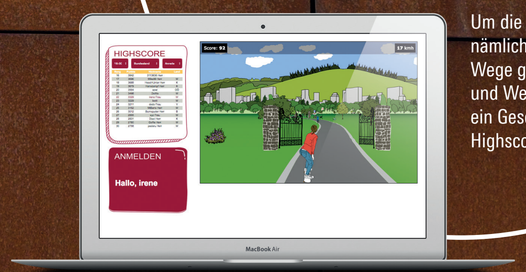
DB2B-0176

PayLife ist jetzt SIX.
Eine Kampagne ohne Ausreden.

KUNDENSERVICE, das Erwartungen übertrifft.

Das Spiel



Um die stärksten Aussagen – nämlich, dass Innovationen neue Wege gehen – auf spannende Art und Weise darzustellen, wurde ein Geschicklichkeitsspiel mit Highscores kreiert.

Digipaper

Ein interaktives Online-Magazin, das die Kampagne für jede Zielgruppe direkt erlebbar macht.

Wiederkehrende Besucher 89%

Direct Mailing

12 Mutationen

1 Smartphone über den NFC-Chip halten.

2 Informationen werden auf das Gerät gespielt.

3 Kontaktdaten des Beraters sind gespeichert.

Mit NFC Chip

Banner

Außergewöhnlich: Ein HTML5-Gamebanner mit integriertem Spiel, passend zur Kampagne.

Newsletter

Öffnungen unique 51,72%

Klicks unique 30,70%

Kunde: SIX **Titel:** International SIX Rebranding

Aufgabenstellung

Am 23. September war es soweit. Die PayLife Bank GmbH, die seit 2013 eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von SIX ist, ging als SIX Payment Services (Austria) GmbH „on air".
Die Kampagne „PayLife ist jetzt SIX." sollte das Rebranding des Unternehmens inszenieren.
Ziel war es, die Inhalte auf vielerlei Hinsicht spannend und impactstark zu gestalten. Die Awareness in Bezug auf die Marke und die Inhalte sollte gestärkt werden. Im Fokus standen dabei nicht nur die Neuerungen. Es ging natürlich auch darum, Banken, Händler, Partner und Kunden in Ihrer Wahl zu bestätigen. Die Kommunikation musste über die klassische Werbung hinausgehen.

Lösung

4 Sujets. Jedes wendet sich einem Kerninhalt des Unternehmens zu.
Die Seriosität des Finanzdienstleisters stand zu jedem Zeitpunkt im Mittelpunkt.
SIX gibt ein Versprechen, eine Garantie ab: „Ohne Ausreden."
PayLife hat einen neuen Namen, SIX ist der neue Partner am Markt, es werden keine Ausreden akzeptiert oder Kompromisse eingegangen. Eine mutige Kampagne, die sich eindeutig von der Konkurrenz und von allem bisher Dagewesenen unterscheidet.

Kunden fragen sich nach einem Unternehmenszusammenschluss oft, ob es besser oder schlechter für sie wird. Mit dieser Kampagne steht SIX mit klaren Worten für starke Werte ein.

Ergebnis

Direct Mailings. 12 Mutationen
Digipaper. Ein interaktives Online-Magazin, das die Kampagne für jede Zielgruppe direkt erlebbar macht.
Digipaper Allgemein. Wiederkehrende Besucher 89%
Spiel. Um die stärksten Aussagen, nämlich, dass Innovationen neue Wege gehen, auf spannende Art und Weise darzustellen, wurde ein Spiel kreiert.
Banner. Der große Vorteil von Bannerwerbung, sie bietet eine weitere effektive Möglichkeit, die Kampagne bekannt zu machen.
Newsletter. Als Pflichtbestandteil werden Streuverluste bei Newslettern weitgehend auf Null reduziert.
Im Zuge der Kampagne wurden zahlreiche Newsletter mit sensationellen Ergebnissen versendet.
Öffnungen unique bis zu 51,72%, Klicks unique bis zu 30,70%, Klicks absolut bis zu 16,92%