

Schnitt in die Zukunft



Aufgabenstellung

Die renommierte Dialog-Agentur hobi punkt in Zollikon schärft ihr Profil. Sie fokussiert in Zukunft noch akzentuierter auf den 360-Grad-Dialog über alle Touchpoints der data-driven Customer Journey und unterstreicht dies gleichzeitig mit einer Namensänderung: Aus hobi punkt wird focus dialog.

Dies sollen Kunden und Geschäftspartner nicht nur über die Medien erfahren. Ziel war es, ein aufmerksamkeitsstarkes Mailingkonzept zu kreieren, wie es die Kreativ-Agentur täglich für ihre Kunden auch tut. Kanalübergreifend, überraschend und eigenständig.

Lösung

Die kreative Schiene: focus dialog erzählt ihre Story mit einem schmunzelnden Seitenblick auf Vergangenes, auf «die guten alten Zeiten». Nebst Eigenständigkeit in der Agentur-Szene erlaubt die Idee, jedes Thema mit einem Schuss Humor anzugehen.

Das zweistufige Mailing: Eine Teaser-Karte lässt eine Neuerung erahnen. Das 3D-Mailing einige Tage später liess die Katze aus dem Sack. Das Wichtigste aber, wer sich in welcher Funktion bei focus dialog engagieren wird sowie die entsprechende Kontaktdaten, erfahren die Empfänger erst nach einer messerscharfen Interaktion. Die haptische Auseinandersetzung mit den News soll die Empfänger stärker involvieren und zu direkten Reaktionen per E-Mail oder Telefon animieren.

Die neue Website verrät alle Details zu focus dialog. Alle Kunden die nicht direkt reagieren, werden telefonisch nachgefasst.

Ergebnisse

Die Neuigkeit liess der Agentur keine Chance, die geplante Nachfass-Aktion nach Plan auszuführen. Die meisten Empfänger reagierten spontan und begeistert. Die neue Website wurde in Windeseile von neugierigen Kunden besucht. Die Reaktionen beweisen, dass das Rebranding dank kreativer Kommunikation zur Stärkung der Kundenbeziehung geführt hat. Der durch und durch positive Response bestätigt das Team, auf die richtige Karte gesetzt zu haben: Wer den Fokus auf Dialog legt, feiert Erfolge.

Aussand:	350 Ex. Kunden und Geschäftspartner
Klicks auf die neuen Website innert 2 Wochen:	563 aus dem Raum Zürich
Mails erhalten:	128
Anrufe erhalten:	54
Besuche nach Nachfass-Aktion:	22