



## Fallbeispiel

### Neueinstieg am österreichischen Markt

#### Ausgangslage

Ein Telekommunikationsanbieter war viele Jahre am österreichischen Markt vertreten und hat schwarze Zahlen geschrieben. Durch strategische Neuorientierung wurde der Produktverkauf in Österreich gestoppt und für mehr als 5 Jahre ausgesetzt.

Das Vertrauen in das Unternehmen wurde durch die lange „Österreichpause“ stark geschwächt und andere Marken haben in der Zwischenzeit Ihre Beliebtheit ausgebaut.

Fast 6 Jahre später will das Unternehmen wieder in Österreich seine Produkte vertreiben und mit Innovationen + einzigartigen Designs Marktanteile gewinnen.

#### Auftrag

Unter Berücksichtigung von diversen Faktoren des ausländischen Mutterkonzerns wurde brainworker unter anderem mit PR-Arbeiten und gezielten Marketingaktionen beauftragt.

Es sollen neue Distributionskanäle gefunden und Kooperationen mit starken Marken geschlossen werden um die Verkaufszahlen zu steigern.

brainworker soll das Unternehmen nicht nur konzeptionell und kreativ sondern auch operativ betreuen.

#### Projekt + Ergebnis

Es wurde eine Marketingstrategie entwickelt und ein Marketingplan für ein Jahr erstellt. Weiteres wurden zwei außergewöhnliche Distributionspartner gewonnen welche unter anderen den Produktverkauf von exklusiven Geräten übernehmen.

Darüber hinaus wurden Presseterminale vereinbart und ein Info- sowie Showevent veranstaltet. Aufgrund dieser Maßnahmen und durch die Neuartigkeit der Distributionswege, gab es reges Presseecho welches in den Verkaufszahlen stark spürbar wurde.

Zielgruppenspezifische Maßnahmen, hauptsächlich die Zielgruppe < 21 betreffend, wurden gemeinsam mit externen Partnern und Medien realisiert und haben die Verkaufszahlen durch Aktionen und Gewinnspiele gesteigert.

Das Unternehmen hat Marktanteile sowie das Vertrauen der Kunden zurück gewonnen. Der österreichische Markt hat positiv auf die innovativen Methoden reagiert und wird sich in Zukunft auf neue Ideen freuen dürfen.