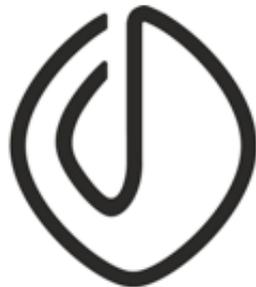


BLOOM

Die Münchner Agentur hat sich den Zuschlag von BSI gesichert

von **Markus Knöpfli** (</news/authors/?id=379>)

Montag, 09. September 2019



BLOOM

© zvg.

Themenseiten zu diesem Artikel:

[BSI](/suche/thema/BSI) (</suche/thema/BSI>) [München](/suche/thema/M%C3%BCnchen) (</suche/thema/M%C3%BCnchen>) [CRM](/suche/thema/CRM) (</suche/thema/CRM>)

[Kernbotschaft](/suche/thema/Kernbotschaft) (</suche/thema/Kernbotschaft>) [Schweiz](/suche/thema/Schweiz) (</suche/thema/Schweiz>)

[Zuschlag](/suche/thema/Zuschlag) (</suche/thema/Zuschlag>) [Digitalisierung](/suche/thema/Digitalisierung) (</suche/thema/Digitalisierung>)

Der inhabergeführte Schweizer Softwarehersteller für CRM und Marketing Automation hat insgesamt vier Kommunikations-Etats ausgeschrieben. Bloom aus München sichert sich drei davon und definiert für seinen Neukunden die Kernbotschaften und die Kunden-Touchpoints. Darüber hinaus setzt Bloom für BSI ein PR-Konzept auf.

Seit 1996 setzt sich BSI für die Digitalisierung von Unternehmen und eine konsequente Kundenzentrierung ein und zählt zu den führenden Omnichannel-Plattformen im Markt. Hinzu kommt die Marketing-Automation-Plattform BSI Studio sowie Branchenlösungen für Retail, Banking, Health & Insurance.

Aufgrund sehr diverser Zielgruppen hat BSI in der Vergangenheit eine große Bandbreite von

Kommunikationsinstrumenten und Touchpoints bedient. Aufgabe von Bloom ist es nun, BSI sowohl bei der Schärfung ihrer Marke und Kernbotschaften als auch bei der Auswahl der Kommunikationsmittel und -kanäle zu unterstützen. Die Münchner konnten sich im Pitch gegen mehrere Agenturen aus der Schweiz und Deutschland durchsetzen.

ÜBER BLOOM:

Mit 60 festen Mitarbeitern an den Standorten München und Nürnberg begleitet die Kreativberatungsagentur Bloom (<http://www.bloomproject.de>) ihre Kunden in ihrer B2B- und B2C-Kommunikation: von der Strategie über den Brand Purpose und die Umsetzung bis zur Steuerung der kompletten Implementierung in digitale und analoge Kommunikationskanäle. Zu den Auftraggebern zählen unter anderen Apollo Optik, eon, Friedhelm Loh Group, küchenquelle, Novartis, Tucher Traditionsbrauerei, Versicherungskammer Bayern, Washtec sowie Zarges.

Dazu definierte das Research Team von Bloom zunächst einen belastbaren strategischen Rahmens als Basis und fördert im Laufe des Prozesses alle notwendigen Insights zu Marke, Markt und Zielgruppen zutage. Ergebnis ist eine konsequentere Zielgruppenansprache mit passgenauen Kernbotschaften, die über stärker gebündelte Kanäle und Touchpoints kommuniziert werden. Darauf abgestimmt entwickelt Bloom auch ein PR-Konzept.

„Das Strategie-Team von Bloom und der klar und fundiert aufgesetzte Branding-Prozess, der alle Informationen konsequent in Kreation und Kampagnen übersetzt, hat uns überzeugt“, so Markus Brunold, Geschäftsführer von BSI. „Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit.“