



CASE STUDY

From bicycling shop-to-shop promoting products to advanced community engagement with micro influencers



Influencer Marketing | SMM

Affermato produttore italiano di latticini si affida alle nostre strategie e strumenti per consolidare la notorietà del brand e accrescere la base di consumatori.

La storia di Stuffer



La storia del rinomato brand Stuffer ha inizio nei primi del '900, quando il giovane Heinrich Stuffer, in sella alla sua bicicletta, girava per le vie di Bolzano per promuovere prodotti alimentari di alta qualità.

L'azienda fu fondata sessant'anni più tardi da suo figlio Klaus, determinato a produrre deliziosi prodotti caseari. Innovazione e qualità sono alla base della odierna produzione dell'azienda di Bolzano, che ad oggi offre più di 300 prodotti differenti, con oltre 50.000 tonnellate di alimenti e bevande distribuite annualmente in tutt'Italia.

La rapida crescita del settore alimentare e le sempre maggior richieste da parte dei consumatori rendono di fatto questo ambito uno dei più competitivi.

Ne consegue l'importanza della brand awareness, così come entrare in contatto con potenziali clienti fidelizzabili; anche per brand come Stuffer.



I social media costituiscono uno dei canali più lucrativi per il mercato di bevande e alimenti, senza dimenticare quanto la collaborazione con i Food Bloggers sia utile a raggiungere i consumatori in cerca di prodotti più ricercati.

La combinazione delle due tattiche commerciali ha dato vita all'evento "In cucina con Stuffer", dove una ben conosciuta Food Blogger prepara originali manicaretti utilizzando prodotti Stuffer, e le mini influencer partecipanti possono condividere le loro ricette e la loro esperienza culinaria con i followers, ricevendo al contempo like e commenti.

Questi eventi, svoltisi due volte all'anno per tre anni consecutivi, ha riscosso un successo tale da far innamorare 21 Food Bloggers del marchio Stuffer, con una media di 220 contenuti generati ogni anno dagli utenti.

Il risultato è un raddoppiamento dei post correlati sui social media, con oltre 480 post all'anno, dei quali almeno la metà arriva dalla community.

Stuffer ha duplicato la popolarità del suo brand senza ricorrere a ingenti investimenti, accrescendo la brand awareness a 3.5 milioni di persone, con oltre 500.000 interazioni e un'aumento del coinvolgimento sui social network del 129%.

Non è soltanto una questione di numeri: i contenuti così generati hanno un valore inestimabile. L'autenticità e il coinvolgimento che ne derivano sono ottenibili soltanto grazie alla visibilità data dai food bloggers della community.



220

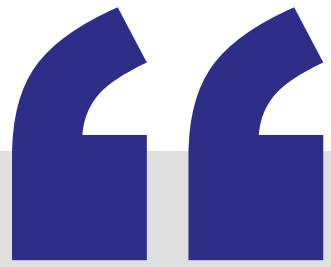
user generated
content/year

35MM

awareness

550k

interactions



Siamo fieri di essere un'azienda innovativa. Trovare un partner come AI6, capace tanto di innovare quanto di ottenere risultati tangibili, è stato fondamentale per la costante crescita online del nostro brand.

Michael Siller

Product Manager & Marketing,
STUFFER



AI6

Siamo un gruppo di professionisti del marketing altamente qualificati che ascoltano i dolori dei clienti, sono in grado di interpretare i loro dati e comprendere i loro obiettivi di business.

Sviluppiamo tecnologie e integriamo i nostri servizi in soluzioni, su misura per le esigenze dei nostri clienti per aumentare la loro maturità digitale. In definitiva, siamo appassionati di far sì che i nostri clienti abbiano successo nel breve e nel lungo periodo.