

Farbe zum Anfassen

Ein B2B-Mailing

Aufgabenstellung

Die Digitalisierung ist eine Herausforderung. Das gilt besonders für Anbieter von Druckdienstleistungen, wie Edubook AG. Das hochspezialisierte Unternehmen für Druck- und Logistiklösungen verfolgt deshalb immer wieder neue Ansätze, um langfristig erfolgreich sein zu können. So auch bei der Einführung ihrer neuen Digitaldruckmaschine, welche mit aussergewöhnlicher Farbvielfalt und Druckqualität zu überzeugen weiss.

Mit dem Ziel neue Kunden zu gewinnen, entschied sich Edubook für die Durchführung einer Werbekampagne: Die Aktion «Druckfrische Sommerfarben» fokussierte sich primär auf den Versand eines kreativen Direct Mailings.

Lösung

Um Farben zum Mittelpunkt der Kampagne zu machen, wurde ein Farbfächer entwickelt. Das Besondere daran waren sommerliche Farbbezeichnungen, die beim Empfänger augenzwinkernd Emotionen wecken sollten.

Gedruckt wurde auf der neuen Digitaldruckmaschine – ideal, um puncto Vielfalt, Genauigkeit und Echtheit der Farben ein Qualitätsversprechen abzugeben. Ein Begleitschreiben diente der ergänzenden Vorstellung von Edubook und deren Dienstleistungen. Durch die beigelegte Responsekarte wurde der Empfänger dazu aufgefordert, den Farbfächer an eine weitere Person schicken zu lassen. Damit konnte die Reichweite der Kampagne zusätzlich gesteigert werden. Mit #welchefarbehatsommer wurde gleichzeitig eine Facebook-Kampagne lanciert: Die Facebook-Community wurde aufgefordert, Fotos der Farbfächer in sommerlicher Umgebung zu teilen.

Ergebnis

Die Reaktionen auf die Sommerkampagne waren sehr positiv und lagen über den Erwartungen. Von den 550 verschickten Mailings gingen 90% an Neukontakte. Wird die herausfordernde Situation der Druckbranche berücksichtigt, verdient es besondere Aufmerksamkeit, dass im ersten Monat nach dem Versand 56% der Offerten gewonnen werden konnten und daraus sieben neue Kunden entstanden sind.

Der Mechanismus mit der Weiterempfehlung mittels Responsekarte hat so gut funktioniert, dass sogar Farbfächer nachproduziert werden mussten. Bei Facebook wurden 14 #welchefarbehatsommer-Posts verzeichnet, was knapp 10% der Edubook-Community entspricht. Aufgrund des Erfolgs hat sich Edubook entschieden, im Herbst eine weitere Kampagne mit Herbstfarben zu lancieren.

