

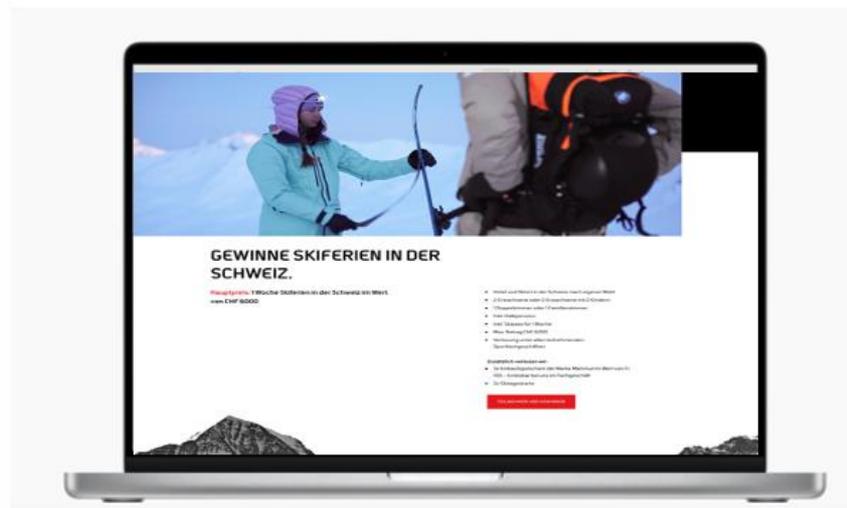


SPORT 2000 Winterkampagne 2023/2024

Die Winterkampagne 2023/2024: Gamification und digitale Vermarktung

Die Fachhändler von SPORT 2000 sind bereits in die Wintersaison 2023/2024 eingetaucht. Neben einer beeindruckenden Sortiments-Palette an innovativen Wintersportprodukten, startet die diesjährige Winterkampagne am 13. November 2023. Der Fokus liegt auf Gamification-Marketing, um die schneesportbegeisterte Kundschaft noch stärker einzubeziehen und für die Neuheiten zu begeistern. Individuell auf den Händler abgestimmte Social-Media-Anzeigen und Landingpages stellen die Sichtbarkeit der verfügbaren Marken und Produkte beim entsprechenden Fachhändler sicher. Gleichzeitig soll durch die regionale Bewerbung die Kundenfrequenz erhöht und der Abverkauf gestärkt werden.

Mit den atemberaubenden Bergen und über 7'000 km Skipisten ist die Schweiz ein Wintersportparadies¹. Skifahren, Langlaufen, Schneeschuhlaufen und Touren gehören zu den Nationalsportarten und die Fachhändler der SPORT 2000 bieten die perfekte Ausrüstung, um diese Leidenschaften auszuüben und zu geniessen. Um die Visibilität der beim Fachhändler verfügbaren Marken und Produkte zusätzlich zu erhöhen und den Abverkauf zu stärken, führt SPORT 2000 auch in dieser Saison die reichweitenstarke Winterkampagne durch.



Die Winterkampagne 23/24

Die diesjährige Kampagne setzt sich aus einer Kombination von digitaler Werbung und Aktivität am PoS (Point of Sale) zusammen. Konsumentinnen und Konsumenten informieren sich häufig zuerst online bevor sie offline im Geschäft einen Kauf tätigen. Um dem gerecht zu werden und die verfügbaren Neuheiten auch online sichtbar zu machen, setzt die SPORT 2000 Schweiz für über 95 Fachhändler mit 29 Marken eine reichweitenstarke und regional ausgesteuerte, auf den Händler abgestimmte Social-Media-Kampagne um. Um am PoS auf die Kampagne aufmerksam zu machen, werden beim Fachhändler Teesticks mit Flyern abgegeben. Über einen QR-Code gelangen die Kundinnen und Kunden direkt auf die Landingpage des jeweiligen Händlers, wo sie weitere Produktinformationen erhalten und am grossen Gewinnspiel teilnehmen können.

Die Store-Aktion ist darauf ausgerichtet, Endkonsumentinnen und Endkonsumenten zu aktivieren, Marken- und Produktinhalte zu vermitteln und lokale Fachhändler zu stärken. Beim Gewinnspiel gibt es attraktive Preise zu gewinnen, um die Reichweite und Teilnahmezahl zu erhöhen.

¹ <https://www.eda.admin.ch/aboutswitzerland/de/home/gesellschaft/sport-und-freizeit/sport-und-freizeit---fakten-und-zahlen.html>



Gamification Marketing für intensivere Kundenbindung

Die SPORT 2000 setzt bei der Umsetzung stark auf den Gamification-Ansatz. «Diese innovative Strategie ermöglicht es, Informationen spielerisch und verständlich zu vermitteln und fördert ein intensiveres Engagement», betont Kristina Iannotti, Head of Marketing und Communication. Gamification steigert die Aufmerksamkeitsspanne, das Kurzzeitgedächtnis und macht den gesamten Prozess für Konsumentinnen und Konsumenten unterhaltsamer, was die Betrachtungsdauer der Inhalte und die Konversionsrate erhöht. Um das Interesse für die beworbenen Produkte weiter zu steigern, wird die Kampagne mit attraktiven Preisen unterstützt. Der Hauptgewinn – Skiferien in der Schweiz im Gesamtwert von CHF 6'000.- – soll allen Teilnehmenden die Chance auf ein unvergessliches Wintersporterlebnis bieten.

Kurzfassung

Die diesjährige Kampagne setzt sich aus einer Kombination von digitaler Werbung und Aktivität am PoS (Point of Sale) zusammen. Konsumenten und Konsumentinnen informieren sich häufig zuerst online bevor sie offline im Geschäft einen Kauf tätigen. Um dem gerecht zu werden und die verfügbaren Neuheiten auch online sichtbar zu machen, setzt die SPORT 2000 Schweiz für über 95 Fachhändler mit 29 Marken eine reichweitenstarke und regional ausgesteuerte, auf den Händler abgestimmte Social-Media-Kampagne um. Der Fokus liegt auf Gamification-Marketing, um die schneesportbegeisterte Kundschaft noch stärker einzubeziehen und für die Neuheiten zu begeistern. Um am PoS auf die Kampagne aufmerksam zu machen, werden beim Fachhändler Teesticks mit Flyern abgegeben. Über einen QR-Code gelangen die Kundinnen und Kunden direkt auf die Landingpage des jeweiligen Händlers, wo sie weitere Produktinformationen erhalten und am grossen Gewinnspiel teilnehmen können. Der Hauptgewinn – Skiferien in der Schweiz im Gesamtwert von CHF 6'000.- – soll allen Teilnehmenden die Chance auf ein unvergessliches Wintersporterlebnis bieten.



Über ANWR-GARANT SWISS AG

Die ANWR-GARANT SWISS AG versteht es, traditionelle Werte und fortschrittliche Strategien höchst effektiv im Interesse des selbstständigen Fachhandels zu verbinden. Durch jahrzehntelange Erfahrung im Dienstleistungsbereich setzt die ANWR GROUP Trends, reagiert auf Marktveränderungen und entwickelt Visionen für die Zukunft. Das breite Service- und Dienstleistungsangebot richtet sich an eigenständige im Schuh-, Sport- und Fahrradbereich. Die Retail-Serviceorganisationen dieser Fachgebiete – ANWR Schuh, SPORT 2000 und Bike Profi – unterstützen die Händler im Marketing, der Warenbeschaffung und vielen weiteren Dienstleistungen.

Mehr Informationen zum Unternehmen unter www.agsag.ch.

Pressekontakt



360 brand connection
Agentur für PR und Digitale Marketing
Seestrasse 97
CH-8800 Thalwil
+41 44 721 36 00
info@360brandconnection.ch
www.360brandconnection.ch

Keywords: Winterkampagne, Sportfachhändler, Gewinn