

Shop-Radar

Aufgabenstellung

Wie kann das Handy als personalisierter Dialog-Marketing Kanal genutzt werden, ohne in die klassische «SMS-Schiene» zu fallen? Die Swisscom wollte in einem Pilot-Projekt das Potenzial von Mobile-Direktmarketing prüfen. In einer Selektion wurden 7500 Kunden aus den beiden Regionen Zürich und Bern als Empfänger für einen personalisierten Aussand bestimmt. Die Aufgabenstellung war es, eine Kampagne zu entwickeln, die den klassischen SMS Versand mit einem starken digitalen Erlebnis erweitert und eine hohe Kundeninteraktion mit der Marke und dem Produkt erzielt. Ebenso war es das Ziel, die Kunden für einen Laden-Besuch zu motivieren.

Lösung

Es wurden mehrere technische Elemente konzipiert. Ablauf und Zusammenspiel der Elemente: Ein personalisiertes SMS mit der Promotionsankündigung diente als Einstieg in den User Journey. An Stelle einer herkömmlichen Landing-Page wurde für das Landing des im SMS platzierten Link eine eigens angefertigte Sektion innerhalb der MySwisscom App genutzt. Ein Countdown signalisierte dem User, dass er nur noch 48h Stunden Zeit hat, vom Angebot profitieren zu können. Da kommt ein Hilfsmittel, den Weg zum nächsten Shop schneller zu finden gerade recht: Ein eingebauter Shop-Radar zeigt dem User auf überraschende und spielerische Art den Weg zum nächsten Geschäft.

Ergebnis

Die tragende Idee der Kampagne, ist die technische und konzeptionelle Kombination von herkömmlichem SMS-Marketing und «Gamification» in Kombination mit der physischen Welt. Die Integration des spezifisch entwickelten Shop-Radars, verleiht der Dialog-Kampagne ein spielerisches Element, während der Zeitdruck durch den nervös ablaufenden Countdown immer präsent ist. So wurde aus einer harmlosen persönlichen SMS plötzlich ein nervenaufreibendes Rennen gegen die Zeit. Innert 24 Stunden konnten 1440 neue Downloads für die MySwisscom App generiert werden. Die Klickraten vom SMS bis zum Einsatz des Shop-Radars erzielten ein CTR-Wert von bis zu 85% und eine Conversion Rate bis zu 25%.

