

Auftrag

Im April 2008 wurde Active Consulting beauftragt, der Firma „LeasePlan (Schweiz) AG“ Lösungsmöglichkeiten im Direktmarketing zu unterbreiten.

Lösung

Das individualisierte und ausgetüftelte Directmarketing-Konzept, begeisterte den Auftraggeber: Ein handbemalter „Formel1 Keramikhelm“ in Funktion einer Spardose, in welcher sich die 5 Dienstleistungen der LeasePlan als geprägte Münzen mit entsprechendem Piktogramm befanden.

Umsetzung

Anhand von Zielgruppenkriterien wurden 14'000 Unternehmensadressen telefonisch evaluiert, wovon rund 500 Adressen die Kriterien erfüllten. Diese wurden für den Direktmarketing-Versand eingesetzt.

Das personalisierte und auf die Grösse einer Kreditkarte reduzierte 4-seitige Booklet lud den Leser ein, sein Unternehmen mit der Formel1 Weltmeisterschaft in Verbindung zu bringen. Die Kraft der Symbolik liess im Geiste des Lesers verbale Handlungsparallelen aufkommen. Das Booklet wurde ebenfalls in die Spardose eingeworfen und konnte leicht aus der Öffnung in der Auflegeseite der Spardose entnommen werden.

Der „Formel1 Keramikhelm“ wurde als Paket via Post zur Zielgruppe befördert. (Mit von Hand angeschriebener Adresse ohne Angabe des Absenders.)



Ergebnis

Die Zielgruppe nahm das Konzept des „Formel1 Keramikhelms“ rundum positiv auf. Es diente als Türöffner für die telefonische Nachfassaktion beim potentiellen Kunden und generierte mit der erreichten Responserate von 14,8 % wertvolle Kundentermine für die weiterführende Kundenakquisition.

