



#WieWirLeben

stories.urlaubambauernhof.com

**IMAGE und ADWORDS
KAMPAGNE 2016/2017**



DIGITALES
BRAND
STORYTELLING.

"A STORY CAN PUT
YOUR WHOLE BRAIN TO WORK"

WieWirLeben



Geschmack der Kindheit. Zeitreise ins Abenteuerland. Wir möchten Schätze heben. Erinnerungen an blühende Wiesen, glasklare Badeseen und kalte Gebirgsbäche. An Mutproben, den Sonnenuntergang und die erste Liebe. Das alles ist passiert. Vielleicht im Urlaub am Bauernhof in Kärnten. Hier finden Sie ein Stück Damals.

Gliederung:

AdWords- und FB-Kampagne mit Klickbudget. Image- und Storykampagne als Multiplikator.

- Text
- Bild
- Video
- Ton

Ziele:

- Einbindung der Betriebe
- Image und Conversions
- Nutzung von Video und Foto sowie Text
- Nutzung Sozialer Medien
- langfristige Perspektiven
- Brand Awareness
- in Folge Conversions

Zeitraum:

- 1 Jahr aktive Bewerbung
- langfristige Contentstrategie
- Erweiterung 2017/2018

DIE STORYTELLING-KAMPAGNE

Idee,
Botschaft,
Konzept,
Drehbuch

Recherche,
Produktion
vor Ort

(4 Medien:
Video,
Foto,
Text, Audio)

Content-
vertrieb

(Redaktions- &
„Bespielungs-
plan“)

MEDIENSTIL

Autorenfokussierter Betrachtungs- und Erzählstil, der die Menschen/Protagonisten in den Vordergrund rückt und vorhandene Konflikte zur Außen- und Umwelt aufgreift. Werbliche Formulierungen sowie verkaufsfördernde Produkthinweise werden im Sinne der „Content = Mehrwertidee“ im Text vermieden.

ERZÄHLSTIL

„Authentisch“ und abseits des Hochglanz. Dezentere Retrofilter und Fokus auf Personen und Interaktionen. Keine Sprecher, Personen erzählen die Geschichten selbst.

Jedoch grafisch einfacher Aufbau -
Fokus auf den Inhalt.

WEB



Full-Responsive

einfacher
Aufbau

viel Raum
für Fotos

laufende
Überwachung
der Nutzer-
interaktion

Berücksichtigung
von Social-
Meta-Tags

einfache
Wartung über
ein CMS

Möglichkeiten
für Anfragen



CONTENT AUF DRITTPLATTFORMEN MULTIPLIKATOREN



zuzüglich: regionale Medien, Twitter, Newsletter, Blogger, ...

BEZAHLTE BEWERBUNG



Facebook-Ads (Foto und Video)

Youtube-Ads (TrueView)

Remarketing-Ads

Instagram-Ads

Google AdWords (Display und Keyword)



SOMMERKAMPAGNE
URLAUB AM BAUERNHOF

2016/2017

Awareness / Inspirationsphase

2017/2018

Conversions / Leads

CONVERSIONS 341

10 Wochen

1. Juni bis 7. August 2016

to be continued...