



Die Kampagne für UBS Paymit

Aufgabenstellung:

Ob beim Pizza essen, im Kino, am Mittag mit den Arbeitskollegen oder bei einem gemeinsamen Ausflug: Es sind Alltagssituationen, in denen die App praktisch und hilfreich ist. Um die Innovation UBS Paymit bekannt zu machen und eine Verhaltensänderung bei den Nutzern zu bewirken, erarbeiten wir eine gross angelegte Kampagne mit einer prägnanten Kernaussage und einem durchdachten Incentivierungskonzept.

Strategie/Lösung:

Der Community-Gedanke ist zentral für die Kommunikation. Deshalb haben wir zahlreiche Use Cases definiert, welche die folgende Botschaft dramatisieren: Mit UBS Paymit ist Geld austauschen so einfach wie SMSen. Eine informative, moderne Microsite bildet den Content-Hub – und das Herzstück der Kampagne. Ein ausgeklügeltes Incentivierungskonzept schafft zusätzlichen Anreiz, die App herunterzuladen. Darüber hinaus werden in einem Produktvideo Vorteile und Nutzen der App anhand der wichtigsten Use Cases auf kurzweilige Weise vorgestellt.

Kreation/Umsetzung:

Die Kampagne wird breit gefächert auf zahlreichen Kanälen off- und online geschaltet. Neben dem «20 Minuten»-Umschlag, prominenten Plakatstellen in Zürich und Printwerbemitteln gibt es spezielle Onlinebanner, Brandingdays auf 20min.ch und eine durchdachte Facebook-Kampagne. Die Kampagne besteht aus Performance-, App-Install- und Video-Ads. Alle Facebook-Werbemittel sind auf verschiedene Target-Audiences ausgerichtet. Durch tägliche Trackings, Reportings und Analysen optimieren wir die Aussteuerung der Sujets und Botschaften während der gesamten Kampagnenlaufzeit – und erzielen so eine bestmögliche Performance.

Ergebnis:

Mit der Kampagne haben wir die anvisierten 120'000 Downloads nicht nur erreicht, sondern um 24 % übertroffen. Den Cost per Download konnten wir von 25 CHF auf CHF 18.48 senken. Und last but not least konnten wir 29,4 % User ohne UBS-Kundenbeziehung gewinnen – das sind 4.4 % mehr als anvisiert. Wir erzielen während der Kampagnenlaufzeit einen Download-Uplift der App von fast 200 Prozent: Damit hat UBS Paymit bei weitem die besten Download-Zahlen aller Mobile Payment Apps in der Schweiz und ist damit die Nummer eins in der Reichweite und im Marktanteil.

Incentivierungsphasen:

	1. Soft Launch	2. Push	3. Tell a friend	4. Usage
Ziel	1'000+ Leads als Multiplikatoren	Downloads	Downloads via bestehende User	App Usage
Massnahmen / Kanäle	Owned Channels Bloggers / Microsite	Owned Channels Paid Channels (Online-Media, Offline-Media)	Owned Channels	Owned Channels
Zeitraum	April bis Ende Mai	Juni bis Ende Juli	Juli	Ende Juli

Die ersten 1000 App-Nutzer haben die Chance auf 20 Franken.

Jetzt downloaden und bis zu CHF 50 000.- gewinnen!

Jetzt App weiterempfehlen und 20 000 Franken gewinnen!

Downloaden, App nutzen, 10 000.- gewinnen! & Downloads

Downloads	
Ziel	120'000
Erreicht	148'975
Overperformed	124.14%
Desktop Ads	
Adimpressions	22'870'991
Klickrate overall	0.39%
Facebook	
Adimpressions	115'863'064
Klickrate	0.46%
Twitter	
Adimpressions	4'262'737
Klickrate	0.34%
Microsite	
Page Impressions	569'451
Unique Visits	256'994