

FUNKLOCH-MAILINGS FÜR DIE SWISSCOM



über
100
Hot-Leads
generiert



AUFGABENSTELLUNG

Ehrlichkeit währt am längsten: Das Schweizer Telefonnetz ist trotz der schwierigen Topografie sehr gut, jedoch nicht perfekt. Die Swisscom arbeitet nach wie vor intensiv an der Verbesserung der Schweizer Telekommunikations-Infrastruktur. Dies sollte nun bestehenden Kunden, welche zwar bereits Produkte beziehungsweise Leistungen von der Swisscom beziehen, jedoch kein Swisscom-Mobile-Abo haben, kommuniziert werden, um sie von einem Wechsel zu überzeugen.

STRATEGIE/LÖSUNG

Den Kunden (Private und KMU's) wurde ein durchlöcherter Directmailing versandt. Die Löcher im Papier machten das unterbruchfreie Lesen ziemlich lästig. Der Empfänger wurde somit auf die mühsamen Funklöcher aufmerksam gemacht, die von der Swisscom gestopft werden. Verstärkt wurde die Aufforderung zum Wechseln durch ein attraktives Angebot.

ERGEBNIS

Das Mailing generierte bereits bis jetzt (Das Angebot ist noch gültig) eine Responsequote von 0.5%, was 100 Hot-Leads entspricht. Daraus konnte bereits eine Abschlussquote von 4% realisiert werden, was für den hartumkämpften Telekom-Markt ein gutes Resultat ist.