

AUFGABENSTELLUNG

Black&Blaze, die kleine Zürcher Kaffeerösterei, produziert feinsten Premium-Kaffee mit starker Note und kräftigem Aroma. Das ideale Mittel also, um genussvoll wachzubleiben.

Doch weil das meiste Geld in die Produktion ihres erstklassigen Premiumkaffees fliesst, bleibt nicht mehr viel Geld übrig, um dies zu kommunizieren. Eine Idee muss also her, die trotz beschränkten finanziellen Mitteln für Aufmerksamkeit sorgt.

LÖSUNG

Vater werden ist nicht schwer, Vater sein dagegen sehr: Kurz, nachdem der britische Thronfolger Prinz William zum dritten Mal Vater wurde, schlief er bei einem öffentlichen Gottesdienst ein. Black&Blaze nutzte die Chance und schickte noch am selben Tag ein Päckchen feinsten Premium-Kaffee zum Kensington Palast. Damit es Prinz William in Zukunft leichter fällt, trotz kurzer Nächte wach zu bleiben.

Mit Erfolg. Denn schon ein paar Tage später kam ein Brief zurück, in dem sich der Prinz für den Kaffee bedankt hatte. Das fand nicht nur Black&Blaze super, sondern auch die Schweizer Presse, die rege über die Aktion berichtete. Und auch auf Social Media fand die Aktion grosses Gehör.

ERGEBNIS

Die Aktion beweist, dass auch ein Direct Mailing wie ein normales Postpaket (mit Kaffee und mit nur einem Adressat) viel bewirken kann. Durch die Aktion konnten ein grosses Medienecho und wertvoller redaktioneller Inhalt erzeugt werden, dessen Wert die eingesetzten Porto- und Materialkosten ein Zehntausendfaches überschreitet. Zudem wurden die Medienberichte auf Social Media mehrfach geteilt und positiv kommentiert.

Und das Wichtigste: Black&Blaze konnte unmittelbar nach der Aktion einen königlichen Rekordumsatz (+50%) verbuchen.



Prinz William und Kate bekommen drittes Kind



Müder Prinz schläft ein bei wichtigem Gottesdienst



Black&Blaze schickt dem müden Prinzen Kaffee



Prinz antwortet!!!

«Post vom Königshaus für kleine Rösterei.»



Grosses Medienecho



+ 50% Umsatz