



FALLSTUDIE

Die Marke Dentasprint ist dem Zahnpflege-Segment (Nahrungsergänzungsmittel) zugeordnet. Die Marke ist neu auf dem Markt und soll zunächst über den Online-Bereich vertrieben werden.



Ziele

Als relevanter Vertriebs- und Marketingkanal wurde das Online-Segment definiert. Im Zuge dessen wurde insbesondere Amazon als relevante Plattform identifiziert.



Herausforderungen

Es handelte sich um eine Neueinführung. Die Aufgabe bestand darin, sowohl die Bekanntheit als auch den Absatz zu steigern.



Lösungen

In einem Review-Prozess wurden mögliche Vermarktungsansätze analysiert und definiert. Anschließend wurde ein individuelles Maßnahmenpaket entwickelt, um die Marke auf und über Amazon hinaus bekannt zu machen.

ERGEBNISSE



Sichtbarkeit

Durch verschiedene Werbemaßnahmen und eine gezielte Optimierung der Listungen konnten wir die Sichtbarkeit erhöhen.



Profitables Geschäft

Wir konnten schnell die ersten nennenswerten Umsätze erzielen. Schon nach kurzer Zeit haben wir ein profitables Geschäftsmodell etabliert.



Endverbraucheransprache

Durch den Einsatz eines Markenshops und von A++-Inhalten konnten wir potenzielle Verbraucher informieren und für die Marke begeistern.



"Seit der Markteinführung steht uns a-Gil als zuverlässiger Partner zur Seite. Wir sind sehr zufrieden mit den vorgeschlagenen Marketingansätzen und den Ergebnissen."

CHRISTOF SAUKE

Co-Founder & General Manager
Dentasprint