

GRIESSER ERÖFFNETE DIE GRILLSAISON



**MITMACHEN
UND GRILL-
PLAUSCH FÜR
10 PERSONEN
GEWINNEN!**



AUFGABENSTELLUNG

Griesser, der Schweizer Marktleader für Storen und Rollläden, wollte 4 000 Einfamilienhaus-Besitzer, deren Haus länger als 10 Jahre nicht mehr renoviert wurde, dazu motivieren, sich auf die Sommersaison 2014 wiederum einen neuen Sonnenschutz zu leisten.

STRATEGIE / IDEE

Pünktlich zum kalendarisch offiziellen Sommeranfang wurde eine Mailing verschickt, bei dem sich beim Öffnen automatisch eine Markise über der abgebildeten Terrasse aufklappte und die über 40 000 Empfänger dazu aufforderte, ihre Terrasse mit dem automatischen Sonnenschutz von Griesser nachhaltig sommertauglich zu machen.

ERGEBNIS

Zurückgeschickt wurden 1 600 Antwortkarten, was einem Response von rund 4 % entspricht. In den Wochen nach dem Mailingversand gingen zudem spürbar mehr telefonische Bestellungen ein, von denen viele auf das Mailing zurückzuführen sind.