

# CASE STUDY

## Virtuelle Ostereier-Suche

**SARTORIUS**  
Werkzeuge  
POWER TO PRODUCE

×

Leukel & Kollritsch

**Ausgangssituation:**  
Virtueller Rundgang der Sartorius Academy mit Markierungen der Exponate

**Ziel:**  
Awareness & Kundenbindung steigern, sowie Neukundengewinnung

**Umsetzung:**  
Digitale Ostereier in Form von Markierungen hinterlegt. Wer das Gewinner-Osterei gefunden hat, nahm an einer Gutscheinerlosung teil.

Digitale Ostereier:



Niete



Gewinner

# CASE STUDY

## Ergebnis / KPIs

(Aktionszeitraum 11.04. - 22.04.2022)

12

Aktionstage

8 Min

bis zur 1. Teilnahme  
(01:06 nachts)

~2.500

Landingpage-Besucher

354

Besucher Rundgang  
am ersten Tag

665

Besucher Rundgang  
insgesamt

506

Teilnahmen  
am Gewinnspiel

~76%

Conversion-Rate  
Rundgangbesucher

~20%

Conversion-Rate  
Webseitenbesucher