



Medienmitteilung

## **Best of Migipedia: Erfolgreiche Onlinekampagne von BoB kürt die Favoriten**

**Zürich, 9. Dezember 2021** – *Migipedia.ch ist eine einzigartige Community-Plattform, auf der Migros-Produkte evaluiert, diskutiert und bewertet werden. In enger Zusammenarbeit gelingt es Webrepublic und Wirz, Kreativität und digitales Know-how zu fusionieren und gewinnbringend für die Migipedia-Kampagne einzusetzen. Das Resultat: originelle und ansprechende Werbemittel nach aktuellen Best Practices und eine ausserordentlich gute Performance der Onlinekampagne.*

Seit über zehn Jahren bewerten Kundinnen und Kunden auf der digitalen Plattform Migipedia das Migros-Sortiment, beteiligen sich an der Produktentwicklung und testen neue Artikel. Dadurch erhält die Migros wiederum Einblicke in die Bedürfnisse ihrer Kundschaft und profitiert von zeitnahe Feedback zur Qualität und Relevanz ihres Angebots. Es gilt: je grösser die Migipedia-Community, desto mehr Insights für die Migros.

Grund genug, durch eine Onlinekampagne mehr Nutzerinnen und Nutzer zu gewinnen und so das Engagement auf Migipedia zu steigern. Erreicht hat die Migros dieses Ziel zusammen mit Wirz und Webrepublic im Kollaborationsmodus BoB – Best of Both: Die beiden Agenturen haben zusammen in der Co-Creation Werbemittel, Mediastrategie und technische Umsetzung von Anfang an miteinander verschmolzen.

### **Die Kampagne: Lieblingsprodukte bewerten**

Wirz und Webrepublic setzen konsequent auf einen datenbasierten Ansatz: Sie haben die beliebtesten Produkte der Migipedia-Community evaluiert. Anschliessend hatten die Userinnen und User Gelegenheit, für jedes Jahr seit der Gründung der Plattform ein «Produkt des Jahres» zu nominieren.





Diese auserwählten zwölf Top-Artikel wurden seit Oktober in drei Pushes auf unterschiedlichen Onlinekanälen (Social Media, Display, SEA) ausgespielt. Die Aufforderung: den persönlichen Liebling unter den Lieblingsprodukten auf Migipedia zu bewerten. Der Algorithmus und das Targeting sorgten dafür, dass jeder Zielperson das Produkt angezeigt wurde, das sie am ehesten bewerten möchte. Zwischen den einzelnen Kampagnen-Pushes ermöglichte die sehr enge Zusammenarbeit zwischen den beiden Agenturen und dem Kunden, am Targeting zu feilen und die Creatives zu optimieren.

### Das Resultat: Ziele übertroffen

Das datengetriebene Konzept, die Erstellung der Werbemittel konsequent nach digitalen Best Practices, deren flexible Anpassung sowie die zielgruppengerechte Ausspielung boten einen grossen Mehrwert für die gesamte Kampagne und die Migros: Das Ziel für Migipedia – mehr als 15'000 zusätzliche Bewertungen und die Steigerung der Anmeldungen um 30 Prozent bis Ende 2021 – konnte bereits im November übertroffen werden. Zusätzlich wurde eine um 25 Prozent höhere Login-Rate erzielt.

## Über BoB von Wirz und Webrepublic

BoB – Best of Both – ist die einzigartige Zusammenarbeit von zwei führenden Agenturen im Schweizer Markt: Wirz und Webrepublic verknüpfen kreative Brillanz mit digitaler Expertise und bieten mit BoB den Full Service aus einer Hand. BoB ist ein Gamechanger, der Media, Technologie, Strategie und Kreation von Anfang an miteinander verknüpft. BoB macht Werbung besser und effizienter.

### Verantwortlich bei Migros:

Philipp Bühler (Senior Product Manager Community & Content), Patrick Blum (Projektleiter Digital Media), Philippe Stuker (Abteilungsleiter Digital Platforms)

### Verantwortlich bei BoB:

Lorenz Clormann, Artur Faria, Tony de Faria, Luigi Vitiello, Björn Bippus, Guilherme Neder Florian Siegrist, Laura Saner, Hannah Mey, Adrian Huwyler (Kreation), Erasmo Palomba, Nadja Kilchhofer, Magdalena Zbiec (Art Buying), Dominik Plüss, Melissa Günthardt (Media), Nico Keramaris, Anina Eugster, Nathalie Reichmuth (Beratung) Giovanni Bucca, Thomas Peller, Yussef Serrat, Désirée Guzzo, Corinne Räber, Angelo Mabellini, Rahel Signer, (Medienrealisation), Karin Gartmann, Oliver Fäs (Bildbearbeitung)

**Animation CGI:** Flaeck GmbH

**Sound:** Jingle Jungle AG

**Website:** Smartive AG