

Die foodlounge präsentiert



Für die Hilcona AG aus der Schweiz entwickelte die foodlounge nationale und europaweite Aktivierungskonzepte.



Das Unternehmen Hilcona:

Hilcona ist in ihrem Heimatmarkt Schweiz/Liechtenstein führender Anbieter für Convenience Produkte. 1988 begann die Expansion in Europa mit der Gründung einer Tochterfirma in Deutschland. Hoch innovativ und convenient positioniert sich die Marke als „Pastaprofi“ mit erstklassiger Qualität und größtmöglicher Frische. Alle Produkte werden ohne Geschmacksverstärker, ohne Konservierungsstoffe und ohne künstliche Aromastoffe hergestellt. Und nicht umsonst gibt das Unternehmen die „Besseresser-Garantie“.



Hilcona Minis Family-Promotion:

Im Jahr 2017 hat Hilcona einen erfolgreichen Relaunch des Hilcona Minis-Konzeptes durchgeführt. Es handelt sich dabei um die drei Sorten: Gnocchini, Tortellini Rahmspinat und Spätzlini. Die Foodlounge setzte unter dem Motto „Family-Fun“ eine Crosspromotion mit Freizeitpartnern und 18 unterschiedlichen Family-Attraktionen in Deutschland, Benelux, der Schweiz und Österreich um:

- Konzeption der Kooperation
- Mechanik: Rabattgutscheine für jeden Kaufakt
- Entwicklung und Design On-pack Sticker
- Kreation und Programmierung Microsites
- Clearing und Customare Care
- Sondergewinnspiel mit Familienreise
- Erfolgsreporting



Aktionspackungen



Landingpage



Hilcona Sammel- und Treuekampagne:

Für das Projekt „Hilcona Pasta Classica Relaunch“ wurde die Foodlounge gebeten eine Loyalty-Mechanik zu konzipieren. Neben klassischer Medien und dem Einsatz von Online/Blogger/Influencer diente diese Kampagne insbesondere dazu, Stammverwender zu aktivieren. Mit 18 Aktionsprodukten in Ländern wie Deutschland, Polen, der Schweiz, den Niederlanden oder Österreich wurde eine umfassende Sammel- und Treuemechanik entwickelt und umgesetzt:

- Entwicklung unterschiedlicher Konzeptionen und Ideen
- Projektmanagement und Koordination
- Erstellung der Teilnahmebedingungen, FAQ's und Generierung von individuellen Codes
- Kreation von Leporello und mehrsprachiger Promotion-Landingpage im CD von Hilcona inkl. Programmierung
- Umsetzung, Abwicklung und Clearing



Landingpage



Rico Grünenfelder,
Leiter Marketing,
Hilcona AG

Hilcona Grillpromotion:



Landingpage

Im Rahmen einer On-Pack Promotion konnte die Foodlounge das Produktsortiment Hilcona Pfannentaler unterstützen. Dabei entwickelte die Foodlounge eine integrierte Cross-Promotion, die mit starken Partnern wie Weber und VW massive Rücklaufquoten generierte. Speziell konnte die Agentur umsetzen:

- Konzept und Partnerakquisition
- Umsetzung Schweiz, Österreich, Deutschland
- Projektumsetzung und Koordination
- Gestaltung von mehrsprachigem Leporello
- Entwicklung und Programmierung Internetauftritt
- Social Media
- Abwicklung, Clearing, Reporting

Im Ergebnis konnte eine hohe Aufmerksamkeit, Aktivierung und nachhaltiges Involvement geschaffen werden.

Der Kunde:

„Die Leistungen der Foodlounge hat uns während der mehrjährigen Zusammenarbeit sehr überzeugt. Zu unterschiedlichen Herausforderungen haben wir gemeinsam stets eine treffende Lösung erarbeitet. Dank kreativem Food-Know-how und Exzellenz in der Umsetzung konnten wir mit unseren Aktionen Fachhandel und Konsumenten überzeugen.“