

Bewegte Einladung

Mercedes-Benz

Aufgabenstellung

Hintergrund: Mercedes-Benz lädt mit einem Mailing bestehende und potenzielle Kunden auf den Auto-Salon Genf 2014 ein.

Kommunikative Herausforderungen: Die Auto-Highlights von Mercedes-Benz dürfen weder genannt noch gezeigt werden.

Produktionstechnische Herausforderungen: Das Mailing sollte zentral (Mercedes-Benz Schweiz) und dezentral (Händler) verschickt werden können.

Ziele: Empfänger soll Auto-Salon besuchen, die neuen Fahrzeuge erleben und nach dem Autosalon beim Händler sich für eine Probefahrt anmelden.

Zielgruppe: Bestehende und potenzielle Kunden. Hauptaugenmerk jüngere Zielgruppen.

Auflage zentraler Versand: rund 10'000 Mailings (à 2 Tickets)

Auflage dezentraler Versand: ca. 16'000 Mailings (à 2 Tickets)

Lösung

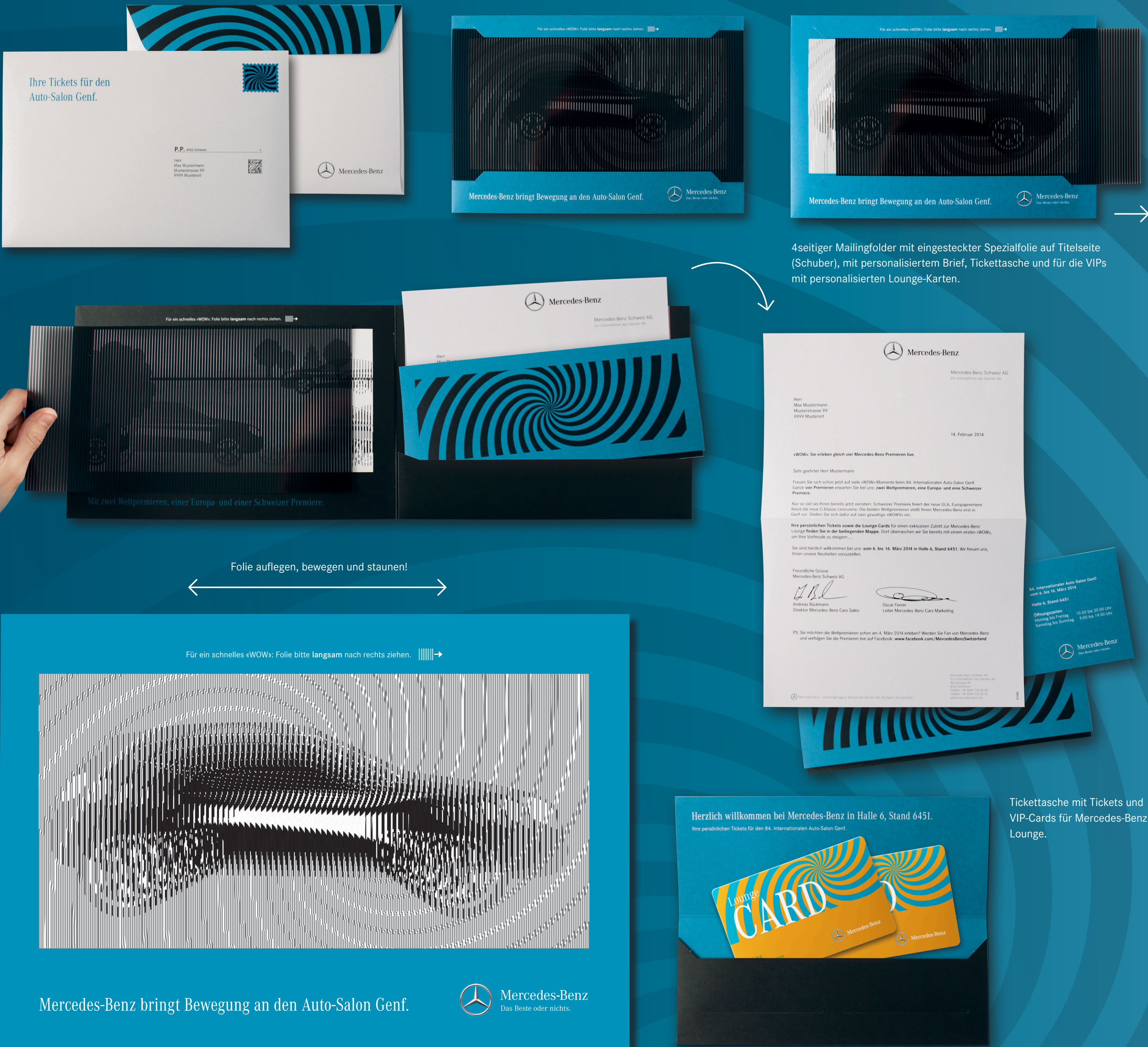
Da wir die Mercedes-Benz Messe-Highlights weder konkret nennen noch zeigen durften, haben wir aus der Not eine Tugend gemacht: Wir haben mit einer speziellen Bewegungsanimation der Fahrzeug-Silhouetten zweier Messe-Highlights und mit Hilfe eines Moiré-Effekts die Empfänger auf den Auto-Salon in Genf eingeladen. Dabei setzen sich die Grafikmuster in Bewegung, sobald der Empfänger die beiliegende Spezialfolie langsam über die Fahrzeug-Silhouetten zieht oder schiebt.

Um die Hemmschwelle eines Messebesuchs durch einen vorangehenden Kartenbestell-Prozess zu eliminieren, wurden zwei Eintrittstickets dem Mailing beigelegt. VIP-Kunden und Interessenten erhielten zusätzlich VIP-Lounge-Karten für die Mercedes-Benz Lounge.

Ergebnis

Die Tickets aus dem Mailing wurden zahlreich eingelöst, so zahlreich wie noch nie:
Total Versand Tickets: 52'000 Stk.

Ein gelöste Tickets: 16'000 Stk. = **31% Einlösequote**



4seitiger Mailingfolder mit eingesteckter Spezialfolie auf Titelseite (Schuber), mit personalisiertem Brief, Tickettasche und für die VIPs mit personalisierten Lounge-Karten.

Folie auflegen, bewegen und staunen!

Tickettasche mit Tickets und VIP-Cards für Mercedes-Benz Lounge.