

SAK PILOTMAILING FÜR PRIVATKUNDEN

Eine Suche nach Erkenntnis

DIE AUFGABE

Die St.Gallisch-Appenzellische Kraftwerke AG (SAK) hat in den letzten zwei Jahren einen wichtigen Change-Management-Prozess durchlaufen. Ein zentrales Thema der zukünftigen strategischen Ausrichtung war der neue Markenauftritt. Aber auch die Erkenntnis, dass man zu wenig über die Zielgruppen im Versorgungsgebiet weiss. Im Gegenzug wird die SAK gemäss einer Umfrage hauptsächlich als Stromlieferantin wahrgenommen, obwohl sie auch digitale Dienste (Internet, TV, Telefon) und E-Mobilität-Lösungen anbietet. Photovoltaikanlagen baut u.v.m. Ein Pilotmailing soll testen, wie auf beiden Seiten langfristig Wissenslücken geschlossen werden können.

DIE IDEE

Als Pilot werden in drei Gemeinden fünf unterschiedliche Mailings versendet, die möglichst viele Erkenntnisse über Zielgruppen und Potentiale, Markenbekanntheit, bevorzugte Kommunikationskanäle und Mailingformen sowie die Wirkung von Verstärkern liefern sollen. Für den Response steht den Mailingempfängern pro Mailing eine eigene Microsite oder ein physisches Antwortformular zur Verfügung. Begleitend werden bei einer Variante zusätzlich Plakate und Inserate geschaltet, um deren Einfluss auf den Response zu testen. Um auch Antworten auf die definierten KPI's wie Öffnungsrate, Verständlichkeit der Botschaften oder verankertes Wissen zu erhalten, wurde unter den Mailingempfängern eine telefonische Umfrage von gfs-zürich durchgeführt.

DAS ERGEBNIS

Mit 10.9% über alle Mailings ist der Response um ein Vielfaches höher als erwartet. Gleichzeitig lieferten die Auswertungen sowohl wichtige als auch überraschende Erkenntnisse, die bei der Gestaltung und Optimierung von zukünftigen Massnahmen massgebend sein werden.

10.9%

Durchschnittliche
Responserate

1

Mailing Nr. 1 (Brief), 826 Exemplare



Promotions-Angebot Digital
mit Wettbewerb

URL oder QR-Code



sak.ch/wettbewerb

**5.3 %
Response**

Rücklauf: 44

Telefonische Umfrage gfs: 81 Personen

2

Mailing Nr. 2 (Selfmailer), 879 Exemplare



Promotions-Angebot Digital
mit Wettbewerb

URL oder QR-Code



sak.ch/win-digital

**6.5 %
Response**

Rücklauf: 58

Telefonische Umfrage gfs: 81 Personen

3

Mailing Nr. 3 (Selfmailer), 809 Exemplare



Promotions-Angebot Digital
ohne Wettbewerb

URL oder QR-Code



sak.ch/digital

**0.4 %
Response**

Rücklauf: 3

Telefonische Umfrage gfs: 63 Personen

4

Mailing Nr. 4 (Selfmailer), 909 Exemplare



Promotions-Angebot Prosumer
mit Wettbewerb

URL oder QR-Code



sak.ch/win-prosumer

**12.6 %
Response**

Rücklauf: 115

Telefonische Umfrage gfs: 80 Personen

5

Mailing Nr. 5 (Selfmailer), 785 Exemplare



Dienstleistungs-Angebot
und Wettbewerb

Zusätzliche Touchpoints:
F12 Plakate am Bahnhof Speicher und
Inseratestrecke Tüffner Poscht

1. Woche



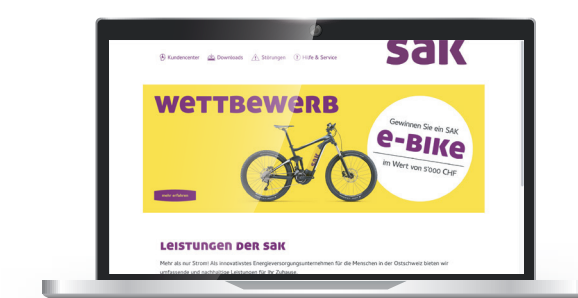
Inserate



2. Woche



URL oder QR-Code



sak.ch/win

**30.1 %
Response**

Rücklauf: 162 Mailing | 74 Plakate / Inserate

Telefonische Umfrage gfs: 55 Personen