

familia Müesli für jeden Geschmack

Das neue Knuspermüesli familia Choco Crunch mit den feinen Schokoladenstückchen wurde im Juli 2015 mit dem Ziel lanciert, selbst Frühstücksmuffel an den Tisch zu locken.



Zielgruppe sind vor allem Familien und Männer. Um das neue Produkt an den Kunden – namentlich an den Mann – zu bringen, nutzte das Schweizer Unternehmen ein Sampling der speziellen Art.

Die Herausforderung

Frisch in den Regalen der Geschäfte sollte die neueste Kreation aus dem Hause bio-familia möglichst rasch an Bekanntheit gewinnen. «Die Familien konnten wir sehr gut mit Inseraten in Magazinen abholen», sagt Bettina Künzli, Verantwortliche für Sponsoring und Promotionen der bio-familia AG. Doch für die Zielgruppe «Männer» fehlte ein passender Kanal – Sportmagazine wären für das Schoggi müesli unpassend gewesen. Also entschied sich die bio-familia AG für ein Mailing, denn gibt es einen direkteren Weg, als das Müesli in die Milchkästen der Männer zu legen? Zudem konnte so der Streuverlust möglichst gering gehalten werden.

Die Umsetzung

Rund 50 000 Samplings verteilte die Post in der ersten Oktoberwoche 2015 an alle Männerhaushalte in der Deutschschweiz, die im Umkreis von 10 Kilometern einer Coop-City-Filiale wohnten. Begleitet wurden die 50-Gramm-Beutel des Knuspermüeslis von einem Flyer, der nicht nur Informationen zum neuen Produkt enthielt, sondern auch einen Rabattcoupon. Dieser konnte direkt im nahe gelegenen Coop eingelöst werden, wo ergänzend zur Mailingaktion ein Sampling stattfand. Wem das Müesli geschmeckt hatte, konnte über die Website der bio-familia AG einen Portionenbeutel mit einer Grussbotschaft an Freunde schicken.



«Mir hat das spezielle Sampling sehr gefallen, da der potenzielle Käufer das Produkt direkt nach Hause geliefert bekommt und es in aller Ruhe testen kann», sagt Bettina Künzli, Verantwortliche für Sponsoring und Promotionen der bio-familia AG. «Die Leute haben generell Freude, ein Schweizer Produkt zu erhalten. Einige der Empfänger schrieben sogar ein Dankesmail. Wir können uns daher gut vorstellen, die Aktion in ähnlicher Form zu wiederholen.»

DIE POST 
Gelb bewegt.

Der Nutzen für die bio-familia AG

Umso wenig Streuverluste wie möglich zu erhalten, wurde die Dienstleistung «Streuwurf individuell» gewählt – und hier kommen die Zustellerinnen und Zusteller ins Spiel. Sie achten bei ihrer täglichen Tour darauf, dass das Sampling nur Männerhaushalten zugestellt wird. Der Nutzen für den Auftraggeber liegt auf der Hand: Mit «Streuwurf individuell» bietet die Post eine Kundenlösung an, mit der der Aussand noch gezielter auf die potenziellen Kundinnen und Kunden abgestimmt ist. Die Selektion basiert auf Kriterien, die bei der Beobachtung von Häusern und ihrer Umgebung von aussen sichtbar sind. Bei der Zustellung achtet das Zustellpersonal auf diese Kriterien und wirft die unadressierten Mailings nur dort ein, wo es die für das Angebot relevanten Merkmale feststellen kann.

Mitten im Herzen der Schweiz, am Ufer des Sarnersees, umgeben von hohen Bergen und frischer Luft, produziert die bio-familia AG seit 1954 die inzwischen weltweit vertriebenen familia Müesli. Das Unternehmen bietet etwas für jeden Geschmack – zum Beispiel das neue Knuspermüesli familia Choco Crunch.