



Mit Gamification zum Erfolg.

Start-E-Letter



Nachfass-E-Letter bereits teilgenommen



Nachfass-E-Letter noch nicht teilgenommen



Endspurt-E-Letter



336'000
geöffnete Türchen!
8'880
Prämienbestellungen!

Weitere messbare Massnahmen:

Slider auf
www.surprise.ch:
125'000 Klicks

News auf
www.surprise.ch:
37'000 Klicks

Überraschungsseite
auf www.surprise.ch:
13'000 Klicks

Facebook:
1'700 Klicks

Aufgabe

surprise ist das Bonusprogramm von Viseca Card Services SA. Bei surprise werden die teilnehmenden Kredit- und Prepaidkarteninhaber belohnt, indem sie Punkte sammeln und diese gegen Gutscheine von Partnern und Sachprämien eintauschen können.

Mit der zu entwickelnden Kampagne soll surprise für Kunden in der **Kommunikation erlebbarer und spannender** werden. Die Teilnehmer sollen zudem motiviert werden, die Website www.surprise.ch häufiger zu besuchen und mehr **Spass daran haben, Punkte zu sammeln und einzulösen**. Für diese komplexe Aufgabenstellungen gilt es eine überzeugende und erfolgsversprechende Kreation zu finden.

Strategie

Entwicklung eines Gamifikation-Ansatzes, der **in der Vorweihnachtszeit 2016 Kunden davon überzeugt, möglichst täglich www.surprise.ch zu besuchen**. Dies durch die Kreation eines Adventskalenders, der online aufgerufen werden kann. Hinter jedem Türchen können registrierte surprise Teilnehmer täglich von verschiedenen Inhalten (Punktegewinne, Sachprämien, Partnergutscheine) profitieren.

Um eine möglichst häufige Teilnahme zu erreichen, wird ein Wettbewerb ausgelobt, dessen Wert mit der Häufigkeit der Besuche in Korrelation steht (mehr Türchen öffnen = höherer Gewinn).

Kreation

Die Tonalität der Kampagne ist **bewusst werberisch, Neugierde weckend und trotzdem zugleich einfach und erklärend**. Die Value Proposition von surprise („Einfach. Überraschend. Vielfältig“) wird unmittelbar eingelöst. Durch die vorweihnachtliche Gestaltung sowie kurze und prägnante Texte wird **ein intuitiver Zugang zur Kampagne ermöglicht**.

215'000 registrierte surprise Teilnehmer werden per E-Letter angeschrieben. Zudem ist die Kampagne auch für nicht registrierte Teilnehmer ersichtlich: MyCard (Kundenmagazin), Angebotsblatt (physischer Versand mit Kartenabrechnung), surprise.ch (Slider, News, Überraschungsseite), Newsletter Viseca, MyAccount, Facebook.

Ergebnis

Adventskalender: **336'000 geöffnete Türchen!**
8'880 Prämienbestellungen!

E-Letters: **Öffnungsrate: 40.5%, Click-Through-Rate: 14.5%**

Slider auf www.surprise.ch: **125'000 Klicks**

News auf www.surprise.ch: **37'000 Klicks**

Überraschungsseite auf www.surprise.ch: **13'000 Klicks**

Facebook: **1'700 Klicks**