



# TIME FOR WINE

TELL THE WORLD WHO YOU ARE

# AGENTUR 2.0

„DIE ZEIT DER ÜBERDIMENSIONIERTEN AGENTUREN IST VORBEI: WIR HABEN DIE STRUKTUREN FÜR MAXIMALE (KOSTEN-)EFFIZIENZ AUF DAS WESENTLICHE REDUZIERT. MIT FLEXIBLEN KONZEPTEN, EINER FUNDIERTEN EXPERTISE, EINEM HERVORRAGENDEN NETZWERK UND EFFEKTIVEN MULTIPLIKATOREN HOLEN WIR DAS BESTE AUS MARKETING UND PR HERAUS.“

JUSTINE OTTO  
GESELLSCHAFTER-GESCHÄFTSFÜHRERIN  
EMPRESS CONCEPT

„DURCH EINE EINHEITLICHE UND ZENTRALE STRATEGIEENTWICKLUNG, KONZEPTION UND PROJEKTSTEUERUNG MIT KURZEN ENTSCHEIDUNGS- UND ABSTIMMUNGSWEGEN BIETEN WIR ERSTKLASSIGE, AUF EINANDER ABGESTIMMTE PR- UND MARKETING-PERFORMANCE AUS EINER HAND - DAS IST MODERNER FULL SERVICE!“

BENJAMIN CEYLAN  
GESELLSCHAFTER-GESCHÄFTSFÜHRER  
RUHRLIFEMEDIA



# THE KEY TO SUCCESS

Um auf zunehmend gesättigten Märkten bestehen zu können, reicht Qualität allein nicht mehr aus. Eine zielgerichtete **Strategie** mit einer klaren **Positionierung** und passend abgestimmten Kommunikations- und Werbemaßnahmen sind zwingende Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg.

- Schärfen Sie Ihre Positionierung
- Entwickeln Sie zielgerichtete Markenbotschaften
- Profitieren Sie von effektiven und ganzheitlichen Konzepten
- Nutzen Sie Online- und Offline-Strategien
- Verstärken Sie die Markenbindung durch den direkten Dialog mit jetzigen und zukünftigen Kunden
- Vervielfachen Sie die Wirkung und Aussagekraft Ihrer Kommunikation durch authentische und kompetente Meinungsbildner und Multiplikatoren

**Wir helfen Ihnen dabei!**

# MACHEN SIE SICH SYMPATHISCH

KUNDEN KAUFEN NICHT NUR EINEN WEIN, SONDERN EINE MARKE - UND DAS, WOFÜR SIE STEHT

- Wer sind Sie (d. h. woher kommen Sie und wie sind Sie dazu gekommen, Weine zu produzieren?)
- Wie und wo produzieren Sie Ihren Wein?
- Was macht Ihren Wein besonders?
- Was bestimmt Ihren Alltag als Winzer?
- Welche Philosophie verfolgen Sie als Winzer?
- Was macht für Sie guten Wein aus?

**Wir definieren gemeinsam mit Ihnen das Markenprofil und unterstützen Sie dabei, Ihre essenziellen Markenbotschaften über die passenden Kanäle sowie attraktive Multiplikatoren zu verbreiten und die richtige Zielgruppe zu erreichen.**



# SOCIAL MEDIA? INFLUENCER?

Eine professionelle, sympathische und authentische Selbstdarstellung im Internet birgt gerade für emotionale und qualitätsorientierte Produkte wie Wein enormes Potenzial. Auf keinem anderen Weg erreicht man Kunden und die, die es werden könnten, so leicht, effektiv, direkt und preiswert.

Untersuchungen haben gezeigt, dass soziale Netzwerke wie Instagram & Co. enormen Einfluss auf Kaufentscheidungen haben. Laut einer Studie des Unternehmens Invesp sind inzwischen 71% der Käufe auf Verweise in Social Media zurückzuführen. Beim Treffen einer Kaufentscheidung verlassen sich 74% der Verbraucher auf die sozialen Medien.

Neben einem eigenen, professionellen Social Media-Auftritt gibt es aber noch einen weiteren Faktor, der die Kaufentscheidung stark beeinflusst: Influencer. Schon jeder Fünfte, der in Deutschland regelmäßig online ist, hat sich bereits zu einem Kauf entschlossen, weil ein YouTuber ihn dazu bewegt hat. Influencer und Social Media-"Promis" auf Instagram und anderen Kanälen schafften dies bei 15%, dicht gefolgt von Bloggern, die mit ihren ausführlichen und authentischen Beiträgen 13% ihrer Leser dazu gebracht haben, etwas zu kaufen. Gerade bei Produkten, bei denen es um den Ausdruck des persönlichen Geschmacks und eines bestimmten Lebensgefühls geht, sind glaubwürdige und sympathische Influencer extrem wertvoll.



# PR?

Wer bei seinen Weinen Wert auf hohe Qualität legt, weiß, dass manche Dinge ein wenig mehr Ruhe und Zeit benötigen. Das gilt auch für die Kommunikation: Als etablierter und nachhaltiger Kontrapunkt zur schnelllebigen, digitalen Welt bieten Printmedien nach wie vor ein ideales Umfeld für positive Aufmerksamkeit und Sichtbarkeit. Attraktive Berichterstattung kann dabei gleich doppelt effektiv sein: In den einschlägigen Fachpresse-Titeln erfahren wichtige Meinungsbildner wie Sommeliers oder Gastronomen, wie gut Ihre Weine sind. Und mit Integrationen in Publikumsmedien (z. B. Lifestyle-Magazine, Frauenzeitschriften, Special Interest-Titel) erreichen Sie auf einen Schlag viele potenzielle Käufer.

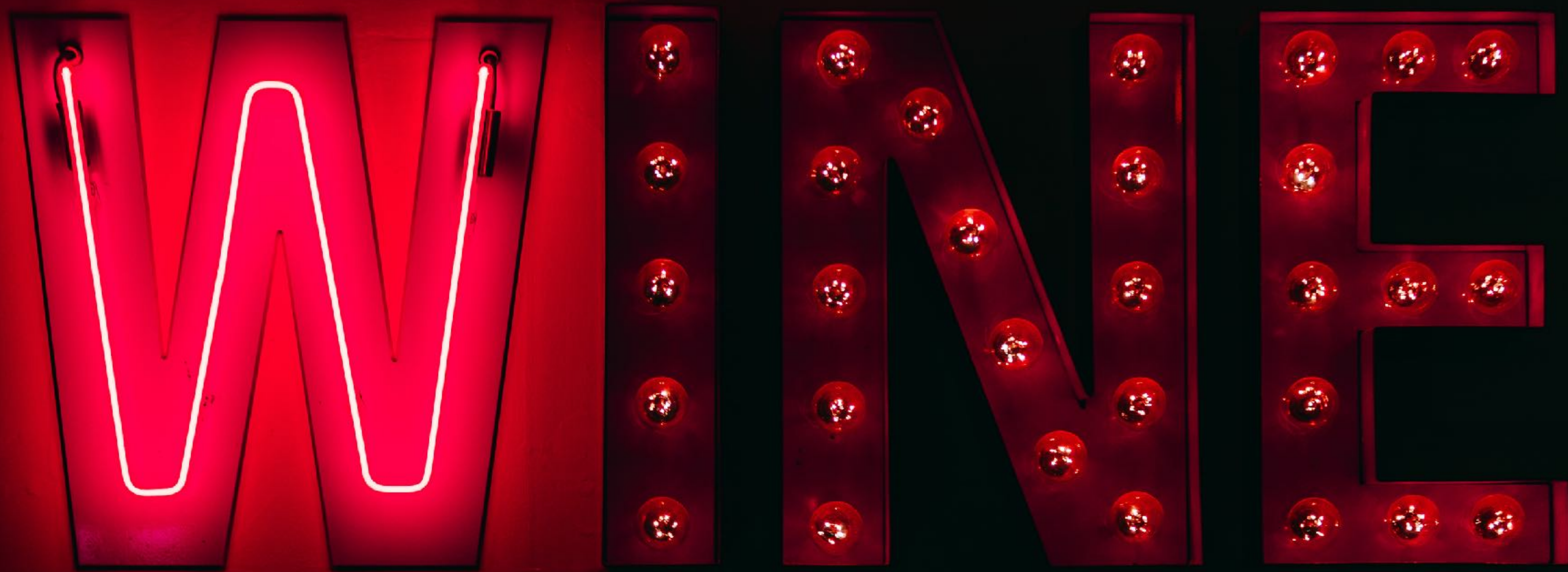
Doch wie schafft man es, seine Marke in relevanten Titeln unterzubringen, ohne ein Vermögen für teure Anzeigenwerbung auszugeben? Die Lösung: PR! Regelmäßige, zielgruppengerecht aufbereitete Informationen, die für die Redaktionen relevant sind und leicht von ihnen verwertet werden können, bilden die Basis. Kommen die Informationen dann auch noch von einer professionellen Agentur mit einem langjährig gewachsenen Netzwerk und vielen persönlichen Kontakten zu Medien und Journalisten, maximieren sich die Chancen auf aufmerksamkeitsstarke Veröffentlichungen. Und das Schönste: Redaktionelle Berichte sind immer deutlich glaubwürdiger, nachhaltiger und effektiver als bezahlte Werbeanzeigen!



# LIVE?

Nichts hinterlässt einen bleibenderen Eindruck als das, was man selbst live erlebt. Das gilt ganz besonders für Produkte, bei denen Geschmack, Genuss und ein bestimmtes Lebensgefühl eine wichtige Rolle spielen: Wenn man etwas in einer angenehmen Atmosphäre „hautnah“ und unmittelbar fühlen, hören, sehen, riechen und schmecken kann, baut man viel schneller und intensiver eine persönliche Bindung auf. Aus diesem Grund gilt das Erlebnis-Element gerade für Wein als unverzichtbarer Bestandteil einer ganzheitlichen, effektiven Kommunikationskampagne und lässt sich hervorragend in viele Aktivitäten integrieren. Ob Verkostungen bei Messen, Sponsorings bei aufmerksamkeitsstarken Veranstaltungen, spezielle PR-Events für Medien und Influencer, Pressereisen zum Weingut, Workshops mit angehenden Sommeliers oder (Online-)Tastings mit (potenziellen) Kunden: Es gibt vielfältige Möglichkeiten für nahezu jedes Ziel und Budget, um die Qualität der eigenen Weine erlebbar zu machen und dauerhaft im Gedächtnis von Multiplikatoren, Meinungsbildnern und Kunden zu bleiben. Verkaufen Sie nicht nur irgendeinen Wein – vermitteln Sie einen Lifestyle!





**WHAT TO EXPECT**







# SOCIAL MEDIA UND INFLUENCER

## **Social Media Marketing:**

- Konzeption einer Social Media-Strategie auf Grundlage Ihrer Zielsetzung
- Definition und Aufbau der relevanten Social Media-Kanäle für Ihre Zielgruppe
- Erstellung von attraktivem Content für Ihre Kanäle (Texte, Bilder, Videos)
- Auf- und Ausbau Ihrer Community durch proaktive Interaktionen (Likes, Kommentare, Verlinkungen)
- Betreuung und Beantwortung von Fragen/Kommentaren auf Ihren Kanälen (Community Management)

## **Social Media Advertising:**

- Erstellen und Schalten von Anzeigen auf Facebook/Instagram
- Regelmäßige Auswertung und Optimierung
- Retargeting von bestehenden Kunden und Besuchern Ihrer Website

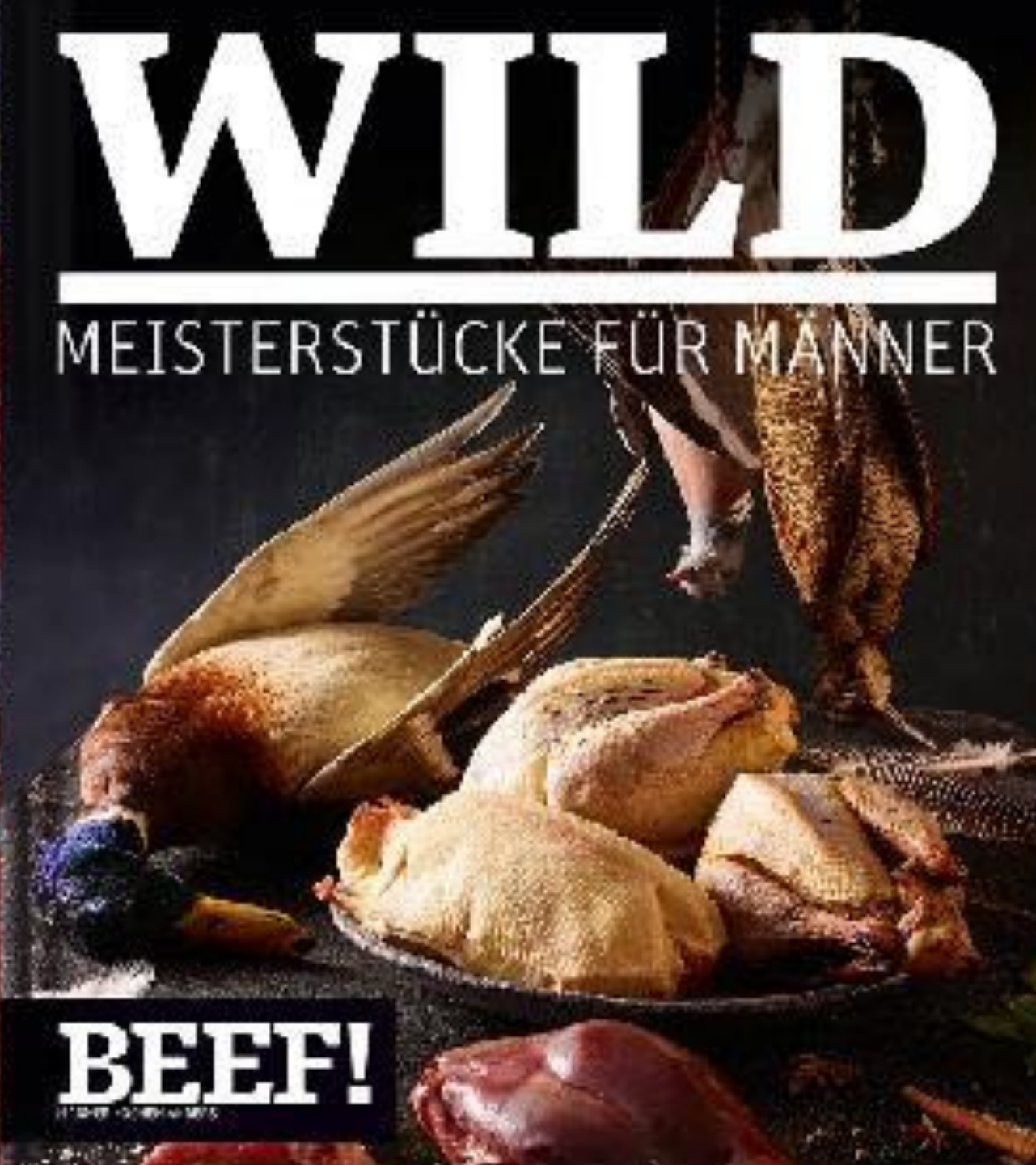
## **Influencer Marketing:**

- Auswahl und Ansprache passender Influencer
- Konzeption und Umsetzung von bezahlten Kooperationen (z. B. Sponsored Posts, Gewinnspiele, Promo-Aktionen mit Affiliate Links/Rabattcodes etc.)

## **Influencer Relations:**

- Einrichtung einer Anlaufstelle für Influencer-Anfragen
- Auf- und Ausbau eines Netzwerks mit passenden (Micro-)Influencern, die kostenfrei (nur durch Bemusterung) glaubwürdig, sympathisch und positiv über Ihren Wein berichten





# PR

- Konzeptionierung einer passgenauen PR-Strategie inklusive Erstellung und Abstimmung eines Themenplans für regelmäßige Kommunikationsimpulse
- Auf-/Ausbau und Pflege eines individuellen Verteilers mit relevanten Kontakten (Fachmagazine, Publikumspresse, Redaktionsbüros, Journalisten, Online-Medien, Websites, Portale, Influencer)
- Regelmäßige Sample-Mailings mit Produktmustern und entsprechenden Informationen an ausgewählte Medien, Meinungsbildner und Multiplikatoren
- Ergänzend Erstellung und Abstimmung von zielgruppengerecht aufbereiteten Presseinformationen auf Basis von durch die Marke bereitgestelltem Text- und Infomaterial sowie Versand als digitaler Newsletter mit Logo und Layout im Corporate Design
- Einrichtung eines Informationsbüros in der Agentur als erste Anlaufstelle für Medien, Journalisten, Multiplikatoren sowie Influencer
- Zügige und kompetente Bearbeitung und Beantwortung aller PR-bezogenen Anfragen
- Zusätzlich proaktive Positionierung der Weine bei jeder Möglichkeit (z. B. thematische/saisonale Relevanz) zur Maximierung der Ergebnisse
- Erfassung, Aufbereitung und Auswertung der erzielten Veröffentlichungen in Printmedien sowie der digitalen Ergebnisse auf Websites und Social Media

# EVENT

- Definition und Abstimmung der Botschaften und Ziele, die mithilfe von geeigneten Events und Erlebnissen vermittelt und erreicht werden sollen
- Recherche, Planung, Organisation und Umsetzung von Veranstaltungen (für ein Fachpublikum und/oder für Endverbraucher), die zum verfügbaren Budget und den vereinbarten Zielen passen, z. B.:
- Sponsorings (z. B. bei Openings, Partys, Fashion Shows etc.)
- Präsenzen bei Messen
- Samplings/Verkostungen
- Workshops
- Online Tastings
- Seminare und Webinare
- Presse- und Influencer Events
- Erlebnisreisen





# UND NOCH VIEL MEHR

- Planung, Abstimmung und Programmierung von Webseiten (Relaunch oder komplette Neuentwicklung) sowie Online Shops
- Planung und Umsetzung/Unterstützung von Lagerlogistik und Versand
- Entwicklung und Erstellung oder Erneuerung der kompletten Corporate Identity (Logo, Flyer, Etiketten, Versandkartons usw.)
- Erstellung, Abstimmung und Versand von digitalen Newslettern zur (Re-)Aktivierung von Kunden
- Search Engine Optimierung (SEO)
- Konzeption, Erstellung und Abstimmung von zielgruppengerecht aufbereiteten Texten (z. B. Blogbeiträge, Produktinformationen, Fachtexte, Werbetexte für Broschüren usw.)



# REFERENZEN



# LET'S TALK ABOUT WINE, BABY



**empress concept &  
RuhrLifeMedia**

Freiherr-vom-Stein-Str. 51  
D-46045 Oberhausen  
Tel.: +49 (0)208 620 519-60  
Mail: [info@empress-concept.de](mailto:info@empress-concept.de)