



SOCIAL MEDIA STRATEGY

presented by
MA MARKETING

AGENDA

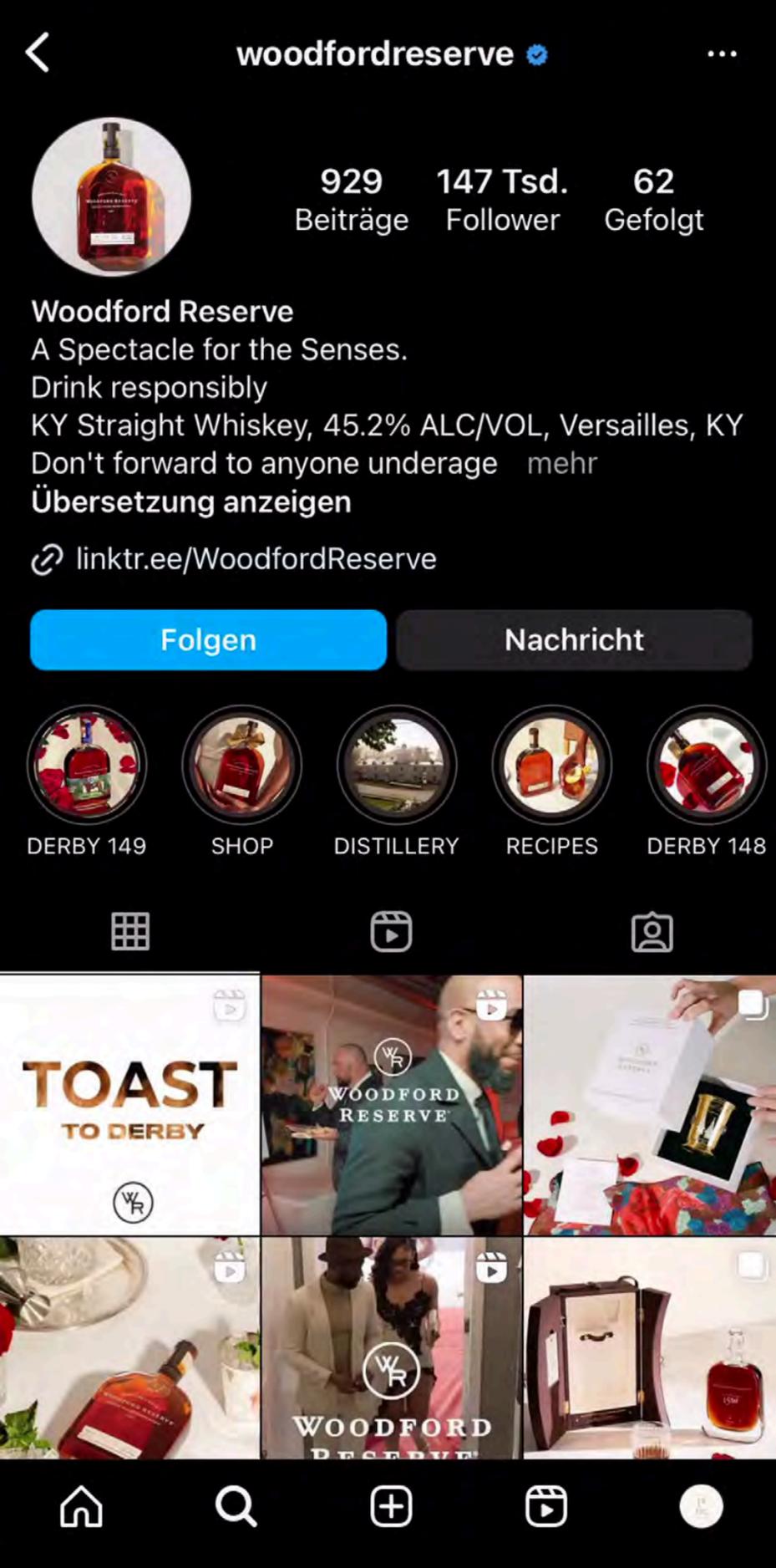


- Ausgangslage
- Marktanalyse/Mitbewerber
- SWOT-Analyse
- Marketingziele
- Zielgruppenanalyse
- Personas
- Tonalität und Bildsprache
- Social Media Guidelines
- Krisenmanagement
- rechtliche Grundlagen
- Ressourcenplanung
- Ausblick

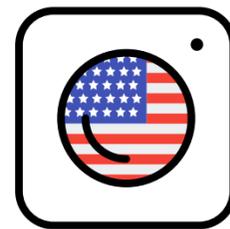
BRAND PROMISE

Woodford Reserve exists to...





INSTAGRAM



@woodfordreserve

- 147 Tsd. Follower USA
- 20-30 mio. Reichweite
- Videos / Bilder / Rezepte



@woodfordreserve.de

- 0 Follower DE
- Testlauf Berlin

MARKTANALYSE

Whisky-Markt in Deutschland:

- Der **Gesamtwhiskymarkt** in Deutschland hatte 2021 einen Wert von rund **1,4 Milliarden Euro**.
- Dabei entfielen **1,1 Milliarden Euro auf Scotch Whisky** und **300 Millionen Euro** auf andere Whisky-Sorten wie Bourbon.
- Der Absatz von Whisky stieg in Deutschland von 2010 bis 2021 um rund **60% auf 130 Millionen Liter**.
- Besonders die Nachfrage nach Premium- und Craft-Whiskys wächst stark.

Bourbon-Markt in Deutschland:

- **Bourbon** macht rund **21%** des deutschen Whisky-Marktes aus.
- Der Absatz von Bourbon stieg von 2010 bis 2021 um **160%** auf 27 Millionen Liter.
- Dabei ist ein Trend zu höherwertigen Bourbon-Sorten zu erkennen.
- Laut einer Studie von NielsenIQ trinken 28% der Deutschen gelegentlich Bourbon.
- Wichtige Absatzmärkte sind Bars, Restaurants und der Lebensmitteleinzelhandel.

MARKTANALYSE

WHISKEY

- Branche: häufigster Konsum DE nördliche und westliche Bundesländer, 45% hatte Bourbon Whisky im Jahr 2010, ca. **10% Spirituosen Markt** (2010)
- Marktverteilung: **Männer zwischen 30 und 55 Jahren** mit überdurchschnittlichem Einkommen.
- Marktwachstum steigt bei unter **30-jährigen** mit **Whisky-Mixgetränken** (neuer Trend/neue Richtung)
- **Potential:** Woodford Reserve als Designer Whisky für den perfekten taste & look, traditionell & modern zugleich (vereint das Beste aus den Welten der Qualität und Ästhetik)
- Glenfiddich, The Balvenie, Glenlivet, The Macallan, Maker's Mark, **Buffalo Trace, Bulleit** (+Design Faktor / aber traditioneller), **Glenmorangie** (+Design Faktor / aber kommerzieller)

COCKTAIL

- Branche: Marktanteil à **Cocktails u. Longdrinks 20%, Wein 30% (50% Bier)** / Whiskeyverzehr DE schätzungsweise: 30-40% PUR, **20-30% Cocktail, Longdrink 40-50%**
- Männer bestellen tendenziell häufiger Bier und Longdrinks, während **Frauen** eher Wein und Cocktails bevorzugen.
- **Jüngere Zielgruppen** neigen insgesamt zu mehr Cocktails und Longdrinks, während ältere Zielgruppen eher Bier und Wein trinken.
- In **Großstädten** ist der Konsum von Cocktails und Longdrinks höher als in ländlichen Gebieten.
- **Saisonale Schwankungen:** Im Sommer werden tendenziell mehr kühle Getränke wie Bier und Longdrinks konsumiert, während im Winter heiße Getränke wie Glühwein und Punsch beliebter sind.
- **Anlassbezogener Konsum:** Bei Feiern und Veranstaltungen werden Cocktails und Schaumweine häufiger bestellt, während im Alltag eher Bier und Wein konsumiert werden.

MITBEWERBERANALYSE

WHISKEY COMMUNITY VS. COCKTAIL COMMUNITY



- **Deutsche Whisk(e)y Community**
 - favorisiert derzeit Scotch

Glenfiddich

The Balvenie

Glenlivet

The Macallan

Maker's Mark

Buffalo Trace

Bulleit (Design Faktor)

Glenmorangie (Design Faktor)

- **Cocktail Community**

- lebt von dem Lifestyle Gedanken
- größeres Wachstumspotenzial

Bacardi

Havana Club

Jim Beam

Jack Daniels

Lillet

Aperol



Strengths

Qualität und Prestige
Geschichte und Tradition
Design
Marktnische – Cocktail Elite
Heritage
Nachhaltigkeit
Geschmack

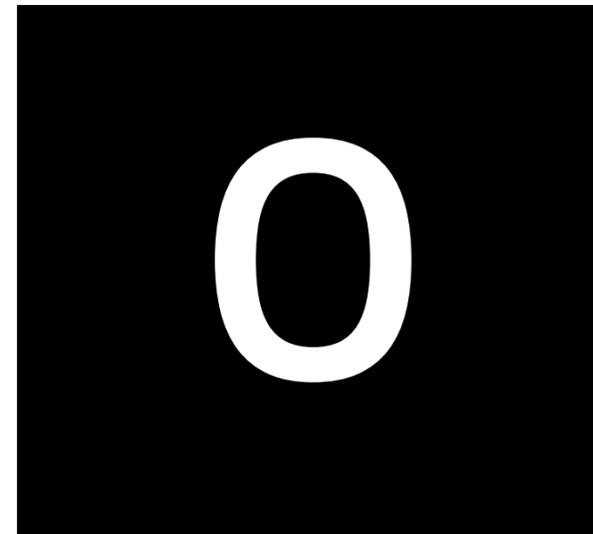


Weaknesses

Kulturelle Unterschiede
zu günstig für Premium
Keine Bekanntheit in DE
Wenig Ressourcen / Budget

Opportunitys

Wachsender Markt
Zunehmende Beliebtheit von Premium
Spirituosen
Premium Platzierung auf einem neuen Markt
mit neuer Zielgruppe
**WR als neues It-Piece für elegante
Partys/Hostings mit Stil**



Threats

Starker Wettbewerb
Wirtschaftliche Rezessionen
Regulierung des Alkoholmarktes
Wettbewerb durch neue Marktteilnehmer
Änderung von Verbraucherverhalten
**Bourbon vs. Scotch (Bourbon in Dtl. kein
Whiskey-Favorit)**



USP

- Dreifach destilliert
- Hoher Roggenanteil
- Einzigartiges, sehr modernes Flaschendesign

SMP

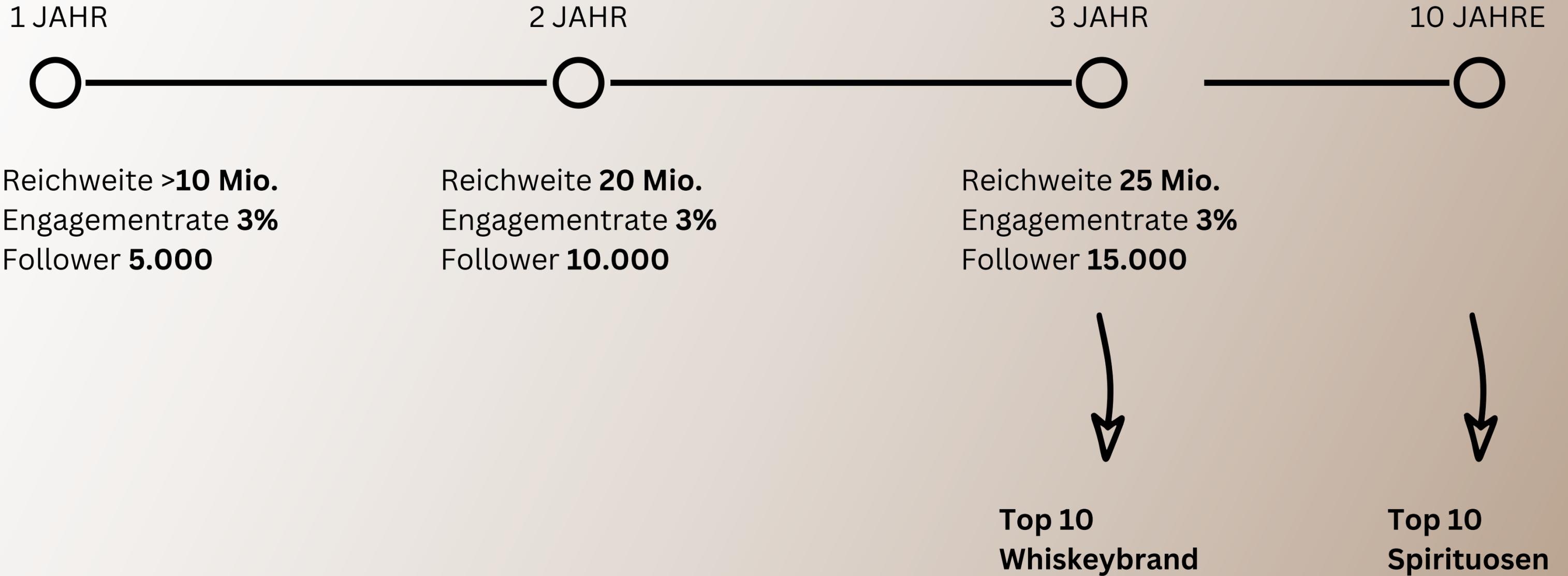
- "Woodford Reserve – savor the moment, celebrate with style."



QUALITATIVE ZIELE

- **Steigerung der Markenbekanntheit und -wahrnehmung**
- Direkter Kontakt und Bindung zur Whisky-Community
- Positionierung als führende Bourbon-Marke im Premium-Segment
- **Positionierung als führender Premium-Whisky für Cocktails und Longdrinks**
- **Verbesserung des Images als traditionsreiche Manufaktur**

QUANTITATIVE ZIELE



ZIELGRUPPE

- Sozial und **kommunikativ**
- **Netzwerker** mit der Fähigkeit Menschen zu inspirieren und zu motivieren
- **Technikaffin**: Sie nutzen soziale Medien und digitale Plattformen intensiv und **sind in der Regel auf mehreren Plattformen aktiv**
- **Einflussreich**: haben oft einen erheblichen Einfluss auf ihre sozialen Kreise
- **Interessen**: *Networking-Events*, Konferenzen, **soziale Medien**, **kulturell interessiert und engagiert**, **Community-Building-Aktivitäten**
- **Kaufverhalten**: Sie tendieren dazu, **Marken** zu unterstützen, die ihnen helfen, ihre sozialen Ziele zu erreichen. **Produkte und Dienstleistungen, die das Networking erleichtern oder soziale Anerkennung bieten**, sind für sie besonders attraktiv.
- **Medienkonsum**: Sie konsumieren **Inhalte**, die ihnen helfen, ihre Netzwerke zu erweitern und zu pflegen



**THE PASSIONATE
CONNECTOR**



SOPHIA

Alter: 32 Jahre

Wohnort: Berlin

Beruf: Account Manager (Fin-Tech)

Familienstand: ledig, liiert

Einkommen: € 2.900 netto

**Influencer Inspiration: @farinaopoku,
@valentinaballerina**



ALEX

Alter: 42 Jahre

Wohnort: Berlin, Deutschland

Beruf: Brand Manager

Familienstand: ledig

Einkommen: € 5.300 netto

**Social Media Inspiration: @david_pher,
@gerardknows**



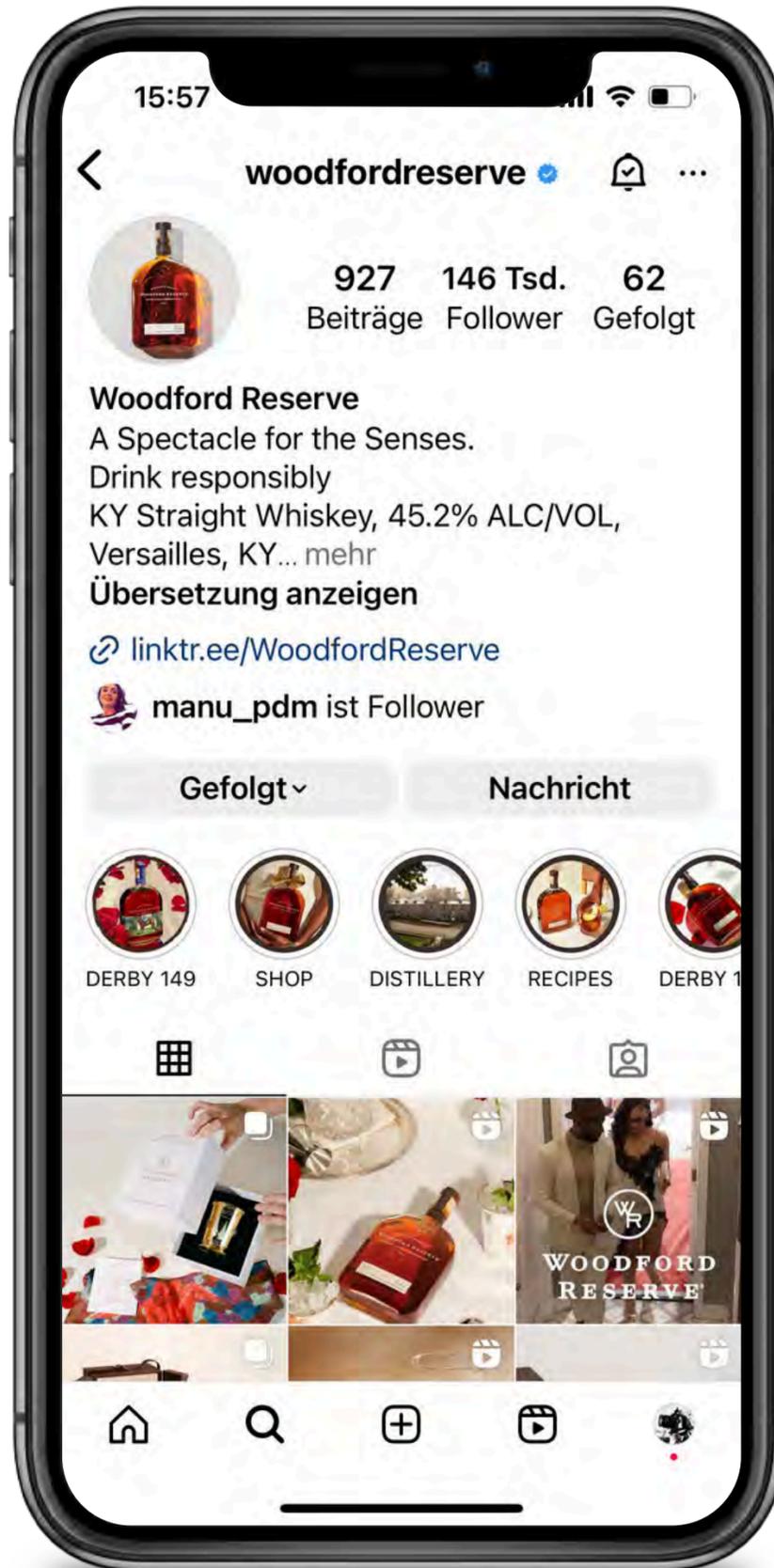
TONALITÄT

- Markenstimme: auf Augenhöhe mit hohem Bildungsniveau, **höflich, inspirierend, einladend, kraftvoll, positiv**
- **Du-Form**
- Wortwahl: **anspruchsvoll, echt, charmant**
- Satzstruktur: einfach und kurz
- Sprache: Deutsch, aber mit Englischen Trendbegriffen, Claims, etc.
- Do's & Dont's
- Wichtige Markenidee und korrekte Verwendung:
- Bourbon Herstellung als Kunstform
- Stil: Formuliere Beiträge mit einem Hauch von **Luxus und Raffinesse**, aber vermeide übermäßige Förmlichkeit. Die Sprache sollte **klar und prägnant** sein.



BILDSPRACHE

- Produktfotografie (Stimmung, Lichteinstellung, etc.) übernehmen
- **hochwertige**, gut beleuchtete und **ansprechend** komponierte **Bilder und Videos**. Unschärfe oder minderwertige Bilder sind nicht akzeptabel
- Farbpalette: siehe **Brand Guidelines**
- Branding: Stelle sicher, dass das Woodford Reserve-Logo und andere Markenelemente prominent und konsistent in den Beiträgen erscheinen
- **Hohe Bildqualität / Auflösung**
- Content – **Premium Qualität**
- Abgrenzung vom amerikanischen Markt
 - persönlich, Storytelling
 - „einen ästhetischen Cocktail in guter Gesellschaft genießen“



SOCIAL MEDIA GUIDELINES

Um mehr Relevanz und Engagement für deine Zielgruppe zu erzielen und den aktuellen Newsfeed des us-amerikanischen Accounts, der hauptsächlich aus hochwertigen Produktfotos besteht, zu ergänzen, solltest du eine vielfältigere Content-Strategie entwickeln...

1. Storytelling

- **Markengeschichte:** Teile die Geschichte von Woodford Reserve – die Tradition, den Herstellungsprozess und die Menschen hinter der Marke. Erzählungen über die Herkunft und Handwerkskunst können eine tiefere Verbindung schaffen.
- **Mitarbeiter-Features:** Stelle die Menschen vor, die hinter der Marke stehen, wie Brennmeister, Vertriebler oder Marketingexperten. Dies humanisiert die Marke und macht sie greifbarer.

2. Nutzer-generierte Inhalte (UGC)

- **Wettbewerbe und Challenges:** Starte Kampagnen, bei denen Follower ihre eigenen Fotos und Videos mit Woodford Reserve teilen können, z.B. „Teile dein Lieblings-Woodford-Cocktail-Rezept“.
- **Reposts:** Teile Beiträge von Followern, die den Bourbon in interessanten Kontexten nutzen – sei es beim Feiern, Kochen oder einfach beim Entspannen.

SOCIAL MEDIA GUIDELINES

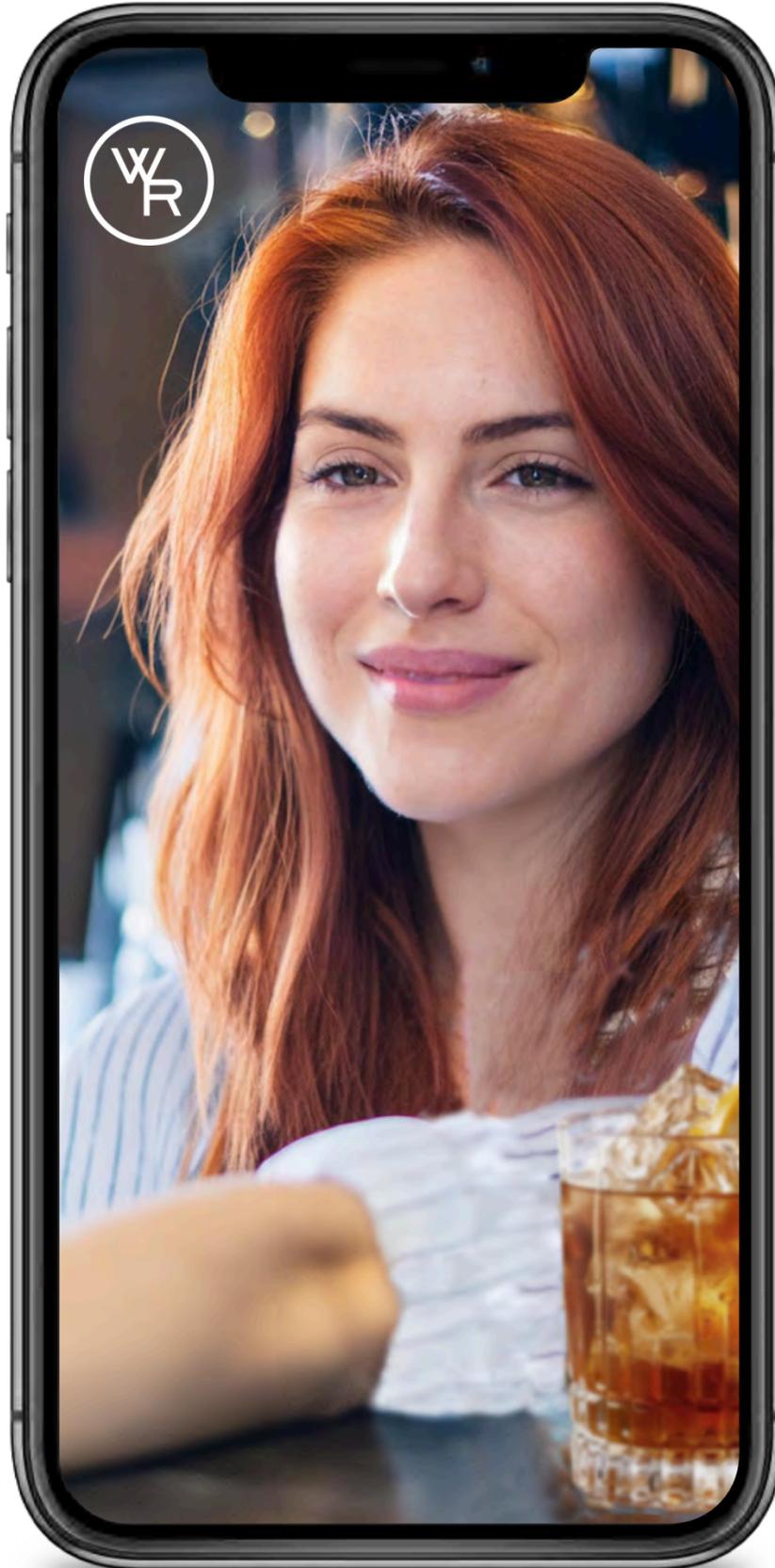


3. Bildung und Information

- Cocktail-Rezepte: Teile regelmäßig Rezepte für klassische und innovative Cocktails, die mit Woodford Reserve zubereitet werden können. Schritt-für-Schritt-Anleitungen und kurze Videos sind besonders ansprechend.
- Tasting Notes: Erkläre die verschiedenen Geschmacksnoten und Aromen, die man beim Verkosten von Woodford Reserve erwarten kann. Dies kann durch kurze, informative Videos oder ansprechend gestaltete Infografiken geschehen.

4. Lifestyle-Inhalte

- Events, Hosting und Erlebnisse: Teile Inhalte von Events, bei denen Woodford Reserve präsent ist, oder ermutige Follower, eigene Veranstaltungen mit dem Bourbon zu gestalten.
- Pairing-Ideen: Gib Tipps, wie man Woodford Reserve mit verschiedenen Speisen kombinieren kann, z.B. Schokolade, Käse oder Grillgerichte.



SOCIAL MEDIA GUIDELINES

5. Exklusive Einblicke

- Behind-the-Scenes: Zeige exklusive Einblicke in die Brennerei, besondere Herstellungsprozesse oder die Abfüllung neuer Chargen.
- Sneak Peeks: Gib Vorschauen auf neue Produkte oder limitierte Editionen, die bald verfügbar sein werden.

6. Interaktive Inhalte

- Umfragen und Fragen: Nutze Umfragen und Fragen in den Instagram Stories oder Facebook-Posts, um die Meinung und Vorlieben deiner Follower zu erfahren.
- Live-Sessions: Veranstalte Live-Tastings, Q&A-Sessions oder virtuelle Touren durch die Brennerei, um direkt mit der Community zu interagieren.



SOCIAL MEDIA GUIDELINES

7. Saisonale und aktuelle Themen

- Feiertage und Anlässe: Nutze Feiertage und besondere Anlässe, um thematisch passende Inhalte zu erstellen, z. B. besondere Cocktailrezepte für Weihnachten, Silvester oder den International Bourbon Day.
- Aktuelle Ereignisse: Beziehe dich auf aktuelle Ereignisse oder Trends, die relevant für deine Zielgruppe sind, um zeitnah und relevant zu bleiben.

8. Engagement fördern

- Call-to-Actions (CTAs): Füge klare Aufforderungen zur Interaktion hinzu, z.B. „Was ist dein Lieblings-Cocktail? Teile es in den Kommentaren!“
- Antworten und Interagieren: Reagiere regelmäßig auf Kommentare und Nachrichten, um eine aktive und engagierte Community aufzubauen.

SOCIAL MEDIA GUIDELINES

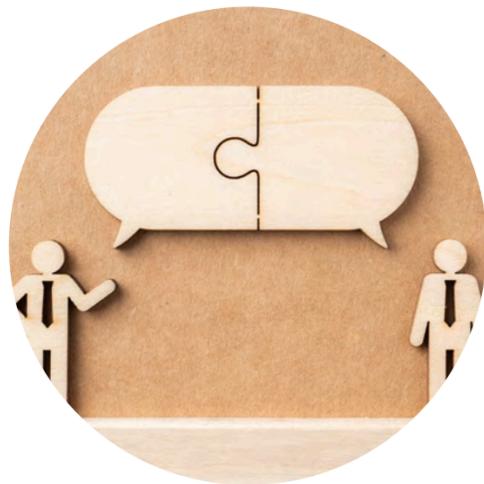
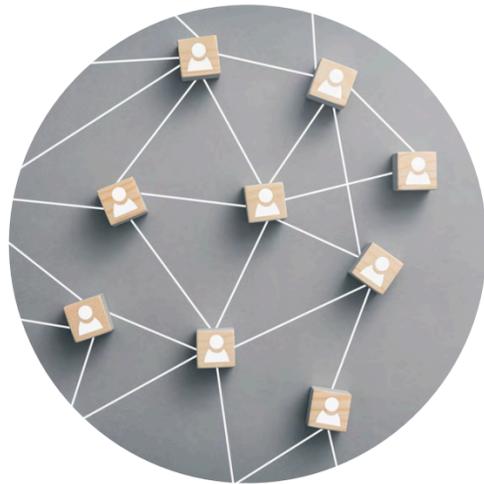


9. Kooperationen

- **Influencer-Kampagnen:** Arbeite mit relevanten Influencern zusammen, die authentisch zur Marke passen und eine starke Bindung zu ihrer Community haben.
- **Partnerschaften:** Wähle Partner und Influencer sorgfältig aus, um sicherzustellen, dass sie die Markenwerte von Woodford Reserve teilen und authentisch vermitteln können.
- **Authentizität:** Stelle sicher, dass gesponserte Inhalte transparent als solche gekennzeichnet sind und dass die Partnerschaften authentisch und glaubwürdig wirken.
- **Gastbeiträge:** Lass Gast-Blogger oder -Barkeeper Beiträge erstellen, die spannende Perspektiven auf Woodford Reserve bieten.

10. Brand Guidelines und gesetzliche Vorgaben beachten

- **Tonalität, Bildsprache, Farbpalette usw.**
- **Verantwortungsvoller Konsum:** Fördere stets den verantwortungsvollen Konsum von Alkohol. **Verwende Hashtags und Aussagen wie #DrinkResponsibly oder #EnjoyResponsibly.**
- **Branding:** Stelle sicher, dass das **Woodford Reserve-Logo** und andere Markenelemente prominent und konsistent in den Beiträgen erscheinen.



KRISENMANAGEMENT

- **Potenzielle Krisenphase:** Nichtkrisenphase - es ist alles ruhig
- **Latente Krisenphase:** Der Moment, kurz bevor eine Krise ausbricht. Maßnahmen zur Früherkennung-Krise verhindern oder abschwächen
- **Akute Krisenphase:** eigentlicher Ausbruch der Krise, akuter Zeit-und Handlungsdruck, schnellstmöglich Lösungen finden
 - Szenarien
 - beherrschbar: Bewältigung ist absehbar
 - nicht beherrschbar: Situation gerät außer Kontrolle
- **Nachkrisenphase:** Nach der Krise ist vor der Krise. Vorhergehende Krise analysieren

Krisenkommunikation | Krisenreaktion | Krisenplan

RECHT

- Jugendschutz
- Altersbeschränkung: Stelle sicher, dass die Inhalte für ein Publikum über 18 Jahren geeignet sind. Dies sollte in der Bio und in den Beiträgen deutlich gemacht werden.
- Gesundheitsbezogene Angaben
- Irreführende Werbung
- Schleichwerbung
- Impressumsangaben
- Halte dich an die internen Markenrichtlinien und rechtlichen Bestimmungen, insbesondere im Hinblick auf Alkoholwerbung

Rechtsquellen:

Jugendschutzgesetz (JuSchG)

Telemediengesetz (TMG)

Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Richtlinien der jeweiligen Social-Media-Plattformen





CONTENT STRATEGIE

1 Jahr Community Wachstum

Brand Awareness	Community Aufbau
Jan - Feb	März - Juli CONTENT PEAK* Aug - Dez
Reichweite - KPIs: Wachstumsrate, Impressions, Markenbekanntheit	

2 Jahr Community Interaktion

Community & Micro Influencer (UGC)	Community online SOME & offline Event
Jan - Feb	März - Juli CONTENT PEAK* Aug - Dez
Aufmerksamkeit - KPIs: Werbeerinnerung, Interaktionsrate, Anzahl Nennung	

3 Jahr Markenbotschafter & Markenloyalität

Brand Ambassador Event + Influencer	
Jan - Feb	März - Juli CONTENT PEAK* Aug - Dez
Markenbekanntheit - KPIs: Empfehlungsrate, Sentiment, Zufriedenheit	

**15
BEITRÄGE
IM MONAT
(30% PAID)**

**3 STORYS
PRO TAG**

* COCKTAIL HIGHLIGHTS (JULI/ AUG.) & DOUBLE OAK SPECIAL / DINNER HOSTING (NOV/DEZ)

1 Jahr Community Wachstum

Content zur Brand - Wer sind wir?, Was macht uns besonders, Woher kommen wir?, Thema Nachhaltigkeit, Wie entsteht unser Whisky?, Wer steht hinter der Brand?

Zielgruppen Ansprache, Weekly Whisky Facts (über Bourbon, Unterschiede zu andern) um die nicht Whisky Community abzuholen zu begeistern, Q&A mit Experten (Barkeeper, Distiller, inhouse,...)

Cocktail Katalog als Story Highlight, ...Wochenend Content /weekly

2 Jahr Community Interaktion

Umfragen - Lieblingsdrink,...
 "Poste ein Bild von deinem WR-Genuss"
 Markiere jmd. der diesen Drink verdient hat
 1,2 oder 3 Welchen Cocktail wünschst du dir für Wochenende?

Empfehlungsmarketing über Micro Influencer - wie sie einen Trinken gehen oder zuhause hosten (Cocktail Mädels Abend) - Bsp.: Trend mit Cocktail mit Farbe der Kleidung matchen
 + Markenhashtag etablieren

Tasting Event über SOME verbreiten in verschiedenen Städten von Micro Influencer in der Szene umsetzen

3 Jahr Markenbotschafter & Markenloyalität

Künstler Coop - Kunstwerk aus den Flaschen oder Flaschendeckeln (interaktiv an die Community schicke uns deinen Deckel nehme Teil an der Verlosung zu Event-Tickets) oder aus Fässern recycelt (Thema Nachhaltigkeit aufgreifen)

Markenbotschafter - Farina Opoku - als Lifestyle Inspo

Vernissage mit Influencer Support, um die Marke authentisch begehrenswerter zu machen -> Stand u. Kombi mit Influencer / berühmte Person - (FAKE) Echtzeit Empfehlung live vor Ort (Authentizität)- im nachgang Markenbotschafter

**15
 BEITRÄGE
 IM MONAT
 (30% PAID)**

**3 STORYS
 PRO TAG**

MONITORING & AUSWERTUNG

- Social Media Ziele - Meta insights
 - Brand Awareness - Follower Wachstum

- Externe Marktforschung und Monitoring Tools

Jahr 1

Wachstumsrate - Meta insights (analytics)

Impressions - Webtracking / Meta insights (analytics)

Markenbekanntheit - Befragung / Follower Wachstum (analytics)

Jahr 2

Werbeerinnerung - Befragung

Interaktionsrate - Meta insights (analytics) /Monitoring

Anzahl Nennung - Monitoring

Jahr 3

Empfehlungsrate - Meta insights (analytics) /Monitoring /Befragung

Sentiment - Monitoring

Zufriedenheit - Befragung /Monitoring



PROJEKTPLAN (MONAT)

Sunday	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Tagesbudget
 Laufzeitenbudget
 Gesamtbudget

CONTENT CALENDAR (WÖCHENTLICH)

Wednesday		Friday		Sunday
<p>ORGANIC</p> 		<p>PAID</p> 		<p>ORGANIC</p> 
Caption		Caption		Caption
<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>		<p>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.</p>
Hashtags		Hashtags		Hashtags
<p>#hashtag1 #hashtag2 #hashtag3 #hashtag4 #hashtag5 #hashtag6</p>		<p>#hashtag1 #hashtag2 #hashtag3 #hashtag4 #hashtag5 #hashtag6</p>		<p>#hashtag1 #hashtag2 #hashtag3 #hashtag4 #hashtag5 #hashtag6</p>

Beiträge max. zwei Wochen
im Voraus planen

Monitoring nicht
vernachlässigen

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT



The advertisement for Fanpage Karma features a bright yellow curved banner at the top with the company logo and name. Below, a 3D-style illustration shows four people interacting with various social media management dashboards. One person is pointing at a profile page, another at a bar chart, and two others at a line graph. The background is white with faint icons representing social media and analytics.

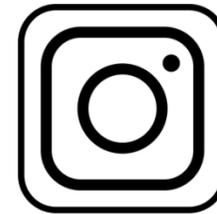
Die Komplettlösung für außergewöhnliches Social-Media-Management

Analysiere unbegrenzt viele Profile. Präsentiere Ergebnisse in deinem Design. Kommuniziere und analysiere in Echtzeit. Plane, erstelle und veröffentliche deine Posts. Entdecke Top Influencer und Trends.

 fanpagekarma.com

- Umfassende Analyse und Reporting
- Konkurrenzanalyse
- Content-Planung und -veröffentlichung
- Engagement-Management
- Zielgruppenanalyse
- Hashtag- und Trend-Analyse
- Team-Kollaboration
- Benutzerfreundlichkeit
- Kosten- und Zeit-Effizienz

Ein Tool wie Fanpage Karma unterstützt Social Media Manager dabei, ihre Strategie zu optimieren, die Performance zu verbessern und effizienter zu arbeiten. Es bietet umfassende Funktionen für Analyse, Planung, Engagement-Management und Team-Kollaboration, die alle Aspekte des Social Media Managements abdecken und somit einen erheblichen Mehrwert bieten.



CONTENT IDEEEN

Ziele / KPI's

Brand Awareness

Community Wachstum

Community Interaktion

Markenbotschafter/Markenloyalität

Marketingansatz

Personalisierung: Maßgeschneiderte Botschaften, die ihre Leidenschaft für Verbindungen und Netzwerke ansprechen

Content-Marketing: Inhalte, die ihnen Mehrwert bieten, wie Tipps zum Networking, Erfolgsgeschichten oder exklusive Einblicke in Community-Building.

Events: Sponsoring oder Organisation von Networking-Events, Workshops und Webinaren.

Influencer-Kooperationen: Zusammenarbeit mit Meinungsführern, die einen starken sozialen Einfluss haben und als Vorbilder für die Passionate Connectors dienen.

CAROUSELS

◀ SWIPE ≡



 **Woodford Reserve** · [Follow](#)
Berlin, DE



1.400 likes

Woodford Reserve Der "PLUMTASTIC RESERVED"
♥ ...entfaltet zu einem herrlich aromatischen Drink und gibt dem typischen Charakter von Woodford Reserve einen wunderbar fruchtigen Twist. Welcher ist dein Lieblingscocktail? 🍷 Schreib es uns in die Kommentare!
📌 ...Unser Rezept:

ZUTATEN:
45ml Woodford Reserve Bourbon Whiskey
10ml Pflaumensirup
Sodawasser zum Auffüllen



 **Woodford Reserve** · [Follow](#)
Berlin, DE



1.400 likes

Woodford Reserve Der "PLUMTASTIC RESERVED"
♥ ...entfaltet zu einem herrlich aromatischen Drink und gibt dem typischen Charakter von Woodford Reserve einen wunderbar fruchtigen Twist. Welcher ist dein Lieblingscocktail? 🍷 Schreib es uns in die Kommentare!
📌 ...Unser Rezept:

ZUTATEN:
45ml Woodford Reserve Bourbon Whiskey
10ml Pflaumensirup
Sodawasser zum Auffüllen



 **Woodford Reserve** · [Follow](#)
Berlin, DE



1.400 likes

Woodford Reserve Der "PLUMTASTIC RESERVED"
♥ ...entfaltet zu einem herrlich aromatischen Drink und gibt dem typischen Charakter von Woodford Reserve einen wunderbar fruchtigen Twist. Welcher ist dein Lieblingscocktail? 🍷 Schreib es uns in die Kommentare!
📌 ...Unser Rezept:

ZUTATEN:
45ml Woodford Reserve Bourbon Whiskey
10ml Pflaumensirup
Sodawasser zum Auffüllen

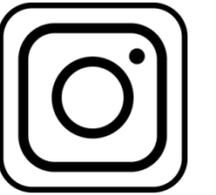
CONTENT & GOALS



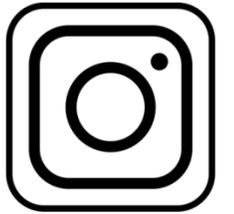
- **Markenbekanntheit**
- **Mehrwert generieren**
- **Engagement (Call-to-Action)**
- **Community Wachstum**



STORYS



BEITRÄGE



 **Woodford Reserve** · Follow
Berlin, DE



865 likes

Woodford Reserve ✨ Entdecke den Geschmack von Perfektion! ✨

Erlebe die außergewöhnliche Qualität von Woodford Reserve – ein Bourbon, der Tradition und Innovation in jedem Tropfen vereint. Mit seinem unvergleichlich reichen Geschmack und einem einzigartigem Design setzen wir neue Maßstäbe in der Welt der Premium-Spirituosen. 🍷 ✨

#WoodfordReserve #PremiumBourbon #Geschmackserlebnis #InnovativesDesign #CheersToExcellence

... more

**BRAND
AWARENESS**

 **Woodford Reserve Bourbon** · Follow
Berlin, DE



146,934 likes

Woodford Reserve Bourbon Du suchst nach dem perfekten Präsent für einen Bourbon Geniesser? Wie wäre es mit einer Flasche des edlen Woodford Reserve Bourbons? Unser Premium Bourbon aus Kentucky überzeugt mit seiner einzigartigen Vanille- und Karamellnote. Überrasche Deinen Liebsten mit diesem erlesenen Tropfen 🍷 Besuche unsere Website und erfahre mehr 📄

#WoodfordReserve #Bourbon #premium

... more

View all 16 comments

**BRAND AWARENESS
ADDED VALUE**

 **Woodford Reserve** · Follow
Berlin, DE



638 likes

Woodford Reserve Hast du schon einmal gesehen wie Bourbon hergestellt wird? 🍷 Wir nehmen dich mit in unsere traditionelle Destillerie. Erfahre mehr über unseren besonderen Entstehungsprozess - Den Link findest Du in der Bio. 📄

#Bourbon #BourbonMaking #DistilleryTour #BourbonLovers #Craftsmanship #WhiskeyLovers #WoodfordReserve #BourbonHeritage #BehindTheScenes #WhiskeyCulture #CraftSpirits #KentuckyBourbon #BourbonJourney #WhiskeyMaking #BourbonLife ... more

View all 36 comment

 Add a comment...

3 days ago

**INSIGHTS
(BEHIND THE SCENES)**

REELS



REELS

- höhere Reichweite durch Reels

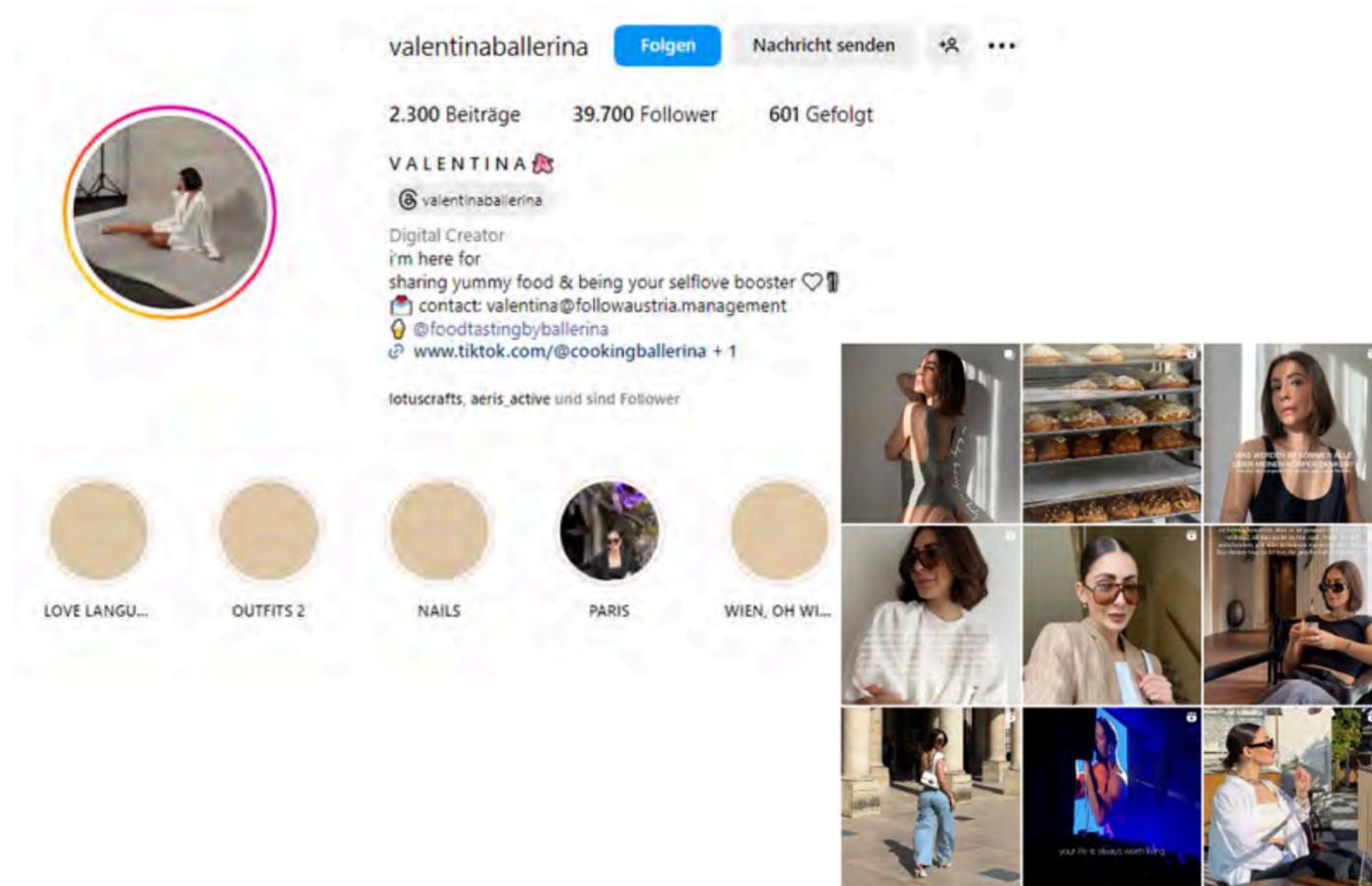


**BRAND
AWARENESS**

**COMMUNITY
AUFBAU**

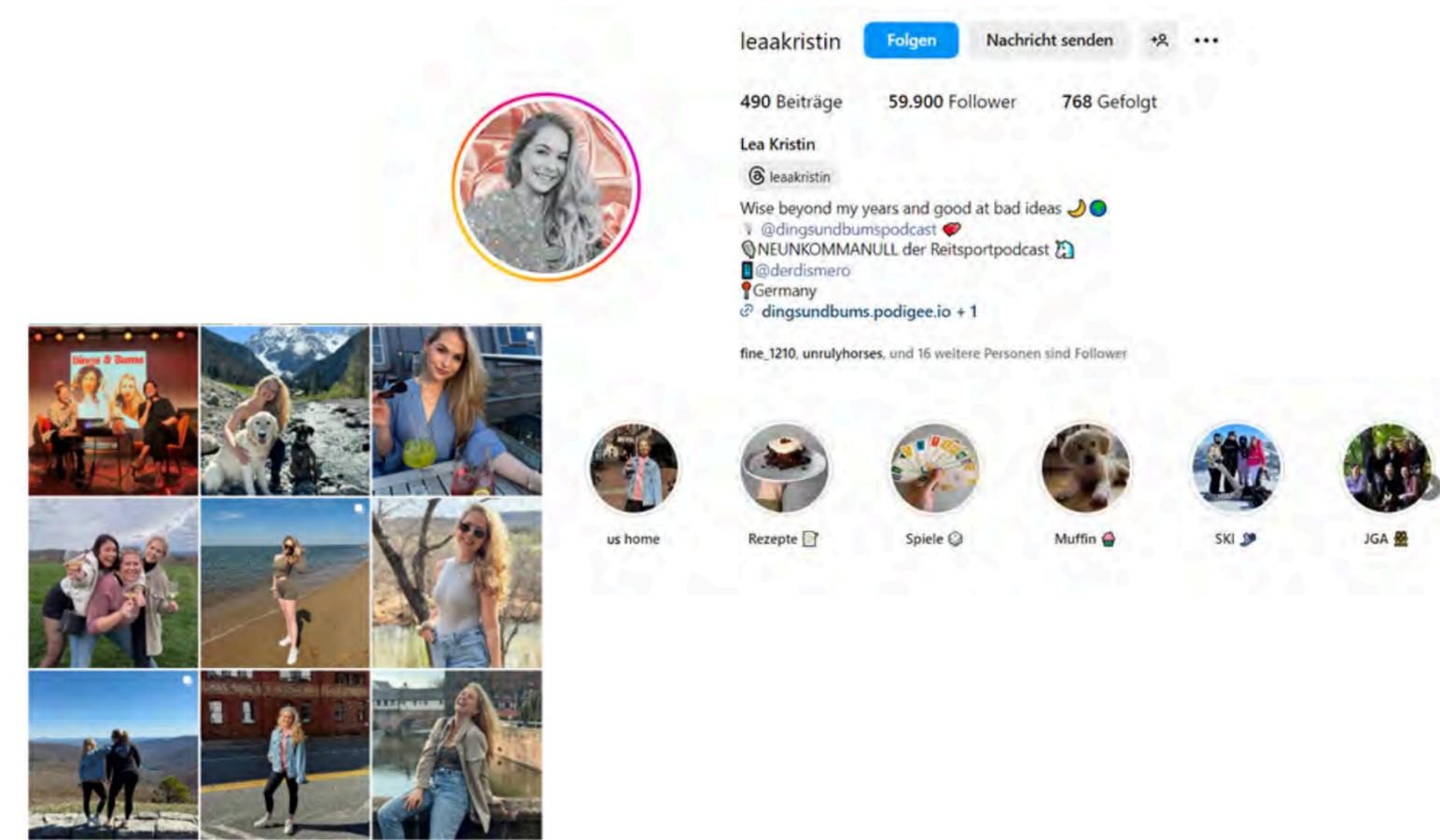
**ENGAGEMENT
RATE**

Durch Inszenierung der Marke und Förderung der Aktivität (CTA) werden gezielt die herausgegebenen Ziele angesprochen.



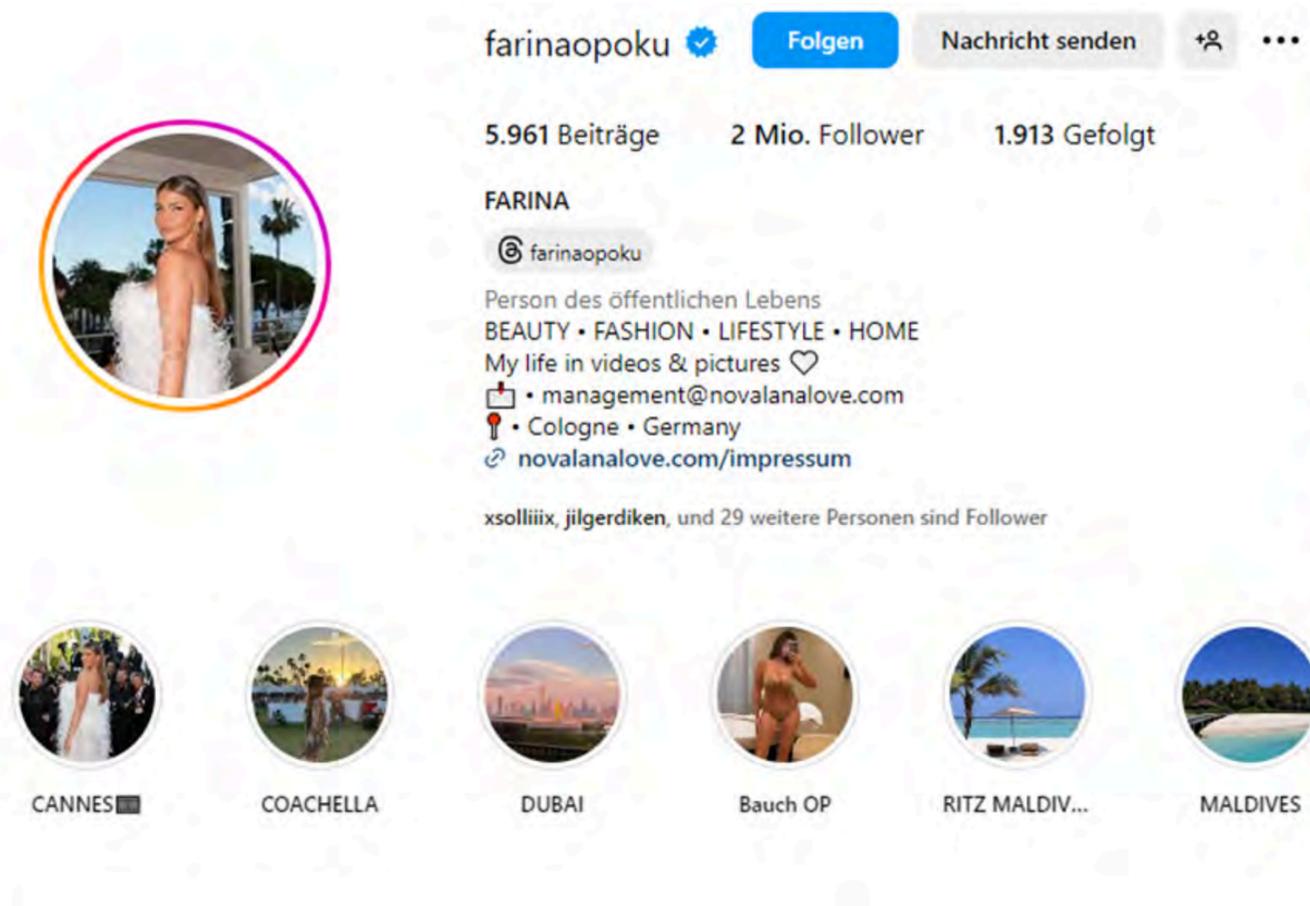
Influencerin

- ästhetischer Content
- Foodlover, Selflove
- Merkmale: leidenschaftlich, positiv, minimalistisch
- Sie empowert ihre Community und inspiriert mit ihrem alltags Content



Influencerin

- persönlicher / authentischer Content
- Lifestyle, Podcast
- Merkmale: charmant, ehrlich, humorvoll, leidenschaftlich
- Sie genießt reisen, gutes Essen, Drinks und Zeit mit Freunden oder ihren Tieren (Hunde, Pferd)



farinaopoku ✓ Folgen Nachricht senden +8 ...

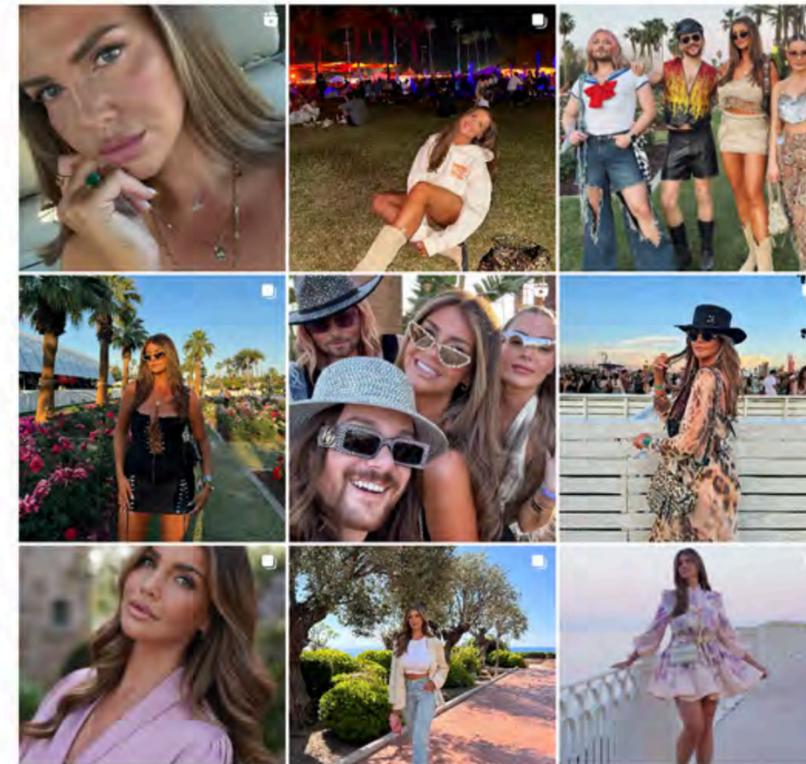
5.961 Beiträge 2 Mio. Follower 1.913 Gefolgt

FARINA
© farinaopoku

Person des öffentlichen Lebens
BEAUTY • FASHION • LIFESTYLE • HOME
My life in videos & pictures ♥
✉ • management@novalanalove.com
📍 • Cologne • Germany
🌐 novalanalove.com/impressum

xsolliix, jilgerdiken, und 29 weitere Personen sind Follower

CANNES COACHELLA DUBAI Bauch OP RITZ MALDIV... MALDIVES



»»» Follower: Sophia

Markenbotschafterin

- Premium Content
- Lifestyle, Home
- Merkmale: leidenschaftlich, ambitioniert, modisch, selbstbewusst, gut vernetzt (Köln), authentisch, ästhetisch
- Sie zelebriert die Zeit mit Freunden und Familie , genießt gutes Essen & Drinks



RESOURCES

DE Budget:

- 200k Bewerbung der Posts & Kampagnen
- 60k Content Produktion
- ca. 30k Agentur
- Social Media Team



AUSBLICK

FUTURE →

- **Facebook nutzen (Meta-Konzern)**
- **YouTUBE** für Mixologie, Imagefilme, Produktionsvideos und Interviews
- **Pinterest**
- **Google Ads**
- **Regelmässige Gewinnspiele** für Whiskey Raritäten, Touren etc. mit Influencern und Multiplikatoren
- **Paid Ads** für Produktkampagnen und Sonderaktionen
- **Crosspostings** erfolgreicher Inhalte über alle Kanäle
- **Verkostungen/Tastings als Events**
- **Markenbotschafter (international) Anne & Emily, Daniel Craig**



RESSOURCEN

Nicht zuletzt der unglaublich
leckere Bourbon von Woodford
Reserve war uns eine
großartige Inspiration 🤗



- Woodford Reserve Kentucky Straight Bourbon
- Canva
- WR Brand Guidelines
- Adobe Firefly AI
- Jugendschutzgesetz
- Adobe Stock
- Zeoob (IG Fake Posts)
- Vidnoz AI
- Webmasters Europe
- Cüneyt Yilmaz 🙌

Vielen Dank
#CheersToExcellence

MANUELA, SELINA, MICHAEL