

redcross-edu.ch: Ich kann handeln

Aufgabenstellung

Das Schweizerische Rote Kreuz (SRK) ist einer der grössten Bildungsanbieter der Schweiz: Rund 14'500 Kurse diverser Verbände sind via redcross-edu.ch buchbar. Nur wissen das zu Wenige. Eine Kampagne soll das SRK als Kursanbieter bekanntmachen und das heterogene Zielpublikum auf das Online-Portal leiten.

Die Herausforderung: Das Zielpublikum ist ebenso breit gefächert wie das Kursangebot. Und die Anbieter selbst; vier Partnerorganisationen und 24 Rotkreuz-Kantonalverbände. Die Bewerbung der Kurse verläuft bislang dezentral und inkoordiniert durch die einzelnen Absender.

Lösung

Ein gemeinsamer Claim und Auftritt bündelten die Angebote unter einem Dach; mit dem Onlineportal als Absender und Zielplattform. Die Kreation baute auf acht repräsentative Flaggschiff-Kurse, welche sowohl die Zielgruppen wie Anbieter reflektierten.

Die interaktiven Online-Werbemittel erzeugten Dialog. «Ich kann handeln» wurde zur Leitidee: Herausfordernde Fragen aktivierten die User, eine Antwort zu klicken. Diese führte zum passenden Overlay und Kurs auf redcross-edu.ch.

Die Mediaplanung setzte auf Online-Banner im CH-Breitennetzwerk; Display-Formate, auf Conversion ausgelegte Standard IAB, ausgeklügelte Targetings und Retargetings. Dazu Facebook Ads & Posts, Adwords, Inserate und Flyer.

Ergebnis

Die 4-wöchige Kampagne mit CHF 150'000.- Budget übertrifft die auf Digital-Hub, Budget und Laufzeit ausgelegten Zielwerte aller KPI signifikant:

KPI	Ziel	Resultat	Erfolg
Kontaktanzahl Online	1'000'000	2'774'733	+ 174%
Online-Klicks	200'000	334'510	+ 67%
Click-through-rate (CTR) via Banner	2%	9.3%	+ 365%
Traffic auf redcross-edu.ch	90'000*	238'791	+ 165%
Online-Profil für künftige Massnahmen	500'000	1.5 Mio.	+ 200%

*70'000 als Durchschnitt vor der Kampagne



Interaktive Banner mit Antwortmöglichkeiten

Overlay auf Website gemäss Banner-Antwort



Interaktive Online-Banner :
8 Sujets, Display und Standard IABs



Print-Inserat und Postkarte