



Influencer Marketing
Gifted Reviews

Reichweite trifft Wirksamkeit: Wie BIODERMA mit Skeepers seine Markenbekanntheit steigert

KUNDENCASE – BIODERMA



BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Kunde

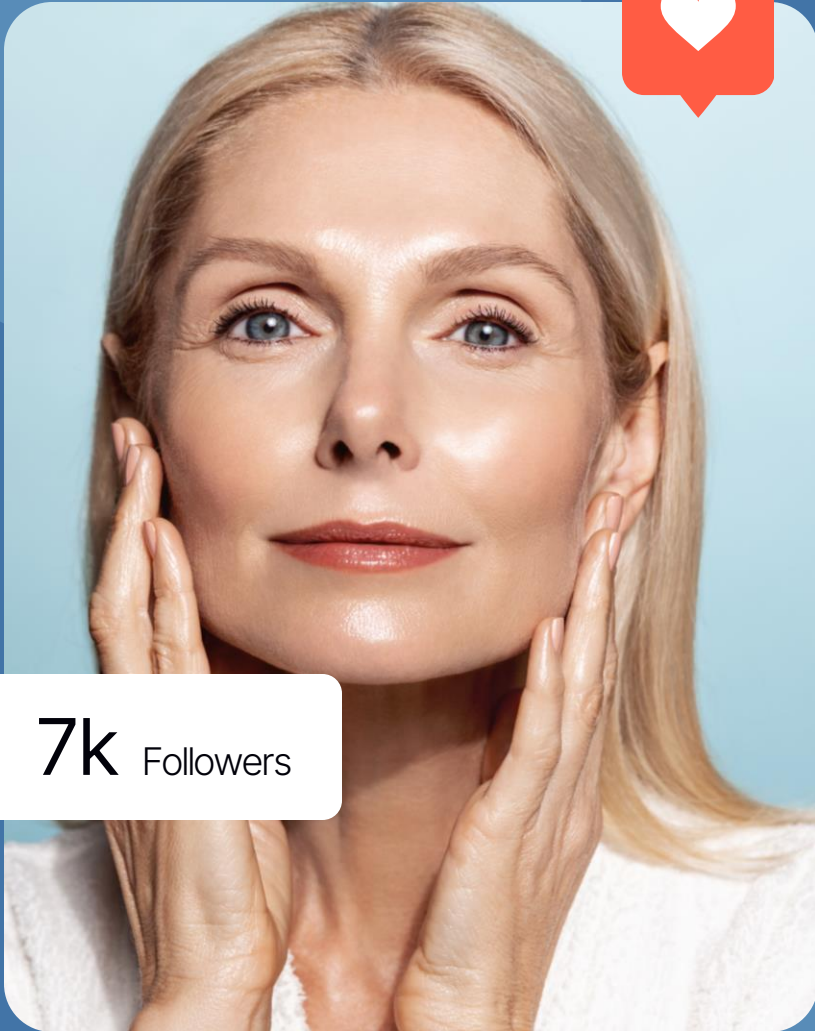


BIODERMA ist ein Unternehmen der NAOS-Gruppe, das sich auf dermatologische Kosmetik spezialisiert hat.

Die Erfolgsgeschichte begann vor 46 Jahren: 1977 entwickelte der französische Biologe und Apotheker Jean-Noël Thorel die ersten Produkte. Mit der Gründung von BIODERMA im Jahr 1985 konzentrierte sich Thorel fortan explizit auf das Thema Hautpflege. Der ganzheitliche Ansatz der Marke ist einzigartig. Er manifestiert sich im Prinzip der Ecobiologie, einer Zusammensetzung von „Ökosystem“ und „Biologie“. Dabei wird die Haut als lebendiges Ökosystem betrachtet, das mit seiner Umwelt interagiert und sich verändert.

Mit einem breiten Sortiment für verschiedene Hauttypen und einem besonderen Fokus auf Sonnenschutz hat sich BIODERMA als eine führende Marke im Bereich Hautpflege etabliert. BIODERMA ist heute in über 100 Ländern aktiv und weist in Deutschland ein stetiges Wachstum auf.





7k Followers



BRANCHE

Kosmetik



SKEEPERS-KUNDE SEIT

January 2023



SKEEPERS-LÖSUNG

Influencer Marketing

Gifted Reviews



WEBSEITE

<https://www.bioderma.de/>



Kontext und Ziele



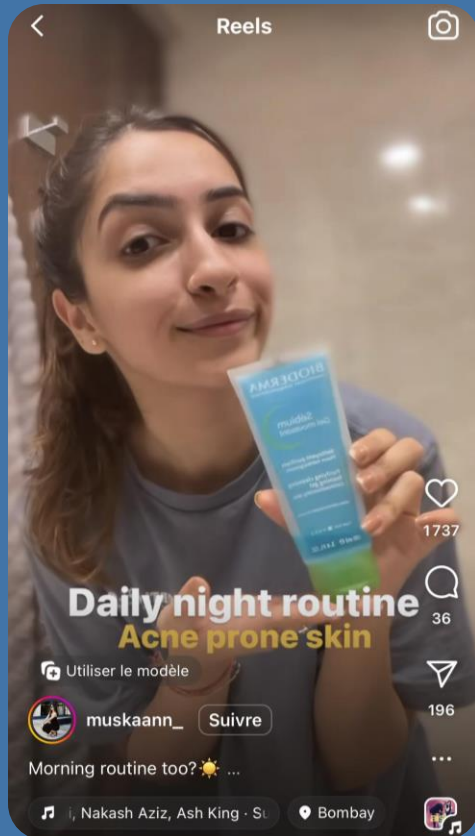
Steigern Sie die Markenbekanntheit und Sichtbarkeit

Nachdem BIODERMA bereits in Spanien erfolgreich mit Sleepers zusammengearbeitet hatte, startete im Januar 2023 die erste Sleepers-Kampagne in Deutschland. Ziel der Kooperation war es, die Reichweite und Markenbekanntheit von BIODERMA in Deutschland erheblich zu steigern. Außerdem sollten Produktbewertungen generiert werden, um die Sichtbarkeit und Online Reputation bei E-Retailern zu erhöhen.

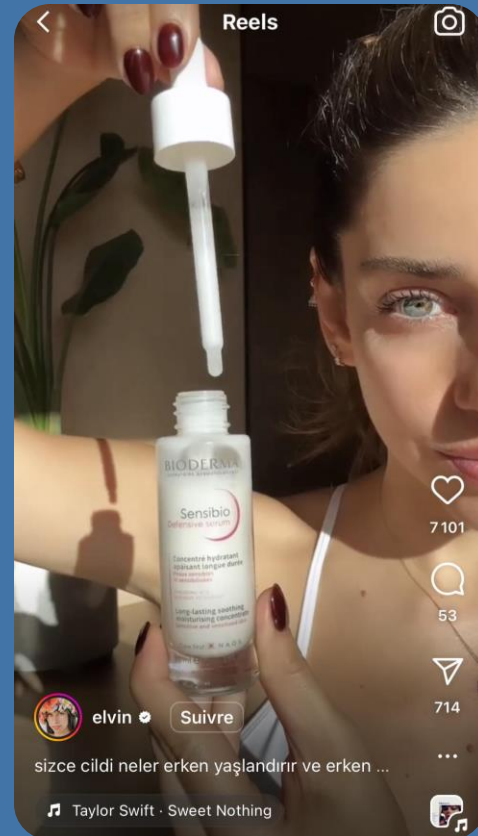
Zuvor setzte BIODERMA bei der Umsetzung von Influencer-Kampagnen auf wenige Micro-Influencer. Dabei stellte sich die Herausforderung, geeignete Content Creator zu finden. Durch die Zusammenarbeit mit Sleepers konnte BIODERMA die Prozesse der Influencer-Aktivierung und des Influencer-Managements umsetzen, professionalisieren und skalieren. Die Marke gewann signifikant an Zeit und konnte sich anderen Projekten widmen.



Lösung



Bildnachweis : @muskaann_ via Instagram



Bildnachweis : @elvin via Instagram

Eine Plattform zur Strukturierung Ihrer Mikro-Influencer-Strategie

Um die vorab definierten Ziele zu erreichen, entschied sich BIODERMA für die Sleepers-Lösungen „Influencer Marketing“ und „Gifted Reviews“. Auf der Influencer-Plattform von Sleepers wählte BIODERMA aus einer großen Auswahl an Influencern mit Hilfe von Filtern diejenigen aus, die den strategisch besten Brand Fit verzeichneten. Bereits zu Beginn legte die Marke zudem die Anzahl der kampagnenbezogenen Influencer-Kooperationen fest. Über die integrierte Funktion „Personal Profile“ der Plattform wurde ein präzises Targeting ermöglicht und somit eine maximale Relevanz der Profile gewährleistet. Das vereinfachte den Auswahlprozess für die Kosmetikmarke erheblich und gestaltete ihn deutlich effizienter. BIODERMA launchte sechs Kampagnen (Stand Juni 2023) auf Instagram und TikTok. Insgesamt haben sich auf die eingestellten Kampagnen 788 Influencer beworben. Der Großteil der Influencer war zwischen 27 und 38 Jahre alt und weiblich. Mit 138 Influencern kam eine Kooperation zustande.



Lösung

Management: Kampagnenplan für Influencer



Bildnachweis: @off.kuprikova via Instagram



Bildnachweis: @janaxskincare via Tiktok

Gemeinsam mit der Produktentwicklerin legte BIODERMA die Produkteigenschaften fest, die die Influencer besonders hervorheben sollten. Die Digital Managerin von NAOS entwickelte daraufhin Kampagnenpläne und stellte ein detailliertes Briefing für die Influencer zusammen. Darin enthalten waren die Key Messages, passende Hashtags sowie Angaben darüber, was bei der Präsentation der Produkte vermieden werden sollte. Nach Zustimmung der Kooperation wurden den Influencern die Produkte zugeschickt. Insgesamt entstanden 97 Publikationen.

Im Rahmen der Skeepers-Lösung „Gifted Reviews“ wurden BIODERMA-Artikel an Verbraucher:innen geschickt, um von ihnen Text- und Sterne-Bewertungen zu erhalten. Diese erschienen auf der Website von BIODERMA sowie bei den Partner-Retailern DocMorris und Shop Apotheke.



Ergebnisse auf Instagram

5,13% Engagement-Rate

176k Impressionen

813K Followers

173k Reach

9K€ EMV

39k Likes

1.792 Kommentare

139 Stories



Ergebnisse auf Tiktok



5,20% Engagement-Rate

2K Views

106 Likes

2 Kommentare



Ergebnisse Gifted Reviews



141 Bewertungen

4,98/5 Global Scoring

Durch „Gifted Reviews“ erhielt BIODERMA insgesamt 141 Produktbewertungen mit einem Overall Score von 4,98 von 5 Sternen. Dies stärkte nachhaltig das Vertrauen der Verbraucher:innen in die Wirksamkeit der Produkte.

Die positiven Bewertungen sorgten zusätzlich für eine stärkere Positionierung bei den E-Retailern. Die Ergebnisse zeigen den Erfolg der Kampagnen mit Skeepers und unterstützen die Kosmetikmarke BIODERMA maßgeblich dabei, ihre Ziele im E-Commerce und Social Media zu erreichen.



Gifted Reviews

Mandy Bettzieche



#eingeschenkvonbioderma diese Creme ist wirklich gut, verleiht viel Feuchtigkeit und zieht sofort ein. Ist ohne Parfum und deswegen perfekt für meinen kleinen Sohn - wir lieben diese Creme und benutzen sie oft.

Sara Peppel



Das Produkt wirkt wirklich super. Mein Gesicht ist ebenmäßiger und fühlt sich endlich wieder gut an. Die Textur ist angenehm und auch den Geruch mag ich gern. Eine echte Wunderwaffe.
#eingeschenkvonbioderma

Laura Kreideweiß



#eingeschenkvonbioderma Im Rahmen eines Produkttests durfte ich die Bioderma Atoderm Crème Ultra kostenlos testen und sie war von der ersten Anwendung an super für meine Haut geeignet, hat ihr direkt ein gepflegtes, weiches Hautgefühl verliehen.



Fazit



Durch Skeepers konnte BIODERMA die definierten Ziele in Bezug auf Reichweite und Markenbekanntheit erreichen. Dabei trugen die Influencer-Kampagnen und Produktbewertungen maßgeblich dazu bei, die Sichtbarkeit der beworbenen Produkte und das Vertrauen der Verbraucher:innen zu steigern. Die Kooperation mit den Influencern erwies sich als sehr effektiv. Eine klare Kommunikation und zielgerichtete Briefings förderten zusätzlich den Erfolg der Kampagnen. Besonders positiv empfand BIODERMA die stets gute Erreichbarkeit von Skeepers und den professionellen, reibungslosen Ablauf der Zusammenarbeit.

Aufgrund der erfolgreichen Partnerschaft möchte BIODERMA auch zukünftig Projekte mit Skeepers umsetzen. Dabei werden gewonnene Erkenntnisse aus bisherigen Kampagnen genutzt, um künftige Aktivitäten zu optimieren. Die Zusammenarbeit mit Influencern soll dadurch konstant erfolgreich gestaltet werden. Das Unternehmen plant in naher Zukunft die Einführung neuer Produktlinien und wird sich weiterhin auf hochwertige Inhaltsstoffe und die Kooperation mit geeigneten Influencern konzentrieren. Durch die Partnerschaft Skeepers wird die Marke BIODERMA Ihre Position als Branchenführer in der Hautpflege weiter stärken können.



Zitat



Bildnachweis : @mylittleboxde via Instagram



Jana FIRHER

Digital Managerin der NAOS Deutschland GmbH

„Die Zusammenarbeit mit Sleepers ist ein großer Gewinn für BIODERMA, da wir unsere Reichweite und Markenbekanntheit signifikant steigern konnten und weiter steigern werden. Die professionelle und unkomplizierte Partnerschaft hat uns beeindruckt. Wir freuen uns darauf, diese Erfolgsgeschichte fortzuführen und unsere Position als führende Marke im Bereich Hautpflege gemeinsam mit Sleepers noch weiter zu festigen.“



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

Demo anfordern

