

Praxisbeispiele erfolgreicher Social-Media-Kampagnen

1. Nike - #JustDolt auf Instagram

- Kampagnenziel: Die Kampagne sollte Markenbewusstsein schaffen und Kunden dazu inspirieren, ihre sportlichen Grenzen zu überschreiten.
- Plattform: Instagram.
- Strategie: Nike nutzte Influencer und erstellte inspirierende und motivierende Inhalte. Die Hashtag-Kampagne #JustDolt forderte Nutzer auf, ihre eigenen sportlichen Erfolge zu teilen.
- Ergebnis: Millionen von Posts, die den Hashtag verwendeten, und eine riesige Engagementrate. Nike konnte eine starke Community rund um den Hashtag aufbauen.

2. Coca-Cola - Share a Coke auf Facebook

- Kampagnenziel: Persönliche Bindungen zur Marke fordern.
- Plattform: Facebook.
- Strategie: Coca-Cola ersetzte das Logo auf den Flaschen durch gängige Vornamen und forderte die Konsumenten auf, die Flaschen mit Freunden und Familie zu teilen. Nutzer konnten ihre Erlebnisse auf Social Media teilen.
- Ergebnis: Die Kampagne führte zu einem enormen Anstieg der Verkäufe und verbreitete sich viral auf Facebook, da Nutzer Fotos von ihren personalisierten Flaschen teilten.

3. GoPro - Be a Hero auf YouTube

- Kampagnenziel: Markenbotschafter schaffen, die eigene Videos mit GoPro-Produkten teilen.
- Plattform: YouTube.
- Strategie: GoPro forderte Nutzer auf, ihre mit GoPro aufgenommenen Abenteuer und Erlebnisse auf YouTube zu teilen. GoPro nutzte diese Inhalte für ihre eigene Werbung und zeigte echte Nutzer in Aktion.

- Ergebnis: Tausende von nutzergenerierten Videos, die Millionen von Views erreichten und GoPro als authentische Marke positionierten.