

Mit vollem Akku in die Zukunft

Aufgabenstellung

Erstmals wird für das Segment Wealth Management Affluent (vermögende Personen) ein leadorientierter Marketing-Ansatz mit klaren Neukunden-Zielen verfolgt.

Zur Generierung von Leads soll ein Direct Mailing konzipiert werden, das auf ausgewählten Trigger-Themen basieren soll und an potenzielle Neukunden versendet wird. Das Mailing soll kreativ und auffällig sein, aber trotzdem dem Gesamtauftritt der UBS entsprechen.

Angeschrieben werden in einem Pilotversand 1000 Personen, höheren Alters mit einem mittleren bis höheren Bildungsniveau in Kaderposition.

Mit dieser Massnahme sollen 50 (5%) Beratungsgespräche erzielt werden.

Lösung

Bedürfnisse ändern sich im Laufe des Lebens. Damit die potenziellen Neukunden auch im Alter ihren Lebensstandard erhalten können, braucht es eine überlegte Finanzplanung. Die Lösung: eine umfassende Vorsorgeberatung bei der UBS. Dieser Ansatz wurde in einem kreativen Mailing umgesetzt.

Mit der Visualisierung des Akku-Ladezustands in Kombination mit der Headline wird sinnbildlich die Botschaft vermittelt, dass es besser ist, mit vollem Akku in die Pensionierung zu starten, d.h. mit genügend Vermögen/Einkommen, um den Lebensstandard halten zu können. Als Verstärker wurde ein E-Bike verlost und eine Powerbank beigelegt.

Das Mailing wurde telefonisch nachgefasst.

Ergebnis

Potenzielle Kunden zum Thema Vorsorgeplanung anzusprechen, ist schwierig. Die Resonanz auf das Mailing war äusserst positiv.

Mit dem Pilotversand von 1000 Ex. wurde eine Responserate von 10% erzielt und inkl. telefonischem Nachfassen konnten schlussendlich 80 (8%) Beratungsgespräche vereinbart werden. Das hochgesteckte Ziel wurde somit deutlich übertroffen..

Aufgrund des Erfolges wird das Mailing im 2019 in einer grösseren Auflage in der ganzen Schweiz verschickt.

