

webguerillas gewinnen my diary® als Neukunden

Münchener Agentur inszeniert das Fashion-Label mit innovativem Webauftritt

München, 25. Mai 2010: Die webguerillas, Deutschlands führende Full-Service-Agentur für alternative Werbung, gewinnen my diary als neuen Kunden. Die Münchner Kreativen setzen dabei das beliebte Frauen-Fashionlabel mit der neuen Website www.my-diary.de völlig neu in Szene. Zusätzlich übernehmen die webguerillas die Konzeption und Betreuung der begleitenden Facebook-Seite.

Das Besondere an der neuen Seite my-diary.de: Sie ist in Form eines persönlich geführten, handschriftlich geschriebenen Tagebuchs gestaltet. Eingebettet in Zeichnungen und Berichte aus dem Leben einer fiktiven my diary-Kundin werden regelmäßig ausgewählte Stücke der aktuellen Kollektion präsentiert. Ergänzend dazu lädt die Facebook-Seite zum Erfahrungsaustausch und Gespräche über Mode und Alltagsthemen ein.

My diary möchte zukünftig noch enger in den Kontakt mit der Kundin treten. Frank Müller, Geschäftsführer von my diary, setzt dabei auf eine in der Modewelt völlig neue und sehr persönliche Präsentation der Fashionmarke: „My diary steht für die vertrauensvolle Begleitung der Kundin über den ganzen Tag hinweg und in allen Lebenssituationen: ob am Arbeitsplatz, auf dem Kinderspielplatz oder beim Kaffeeklatsch. Wir sind quasi die beste Freundin der Kundin. Unsere neue Web-Präsenz aus der Feder der webguerillas unterstreicht dies perfekt.“

„Für viele Frauen ist Mode etwas sehr emotionales. Entsprechend muss auch kommuniziert werden“, so David Eicher, Geschäftsführer der webguerillas. „Wir freuen uns, neben HABURI einen weiteren Kunden aus dem Fashionbereich betreuen zu dürfen.“

Die Agentur webguerillas ist ein Full-Service-Dienstleister für Alternative Werbung. Zum Portfolio gehören alle Werbeformen im On- und Offline-Bereich, die das Zielpublikum mit unkonventionellen Ideen überraschen und unterhalten. Die Münchner Werber wurden vielfach ausgezeichnet und gehören zu den führenden Agenturen in Deutschland für Virale Kampagnen, Social-Media-Aktivitäten, Guerilla-, Word-of-Mouth-, Ambient- und Mobile Marketing, sowie für Blog- und Website-Konzepte. Zusätzliche Geschäftsfelder wie Alternative PR und Online Monitoring runden das Angebot ab. Zu den Kunden der webguerillas gehören unter anderem die Deutsche Telekom, Bacardi, MINI, ADAC und Zott.

Die webguerillas GmbH beschäftigt derzeit 37 Mitarbeiter. Sie wurde im Jahr 2000 gegründet. Die Agentur gewann zahlreiche Preise: 2010 wurde die stern.de-Kampagne mit dem LeadAward in der Kategorie „Anzeigenkampagne“ ausgezeichnet. 2009 holten die webguerillas Gold beim Onlinestar und Bronze beim London International Award für den MINIMALISM-Spot, sowie vier Mal die OttoCar-Trophäe. Außerdem wurde sie für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland nominiert. 2008 erhielt die Agentur den iF Communication Design Award für ein T-Mobile Event, 2007 zahlreiche Auszeichnungen, wie den Deutschen Dialogmarketingpreis, drei International Davey Awards (zwei Gold, ein Silber) und den iF Communication Design Award Digital Media. Auf den New York Festivals gewannen die webguerillas Bronze in der Kategorie Entertainment Promotion und die Web Marketing Association ehrte die Website „Wet T-Shirt Worldcup“ für Unibet als „Outstanding Microsite“.

Kontakt:

webguerillas GmbH
Daniela Mayer

webguerillas

WEBGUERILLAS GMBH
PESTALOZZISTRASSE 13
80469 MÜNCHEN

Phone: +49 (0) 89 1893 089 - 23
E-Mail: dm@webguerillas.de