update
DAS DIGITALPORTAL VON HORIZONT

Quelle: updatedigital.at
Adresse: http://updatedigital.at/news/marketing/pulpmedia-macht-fuer-husqvarna-video-marketing/5.173.033
Datum: 09.02.2017, 13:45

Marketing

Pulpmedia macht für Husqvarna Video-Marketing

Husqvarna Austria erarbeitet sich mit Hilfe von Pulpmedia auf YouTube zusätzliches Marken- und Zielgruppen-Terrain.

17
er
Merken

Husqvarna Austria setzt mit Pulpmedia eine Video-Marketing-Strategie im marken-eigenen YouTube-Channel an und will Menschen, die bei Forst- und Gartenarbeiten meisten selbst Hand an die Geräte legen, begeistern. © Husqvarna

Der Forst- und Gartengeräte-Hersteller Husqvarna verfolgt in der Markenkommunikation in Österreich auch eine Video-Strategie. Diese wird von *Husqvarna Austria* gemeinsam mit Pulpmedia umgesetzt. Das in Linz ansässige

Online-Marketing-Unternehmen ist für die Umsetzung der Video-Marketing-Strategie im lokalen YouTube-Channel verantwortlich.

Pulpmedia und *Husqvarna Austria* werden diesen Channel, der bereits mit Produktvideos ausgestattet ist mit weiterem zielgruppen-relevanten und regelmäßig produzierten Video-Content "auf die nächste Stufe" heben. Die Marsch-Richtung stimmt. Das zeigen die vorliegenden Video-View-Zahlen in dem Channel, die sich mit den ersten Videos jenseits der 500.000-Views-Marke bewegen.

Den Beginn der gemeinsamen Video-Marketing-Arbeit machte das Video *10 Fakten zu Husqvarna Austria.* Darin wurde das Unternehmen mittels Mischung aus Motion Graphics und Realfilm vorgestellt. Es folgt das *Motorsägen-Weihnachtslied* und die mit Motorsägen eingespielte Neu-Interpretation des Liedes *Jingle Bells*. Der Song kam nicht nur auf *YouTube* und in der Marken-Community gut an. Es wurde auch von weiteren *Husqvarna*-Ländergesellschaften übernommen. Beide Videos erreichten über eine halbe Million Video-Kontakte.

10 Fakten über die Marke Husqvarna

© Husqvarna

Als "kreativ, fachlich sehr kompetenz und unkompliziert" beschreibt *Bettina Dutzler* aus der *Husqvarna Austria*-Marketing-Abteilung die Zusammenarbeit mit *Pulpmedia*. Das Online-Marketing-Unternehmen arbeitet natürlich intensiv an der Strategie, um für der Marke eine optimale Zielgruppen-Erreichbarkeit herzustellen. Die Video-"Handarbeit" wird zur Gänze von *Pulpmedia* selbst gemacht. Ganz so wie es die *Husqvarna*-Kunden, die ihre Forst- und Gartenarbeit selbst in die Hand nehmen, mögen..

Das Motorsägen Weihnachtslied

IQ mobile mit Second Screen Kampagne fuer Henkel | updatedigital.at (updatedigital.at)

Russisches Kriegsschiff nach Kollision mit Frachter vor Türkei gesunken (DEUTSCHE WIRTSCHAFTS NACHRICHTEN)
Ad Fraud vermeiden: Stailamedia Exchange setzt Brand Guard von Zulu5 ein | updatedigital.at (updatedigital.at)
Wenn du jetzt beginnst zu spielen, wirst du 3 Tage nicht schlafen! (Vikings)

empfohlen von