

PROBATES MITTEL GEGEN DAS «DEATH BY POWERPOINT SYNDROM»



AUFGABENSTELLUNG

Ob Lektorat, Korrektur, Übersetzung oder Copywriting – das rund 100-köpfige Team von Festangestellten bei Diction, einem der führenden Schweizer Sprachdienstleister, brilliert mit seiner Vielseitigkeit. Und das in über 30 Sprachen. Die umfassenden Dienstleistungen von Diction und die dafür verantwortlichen Spezialisten sollten potenziellen Key Accounts auf spielerische Art und Weise näher gebracht werden.

STRATEGIE/LÖSUNG

Kreiert wurde eine ganz spezielle Firmenpräsentation, die sowohl persönlich überreicht und präsentiert als auch gezielt als Mailing versandt werden konnte. Um dem «death by powerpoint syndrom» entgegen zu wirken wurde jedoch nicht einfach eine langweilige Powerpointpräsentation erstellt, sondern gleich ein eigenes Brettspiel kreiert. Mit dem Brettspiel konnte der potenzielle Auftraggeber sein Sprachwissen gleich selber auf den Prüfstand stellen. Sollte er dabei straucheln, genügte ein Anruf – egal um welche Tageszeit – denn bei Diction steht aufgrund der Standorte in der Schweiz sowie in Vancouver (Kanada) 24x7 jemand zur Verfügung.

ERGEBNIS

Die Begeisterung bei potenziellen Kunden war gross. Eingebettet in ein gesamtes Massnahmenpaket konnte Diction 2017 drei grosse Werbeagenturen ins Kundenportfolio aufnehmen und ist mit zwei weiteren in der Vertragsverhandlung. Werbe- und Marketingverantwortlichen auf der Kundenseite wurden ebenfalls auf Diction aufmerksam: zwei Neukunden konnten gewonnen werden. Und last but not least wuchs der Mitarbeiterbestand im vergangenen Jahr um über 20%.