

Piep))) Und schon geschenkt.

16,8%
NFC-Neunutzerrate

Aufgabe

Die «Kontaktlos bezahlen»-Funktion (NFC) mit der Kreditkarte wird seit zwei Jahren erfolgreich mit der Kampagne «Piep – Und schon bezahlt» beworben. Bei Kunden mit NFC-fähigen Kredit- und Prepaidkarten, die noch immer keine NFC-Zahlungen getätigt haben, soll die Verhaltensänderung «kontaktloses Bezahlen» bewirkt werden.

Mailingziel:
Nutzung der NFC-Funktion bei «hartnäckigen Verweigerern».

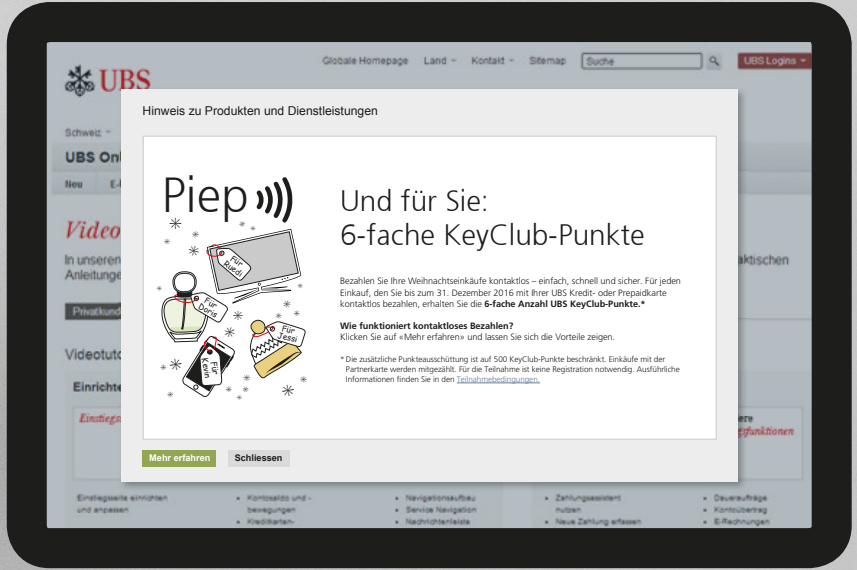
Lösung

Weihnachtszeit ist Geschenkzeit. Mit einem funkelnden Mailing in Geschenkform, das eine kleine Weihnachtsgeschichte mit Happy End erzählt, wollen wir die Kunden überzeugen, die Weihnachtseinkäufe kontaktlos zu bezahlen. Das belohnen wir mit einem Geschenk in Form von 6-fachen UBS KeyClub-Punkten auf alle getätigten Einkäufe im Dezember.

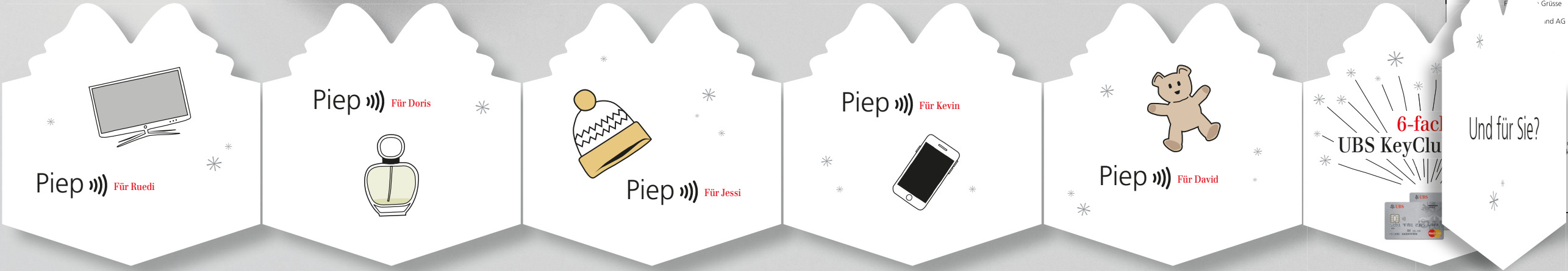
Basierend auf der Kampagnen-Botschaft «Piep. Und schon bezahlt.», leiten wir die Botschaft «Piep. Und schon geschenkt» ab. Das Thema Schenken und der möglichst zahlreiche Einsatz der NFC-Funktion soll sich im Konzept, in der Form und in der aufwändigen Veredelung mit Silberfoliendruck widerspiegeln. Der Auftritt der Piep-Kampagne wurde mit Illustrationen weiter emotionalisiert.

Das Mailing wird durch parallel geschaltete E-Banking-Anzeigen unterstützt.

Resultat
16,8% NFC-Neunutzerrate



E-Banking-Anzeige



Mailing

