

Newsletter, Website & mehr für „Tinus“



Meine Leistung

- + Newsletter 4x jährlich (Ideen, Text, Gestaltung, Versand)
- + Value Proposition, Renaming der Marke
- + Wein-Naming
- + Marketing- und PR-Beratung
- + Neue Website für Tinus Weine

Auftraggeber

Martin und Elena Mürset
 Domaine Mürset, Twann
 Anzahl Mitarbeiter: 2

Die Domaine Mürset ist ein Weingut am Bielersee. Regelmässige Events, Rebstockpatenschaften, TINUS Weine und TINUS Treberwurst im Brennhafen gegart, ziehen Kunden aus der ganzen Schweiz an.

Ausgangslage

Tinu Mürset ist ein Kunde der ersten Stunde. 2015 suchte er eine Nachfolge für seinen Texter und Berater, der sich auf Google Ads spezialisieren wollte. Ein Newsletter bestand, die Rübstockpatenschaften florierten und Tinus Treberwurst wurde gerade mit einer neuen Website lanciert.

Herausforderung

Mit einem kleinen Marketing-Budget mit Wein und Events präsent zu bleiben, ist eine Herausforderung. Der frühere Berater blieb uns im ersten Jahr als Coach erhalten, was mir den Einstieg erleichterte.

Newsletter

Das Newsletter-Versandsystem war veraltet. 2107 wechselten wir zu einem modernen Online-Tool. Heute geht der Newsletter an einen Kundenstamm im vierstelligen Bereich. Die Öffnungsrate liegt konstant zwischen 30 bis 50%, die Klickraten betragen rund 10%. (Werte im Branchenvergleich, siehe Grafik).

Entwicklung der Marke

2018 beschlossen wir die Kommunikation der Marke unter dem Namen „Tinus“ zu vereinheitlichen. Aus „Domaine Mürset“ wurde neu „Tinus Weine“. Bereits bekannt war „Tinus Treberwurst“, die Saison für Saison ausgebuchte Event-Termine brachte.

Neue Etiketten

Passend zur neuen Marke, liessen wir neue Etiketten designen. Sie spiegeln die Qualität der Weine, die 100-jährige Familientradition und die regionale Verankerung der Domaine Mürset.

Wein-Naming

Eine königliche Assemblage aus Pinot Noir und Regent-Trauben, zwei Jahre im Eichenfass gekeltert, wurde das Flaggschiff von Tinus Weinen. Für diesen edlen Tropfen fand ich den Namen „Le Luisant“ - der Schillernde, Glänzende - passend zur Lage des Weinbergs mit Aussicht auf den Bielersee.

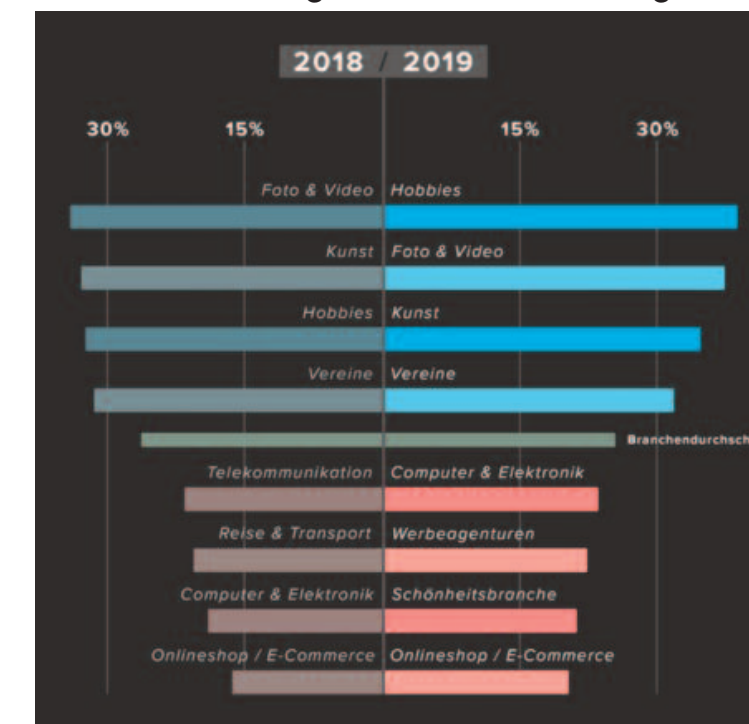
Neue Website mit Online-Shop

2020 - während der Pandemie - stieg die Zahl der Wein-Bestellungen im Online-Shop. Doch die Technik genügte den Ansprüchen der Kundschaft längst nicht mehr. Unter meiner Federführung entstand die neue Website mit modernem, funktionalem Web-Shop.

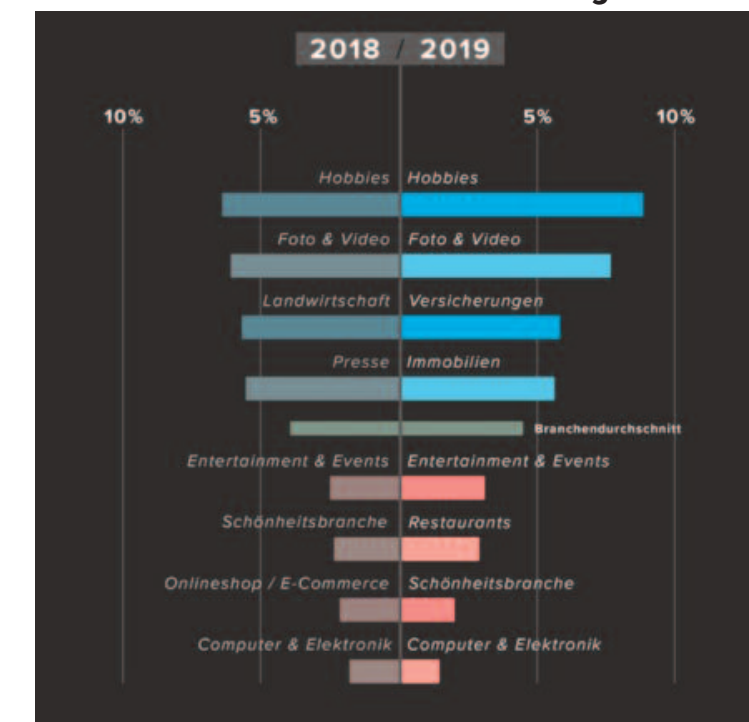
Fazit

Das Beispiel von Tinus Weinen zeigt, wie auch die Marke eines Kleinbetriebs mit einer klaren Identität, qualitativ hochstehenden Produkten, persönlicher Kundennähe und wohldosierten Investitionen ins Marketing stetig an Bedeutung gewinnen kann.

Newsletter-Öffnungsraten im Branchenvergleich



Newsletter-Klickraten im Branchenvergleich



Quelle: Sendinblue