

Alles gut bedacht.

I ♥ SOLAR

17% Response



ewz.meinsolar

Mit einer eigenen Solarstromanlage auf dem Dach Ihres Unternehmens reduzieren Sie Ihre Stromkosten – denn Sie produzieren Ihren eigenen Strom zu vorteilhaften Konditionen.

Mehr Details erfahren Sie in dieser Broschüre.



Titelseite

Rücktitel



Innenseite, links

Innenseite, rechts

Aufgabe

ewz ist einer der Solarpioniere der Schweiz. Durch die technische Entwicklung ist der Strom vom eigenen Dach oft günstiger als gekaufter Strom. Dies gilt natürlich auch für die Dächer von Firmengebäuden. ewz hat deshalb **gezielt ein Angebot entwickelt, welches Firmen zu Solarstromproduzenten macht.**

Das Angebot soll mit einer **Door-Opener-Massnahme** beworben werden, die CEOs, CFOs, Inhabern und sonstigen Entscheidungsträgern ermöglicht, die Vorteile einer Solarstromproduktion zu erkennen und den Kontakt zu den KAMs von ewz zu suchen (e-Mail/Telefon). In einem nachfolgenden, persönlichen Dialog mit dem KAM erfolgt z.B. eine Dacheignungsprüfung und Wirtschaftlichkeitssimulation.

Strategie

Die entwickelte Broschüre wird von KAMs der ewz als **Cross-Selling-Aktivität** eingesetzt. Hierfür werden bestehende Geschäftsbeziehungen genutzt.

Die Massnahme wird gezielt bei stattfindenden Gesprächen zu anderen Themen an das Potential abgegeben. Dies nach dem Motto: «Ich habe da noch etwas für Sie. Schauen Sie sich das doch einmal an und melden Sie sich bei Interesse.»

Kreation

Werbliche Fokussierung auf das unternehmensrelevante **Thema Rendite**. Dieses wird durch eine aufmerksamkeitsstarke Titelseite beworben: Zu sehen ist ein Flachdach. Die Headline dazu lautet «Sie sehen ein Dach? Wir sehen eine Renditemöglichkeit.» Die Headline steht auf einer Klappe, welche zur Seite gefaltet werden kann. Darunter wird die zukünftige Solarstromanlage der Firma auf dem Dach sichtbar.

Die Innenseiten der lediglich 4seitigen Massnahme in A4 sind klar strukturiert und schaffen einen schnellen Überblick (=hohe B2B Relevanz).

Ergebnis

Das Werbemittel war überaus erfolgreich. Es wurden 280 Exemplare an die definierte Zielgruppe verteilt. Es erfolgten 47 Rückmeldungen – was einem **Response von fast 17%** entspricht.