

#jugendlichefürjugendliche

Aufgabenstellung

Wie für alle Banken ist auch für die St. Galler Kantonalbank die Gewinnung von jungen Kunden an der Grenze zum Erwachsenenalter wichtig, aber nicht ganz einfach. Denn das Interesse der Zielgruppe an Bankangeboten ist, um es diplomatisch ausdrücken, überschaubar. Der Auftrag des Kunden lautete eine effiziente und effektive Kampagne zu entwickeln die mindestens xxx Jugendliche zu Kunden der St. Galler Kantonalbank machen soll.

Lösung

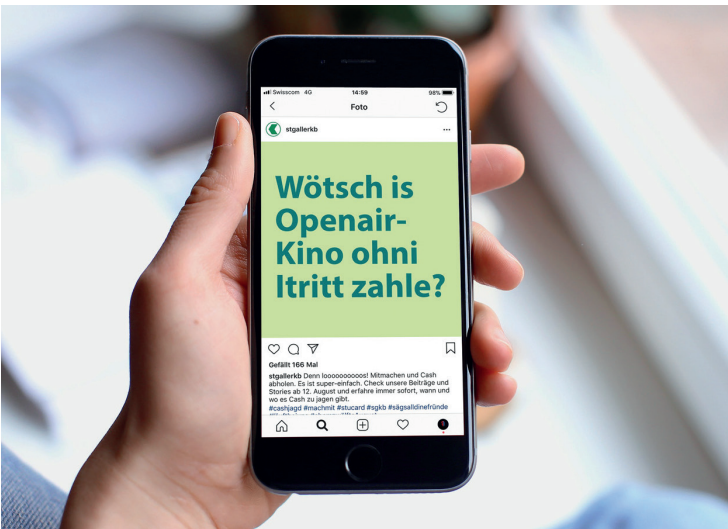
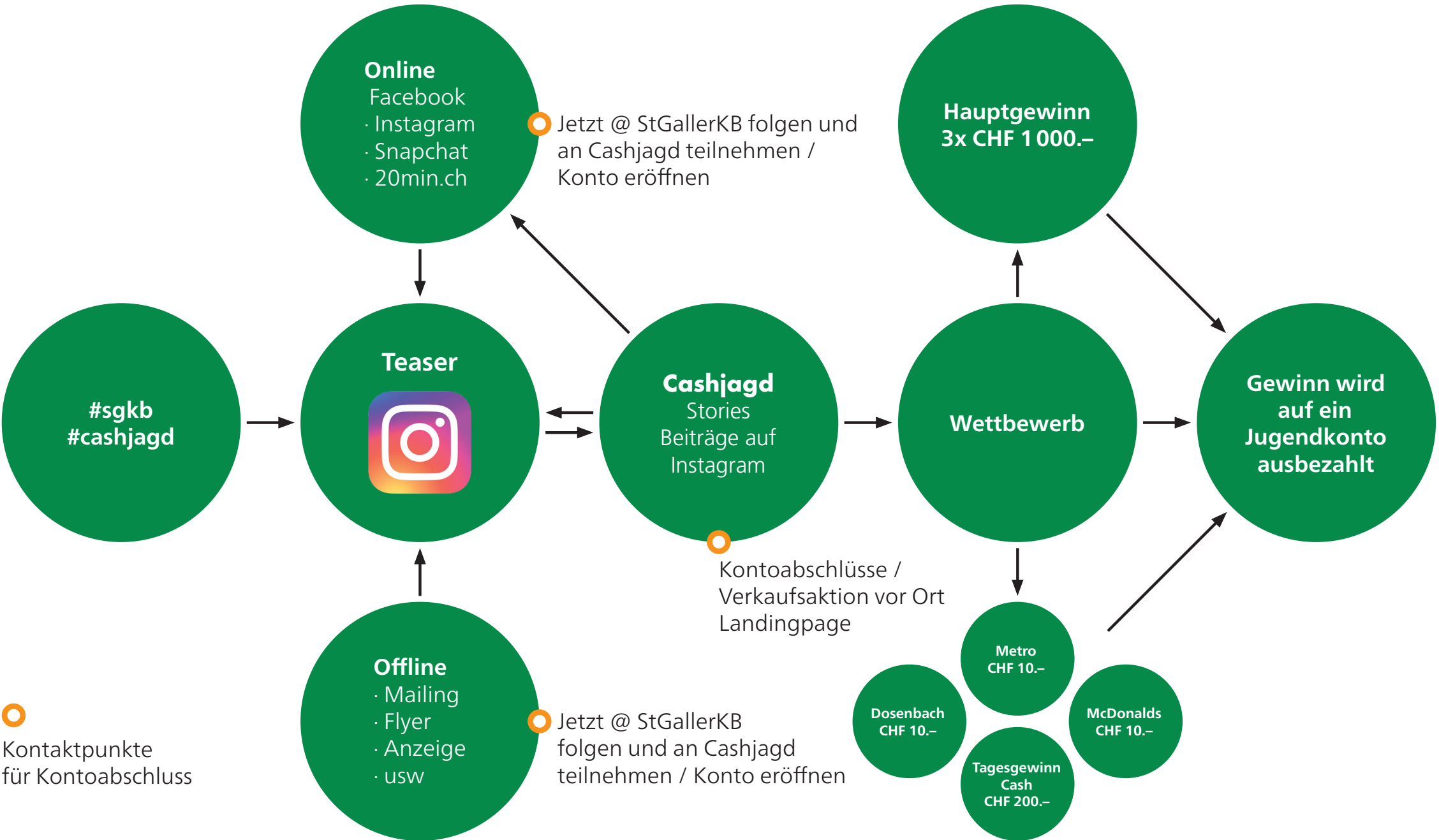
Das der Wurm dem Fisch und nicht dem Fischer schmecken muss ist eine Marketingweisheit die in diesem Fall besonders gilt. Zusammen mit dem Kunden hat die Agentur eine Kampagnenmechanik entwickelt welche die Jugendliche via Social Media und klassischen DMs Schritt für Schritt dem eigentlichen Ziel näher brachte. In den ersten Stufen war zwar klar erkennbar, wer der Absender der Botschaft ist. Die Jugendlichen wurde zu Aktionen eingeladen. Erst vor Ort gab es in der Person von KV-Lernenden der SGKB einen «Touchpoint» zur Bank.

Ergebnis

Das Gesamtziel von 900 Jugendkonti wurde mit 1098 eröffneten Konti um gut 20% übertroffen

Das Mailing allein erzielte eine Responsequote von 5% (320 Konti)

Insgesamt haben 45 Lernende an 16 Aktionsstandorten etwas über 2000 Kontakte erreicht, die entweder direkt zu einem Abschluss führten oder zumindest verwertbare Kontaktdaten brachten.



Insta-Post



Cashjagd McDonalds



Flyer / Mailing



Anzeige STUmag



Mailing



Cashjagd Fizzzen