

ICH BIN STEFANIE - MAILING

Aufgabenstellung

Stefanie Hetjens wurde im Körper eines Jungen geboren – und wusste seit ihrer Kindheit: Ich bin ein Mädchen. 2015 entschied sie sich im Alter von 32 Jahren für das Coming-out. Doch die Transformation von Mann zur Frau ist eine grosse Herausforderung. Vor allem als Account Manager in einer Werbeagentur mit direktem Kundenkontakt. Die Kolleginnen und Kollegen informierte Stefanie im persönlichen Gespräch. Doch wie sagt man es den Kunden?

Lösung / Umsetzung

Wer traut sich, Tabus direkt anzusprechen und zu einem sensiblen Thema wie Transgender Fragen zu stellen? Kaum jemand, vor allem nicht in der Arbeitswelt. Daher ging es bei diesem sensiblen Thema vor allem darum, respektvoll, aufklärend und gleichzeitig persönlich zu kommunizieren. Der Gefahr, einen Kunden zu verlieren oder zu verunsichern, wurde von Anfang an höchste Priorität eingeräumt. Als Direct-Marketing-Agentur war schnell klar: Die Kommunikation musste ein Mailing beinhalten. Und als Response-Element sollte eine Website die vielen Fragen der Mailing-Empfänger beantworten können.

Mit einem einfachen Mailing wurden die Empfänger auf die Microsite verwiesen und darüber informiert, dass Stefanie ihr neuer Ansprechpartner sein wird – aber trotzdem alles beim alten bleibt.

Ergebnis

- Von allen angeschriebenen A-Kunden (30 Ansprechpartner) erhielten die Agentur und Stefanie Hetjens äusserst positives Feedback für die Art und Weise der Kommunikation.
- Es entstanden mit den Meisten ausführliche Gespräche, die Qualität der Kundenkontakte wurde erhöht und sämtliche Kunden akzeptierten Stefanie Hetjens vom ersten Tag an.
- Das Thema sprach sich schnell in den Social-Media-Kanälen und via Word-of-Mouth herum: Die Website hatte ca. 16'000 Besuche/14'000 Besucher (bei 60 versandten Mailings)! Durchschn. Besuchsdauer: über 40 Min.



Die Website ichbinstefanie.ch mit der Möglichkeit, anonym Fragen zu stellen und von Stefanie alle Antworten zu erhalten.



Ein einfaches Mailing informierte die Kunden, dass sie eine neue Kundenberaterin haben – aber trotzdem alles beim alten bleibt. Dem Mailing lag die neue Visitenkarte bei.

HIER GEHT'S ZUR SEITE!

