



ambuzzador Almdudler Trachtenalarm

Wien. „2011 ist das Jahr des Social Branding: Unternehmen holen sämtliche Schnittstellen in die Social Media – von Marketing und PR über Sales und Customer Service bis hin zu Employer Branding und Recruiting“, prognostiziert Sabine Hoffmann, CEO und Gründerin von ambuzzador. Ihre Agentur, gegründet 2004, zählt zu den nationalen Pionieren in Sachen Buzzmarketing. „Schon 2010 hat die Bedeutung von alternativen Marketinginstrumenten wesentlich beschleunigt, mittlerweile ist es selbstverständlich, 360° Kampagnen bis in Social Media zu ziehen“, zieht sie Bilanz. Zu den Agenturhighlights des vergangenen Jahres zählt sie unter anderem „Philippe Projekt“ von T-Mobile, das auf Facebook einen Traumstart hinlegte – 60.000 Fans auf der Site innerhalb von fünf Wochen.

Effizientes Tool

Aktuellstes Beispiel für den Erfolg von derartigen Kampagnen: Die Wahl zum Almdudler Trachtenpärchen 2011. 76 Pärchen haben sich schon in der Anfangsphase um den Titel beworben. Infos zur Wahl wurden über 11.000mal geshared und jeder dieser Inhalte im Schnitt zehn mal kommentiert oder geliked. „Diese Zahlen, schon in der Anfangsphase, zeigen deutlich das virale Potenzial von Kampagnen in Social Media und bestätigen unsere Entscheidung, bei der Almdudler Trachtenpärchenwahl komplett auf Facebook zu setzen“, so Hoffmann.



© ambuzzador

ambuzzador-CEO Sabine Hoffmann:
schöpft Social Media-Potenzial voll aus.