

BALOISE BANK SOBA KAMPAGNE INVEST

AUFGABENSTELLUNG

Die ab 2015 neu verfügbaren Anlageprodukte der Baloise Bank SoBa AG sollen mit Hilfe einer breitgefächerten Kampagne im lokalen Markt eingeführt und verankert werden. Dabei wird die Bank als kundennah und zugänglich dargestellt. Im Fokus steht die Dienstleistung der individuellen, modularen Beratung im Bereich der Anlagelösungen.

LÖSUNG

Die Wahl der Anlageprodukte erfolgt bei den Bankkunden individuell. Diesen Produktvorteil inszeniert das Key Visual. Im Zentrum der Aktionen steht ein Direct-Mailing. Unter dem Aufhänger «Erfolgsrezepte für Ihren Anlageentscheid» werden ausgewählten Empfängern die Anlageprodukte quasi schmackhaft gemacht: Ausgewählte Speisesalze für das private Kochvergnügen sind mit der Aufforderung verbunden, eine persönliche Beratung ganz «nach dem eigenen Geschmack» in Anspruch zu nehmen. Die Privatkunden-Berater individualisierten die Empfängeradresse handschriftlich, um eine persönliche Verbindung zu schaffen.

ERGEBNIS

Von 1. August bis 31. Dezember 2015 wurden rund 1065 Direct-Mailings versandt. Daraus resultierten bereits im Kampagnenzeitraum 60 Termine für individuelle Beratungen. Das entspricht einer sehr guten Rücklaufquote von 5,63 Prozent. In den 60 Beratungsterminen wurden 40 neue Anlagelösungen vermittelt.



Out-of-Home-Media auf gut frequentierten Linien verschiedener Solothurner Verkehrsbetriebe



Display-Ads-Kampagne auf reichweitenstarken Medien und eigenen Kanälen



Buchungen von hochwertigen Plakatstellen im zentralen Marktgebiet der Baloise Bank SoBa AG



Der visuelle Aufhänger mit der zentralen Botschaft



Direct-Mailing mit hochwertigen Salzen und den Kontaktmöglichkeiten für eine Beratung



Flyer aufliegend in den Niederlassungen und als Hängekarton mit Dispenser in den Solothurner Buslinien



Zu Weihnachten wurden die Key Visuals saisonal angepasst