



© LDD Communication, 2020. (3)

„Waren in kurzer Zeit ausverkauft“

LDD Communication: Austro Diesel-Kampagne auf Social Media wurde zu einer echten Erfolgsgeschichte.

WIEN. Social Media kann eine essenzielle Rolle spielen, wenn es darum geht, qualifizierte Leads zu generieren. Die Agentur LDD Communication GmbH hat mit der Social Media-Kampagne für den internationalen Landmaschinenimporteur Austro Diesel große Erfolge erzielt.

Digitale Kampagne

Die Herausforderung: „Wir sind in Zentral- und Osteuropa als Generalimporteur tätig und verkaufen gemeinsam mit unseren rund 100 unabhängigen Händlern vor Ort Maschinen der Marke Massey Ferguson (MF). Unsere größte Herausforderung ist dabei die preisliche Positionierung von MF: Preissensible Landwirte orientieren sich eher nach unten in Richtung von günstigeren Herstellern, anspruchsvollere Kunden in Richtung hochpreisiger Marken. Massey Ferguson liegt dabei im oberen Mittelfeld“, sagt Bern-

hard Past, Marketingleiter der Austro Diesel GmbH in Schwchat. Insofern dienen Social Media-Kampagnen immer auch der Positionierung der Marke MF. Mit der aktuellen Kampagne auf Facebook und Instagram konnten in wenigen Wochen 1.681 Leads erzielt werden. „Wir mussten die Kampagne vorzeitig abbrechen, weil wir großteils ausverkauft waren“, sagt Past.

Neukunden mit dabei

Der Fokus der aktuellen Kampagne lag diesmal auf einem breiten Angebot: Mit vier unterschiedlich ausgestatteten Traktormodellen verschiedener Leistungsklassen sprach man eine breitere Zielgruppe an. „Wir sorgen dafür, dass jeder Lead kontaktiert wird – natürlich in der jeweiligen Landessprache. Übrig bleiben rund 20 bis 30 Prozent Interessenten mit akutem Bedarf, was immer noch ein

toller Wert ist“, analysiert Past. Neben bestehenden MF-Kunden konnten auch viele Neukunden gewonnen werden: „Der Neukunden-Anteil liegt bei rund zwei Drittel“, sagt Past.

Bedeutung von Social Media

„In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Wahrnehmung

bzw. Relevanz Sozialer Netzwerke für österreichische Unternehmen deutlich gestiegen ist“, sagt Robert Lacher, Social Media Manager bei LDD.

„Um sich über Unternehmens-News zu informieren, nutzen mittlerweile immer mehr Interessenten anstelle der Website Unternehmens-Accounts auf Facebook, LinkedIn und Co. Warum? Weil Informationen hier immer auf dem neuesten Stand sind“, erklärt Lacher die Entwicklungen „Mittlerweile managen wir über 100 Kampagnen im Full-Service pro Jahr, wobei wir von der Kampagnenplanung, über Creative-Erstellung bis hin zum Endreporting alle Leistungen im Haus realisieren“, beschreibt Sabine Lacher, Geschäftsführerin der LDD Communication GmbH. (red)



Bernhard Past (Marketingleiter Austro Diesel), Robert Lacher (Agentur LDD).