

BLKB

Hypo-Kampagne «Kunden für Kunden»



Aufgabenstellung

Die Basellandschaftliche Kantonalbank (BLKB) möchte von April bis Juni 2018 ihre Hypotheken-Angebote bewerben. Primäres Ziel ist dabei die Positionierung der BLKB als vertrauenswürdiger Ansprechpartner für die Eigenheim-Finanzierung. Die Themen «Transparenz», «Offenheit» und «faire Beratung» sollen klar adressiert werden. Zudem ist gewünscht, dass potenzielle Neukunden durch die Kampagne zur Interaktion mit der BLKB angeregt werden: Sie sollen sich aktiv informieren und persönlich beraten lassen.

Lösung

Die Finanzierung einer Immobilie ist für die meisten Menschen die grösste finanzielle Entscheidung im Leben. Dementsprechend gross ist die gefühlte Unsicherheit. Unsere Idee: Wir geben Hypotheken-Interessierten die Möglichkeit, aus erster Hand zu erfahren, wie sich eine Immobilien-Finanzierung mit der BLKB anfühlt. Und zwar direkt von den Personen, die das am besten

beurteilen können – den bestehenden Hypotheken-Kundinnen und -Kunden der BLKB. Diese «Kunden-Kundenberater» bringen wir im Rahmen der Kampagne auf vielfältige Art und Weise mit unserer Zielgruppe in Kontakt. Ein perfekter Beweis für «Transparenz» und «Offenheit» und zugleich ein überzeugender Weg, um Vertrauen auf- und Unsicherheiten abzubauen.

Ergebnis

Die Kampagne rief ein sehr positives Echo hervor und führte zu einem intensiven Dialog auf allen Ebenen – sowohl von potenziellen Neukunden zu Bestandskunden als auch von Neu- und Bestandskunden zur BLKB. Ein starker Indikator dafür ist die Steigerung der Homepage-Aufrufe um 24% sowie die erhöhte Verweildauer auf der Seite (+418%).

Dabei informierte sich jeder dritte Besucher mittels Infomaterial oder nahm per Formular Kontakt auf. Auch die Anfragen via Callcenter verzeichneten einen deutlichen Zuwachs (+31%). Insgesamt stiegen die Anmeldungen für Beratungsgespräche um 14%. Und noch wichtiger: Es gab im Kampagnenzeitraum Neuabschlüsse im knapp dreistelligen Bereich.

E-Screens, Flyer
Via E-Screens am Hauptbahnhof Basel und in allen BLKB-Geschäftsstellen wurde in Kombination mit Flyern auf die Hypotheken-Beratung aufmerksam gemacht.

Display-Ads
Über Targeting und Retargeting-Banner konnten die Testimonials zielgerichtet Botschaften platzieren.

Plakate, Inserate, Publireportage
Auf Plakaten in der gesamten Nordwestschweiz und in zielgruppenrelevanten Titeln warben die Testimonials für die Beratung der BLKB.

Newsletter
Via Newsletter wurde ein Aufruf gestartet, bei welchem Kunden als Testimonials gesucht wurden.

SICHER FINANZIEREN. VERBLÜFFEND EINFACH! ★★★★★

1. AUFRUF

2. AWARENESS

3. INTERAKTION

Mailing

Personalisierte Mailings mit Response-Element lieferten detaillierte Informationen – und luden zum persönlichen Gespräch ein.

Landingpage

Auf der Landingpage erfuhr man mehr über die Testimonials, hatte die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme und erhielt Informationen zu den Produkten der BLKB.

Social Media

Über die Social Media Kanäle der BLKB wurden Hintergrundinformationen zur Kampagne und Video-Homestories ausgespielt.

Die BLKB Kunden-Kundenberater

Zahlreiche zufriedene BLKB-Kunden meldeten sich, um ihre persönlichen Erfahrungen mit neuen Interessierten zu teilen. Für die drei zentralen Kundensegmente «Pensionierte Hausbesitzer», «Hausbesitzer-Familie» und «Wohnungs-Eigentümer» wurden authentische Repräsentanten ausgewählt. Diese gaben Einblicke in ihre Immobilienprojekte und deren Finanzierung. Zudem standen sie für persönliche Auskünfte zur Verfügung.



✉📞@
Ehepaar Thomet



✉📞@
Familie Ecker



✉📞@
Danielè Gepner