

Bell General Snackpack

Aufgabenstellung

Jahr für Jahr, RS für RS beantwortet die Bell Schweiz AG sämtliche Rekruten-Bettelbriefe persönlich, individuell und mit Leckereien aus dem Bell Sortiment.

Die zahlreichen Anfragen der Rekruten waren Anstoss, das Engagement auszuweiten und die neue Snack-Linie einer hungrigen Zielgruppe bekannt zu machen. Die Bell Schweiz AG interpretiert damit die Schweizer Tradition von Freispäckli neu und bereitet den Rekruten auch weiterhin eine Freude. Auch Freunde und Verwandte der Soldaten sollen in den Prozess miteinbezogen werden, auf die sympathische Aktion von Bell (kostenlose Freispäckli für Soldaten) und das entsprechende Snack-Sortiment aufmerksam gemacht werden.

Lösung

Mit der Aktion «General Snackpack» können sich Soldaten kostenlose Energie und Genuss sichern. Alles, was sie dafür tun müssen, ist die Werbetrommel zu rühren. Um kulinarische Verstärkung zu erhalten, muss sich der Soldat auf der Microsite (mobile first) registrieren. Anschliessend sendet er einen personalisierten Link via Mail oder soziale Netze an Freunde/Verwandte und geht auf Stimmenfang. Das Hochladen eines Selfies erhöht den Werbeeffekt. Soldaten, die in einer Woche 6 Stimmen erhalten, dürfen sich auf ein Paket mit 3 Bell Produkten freuen, bei 12 Stimmen geht die Version mit 6 Snacks in die Feldpost. Als weiteres Highlight beinhalten die Päckli einen originellen Patch für die Uniform.

Ergebnis

7'600 Rekruten rücken zum Kampagnenstart am 31.10.16 in die RS ein. Bis zum Teilnahmeschluss (31.12.16) haben 1984 Soldaten an der Kampagne teilgenommen, dies entspricht mehr als 26% aller eingerückten Rekruten.

Die Microsite zählt während der Kampagne 118'159 Unique Visitors und insgesamt 24'866 registrierte Teilnehmer; dies entspricht einer Gesamt-Conversion von mehr als 21%. 22'887 Personen werden durch die Rekruten zur Unterstützung aufgefordert. 71% davon kommen der Aufforderung nach, registrieren sich auf der Microsite und geben mit Ihrer Unterstützung die Email Adresse für Marketingzwecke frei. Durch die Kampagne werden so von Bell 1'113 kostenlose Snackpacks an Rekruten versendet.

71%
Conversion
bei Aufforderung zur
Unterstützung

118'159
Unique Visitors
21%
Conversion
durch 24'866
Teilnehmer

1'984 registrierte
Soldaten, entspricht
26%
aller eingerückten
Rekruten.

HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH!
Du hast es geschafft und dir ein knackiges
Snackpack mitsamt heils begehrt
Abzeichen gesichert.
Hau rein und lass es dir schmecken!
Mit etwas Glück gewinnst Du auch noch den
Hauptpreis unseres grossen Wettbewerbs.
Es erwartet Dich ein Wellness- oder Survival-
Weekend für zwei Personen im Wert
von CHF 2'000!
www.bell.ch/snackpack

Snack Bat