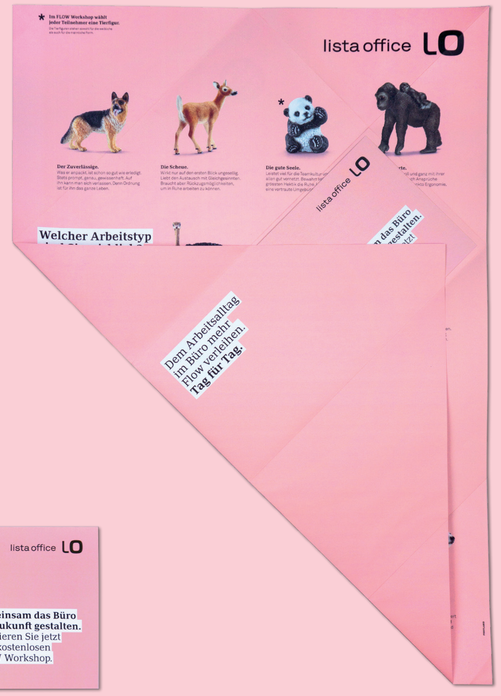
lista office LO

Dialogkampagne «FLOW Workshop»

Aufgabenstellung
Mit dem FLOW Workshop zeigt der Büromöbelhersteller Lista Office LO, dass der Weg zum agilen Büro kein Kinderspiel ist, aber auch Spass machen kann. Von einem typischen Arbeitstag ausgehend entwickeln Unternehmen gemeinsam mit Experten spielerisch und mit System eine greifbare Vision ihres Büros mit Zukunft. Die Aufgabe lautete, ein Mailing zu konzipieren, das Entscheider aus Geschäftsleitung, Organisation und HR-Management in die Showrooms von Lista Office LO bringt und für den FLOW Workshop begeistert.

Strategie/Lösung
Festland gestaltete ein Mailing, das die verschiedenen Arbeitstypen im Büro augenzwinkernd in den Fokus stellt und die Empfänger dazu auffordert, im FLOW Workshop herauszufinden, welcher der humorvoll inszenierten Arbeitstypen man selbst ist. Dem zu einem grossen «Couvert» gefalteten Poster wurde eine Response-Karte mit den Vorteilen des Angebots beigelegt. Begleitet wurde das Mailing von Inseraten, Online-Bannern und einer Facebook Werbekampagne.

Gleichzeitig wurde der Bereich «Lösungen» der LO-Website (lista-office.com) ausgebaut und auf die Conversion-Ziele der Kampagne ausgerichtet. Auch in den Showrooms von Lista Office LO spielte der FLOW Workshop im Kampagnenzeitraum eine zentrale Rolle.

Ergebnis
Der FLOW Workshop gibt dem Vertriebs-Team ein effektives Tool an die Hand, um die hohe Planungskompetenz von Lista Office LO zu unterstreichen. Dank dem Mailing konnte der Büromöbelhersteller die Anmeldungen signifikant steigern. Innert kürzester Zeit wurden rund 250 Workshop-Teilnehmende akquiriert. Die Pläne, die in jedem Workshop kreiert wurden, sind ebenso konkrete wie attraktive Leads für Einrichtungsprojekte (neue Büroräume und Upgrade bestehender Räume).

Mit der Dialogkampagne konnten ausserdem der Markenclaim «We love Monday» und die Markenfarbe Pink noch stärker bei den Kunden verankert werden. Postings in Social Media zeigen, dass das Mailing bei einigen Empfängern heute als Poster die Bürowand ziert. Der strategische Wandel vom klassischen Produkthersteller zum innovativen Lösungspartner wurde dadurch beschleunigt.