eine erneute Kontaktaufnahme möglich ist.

Nutzer bewerten „Out of the Box“ Kampagnen-Mechanik positiv

Die Akzeptanz und Nutzung von Smart Speakern und digitalen Sprachassistenten steigt immer weiter – auch bei Alltagsaufgaben wie dem Einkaufen. Smart Speaker haben sich zu einer Plattform entwickelt, die experimentierfreudige Unternehmen jetzt mit ihren Marken besetzen. Smart Speaker Sampling eignet sich ideal dazu, mit Zielgruppen in den Dialog zu kommen und wertvolles Feedback zum Produkt zu erhalten. Entsprechend positiv bewerten die Nutzer die Voice-Sampling-Aktion:

97 %

der Teilnehmer
gefällt die Kampagne
gut oder sehr gut

Mehr als $\frac{3}{4}$
gefällt der Audiospot
insbesondere hinsichtlich
Sympathie und
Verständlichkeit.

Knapp
96 %
Listen Through Rate

36 %
gaben individuelles
Feedback zu ihrem
Testerlebnis

Key Takeaways

- ✓ Voice Enabled Sampling bietet der Zielgruppe einen besonderen, „exklusiven“ Zugang zum Produkt
- ✓ Das Format ermöglicht einen einfachen, schnellen und skalierbaren Premium-Test für zu Hause.
- ✓ Die innovative Bewerbung der Kampagne funktioniert ohne Medienbruch und Streuverluste durch Online-Audio.
- ✓ Der Werbemitteltest via Audio.Analyzer, die SMEP-Daten und die nachgelagerte Befragung eröffnet umfangreiche User-Insights und Feedback zum Produkt und der gesamten Kampagne.
- ✓ Innovative Kampagnen-Mechaniken erzeugen Aufmerksamkeit und werden von Zielgruppen positiv bewertet.
- ✓ Die Kosten der Aktion basierend auf gewünschter Stückzahl, Verpackung, Produktgröße und Beipackwünschen (z.B. Flyer) sind skalierbar.

ELMAR STEIN

Digitale Medien
Leiter Digital Sales

+49. 40. 23890-337
stein@rms.de



Sie möchten mehr über den Voice Enabled Sampling Case erfahren? Lassen Sie uns darüber miteinander sprechen.

Mehr Infos zum größten Audiovermarkter in Deutschland: www.rms.de

