

WEITE HORIZONTE IM GIPS-TROCKENBAU

AUFGABENSTELLUNG

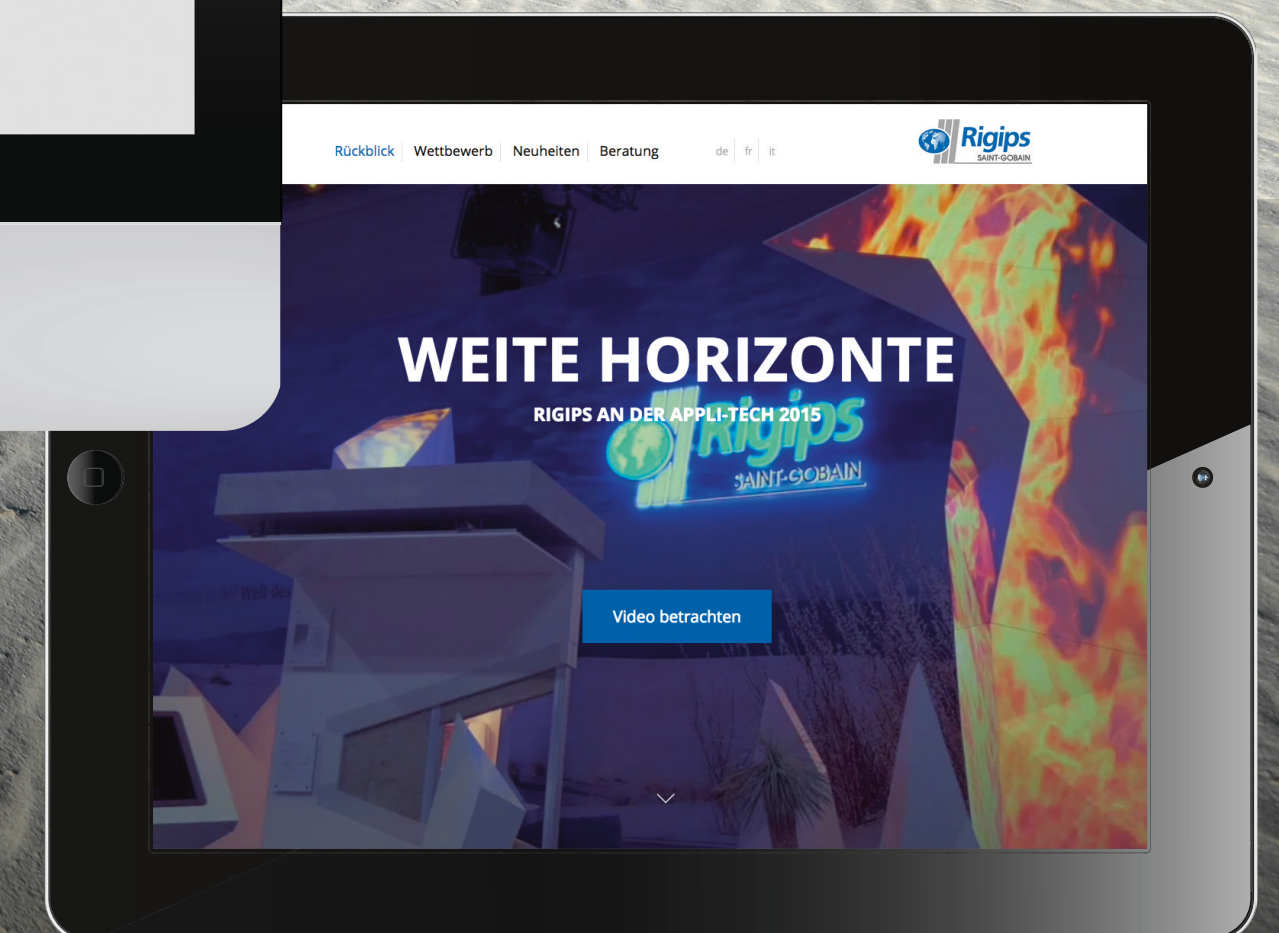
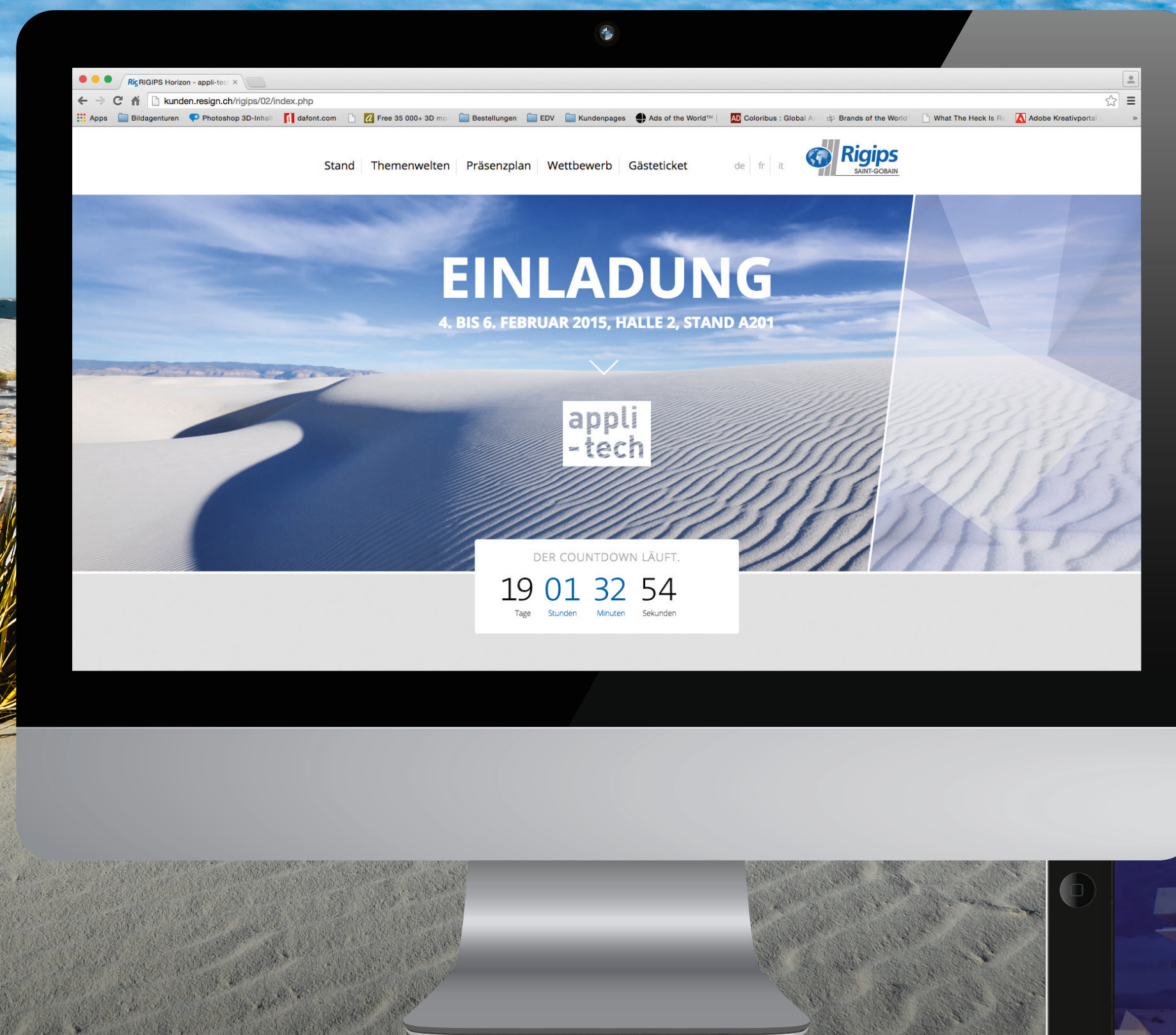
Rigips ist ein führender Entwickler und Hersteller von Gipsprodukten und Trockenbausystemen. Die Maler- und Gipserfachmesse appli-tech dient ihr als Leadmesse zur Vorstellung von Neuheiten und zur Kunden- bzw. Imagepflege. Mit einer integralen Begleitkampagne sollten die Zielgruppen – vorwiegend Gipser, Trockenbauer und ausgewählte Architekten – auf die Hauptbotschaft und die Themenschwerpunkte des Messeauftritts sensibilisiert sowie zum Besuch des Rigips-Standes motiviert werden. Wichtig war dem Kunden zudem, während und im Nachgang der Messe konkrete Leads für Marktbearbeitung zu generieren.

LÖSUNG

Im Rahmen eines integralen Inhalts- und Gestaltungs-konzepts von Standarchitektur und -design, interaktiven Produktpräsentationen und Begleitkampagne wurden das Leitmotiv kreiert sowie drei Themenschwerpunkte zum Ausstellungsangebot definiert. Für die Sensibilisierung, die Einladung und die Nachbearbeitung sorgte ein 3-stufiger full-responsive E-Letter/Webauftritt. Dabei erhielten die Zielpersonen jeweils ein personalisiertes, speziell gestaltetes Mail mit integriertem Link auf die jeweilige Web-Landingpage (Onepage). Alle Teile sind in enger Zusammenarbeit mit externen Spezialisten umgesetzt worden.

ERGEBNIS

Die digitale Begleitkampagne fand bei dem als nicht besonders «web-affin» bekannten Handwerker-Zielpublikum eine sehr hohe Resonanz. Gegen die Hälfte der rund 6000 Angeschriebenen öffneten die E-Mails, zwischen 40 und 45% klickten sich danach jeweils weiter auf die Landingpages. Das trug wesentlich zu den überdurchschnittlich hohen Besucherfrequenzen auf dem Rigips Messestand bei. Davon zeugten auch die vielen persönlichen Feedbacks am Stand. Besonders gelobt wurde Rigips für ihren «Mut zu Neuem» mit dem Einsatz einer in der Baubranche bisher so nicht gekannten Kommunikationsform.



1 | Der Countdown-Zähler läuft. Kurzes «story telling» zur Entstehung von Gips und Anrisse zu den Themenschwerpunkten des Messeauftritts wecken das Interesse. Mit dem Save-the-date-Knopf kann ein automatischer ICS-Kalendereintrag erzeugt werden.

2 | Der Countdown-Zähler ist vorgerückt. Die Zielpersonen erhalten einen ersten Eindruck vom Rigips Stand und erfahren, wen sie dort wann treffen. Die Ankündigung des Stand-Wettbewerbs verheißt einen attraktiven Preis. Ein Gratis-Eintritts-Ticket kann ebenfalls bestellt werden.

3 | Der Messebesuch kann mit einem Video nacherlebt werden. Der Wettbewerbs-Gewinner wird vorgestellt. Per Klick werden die gewünschten Infobroschüren zu den gezeigten Produktneuheiten in das E-Formular übernommen. Dort kann auch eine persönliche Beratung angefordert werden.

