

Feel free

Aufgabe

In den UBS-Bankpaketen für Jugendliche und junge Erwachsene sind die UBS Kredit- oder Prepaidkarten eigentlich enthalten. Trotzdem werden sie nicht gleich von allen beantragt. Und genau dazu sollen die Zielgruppen mit einem Mailing beworben werden. Denn sie können ohne zusätzliche Kosten, UBS Kredit- oder Prepaidkarten beantragen.

Mailingziel:
Kredit-/Prepaidkarten-Akquisition und Erhöhung der Penetration in Jugend-Bankpaketen.

Lösung

Mit einem kompletten Mailpackage (acht Elemente) machen wir auf die Vorteile von Kredit- und Prepaidkarte und das attraktive Angebot aufmerksam, dass diese Bestandteil des Bankpakets sind und kostenlos beantragt werden können.

Die UBS-Bankpakete sind voll bepackt mit Leistungen, dazu gehören auch die Kreditkarten. Damit geniesst man mehr Freiheiten und sie ist in diesem Fall erst noch kostenlos im Bankpaket dabei. Diese Attribute sollen in der Bildwelt und in der Botschaft zum Ausdruck kommen. Zielgruppengerecht sollen wenig Text und dafür mehr visuelle wie haptische Elemente die Verweildauer herbeiführen, die Leserführung und Argumentation unterstützen und damit das Angebot verstärken.

Um die Bestellung so bequem und so rasch wie möglich herbeizuführen, wurde das Mailing als Mappe gestaltet, die alle benötigten Dokumente (massgeschneidert auf die insgesamt 7 Zielgruppen) beinhaltet.

Resultat
13,6% Direktabschlüsse
(Ø über alle 7 Zielgruppen)

