

Rubbel Jubel

in allen Haushalten

1

Aktivierung:

Neugier liegt in der Natur des Menschen.

Plakativ und unübersehbar wurden Rubbellose auf den Titelseiten von regionalen Tageszeitungen aufgebracht und so direkt in die Haushalte verteilt. Die freigerubbelte Gewinnnummer war die Chance auf diverse Preise.



2

Involvierung:

In die Geschäfte holen.

Nur wer in den Pizolpark kam, konnte an einer Gewinnwand feststellen, ob seine Gewinnnummer auch ein Preis war. Was dem EKZ deutlich mehr Besucher bescherte. Die Sofortpreise mussten in einem der teilnehmenden Geschäfte abgeholt werden.

Rubbeln & gewinnen!

Finden Sie heraus, ob 1 von mehr als 11'400 Sofortpreisen im Gesamtwert von über CHF 220'000.- Ihnen gehört. Vergleichen Sie Ihre Gewinnnummer mit den aufgeführten Gewinnnummern.

Hauptgewinn:

Nr. 1000-4999 Teilnahme an der Hauptverlosung

Sofortpreise:

Holen Sie sich Ihren Preis mit Ihrem Gewinnlos im jeweiligen Geschäft ab!

Nr. 5101-5103	MIGROS	Nr. 5801-5803	DIE POST
Nr. 5201-5207	im electronics	Nr. 5901	PIGOL APOTHEKE
Nr. 5301	DOIT-GARAGEN	Nr. 6101-6103	Reinhold
Nr. 5401	DENNER	Nr. 6201	swisscom
Nr. 5501-5502	CA	Nr. 6301	WALDER
Nr. 5601	Café de la	Nr. 6401	RB

Gewinnwand im EKZ

3

Booster:

Cross-Selling.

Beim Einlösen der Sofortpreise in den teilnehmenden Geschäften erhielten die Gewinner ein weiteres Rubbellos eines anderen Geschäfts und damit eine zusätzliche Gewinnchance. Das erhöhte die Verweildauer im EKZ und den Umsatz erheblich.



Rubbellose mit Gewinnnummern bedienen die Neugier perfekt!



Aufgabenstellung

Mit einer Werbemassnahme sollten Besucherfrequenz und Verweildauer im Einkaufszentrum Pizolpark temporär erhöht werden. Aufgrund des breiten Sortiments des EKZs musste dabei eine heterogene Zielgruppe angesprochen werden.

Lösung

Rund 123'000 Rubbellose mit Gewinnnummern wurden auf den Titelseiten von regionalen Tageszeitungen aufgebracht und so direkt in die Haushalte verteilt. Weitere 60'000 Rubbellose verteilte das Verkaufspersonal im Pizolpark. Die Aussicht auf den Hauptpreis, ein Peugeot 208, sollte verstärkt Besucher ins Einkaufszentrum locken. Mit jeder Gewinnnummer hatte man die Chance auf den Hauptpreis, zusätzlich wurden diverse Sofortpreise verlost.

Ergebnis

- Rund 27'000 eingelöste Rubbellose
- Entspricht einer Rücklaufquote von knapp 15 %
- Ca. 6 % Frequenzsteigerung ggü. Vorjahr im gleichen Zeitraum
- Jeder 3. Teilnehmer der Aktion kaufte spürbar mehr ein
- Ein voller Erfolg!

Zudem berichteten lokale Zeitungen über die Aktion.

pizolpark
mein zentrum

