

Mindshare sorgt für Prickeln auf Social Media

OLN NEWS, MEDIEN, AGENTUREN, HANDEL

| 29.10.2020

Neue Unit "Outcomes" gewinnt die Etats von Schlumberger und Hochriegl.





Die Entscheidung für Mindshare im Rennen um die Social Media-Etats für die beiden österreichischen Sektraditionsmarken Schlumberger und Hochriegl fiel nach einem mehrstufigen Pitch. Ab November 2020 betreut die neu formierte Unit Outcomes für Performance- und Content die beiden Etats. Benedikt Zacherl, Geschäftsführer Schlumberger Österreich, zur Entscheidung: "Wir freuen uns, gemeinsam mit Mindshare das Social Media Marketing für die Marken Schlumberger und Hochriegl auf ein neues Level zu bringen, und somit unsere Digital-Marketing Aktivitäten insgesamt noch weiter in den Fokus des Marketing Mix zu rücken."

Social Media Markenkommunikation im Fokus

Der Fokus in der Zusammenarbeit liegt auf der zielgruppengerechten Übersetzung der Markenkommunikation für Social Media. Das geht Hand in Hand mit einer strategisch neu ausgerichteten Content-Mix-Strategie verschränkt mit Performance-Marketing.

Während für die Marke Schlumberger der aktuelle Social Media-Auftritt inspirierend weiterentwickelt wird, verpasst das Team rund um Mindshare Outcomes-Leiter Niklas Wiesauer der stärksten österreichischen Sektmarke Hochriegl zum 130 Jahre Jubiläum einen komplett neuen Auftritt. "Wir freuen uns, dass die zwei führenden Marken Schlumberger und Hochriegl unser Consumer Brands-Portfolio bereichern", sagt Mindshare-CEO Ursula Arnold und ergänzt: "Mit unserer langjährigen Erfahrung und starken Kompetenz im Bereich Social Media und Contentmarketing schaffen wir Markenerlebnisse. Das gelingt uns jetzt noch effizienter durch die Bündelung von Leistungen innerhalb von Mindshare Outcomes."

www.mindshare.at

