

Referenzprojekt 8: Entwicklung einer Dialogmarketing Kampagne in Deutschland **VERBUND** Dialogkampagne Energie Messe e-world Essen (2009)

Ausgangssituation/Aufgabe:

Bereits 1999/2000 bei der erstmaligen Zusammenarbeit mit dem Verbund haben wir für die Zielgruppe deutsche kommunale Energie-Einkäufer einige Aktionen und Direktmailings konzipiert und umgesetzt. 2009 nimmt der Verbund an der großen Energie Messe e-World in Essen mit einem Stand in Form eines Wiener Kaffeehauses teil. Ziel war, möglichst viele Einkäufer auf den Stand und ins Gespräch zu bringen und Ihnen einen von der Agentur zu konzipierenden Folder mit dem Leistungen und Vorteilen des Verbunds zu überreichen.

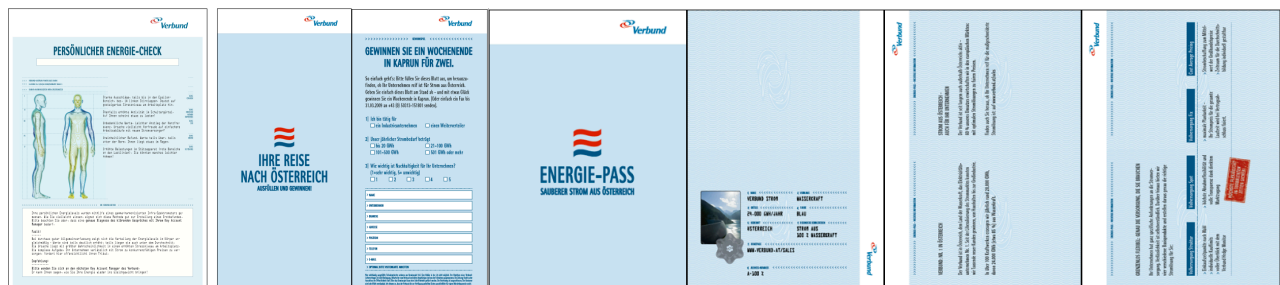
Strategisches Konzept:

Das strategische Konzept der Agentur ging aber entsprechend der Zielsetzung, einen Dialog mit den Einkäufern aufzubauen, über die Konzeption des Folders hinaus. Wir wollten alle, die in die Nähe des Standes kamen, überraschen und emotional in einen Dialog verwickeln und zum Besuch des Kaffeehauses bewegen. Und den Dialog über die Messe hinaus aufrecht zu erhalten.

Kreative Umsetzung:

Zu diesem Zweck wurden potentielle Einkäufer mit einem zu einem „Scanner“ umgebauten geräuschvollen Spielzeug von 2 hübschen Hostessen von Kopf bis Fuß gescannt. Programmierter Dialog: „Was machen Sie denn da?“ „Wir scannen Ihren individuellen Energie-Haushalt. Und der scheint gefährlich niedrig zu sein. Offenbar geht Ihre ganze Energie auf der Suche nach preiswertem, ökologisch sauberen Strom verloren. Kommen sie ins Wiener Kaffeehaus und wir zeigen Ihnen das Ergebnis des Scans und wie sie ganz einfach ohne viel Energie zu günstigem Strom kommen. Und wie Sie ganz einfach Ihren persönlichen Energiehaushalt wieder auf Vordermann bringen können!“

Während der Bewirtung wird anhand der Visitenkarte der personalisierte individuelle Energie-Check in Form einer Urkunde ausgestellt und gemeinsam mit einem personalisierten Energie-Pass, der die wichtigsten Leistungen des Verbunds beinhaltet, übergeben. Verbunden mit dem Angebot zu einem Besuch in Kaprun, um sich vor Ort von den Vorteilen zu überzeugen und individuell Energie zu tanken.



Erfolg:

Zwar wurden uns keine konkreten Daten bekanntgegeben, die Berichte der Stand-Mitarbeiter waren aber euphorisch, fast jeder wollte diesen Pass haben. Es war Gesprächsthema im weiteren Hallenumfeld. Keiner, der diesen Kontakt hatte, wird den Verbund so schnell vergessen. Ein gutes Beispiel, wie auch in einem sehr rationalen Umfeld der emotionale Zugang die Menschen öffnet, sich mit sachlichen Inhalten auseinander zu setzen. Die reine Verteilung von Broschüren schafft nur Ballast, der es oft genug nicht bis ins Büro schafft, weil austauschbar.