

10.08.2021



DIGITALE LÖSUNG FÜR ONLINE MARKETING

QR-Codes in Verschlusskappen: Nestlé Vietnam adressiert Gen Z mit "One Cap, One Code"-Lösung von SIG

Nestlé ist das erste Unternehmen in Vietnam, das sich für SIGs innovative QR-Code-Lösung "One Cap, One Code" für Verschlüsse entscheidet, um ein effektives und einzigartiges Online-Marketing zu ermöglichen. Ziel ist es, insbesondere die Generation Z anzusprechen und ihre Markentreue durch ein gezieltes Prämienprogramm zu stärken. Seit Mai sind in den Verschlusskappen der beliebten Nestlé Milo Teen Protein-Getränke in den combismile-Kartonpackungen von SIG individuelle QR-Codes, die einfach mit Smartphones gescannt werden können und als Prämienpunkte dienen. Sie können im Anschluss online über die vietnamesische Messaging-App Zalo eingelöst werden – die Top 3 der meistgenutzten Apps der Gen Z in Vietnam.

Die "One Cap, One Code"-Lösung von SIG – erhältlich für den Verschluss combiGo – ermöglicht es SIG-Kunden, QR-Codes nicht nur sichtbar auf der Verpackung, sondern auch versteckt auf der Innenseite des Verschlusses anzubringen. So wird sichergestellt, dass der QR-Code erst gescannt werden kann, wenn das Produkt gekauft und vom Verbraucher geöffnet wurde.

Rasante digitale Transformation

Vietnam hat in seiner sozioökonomischen Entwicklung einen rasanten digitalen Wandel vollzogen und führt die Weltrangliste mit der größten Anzahl von Internetnutzenden an. Statistiken zufolge waren im Januar 2021 rund 73,7 % der vietnamesischen Gesamtbevölkerung auf Social-Media-Kanälen aktiv. Soziale Medien wie Facebook, YouTube und Zalo gehören zu den wichtigsten Kanälen. Insbesondere junge Verbrauchende suchen mehr als nur das Produkt – sie wollen Marken auf besondere Weise erleben, so dass emotionale Verbindungen entstehen. Sie wollen unterhalten, belohnt und informiert werden, und das alles mit Hilfe der leistungsstarken mobilen Geräte, die sie jeden Tag bei sich tragen.

SIG hilft Marken, mit Verbrauchenden in Kontakt zu treten und vollständige Transparenz über die gesamte Wertschöpfungskette zu ermöglichen. IoT und intelligente Verpackungsinnovationen eröffnen neue Möglichkeiten für das Tracking und die Interaktion. Die digitalen Marketinglösungen von SIG ermöglichen es, jedes Produkt als datengesteuerte Informations- und Medienquelle zu nutzen. Die QR-Code-Verschlusslösung von SIG wurde 2020 erstmals in China auf den Markt gebracht und sorgte sofort für Aufsehen.

Nestlé ist nun das erste Unternehmen in Vietnam, das die innovative Lösung von SIG anbietet. Mit der QR-Code-Kampagne auf den Milo Teen Protein Drinks in combismile von SIG spricht Nestlé vor allem die Teenager der Generation Z an. Durch einfaches Scannen der QR-Codes, die sich in den Verschlusskappen befinden, werden Punkte gesammelt, die im Anschluss in Prämien umgewandelt werden können. Die Kampagne wird bis September 2021 laufen.

Tuan Pham, Brand Manager Milo & Milk bei Nestlé Vietnam: „Diese dynamische, digitale Lösung von SIG schafft einzigartige, aufregende Markenerlebnisse, die besonders Teenager ansprechen. Wir können bereits jetzt feststellen, dass diese Zielgruppe mehr kauft, um Punkte zu sammeln und Prämien zu erhalten.“

Die QR-Code-Lösung von SIG wird Nestlé dabei helfen, ein wettbewerbsfähiges Innovations- und Differenzierungsportfolio aufzubauen, das die Kundenbindung, die Markenwahrnehmung und die Markentreue erhöhen wird. Darüber hinaus eröffnet diese Marketingkampagne Nestlé Vietnam neue Möglichkeiten, die Milo-Produkte als beliebte Frühstücksgetränke zu positionieren: Wenn die Konsumierenden die QR-Codes zwischen 6 und 10 Uhr morgens scannen, können mehr Punkte erzielt werden. Jugendliche werden zudem ermutigt, Freunde zum Punktesammeln einzuladen und die Kampagne in ihrer Community zu verbreiten.

Binh Hoang, Country Manager Vietnam bei SIG: „Wir arbeiten eng mit unseren Kunden und Technologie-Partnerunternehmen zusammen, damit unsere Innovationen zum richtigen Zeitpunkt eingesetzt werden können und die besten Lösungen auf dem Markt sind. Unser Team in Vietnam ist ein wichtiger strategischer Partner für unsere Kunden, der sie bei der Entwicklung und Umsetzung digitaler Marketingstrategien unterstützt. Wir setzen unsere innovativen Verpackungslösungen und die Erfahrung unserer Technologiepartner ein, um perfekte Lösungen zu schaffen.“

Verbindungen über die Verpackung hinaus

Die QR-Code-Verschlusslösung kann als Teil des **PAC.ENGAGE**-Portfolios von SIG eingesetzt werden, mit dem Lebensmittel- und Getränkehersteller ihre Zielgruppen erreichen, aussagekräftige Marktdaten nutzen und ihren emotionalen Fußabdruck durch One-to-One-Kommunikation

vergrößern können. **PAC.ENGAGE** bietet eine Vielzahl von Kommunikationsmöglichkeiten für Marken, um mit Verbrauchenden direkt über die Verpackung zu interagieren.

Mit einem einfachen Smartphone-Scan kann der individuelle QR-Code dynamische Kommunikation starten – etwa in Form von Gewinnspielen, Treueprogrammen oder unterhaltsamen Umfragen. Die flexiblen und leicht zu entwickelnden Module können für jede Marke individuell angepasst werden und liefern wertvolle Einblicke in das Konsumverhalten und zusätzliche nützliche Daten. Die Kampagnenseiten können auch mehr Traffic auf den Social-Media Plattformen und Produkt-Websites der Unternehmen generieren. Das erhöht nicht nur die Interaktion, sondern kann auch helfen, den Umsatz zu steigern.

MEHR ÜBER DIE CONNECTED PACK-LÖSUNGEN VON SIG:

<https://www.sig.biz/de/loesungen/connected-pack>

<https://www.sig.biz/de/loesungen/connected-pack/pacengage>

Über SIG

SIG ist ein führender System- und Lösungsanbieter für aseptische Verpackungen. Wir arbeiten partnerschaftlich mit unseren Kunden zusammen, um Lebensmittel und Getränke auf sichere, nachhaltige und bezahlbare Weise zu Verbrauchenden auf der ganzen Welt zu bringen. Unsere einzigartige Technologie und herausragende Innovationskraft ermöglichen es uns, unseren Kunden End-to-End-Lösungen für differenzierte Produkte, intelligentere Fabriken und vernetzte Verpackungen anzubieten, um den sich stetig wandelnden Bedürfnissen der Verbrauchenden gerecht zu werden. Nachhaltigkeit ist integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Unser Way Beyond Good verfolgt das Ziel, ein Verpackungssystem für Lebensmittel zu schaffen, das net-positive ist.

SIG wurde 1853 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Neuhausen, Schweiz. Die Kompetenz und Erfahrung unserer rund 5.900 Mitarbeitenden weltweit ermöglichen es uns, schnell und effektiv auf die Bedürfnisse unserer Kunden in mehr als 60 Ländern einzugehen. 2020 produzierte SIG 38 Milliarden Packungen und erzielte einen Umsatz von 1,8 Milliarden Euro. SIG hat ein AA ESG-Rating durch MSCI, eine Bewertung von 18,8 (geringes Risiko) durch Sustainalytics und ein Platin CSR-Rating durch EcoVadis. Weitere Informationen finden Sie unter www.sig.biz

Um mehr über Trends zu erfahren, die Treiber für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie sind und uns zu Innovationen inspirieren, besuchen Sie unseren Blog SIGnals: <https://www.sig.biz/signals/en>

BILDUNTERSCHRIFT:

Nestlé ist das erste Unternehmen in Vietnam, das sich für SIGs innovative QR-Code-Lösung "One Cap, One Code" für Verschlüsse entscheidet, um ein effektives und einzigartiges Online-Marketing zu ermöglichen.

Foto: SIG

IHR KONTAKT:

Heike Thevis

Press Officer

Tel.: +49 (0)2462 79 2608

Email: heike.thevis@sig.biz

SIG International Services GmbH

Besuchen Sie uns auf www.sig.biz oder auf unserem Blog sig.biz/signals