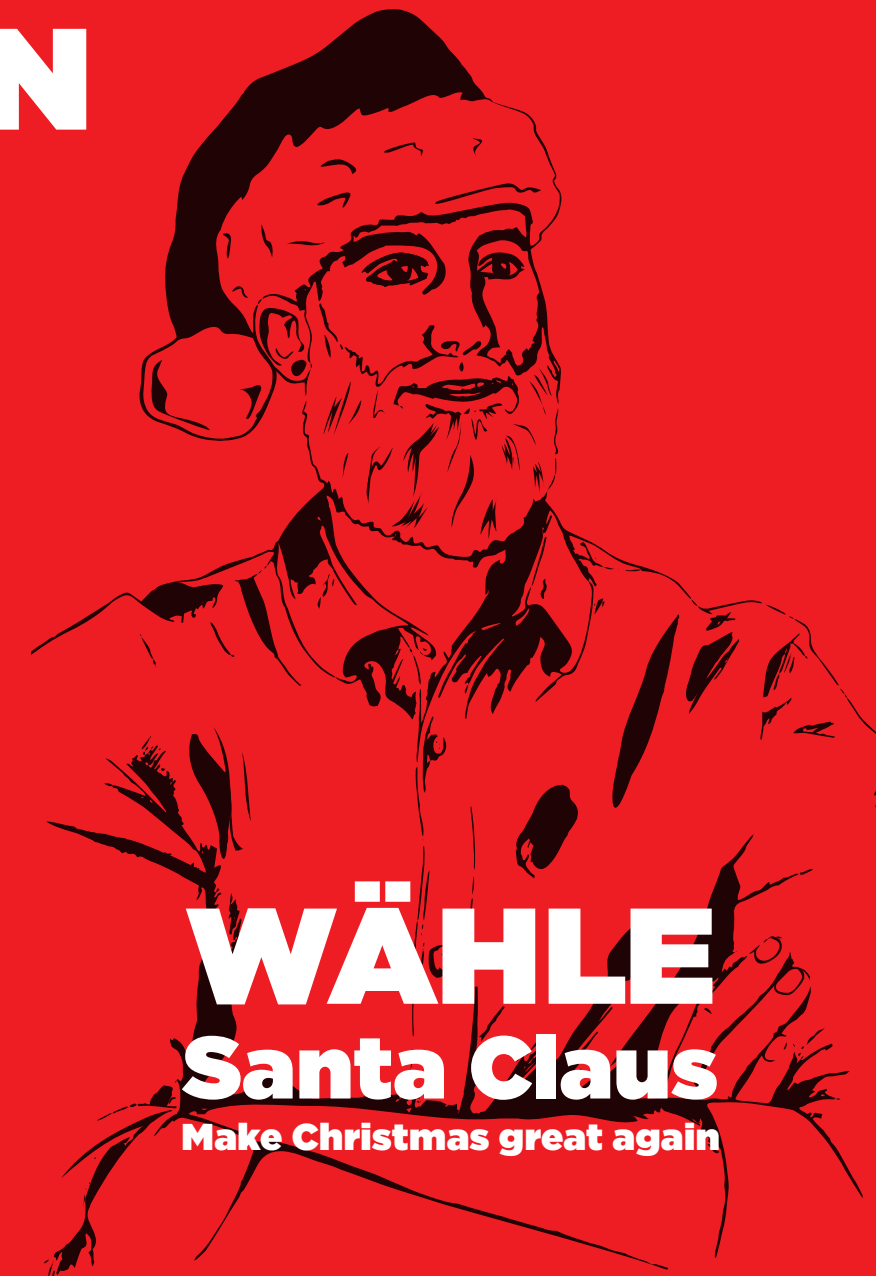


DACHCOM WEIHNACHTSWAHLEN



66%

34%

Aufgabenstellung

Wie schafft man eine Alternative zur herkömmlichen Weihnachtskarte an Kunden – mit crossmedialem Ansatz, karitativem Zweck und möglichst viel Resonanz? Bei DACHCOM ist die Umsetzung dieser Herausforderung stets ein Projekt der Lernenden der Agentur, die disziplinen- und standortübergreifend zusammenarbeiten, unterstützt von einem erweiterten Projektteam.

Lösung

Wir rufen die Weihnachtswahlen ins Leben! Bei den Weihnachtswahlen treten Christkind und Santa Claus gegeneinander an, die Kunden werden zu Wahlberechtigten. Über ein postalisches Mailing in typischer Wahl-Ästhetik wird der Wahlkampf eröffnet und auf Facebook in Wort, Bild und Film als integrierte Kampagne intensiv fortgeführt. Über ein E-Voting auf der Wahl-Website wird die Entscheidung der Weihnachtswahlen gefällt.

Wahl-Website
wahlen.dachcom.com



Ergebnis

Grossartig! Von 2872 Adressaten geben 366 Personen auf der Website ihre Stimme ab (Rücklauf: 12,74 Prozent). Im Online-Gästebuch hinterlassen rund 150 Personen lobende Worte und Wünsche. Auf Facebook wird intensiv kommentiert und geteilt. Zudem führt das fantasievolle Projekt zur Einladung zu einem Agentur-Pitch. Am Ende gewinnt übrigens das Christkind die Weihnachtswahlen – mit 66 Prozent der Stimmen.

« Was für eine grossartige Idee! Endlich mal wieder ein Lächeln auf dem Gesicht beim Auspacken einer Weihnachtskarte. Danke! »

Kundenzitat

Social Media Posts und Wahlvideos

