



AUFGABENSTELLUNG

Einen Eintages-Event mit sage und schreibe 80 Referenten und individuell zusammenstellbaren Workshops zu bewerben und dabei für jeden die nötige Aufmerksamkeit zu erhalten, ist ein nicht alltägliches Unterfangen. Hinzu kommt, wenn das Briefing vorsieht, diesen Digitalanlass rein analog zu pushen. Warum diese Aufgabenstellung? Ganz einfach, bei der Connecta handelt es sich um den exklusiven Digitalanlass der Schweizer Post und deren ursprüngliche Kernkompetenz liegt nicht im Digitalen.

STRATEGIE/LÖSUNG

Es brauchte eine Analog-Einladung, die zur Interaktion aufforderte. Es wurde eine Einladung kreiert, auf der man seinen Connecta-Tag mit den 80 Workshops freirubbeln konnte. War man mit dem zufällig «errubbelten» Referenten oder Workshop nicht vollends glücklich, musste munter weitergerubbelt werden, so dass man sich mit (fast) jedem Programmpunkt auseinandersetzen musste. Da die Connecta noch nicht so bekannt ist und ausschliesslich Cracks in Unternehmen (direkt) ansprechen sollte, wurde die Einladung zwar personifiziert, jedoch wurde sie im Plakatformat gedruckt, damit sie vom angesprochenen Ober-Crack, nach seiner Anmeldung, auch in seinem Büro oder am Kaffeeautomaten aufgehängt werden konnte.

ERGEBNIS

100 prozentiger Erfolg: Wenige Tage nach Versand der Einladung, war die Connecta innert Rekordzeit ausgebucht.