

Legt den Grundstein: UBS Hypo Check

Aufgabenstellung

Ziel der Offensive ist es, sich mit der hohen Hypothekar-Beratungskompetenz zu positionieren sowie das Umsatzvolumen durch Neuabschlüsse und Intensivierung der Kundenbeziehung zu steigern. Als Teil einer Gesamtkampagne mit Multi-Channel Aktivitäten lag der Fokus auch auf Dialogmassnahmen. Zwei selektierte Zielgruppen «Eigenheim-Träumer» und «Fremdhypothekenkunden» wurden schweizweit mit Direct Mailings und E-Banking-Mitteilungen angeschrieben um entsprechende Hypo-Beratungstermine zu initiieren. Damit soll zur aktiven Unterstützung der Kundenberaterinnen und Kundenberater von UBS beigetragen werden.

Lösung

Der UBS Hypo Check steht im Mittelpunkt der Promotion. Denn wer von den eigenen vier Wänden träumt oder in Betracht zieht seine Hypothek zu erneuern sollte situations- und bedürfnisgerecht beraten sein. Eine solide Basis für die Finanzierung – der Grundstein für das Eigenheim. Dreidimensional als Pop-Up, verständlich und überraschend. Das Beratungserlebnis beginnt bereits im Mailing.

Resultate

Beratungsterminwünsche/Terminvereinbarungen (Response):
verglichen mit entsprechenden DM-Aktionen «überdurchschnittlich»

E-Banking-Mitteilung

