

Im Dialog mit

Aufgabenstellung

Wie macht man als Dialogmarketing-Agentur überraschend auf sich aufmerksam und unterstreicht mit dieser Maßnahme intern sowie extern den Leitgedanken „Wir leben Beziehungen von Mensch zu Mensch“?

Geschichten von Gerichten

Sag uns, wer du bist, und sag uns vor allem, was du isst. Wir suchen ausgekochte Dialoger aus Agenturen und Unternehmen, die uns alles über ihre kulinarischen Vorlieben erzählen. Jeder darf seinen Senf dazugeben, eine ordentliche Portion Witz sollte dabei aber nicht fehlen. Denn die



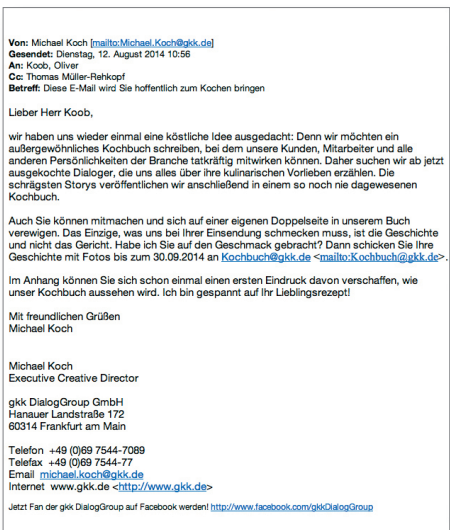
schrägsten Storys veröffentlichen wir in einem so noch nie dagewesenen Kochbuch. Dein Erfolgsrezept: Das Einzige, was uns wirklich schmecken muss, ist deine Geschichte und nicht das Gericht. Schick uns deine köstlichen Gedanken bis zum 30.09.2014 an Kochbuch@gkk.de

Lösung

Wir luden die Dialogmarketing-Branche ein, mit uns ein außergewöhnliches Kochbuch zu schreiben – ein Buch von und für Kunden, wichtige Unternehmen, Persönlichkeiten der Branche sowie die eigenen Mitarbeiter. Der konsequente Titel: „Im Dialog mit – Geschichten von Gerichten“. Mit E-Mailings, Aktionen auf Facebook und Anzeigen forderten wir die Zielgruppen auf, ihre Storys einzureichen. Und so individuell wie die Geschichten sind, wurde von uns jede Doppelseite gestaltet. Das Kochbuch wurde als Geschenk für Kunden und Akquise-Tool an wichtige Unternehmen verschickt, um damit den Beweis anzutreten, wie ein guter Dialog funktioniert und dass gkk Beziehungen von Mensch zu Mensch wirklich lebt.

Ergebnis

1. Externe Reaktionen auf die Einladung: 180 Responses mit 100 % positiven Feedbacks
2. Anzahl der extern eingereichten Geschichten: 53
3. Anzahl der intern eingereichten Geschichten: 112
4. Anzahl der Businesskontakte: bisher 11, aus denen sich bis heute 3 konkrete Credential-Termine ergaben



^ E-Mail-
Einladung

^ Microsite

^ Posting aut
Facebook