



UPDATE MIT TAFEL UND KREIDE

Kampagnen Eigenwerbung

Auftraggeber: Maxomedia AG

Agentur: Maxomedia AG

BACK TO SCHOOL. Dutzende Websites mit Optimierungspotenzial von Schulen aus dem Kanton Bern wollte die Agentur für sich gewinnen. Mit einer Schiefertafel wurde ein Mailing kreiert, das die Lehrenden beim Stolz packt und für volle Aufmerksamkeit sorgt: Charmant wird darauf hingewiesen, dass ein Relaunch des Schul-

auftritts dringend vonnöten ist. Mit satten vier Prozent Response hat das Projekt die Jury rundum überzeugt.

Für die Jury: Peter van der Touw
CEO
Notch Interactive AG



Product Manager: Akis Panayides

Beratung: Akis Panayides

Art Director: Antonia Bekiaris

Production: Franca Egli, Christoph Gerber, Lea Aeschbacher, Pascale Amez

Text: Antonia Bekiaris, Lea Bosshart

Concept: Antonia Bekiaris, Franca Egli

Creative Director: Reto Schild



WEB4SCHOOL

Update mit Tafel und Kreide



Aufgabenstellung

Maxomedia bietet Komplettlösungen für Webseiten abgestimmt auf die Bedürfnisse von Schulen. Von der Programmierung bis zum Hosting ist alles im Rundumpaket dabei. Um dies bekanntzumachen, hat die Agentur 100 Webseiten mit Optimierungspotenzial von Schulen aus dem Kanton Bern ausfindig gemacht und deren Schulleiterinnen und Schulleiter mit einem dreidimensionalen Akquisitionsmailing angesprochen. Die Exzellenz ihrer Institutionen sollte sich zukünftig auch im Internet widerspiegeln.

Lösung

Für Aufmerksamkeit sorgte, dass mit einer Schiefertafel aus dem Unterricht von anno dazumal zum digitalen Update aufgerufen wurde. Darauf abgebildet war eine in einem Browser geöffnete Webseite. Jede Tafel wurde von Hand gezeichnet und enthielt die URL des derzeitigen Internetauftritts der Schule. Ein Leporello rief zum Dialog auf und brachte die Schulleiterinnen und Schulleiter zurück in die Zukunft. Wollten sie, dass ihr Webaufttritt nicht wie auf der Schiefertafel ins Hintertreffen geriet, war es höchste Zeit für ein Update. Diese Kernbotschaft vermittelte unverblümt ein mit Kreide geschriebenes, Anschreiben auf der Rückseite – natürlich in waschechter «Schnürlischrift».

Ergebnis

Dank kreativem Ansatz blieb das Mailing in Erinnerung. Auch die Vorabrecherche machte sich bezahlt. Das Mailing konnte dadurch an einen Adressatenkreis mit hoher Affinität geschickt werden. Resultat: Maxomedia wurde zu vier Pitches eingeladen, was einer Responderate von 4% entspricht. Ein ansehnliches Resultat, wenn man bedenkt, dass es sich beim Mailing um Kaltakquise handelte.



KREATIV-RANKING

Das Kreativ-Ranking zeigt die Gewinner des Schweizer Dialogmarketing-Preises nach Einreicher.

Agentur	Branchenpreis	Gold	Silber	Bronze	Letter	Punkte
Y&R Group Switzerland	10	4	24	4	9	51
Notch Interactive AG	5	8	3	6	5	27
Wirz Activation AG			3	6	3	12
Equipe AG	5	4				9
Maxomedia AG	5			2	1	8
Freundliche Grüsse			3	2	1	6
Agentur am Flughafen AG				2	3	5
PKP BBDO	5					5
FOUR Werbeagentur AG			3		1	4
DACHCOM.DIALOG				2		2
Festland AG				2		2
MEO design & communication Sàrl					2	2
AVANCE – Gesellschaft für Marketing					1	1
Crossfive Werbeagentur					1	1
Wirz Communication AG					1	1

Die Punktvergabe erfolgt nach den einzelnen gewonnenen Awards:

5 Punkte = Branchenpreis

4 Punkte = Gold

3 Punkte = Silber

2 Punkte = Bronze

1 Punkt = Letter of Distinction