



Jugendkampagne Wie denn sonst?

Ausgangslage

Das digitale Jugend-Bankpaket der UBS: mit Innovationen wie der Kontoeröffnung per Video Call, selbst für die anspruchsvollste aller Generationen gut genug. Nur dass sich die für Bankpakete nicht interessiert. Und für klassische Kommunikationswege erst recht nicht.

Idee

Wir lassen die Zielgruppe selbst zu Wort kommen. Sie ist dabei gnadenlos ehrlich – und eher «unterwältigt» vom Produkt. Mit typischer altersbedingter Coolness kommentiert sie die Features und gibt einmal mehr zu verstehen, dass für diese Generation das Beste nur knapp gut genug ist.

Dialog

Vielfältige Massnahmen über alle relevanten Kanäle. Und zwar ohne die bankentypischen Sprach- und Kommunikationsbarrieren, sondern als reger Austausch auf Augenhöhe mit der Zielgruppe. Vom klassischen Direct Mail über SnapChat und Live Events bis zur Kontoeröffnung online und per Video Call: It's a Date.

Resultate

Leads: Zielerreichungsgrad 171 %
Conversionsrate: 250 % über Ziel
1'584'051 Youtube-Views in 6 Wochen
Content Marketing: 293'626 Views, 26'841 Engagements
MROI: Awareness +8 % p, Consideration +6 % p,
Themenführerschaft +7 % p, Preference +4 % p

