

# STIHL

KUNDENBERICHT

## Wie STIHL die Content Distribution seiner Vertriebspartner verwaltet

## Wer ist STIHL?

Die STIHL Gruppe entwickelt, produziert und vertreibt motorbetriebene Geräte für die Forstwirtschaft sowie die Landschafts- und Gartenpflege. Ihre Produkte werden **ausschließlich vertrieben** durch den dienstleistenden Fachhandel.

# STIHL®



# 41

Büros für Vertrieb und Marketing



# 120

Importeure und mehr



# 54K

Vertriebspartner weltweit



# 160

Länder

# Wie konnte **Ambassify** STIHL helfen?

## Phase 1

### Unterstützung bei der Content-Erstellung

Der Hauptgrund des Marketingmanagers von STIHL, sich für die Einführung einer Advocacy-Plattform zu entscheiden, war die **Unterstützung seiner Vertriebspartner bei der enormen Herausforderung der Content-Erstellung:**

#### Vorher

Sie **kontaktierten ihre Händler per E-Mail** und baten sie, Inhalte zu erstellen, um bei ihren Kunden für STIHL zu werben.



#### Problem

Das **Hauptproblem** bestand darin, dass Händler und Vertriebspartner Inhalte, Bilder und Nachrichten selbst erstellen mussten.



#### Ergebnis

Aus diesem Grund brachten diese frühen Advocacy-Bemühungen **nicht die erhofften Ergebnisse.**

#### Lösung

Damit Advocacy funktioniert, effektiv ist und für das Unternehmen relevant bleibt, brauchte STIHL eine Lösung, ein Tool, das den gesamten Prozess automatisiert und gleichzeitig das **Problem der Content-Erstellung löst.**

Die logische Konsequenz für STIHL war die Suche nach einer Advocacy-Software, die eine **Automatisierung des Interaktionsprozesses** mit den Ambassadors ermöglicht, Lösungen für die Content-Erstellung und -Verteilung bietet und letztlich die Advocacy-Bemühungen maximiert.



# Wie konnte **Ambassify** STIHL helfen?



Dank der Ambassify Plattform ist STIHL nun in der Lage, selbst **Inhalte zu erstellen und bereitzustellen**. Ambassify ist für STIHL ein Ort und ein Tool, um alle Vertriebspartner zusammenzubringen und den Prozess der Content-Erstellung und -Verbreitung zu optimieren. Die einzige Aufgabe der Vertriebspartner besteht darin, die fertigen Inhalte auf ihren Social Media Kanälen zu teilen.

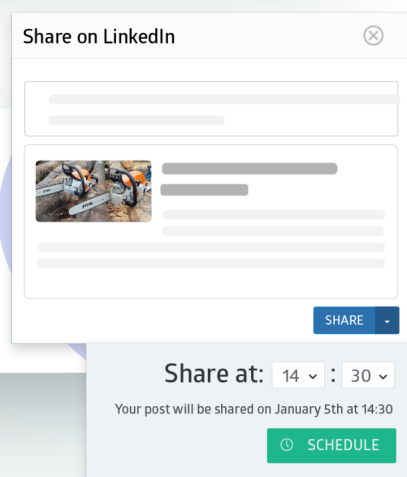


1

Über ein zentrales Tool können sie die Advocacy-Bemühungen der Händler koordinieren und den **gesamten Content-Output verwalten**.

2

Sie sorgen für eine **regelmäßige Bewerbung ihres Produkts** mit bewährten und relevanten Inhalten.



3

Sie können die **Aktivitäten der einzelnen Vertriebspartner beobachten**, wie viele ihrer Inhalte geteilt werden und welche Reichweite sie haben.

11 Shares

Member	Shared on	Verified

# Wie konnte **Ambassify** STIHL helfen?

## Phase 2

### Gesteigertes Engagement bei Vertriebspartnern und Partnern.

Das Hauptziel besteht darin, das Engagement der Vertriebspartner und Partner durch die Planung und Durchführung von Initiativen zu erhöhen, die alle Akteure zusammenbringen.



Sie wollen **Events und Awards zur Anerkennung der Bemühungen ihrer Händler** und deren Teilnahme an den STIHL Challenges und Kampagnen auf Ambassify organisieren.

Sie möchten Feedback, Ideen, Bilder und Entwürfe der Community-Mitglieder erhalten und **deren Input in ihren Content Output integrieren.**

10  
What would you like to see more of in our community?

URL  
https://

Image

Suggestion

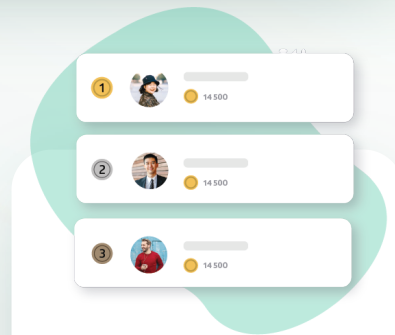
Submit

# Wie **STIHL** und seine Vertriebspartner Ambassify nutzen

STIHL nannte die Ambassify-Community für seine Mitarbeiter und Vertriebspartner die **“STIHL Together Community”** (Benelux)



Kampagnen in **Niederländisch** und **Französisch**



**Leaderboard-Scores**



Die Community hat noch kein Belohnungssystem für Ambassadors entwickelt. Sie haben jedoch beschlossen, ein **Leaderboard** einzuführen. Auf diese Weise können sie sehen, welche Mitglieder am besten abschneiden und dementsprechend mehr mit den Kampagnen interagieren.

**STIHL erstellt vorgefertigte Bilder und Text** für die Kampagnen. Die Vertriebspartner können diese bei Bedarf weiter personalisieren.



Für Werbekampagnen, Produkteinführungen, Tipps & Tricks, Events, Gewinnspiele etc., stellt **STIHL Inhalte zur Verfügung, die von den Vertriebspartnern (und Mitarbeitern) ganz einfach über LinkedIn, Facebook, Twitter, WhatsApp oder per E-Mail geteilt werden können.**



# Wie **STIHL** und seine Vertriebspartner Ambassify nutzen


Mit der Ambassify-Plattform ist STIHL in der Lage, spezifische Metriken zu erfassen und seine bevorzugten KPIs zu kontrollieren.



Wie viele Menschen **teilen** eine Kampagne



Die **Reichweite** jedes geteilten Beitrags



Die **Klicks**, die jeder Beitrag erhält



**Wusstest du schon?**

*Die meistgenutzten Kampagnen von STIHL sind Social Share & Share Facebook Post*

# Mit welchen Daten hat **STIHL** den Erfolg seiner Kampagnen bewertet?

## Social Share

61%

STIHL verzeichnete eine **Conversion Rate von 61%** und insgesamt **15936 Klicks**, die durch Social Share generiert wurden.

## Share Facebook Post

STIHL stellte fest, dass die Kampagne **Share Facebook Post** die meisten Klicks generierte.

9886  
Klicks

## Share a Link

1870  
shares

Die **Share a Link** Kampagne generierte **1870 Shares** und insgesamt **4632 Klicks**.



## Wie geht es weiter bei STIHL?

**Erstens** möchten sie die Community vergrößern, indem sie verstärkt in die Werbung für diese bei ihren Händler investieren, um mehr Ambassadors zu rekrutieren.

**Zweitens** wollen sie mehr inhaltliche Variationen für das gleiche Produkt bereitstellen, indem sie Downloads, PDFs, Bilder und vorgefertigte Social-Media-Posts erstellen, die die Händler nutzen und in ihren eigenen Netzwerken teilen können.