

PARK & FLY



AUFGABENSTELLUNG

Da ein Grossauftrag auf das erste Quartal 2017 verschoben wurde, hatte die Agentur am Flughafen aufs Jahresende 2016 plötzlich grosse Kapazitäten frei. Es mussten unbedingt Stammkunden dynamisiert sowie «Schlafkunden» geweckt werden, um Aufträge vorzuziehen beziehungsweise auszulösen.

STRATEGIE/LÖSUNG

Um die Zielpersonen dazu zu bewegen, kurzfristig noch bei der Agentur am Flughafen mit einem Auftrag einzuchecken, wurden die Kunden mit einem «Directmail» angesprochen. Verschickt wurde ein personalisierter, reservierter VIP-Parkplatz. Und zwar in Originalgrösse. So dass die Kunden letztendlich nicht noch Zeit beim Check-in für den Last-Minute-Auftrag verlieren.

ERGEBNIS

Die persönlich telefonisch nachgefassten Directmailings führten zu 6 Besuchen vor Weihnachten, die Agentur am Flughafen konnten die Auftragsbücher übers Jahresende hinaus füllen. Da es sich um eine Familien-AG handelt werden konkrete EBIT-Zahlen nicht preisgegeben.

**Ausrollbarer
Parkplatz
in Originalformat
(5 x 2,3 m)**

