



BEST OFFER

Kluge Mehrwert-Schaffung für alle

Aufgabenstellung

Mehrwert für alle war das Motto beim Relaunch des Leserbindungstools von 20 Minuten, das sechs Jahre lang unter 20's Best Erfolge feierte. Ziel war, aus der printgetriebenen Vorteilsplattform, welche 12x jährlich die 20 Minuten Community mit Goodies und preislichen Vorteilen versorgte (2x als Hauptkampagne über zwei Wochen und 10x als Monats-Special), ein multimedial nutzbares Vorteils-Portal zu kreieren, das auf allen Kanälen – Print, Online sowie Mobile – überzeugt. Gleichzeitig musste eine neue Identität geschaffen werden.

Lösung

Mit Best Offer wurde ein harmonischer Brückenschlag zwischen multi- und crossmedialer Wirkung geschaffen. Eine Vorteilsplattform für Leser und User mit exklusiven Angeboten von namhaften Brands und Services, welche 20 Minuten auf sinnvolle und attraktive Art Zusatzeinnahmen beschert. Bei der Lösung wurde auf die Attribute «simpel» und «direkt» Wert gelegt, dies vor allem in technischer Hinsicht. Das Design sollte kompakt und modern herüberkommen; alle Angebote sollten den bekannten roten Faden beinhalten und Einheit sowie Harmonie als Ganzes ausdrücken. Gleiches galt für die Kampagne, die vor allem online lief und Best Offer in ergebnisorientierter Manier pushen sollte.

Ergebnis

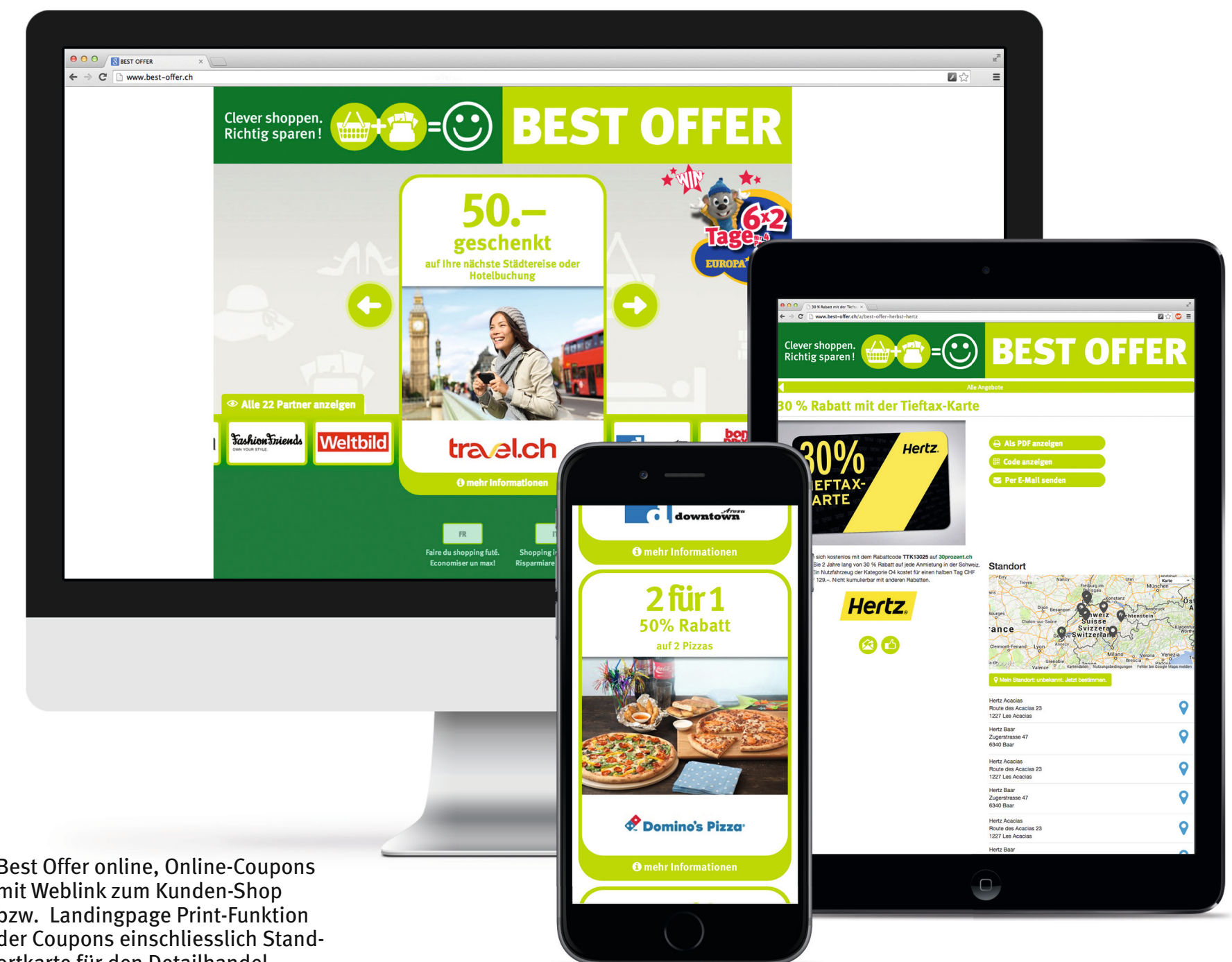
Der Erfolg kann in drei Bereichen gemessen werden: Anzahl der Anbieter (Teilnehmer), Umsatz-Generierung durch Best Offer – off- als auch online – und Klicks auf die Landingpage. Alle der drei Bewertungskriterien verzeichneten eine positive Tendenz. Mehr Anbieter, attraktivere Angebote und last but not least deutlich mehr Gutschein-Einlösungen als im Vorjahr. In Zahlen ausgedrückt: Eine Hauptkampagne von Best Offer generiert einen Umsatz von hochgerechneten 2,5 Mio. bis 3 Mio. Franken. Aus der zweiwöchigen Hauptkampagne von Best Offer resultierten ca. 45'000 Gutschein-Einlösungen und die Landingpage wurde rund 59'900 Mal aufgerufen bzw. genutzt.

Super-Gutschein

Gutschein-Standard

Doppelseitige Anzeige in 10 aufeinanderfolgenden Gesamtausgaben von 20 Minuten

Kampagne: Teaser-Anzeigen Print, Mobile und Online, diverse Formate



Best Offer online, Online-Coupons mit Weblink zum Kunden-Shop bzw. Landingpage Print-Funktion der Coupons einschliesslich Standortkarte für den Detailhandel