



Windows 10 «Hello» mit Gesichtserkennung

Aufgabenstellung

Windows 10 wurde im Juli 2015 mit vielen neuen Features lanciert. Die Aufgabe lautete, die augenfälligsten Innovationen zu definieren und diese Vorteile für die Bewerbung von Windows 10 einzusetzen.

Ziel war es, mit den Massnahmen möglichst viele potenzielle Anwender auf die Website und zum direkten Download zu lotsen.

Lösung

Ein Kurzfilm, der das Sicherheits-Feature «Windows Hello», also die Anmeldung per Gesichtserkennung, aufzeigt.

Der Spot inszeniert lustige, erfolglose Versuche eines Jack Russell Terriers, den neuen «Windows Hello Login» Prozess hinter Licht zu führen und verdeutlicht dadurch die Sicherheit und Einfachheit dieses praktischen Features.

Die überraschende Dramatisierung mit dem Motto «Funktioniert leider nur bei Herrchen» dient als Konversationsstarter für den interaktiven Dialog in den sozialen Medien. Die Strategie und Medienauswahl ermöglichen eine schnelle Umsetzung sowie effektive Distribution des Kurzfilms während der kommunikationsintensiven Weihnachtszeit.

Ergebnis

In weniger als zwei Wochen wurde der Film bei Microsoft Schweiz zum meistgesehenen und -geteilten Facebook Post des Jahres 2015. Seit der Lancierung der Kampagne Mitte Dezember erzielte der Film:

- 500'000 Views auf Facebook
- 1'300 Likes
- 300+ Shares
- 75 Comments
- 230'000 Views auf Youtube

Somit sind die Dialog Marketing Ziele voll und ganz erreicht. Das Video wird möglicherweise auf gesamteuropäischer Ebene umgesetzt werden.

