

DIRECTCASES MUT LOHNT SICH



DIE POST 

DEN MUTIGEN GEHÖRT DIE WELT

Unternehmen wollen Risiken vermeiden. In der Werbung aber sollen sie mutig sein. Wie geht das zusammen? Sehr gut – solange Mut nicht mit Leichtsinn verwechselt wird. Wer Experimentierfreude zulässt, sich etwas traut, was für andere undenkbar ist, und dafür ein kalkulierbares Risiko eingeht, wird belohnt.

Regisseur und Filmkritiker François Truffaut formulierte einst treffend: **«Man kann niemanden überholen, wenn man in seine Fussstapfen tritt.»** Recht hatte er, denn wer immer nur

das macht, was die anderen tun, ist selbst nicht anders als sie und wird auch nicht gesehen. Bei der heutigen Reizüberflutung in den Medien gilt es mehr denn je, sich klar zu positionieren und auch mal einen unkonventionellen Weg einzuschlagen – einen, den noch niemand beschritten hat.

Auf den folgenden Seiten präsentieren wir Ihnen Kampagnen von Unternehmen, die Mut bewiesen haben – egal, ob sie auffälliger, lauter, schräger, witziger oder einfach anders kommuniziert haben als andere. Dialogmarketing ist dafür

ein ausgezeichnetes Medium – und man kann es auch zunächst an kleinen Test-Zielgruppen ausprobieren. Lassen Sie sich beim Schmökern inspirieren und glauben Sie mir: Mut zahlt sich aus.



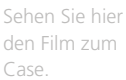
Ihr Andreas Lang
Head Dialog Marketing Solutions

POST VOM KÖNIGSHAUS FÜR KLEINE RÖSTEREI

Aufgabe

Black&Blaze, eine kleine Zürcher Rösterei, produziert feinsten Premium-Kaffee mit starker Note und kräftigem Aroma. Das ideale Mittel, um genussvoll wach zu bleiben. Doch die Produktion kostet, weshalb nicht mehr viel Geld für Kommunikationsmassnahmen übrig bleibt. Black&Blaze stand daher vor der Frage, wie man trotz knappen finanziellen Mitteln für Aufmerksamkeit sorgen kann.





Ideengeber war niemand Geringeres als Prinz William. Der Thronfolger des britischen Königshauses war gerade zum dritten Mal Vater geworden, als er bei einem öffentlichen Gottesdienst einschlief. Black&Blaze nutzte die Gelegenheit und schickte noch am selben Tag ein Päckchen Kaffee in den Kensington-Palast. So sollte es William künftig leichter fallen, trotz kurzer Nächte wach zu bleiben.

Mit Erfolg! Schon wenige Tage später bedankte sich der Prinz in einem Brief für den Kaffee. Im Nu war auch die Schweizer Presse hellwach und berichtete rege über die Aktion. Auch in den sozialen Medien fand die Aktion grosses Gehör. Überwältigend, welche Wirkung dieses Postpaket – ein einziges adressiertes Direct Mail – auslöste! Das Medienecho war enorm und der Wert der redaktionellen Inhalte überstieg jenen der Porto- und Materialkosten um ein Zehntausend-faches. Zudem wurden die Berichte auf Social Media mehrfach geteilt und positiv kommentiert. Und das Wichtigste: Black&Blaze konnte unmittelbar nach der Aktion ein königliches Umsatzplus von 50 Prozent verbuchen.

Gasometerstrasse 9, 8005 Zürich
iundf.ch

UNVERKRAMPFT GEGEN BRUSTKREBS

Aufgabe

Der Oktober gilt seit 1985 als internationaler Monat der Brustkrebsvorsorge. Als langjährige Partnerin der Krebsliga Schweiz ruft die Bank Cler zu dieser Zeit zu Spenden auf. Dabei lautet ihr Credo: Ein ernstes Thema bedeutet nicht, dass die Kommunikation langweilig sein soll. Sie soll im Gegenteil Freude machen. Die Bank wollte das Thema ohne Tabus behandeln. Denn wie will unsere Gesellschaft den Krebs besiegen, wenn wir uns einschüchtern lassen und nicht darüber reden?





Lösung

Der ungezwungene Umgang mit sehr ernststen Themen hatte sich bereits in der Vergangenheit wiederholt als überaus erfolgreich erwiesen. Die Bank Cler führte deshalb die beiden Themen Spenden und Brustkrebs ganz unverkrampft zusammen – und zwar mit einem Symbol, das die Botschaft auf den Punkt brachte: dem ersten Sparschwein, das von hinten wie eine Brust aussieht. Dieses wurde als Key Visual auf diversen Kanälen on- und offline eingesetzt, so in Form einer Roadshow, als Spendenboxen am POS, als Plakate, Broschüren und auf Social Media.

Ergebnis

Die Aktion generierte dringend nötige Spendengelder für die Krebsliga Schweiz und schuf eine hohe Aufmerksamkeit für das noch immer tabuisierte Thema Brustkrebs sowie für die Bank selbst. Dies gelang auch dank einem stimmigen Brand-Fit. Die Bank Cler steht für die Enttabuisierung gesellschaftlicher Themen, was auch im Claim deutlich zum Ausdruck kommt: «Zeit, über Geld zu reden».

Auftraggeber

Bank Cler AG

Aeschenplatz 3, 4002 Basel
cler.ch

Agentur

Heimat Zürich

Stauffacherstrasse 101, 8004 Zürich
heimat-zuerich.com

MIT CATAPULT AIR IN HOHEM BOGEN NACH SYLT

Aufgabe

Die eingleisige Bahnstrecke nach Sylt ist fast 100 Jahre alt und die unzuverlässigste Verbindung Deutschlands. Zugausfälle und Verspätungen gehören zum Alltag. Der Ausbau auf Zweigleisigkeit wäre längst fällig. Doch trotz jahrzehntelanger Proteste unternahmen Bundesregierung und Deutsche Bahn bisher nichts. Es brauchte schon eine aufsehenerregende Aktion, um den Druck auf die Politik zu erhöhen.





Sehen Sie hier
den Film zum
Case.



Lösung

Die Sylt Marketing GmbH löste das ernste Problem mit überwältigendem Humor: In einem Onlinevideo warb sie für die fiktive Fluggesellschaft Catapult Air, die Menschen «in hohem Bogen» in zwei Minuten vom Festland nach Sylt katapultiert und damit weit zuverlässiger ist als die Bahn. Am Ende des Clips voll feiner Ironie werden Sylter, Pendler, aber auch Feriengäste (jährlich über eine Million) dazu aufgerufen, eine Petition für den zweigleisigen Ausbau der Linie zu unterzeichnen.

Ergebnis

Innerhalb weniger Tage verbreitete sich das Video über die Sylt-Media-Kanäle organisch in allen sozialen Medien. Alle deutschen Leitmedien in TV, Funk und Presse nahmen es in ihre Berichterstattungen auf. Ein einziges Video – mit kleinem Budget und einheimischen Laiendarstellern produziert – erreichte einen Mediawert von 1,6 Millionen Euro. Der Druck auf die Politik stieg rasant, und die Petition wurde in Rekordzeit mit Unterschriften geflutet. Nur vier Monate nach der fiktiven Lancierung von Catapult Air beschloss der Bundesverkehrsminister den zweigleisigen Ausbau für 221 Millionen Euro.

Auftraggeber

Sylt Marketing GmbH

Stephanstrasse 6, DE-25980 Sylt
sylt.de

Agentur

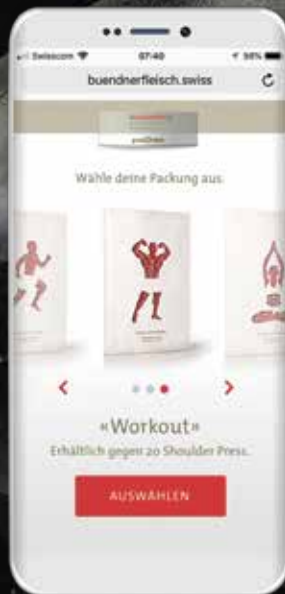
Philipp und Keuntje GmbH

Bei St. Annen 2, DE-20457 Hamburg
philippundkeuntje.de

ENERGIE VOM FEINSTEN

Aufgabe

Wie schafft man es, eine junge, sportlich aktive und ernährungsbewusste Zielgruppe für eine Trockenfleisch-Delikatesse aus den Bündner Bergen zu begeistern, die noch heute nach einem Rezept aus dem 18. Jahrhundert hergestellt wird? Dieser Aufgabe stellte sich Graubünden Ferien gemeinsam mit der Kommunikationsagentur Jung von Matt/Limmat.





Sehen Sie hier
den Film zum
Case.



Lösung

Die Agentur nutzte die Tatsache, dass Bündnerfleisch zu 40 Prozent aus Protein und nur zu 4 Prozent aus Fett besteht. So kreierte sie für Graubünden Ferien drei Verpackungsdesigns in limitierter Auflage, die Bündnerfleisch mit dem Slogan «Energie vom Feinsten» als natürliches und hochkarätiges Proteinprodukt positionieren und die direkte Umwandlung in Muskeln dramatisieren. Denn wer eine der drei Packungen im Online-shop bestellen will, muss sich körperlich betätigen und die Leistung mit seinem Smartphone messen. Erst nach Erfüllung der entsprechenden Challenge wird der Bestellbutton aktiviert.

Ergebnis

Die erste Auflage Bündnerfleisch (2000 Verpackungen) war innerhalb von nur 24 Stunden restlos vergriffen. Total nahmen über 12 300 User an der Mobile-Challenge teil. Insgesamt drückten sie 93 000 Mal die Schultern, summten 13 Stunden «Ommm» und rannten erstaunliche 47 Kilometer. In den ersten drei Kampagnentagen stieg der Traffic auf der Website um 9900 Prozent. Und Bündnerfleisch ist nun bei Jugendlichen schweizweit als hochkarätiges Proteinprodukt bekannt.

Auftraggeber

Graubünden Ferien

Alexanderstrasse 24, 7001 Chur
graubuenden.ch

Agentur

Jung von Matt/Limmat

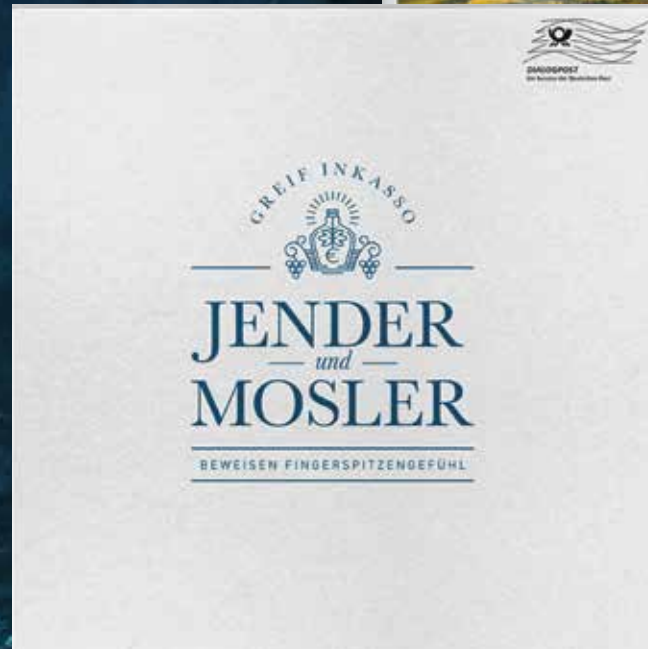
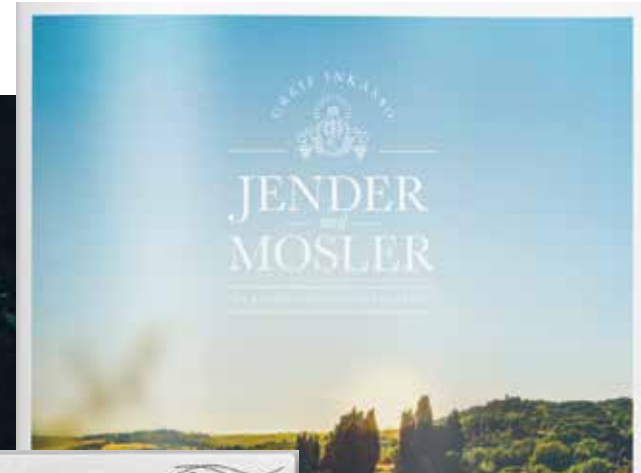
Wolfbachstrasse 19, 8032 Zürich
jvm.ch

DIE GROSSARTIGEN ABENTEUER EINES INKASSO-SPEZIALISTEN

Aufgabe

Der deutsche Inkassomarkt ist heiss umkämpft. Die grossen Fische fressen die kleinen. Alle? Nein, ein unbeugsames Unternehmen namens Greif Inkasso aus Bayern leistet tapfer Widerstand. Der traditionelle Familienbetrieb stand 2018 vor der Herausforderung, Neugeschäfte zu akquirieren. Das Problem: Die marktüblichen Inkassoleistungen unterscheiden sich kaum voneinander, sodass am Ende meist der Preis ausschlaggebend ist. Wie soll man da bei Entscheidern wie Geschäftsführern, Finanzchefs oder Buchhaltungsleitern seine Bekanntheit erhöhen?

1 Jender & Mosler als feinsinnige toskanische Weinbauern



Fingerspitzengefühl macht den Unterschied

BEI DER WEINERZEUGUNG WIE BEIM FÖRDERUNGS-MANAGEMENT

Sehr geehrter Herr Musterkunde,

schon wieder ein Inkassounternehmen, das für Sie arbeiten will? Ja, Sie haben recht: wir – Stephan Jender und Ralf Peter Mosler – würden gerne für Sie arbeiten! Abgesehen davon, dass wir erfahrene Inkasso-Spezialisten (mit einem seit 1949 erfolgreichen Unternehmen im Rücken) sind – warum sollten Sie gerade UNS Ihr Vertrauen schenken? Eine gute Frage. Vielleicht weil wir Ihnen glaubhaft machen können, dass wir unseren Job nicht nur lieben, sondern ihn auch mit viel Fingerspitzengefühl ausüben? Apropos: wir sind der Meinung, dass Weinerzeugung und erfolgreiches Inkasso eine Menge gemeinsam haben. Was dies ist, würden wir Ihnen gerne mit der beiliegenden Lektüre näherbringen. So erfahren Sie übrigens auch ein wenig über uns und unsere Denkweisen. Vielleicht ein erster Schritt für ein persönliches Kennenlernen?

Viel Spaß mit der beiliegenden Lektüre wünschen

Stephan Jender

Ralf Peter Mosler

PS: Mehr Details zu unseren Personen und Qualifikationen finden Sie hier:
www.greifinkasso.com/jenderundmosler

Greif Inkasso
SEIT 1949





Sehen Sie hier
den Film zum
Case.

2

Jender & Mosler
als wagemutige
Arktisforscher



3

Jender & Mosler
als Schatzsucher
in der Tiefsee



Lösung

Greif Inkasso sprach ihre Zielgruppe nicht über eine plumpe Leistungsschau oder grossspurige Erfolgsquoten an, sondern über ein fantastisches Storytelling rund um Stephan Jender und Ralf Peter Mosler, die beiden Inkassospezialisten des Unternehmens. Drei hochwertige, persönliche Mailings liessen aufhören: Als toskanische Weinbauern beweisen Jender & Mosler Fingerspitzengefühl, als Arktisforscher Mut und Ausdauer und als Unterwasser-Schatzsucher jede Menge Tiefgang. Fingerspitzengefühl, Mut und Ausdauer, Tiefgang – das sind genau die Fähigkeiten, die ein erfolgreiches Inkassogeschäft ausmachen. Aber halt! Sind die Abenteuer von Jender & Mosler nun Realität oder Fiktion? Die Neugier der Zielgruppe war geweckt!

Ergebnis

Bisher hatte kein Unternehmen in dieser Branche einen solchen Weg eingeschlagen. Der Mut zahlte sich aus: Das Mailing in drei Stufen an insgesamt 545 Adressen generierte 6,2 Prozent Rückruf- und Terminwünsche. Greif Inkasso konnte 24,3 Prozent mehr Aufträge verbuchen als im Vergleichszeitraum 2017. Und für 2019 standen jede Menge qualifizierte Leads für die weitere Bearbeitung zur Verfügung.

Auftraggeber

Greif Inkasso GmbH

Felix-Wankel-Strasse 3, DE-85221 Dachau
greifinkasso.com

Agentur

Elbfeuer GmbH

Mittelweg 161, DE-20148 Hamburg
elbfeuer.de

AUS LIEBESKUMMER ZUM TRAUMSCHIFF-JOB

Aufgabe

Die Unternehmensgruppe sea chefs rekrutiert Personal für Kreuzfahrtschiffe. Einst galten solche Stellen als Traumjobs, aber heute sind kaum noch gelernte Fachkräfte zu bekommen und die wenigsten wissen, welche beruflichen und persönlichen Chancen Reedereien und Reiseveranstalter bieten. sea chefs suchte daher nach einer unkonventionellen Form von Rekrutierung.





Sehen Sie hier
den Film zum
Case.

Rund 100 qualifizierte Bewerbungen

Geld verdienen und gleichzeitig Traumziele bereisen?
Arbeite im F&B-Bereich auf den besten Kreuzfahrtschiffen der Welt.

Heute bei **sea chefs** an, einem der weltweit führenden Partner von Reedereien und Reiseveranstaltern der Kreuzfahrtbranche!

Geld verdienen und gleichzeitig Traumziele bereisen?
Arbeite im F&B-Bereich auf den besten Kreuzfahrtschiffen der Welt.

Geld verdienen und gleichzeitig Traumziele bereisen?
Arbeite im F&B-Bereich auf den besten Kreuzfahrtschiffen der Welt.

Mehr Informationen:

- Was wir suchen
- Was wir dir bieten
- Was wir sind

Lösung

Das Unternehmen beschloss, sich statt an Ausgebildete an Quereinsteiger zu wenden. Dabei stellte sich die Frage, welche persönlichen Situationen und Stimmungen zu einer Bewerbung veranlassen könnten. Dies verlangte nach einer Deep Dive Research. sea chefs gestaltete über 200 individuelle Facebook-Anzeigen mit Texten wie: Abitur geschafft und beruflich unorientiert? Trennung vom Freund und einfach nur weg? Weltenbummler mit kleinem Budget? Die Inserate verlinken auf passende Landingpages. Sie machen Lust auf die Arbeit an Bord und listen offene Stellen mit direkter Bewerbungsmöglichkeit auf. Damit holte sea chefs junge Menschen auf ihren Kanälen und in ihren verschiedenen Lebenswelten ab – und revolutionierte das Social Recruitment.

Ergebnis

Innerhalb kürzester Zeit gingen rund 100 qualifizierte Bewerbungen ein. Die Zugriffe auf die Landingpages nahmen wöchentlich um 70 Prozent zu. Die Anzeigen erreichten innerhalb weniger Wochen zielgenau mehr als 4 Millionen Views und wurden tausendfach geklickt. Es war die erfolgreichste Kampagne in der Geschichte des Unternehmens.

Auftraggeber

sea chefs Cruise Services GmbH

Schauenburgerstrasse 32, DE-20095 Hamburg
seachefs.com

Agentur

achtung! GmbH

Strassenbahnring 3, DE-20251 Hamburg
achtung.de

VON WEGEN UNZUSTELLBAR

Aufgabe

localsearch, die Schweizer Verzeichnisplattform, bietet vor allem kleinen und mittleren Unternehmen, die von potenziellen Kunden gefunden werden wollen, unterschiedlichste analoge sowie digitale Plattformen und Dienstleistungen. Dennoch springen immer wieder Unternehmen ab. localsearch will daher solche Ex-Kunden zurückgewinnen. Eine Kampagne sollte ihnen die Vorteile eines Eintrags in den Verzeichnissen in Erinnerung rufen.



WE

Guten

Argerlich
Anfragen

Möchten Sie
mit 15 Millionen

Mit der local Bus
neues Produkt zu

WAS KANN DIE LC

- > Unternehmenspra
- > Prominente Darste
- > Bessere Auffindbar
- > Auffällige Darstellung
- > Zugriffsmöglichkeit für

Mit der local Business Card
schlagbaren Preis von nur 1

Kontaktieren Sie uns noch heu

0800 86 80 86

marketing@localsearch.ch

Wir freuen uns, Sie bald wieder zu u

Freundliche Grüsse

16



Sehen Sie hier
den Film zum
Case.



Lösung

Als Speerspitze der Winback-Kampagne verschickte localsearch ein Mailing mit einem persönlichen Gutscheincode für die local-Business-Card: Für nur einen Franken pro Tag konnten sich die Ex-Kunden ab sofort wieder in den Verzeichnissen von localsearch eintragen lassen. Der Clou: Das Brief-Mailing trug den rundum bekannten Postkleber «Empfänger konnte unter angegebener Adresse nicht ermittelt werden» – als ob der Empfänger selbst den Brief abgeschickt hätte. So hielt localsearch ihren ehemaligen Kunden vor Augen, was herauskommt, wenn man von den eigenen potenziellen Kunden nicht mehr gefunden wird, weil man bei der grössten Schweizer Verzeichnisplattform keinen Eintrag mehr hat.

Ergebnis

Die Kampagne sorgte für sehr grosse Aufmerksamkeit und entsprechend hohe Brieföffnungsraten. 7 Prozent der angeschriebenen Ex-Kunden lösten ihren persönlichen Code sofort ein und buchten die local-Business-Card, um wieder gefunden zu werden.

Auftraggeber

localsearch – Swisscom Directories AG

Förllibuckstrasse 62, 8021 Zürich
localsearch.ch

Agentur

Agentur am Flughafen

Flughafenstrasse 10, 9423 Altenrhein
agenturamflughafen.com

DIALOG MARKETING SOLUTIONS

IHRE EXPERTEN



Wir beraten Sie für erfolgreiches Dialogmarketing.



Beratung

Erweitern Sie Ihr Wissen

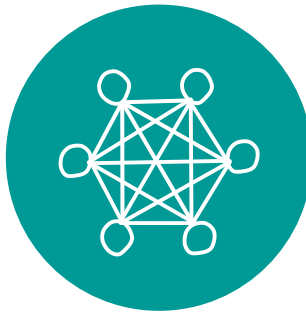
Workshop
Roundtable
Mailing-Check-up



Forschung

Steigern Sie Ihre Werbewirkung

Daten-Fundus
Eye-Tracking
Impact-Analyse
Testing



Cross-Channel

Vernetzen Sie die Kanäle

Physisch
Digital
Out of Home
Persönlich



360-Grad-DM

Entlasten Sie sich in Kampagnen

Über alle DM-Schritte
rundum zugeschnitten

Die Experten von Dialog Marketing Solutions beraten und begleiten Sie auf Wunsch durch sämtliche Dialogmarketing-Teilschritte direkt zum Erfolg. Auch ausgewiesene Spezialisten profitieren vom Austausch mit unseren Dialogmarketing-Experten und vom gegenseitigen Know-how-Transfer.

Unser Angebot – optimal auf Sie abgestimmt

Als unabhängig beratende Experten gehen wir gezielt auf Ihre Bedürfnisse ein: Wir analysieren gemeinsam mit Ihnen bestehende Massnahmen und gewinnen daraus Erkenntnisse, die wir optimal für weitere Projekte umsetzen. Wir teilen mit Ihnen Fallbeispiele (Cases) sowie aktuelle Studienergebnisse und begleiten Sie durch neue Tests. Alles in allem eine Rundumbetreuung mit effizienten Werkzeugen und sofort umsetzbaren Lösungen.

NEWS UND TIPPS ZUM DIALOGMARKETING

PLANUNGSHILFEN DER POST



DirectPoint Informationsplattform

Die kostenlose Informationsplattform bietet Ihnen regelmässig eine Fülle an informativen, redaktionell aufbereiteten und relevanten Inhalten aus den Bereichen Management, Marketing, Kommunikation und Dialogmarketing. Aber auch praktische Tipps und Checklisten, die Ihnen den beruflichen Alltag erleichtern. DirectPoint vermittelt Ihnen Inspiration, Wissen und Werkzeuge für Ihren Geschäftserfolg.

www.post.ch/directpoint



DirectPoint Magazin

In jedem Heft finden Sie einen umfassenden Schwerpunkt mit verschiedenen Beiträgen zum Thema. Dazu viele spannende Hintergrundinfos, Trends und inspirierende Geschichten. Kostenlos abonnieren unter:

www.post.ch/directpoint-magazin



DirectPoint E-Mail-Newsletter

Ihre monatliche Informationsquelle mit den neuesten Trends, spannenden Hintergrundinfos und hilfreichen Tipps. Darüber hinaus verschiedene Beiträge zu einem aktuellen Thema. Kostenlos abonnieren unter:

www.post.ch/directpoint-newsletter

**Impressum 13. Ausgabe
Oktober 2019**

© Copyright

Post CH AG
PostMail
Dialogmarketing
Wankdorfallee 4
3030 Bern

Die Wiedergabe von Inhalten
aus DirectCases ist mit
Quellenangabe grundsätzlich
gestattet.

Redaktion

Post CH AG, Bern
Agentur am Flughafen,
Altenrhein

Konzept und Gestaltung

Post CH AG, Bern
PostMail, Dialogmarketing, Bern
Agentur am Flughafen,
Altenrhein

Alle Daten und Preise ohne
Gewähr. Stand der Daten bei
Drucklegung: Oktober 2019

Post CH AG
PostMail
Dialog Marketing Solutions
Pfingstweidstrasse 60b
Postfach
8080 Zürich

Telefon 058 341 17 17

www.post.ch/directpoint
directpoint@post.ch

DIE POST 