

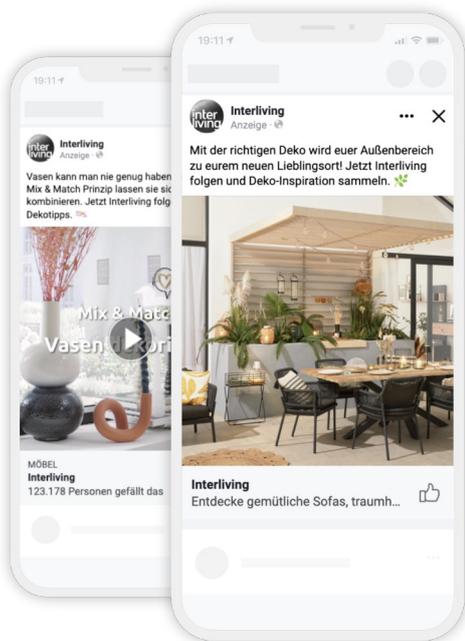


## CONXT X EINRICHTUNGSPARTNERRING VME

### EINE ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT.

Seit 2017 arbeitet CONXT in unterschiedlichen Bereichen mit dem Einrichtungspartnerring VME zusammen. Interliving bietet ein exklusives Sortiment bei über 200 Händlern bundesweit. Die gemeinsame Arbeit hat zu einer Reihe spannender Projekte geführt – die Ergebnisse können sich sehen lassen!

Neben der Konzeption, Umsetzung und Optimierung von Social-Kampagnen auf Facebook, Instagram und Pinterest kümmert sich CONXT um die strategische Beratung und die Durchführung von Workshops. Dabei liegt der Fokus nicht nur auf der Steigerung von Aufmerksamkeit, Followerzahlen und Besucherverkehr auf der Website, sondern auch auf der jährlichen Interliving TV-Kampagne mit einem bekannten Testimonial wie aktuell Samu Haber.



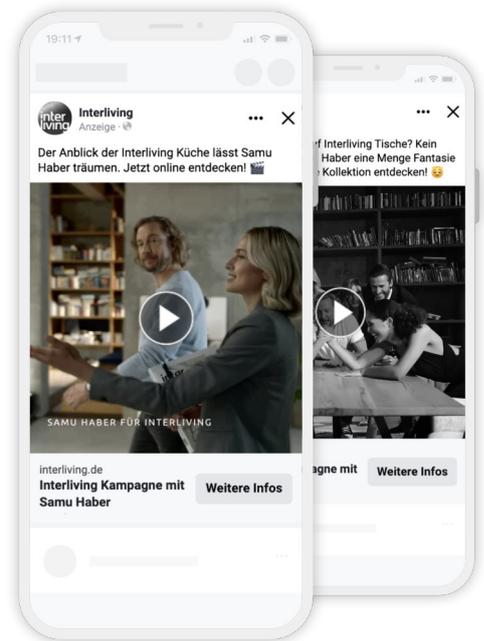
### PERFORMANCE-KAMPAGNEN FÜR MARKENBEKANNTHEIT & WEBSITE-TRAFFIC

Ein zentraler Schwerpunkt der Zusammenarbeit liegt auf der Umsetzung von Performance-Kampagnen, die darauf abzielen, die Markenbekanntheit zu steigern und den Traffic zur Interliving-Website zu erhöhen. CONXT entwickelte eine maßgeschneiderte Performance-Strategie, um die Marke Interliving seit 2017 online bekannter zu machen. Hierbei wurden Facebook, Instagram und Pinterest genutzt, um relevante Inhalte gezielt an die Zielgruppe zu kommunizieren. Durch verschiedene Kampagnen wurden die Reichweite, Interaktionen und der Website-Traffic stark angekurbelt. Zusätzlich wurden die von Interliving produzierten TV-Spots mit passenden Kampagnen über Facebook, Instagram und Pinterest flankiert.

Die Ergebnisse der Performance-Kampagnen sind beeindruckend. Es konnte eine Community von über 120.000 Interliving-Followern auf Facebook, Instagram und Pinterest aufgebaut werden. Die TV-Spots erreichen über Social Media jedes Jahr bereits mehr als 70 Millionen Aufrufe in Deutschland.

## SAMU HABER ALS TESTIMONIAL FÜR DIE DACH-WEITE MARKENKAMPAGNE

Ein weiteres Best-Practice-Beispiel ist die DACH-weite Markenkampagne mit einem bekannten Werbegesicht wie gegenwärtig Samu Haber. CONTXT kümmert sich um die Konzeption, das Setup und die Auspielung der jährlichen Online-Kampagne. Durch die gezielte Ansprache der Zielgruppe über Facebook, Instagram und Pinterest wurde eine beachtliche Reichweite von ca. 50 Millionen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreicht. Die TV-Spots erzielten im Jahr 2023 schon eine durchschnittliche Viewthrough-Rate von bis zu 90 Prozent – was bedeutet, dass fast jeder Betrachter den 90-Sekunden-Clip vollständig ansieht.



## BERATUNG UND WORKSHOPS ZUR STRATEGIEENTWICKLUNG FÜR DEN MÖBELVERBAND

Neben den Kampagnen unterstützt CONTXT den Einrichtungspartnerring auch durch strategische Beratung und Workshops. Hierbei werden die Herausforderungen des Möbelverbands in Bezug auf die Kommunikation und das Marketing für verschiedene Eigenmarken angegangen. Durch eine systematische Vorgehensweise und eine klare Ausrichtung auf die Zielgruppe werden so beispielsweise Ziele, Kanäle und Formate im Rahmen von Social-Media-Strategien entwickelt.

## LASSEN SIE UNS ÜBER IHR PROJEKT SPRECHEN

Die erfolgreiche Partnerschaft zwischen CONTXT und dem Einrichtungspartnerring VME hat gezeigt, dass eine starke Zusammenarbeit zu außergewöhnlichen Ergebnissen führen kann. Wenn auch Sie auf der Suche nach einer Agentur sind, die Ihnen dabei hilft, Ihre Marke online zu stärken und Ihre Ziele zu erreichen, buchen Sie jetzt Ihren persönlichen Beratungstermin unter [contxt-agentur.de](https://www.contxt-agentur.de)! Wir freuen uns darauf, von Ihnen zu hören!

## IHR ANSPRECH-PARTNER:



**Jannik Bork**  
Geschäftsführender Gesellschafter

+49 176 70723265

[jannik@contxt-agentur.de](mailto:jannik@contxt-agentur.de)