

CASE STUDY

Erfolgreicher Weblaunch für nicht-web-affine Zielgruppe Swiss Lack wirbt mit Vividot erfolgreich für neue Webseite auf der Appli-Tech-Messe

Vom 29. Januar bis zum 1. Februar 2003 tagt zum zweiten Mal die Fachmesse Appli-Tech für das Maler-, Gipser und Ausbaugewerbe in Luzern. Im Rahmen der Appli-Tech 03 setzt die SWISS LACK AG, einer der führenden Schweizer Lack- und Farbenhersteller, das Marketing-Tool Vividot ein. Auf der Messe verteilen Hostessen Vividot-Aufkleber sowie je eine Identifikationsnummer an die Gäste am Messestand. Fotografen halten die Höhepunkte der Veranstaltung fest und porträtieren die Messe-Besucher. Durch den Fotoabruf auf der SWISS LACK Homepage nach der Messe erreicht das Unternehmen einen zuvor nicht gekannten Traffic auf der Seite, der sich auch Wochen nach der Messe auf einem hohen Niveau einpendelt. Das Ergebnis: Ein geglückter Weblaunch in einer wenig internet-affinen Zielgruppe.

Die Aufgabenstellung von Swisslack

Ziel des Farben- und Lackherstellers für die Appli-Tech ist es, eine große Anzahl potenzieller und bestehender Kunden zum Besuch des neuen Webauftrittes zu bewegen, der kurz zuvor seinen Launch erfahren hat. Die neue Webseite des Farbenherstellers verfügt über eine umfangreiche Funktionalität und nun besteht die Herausforderung darin, die wenig interneterfahrene Zielgruppe des Ausbaugewerbes zum Besuch der Seite zu animieren. Ebenso erhofft man sich durch den Einsatz von Vividot auf der Messe die Schaffung eines positiven Erinnerungswertes für die Standbesucher des renommierten Unternehmens.

Die Ergebnisse für Swisslack

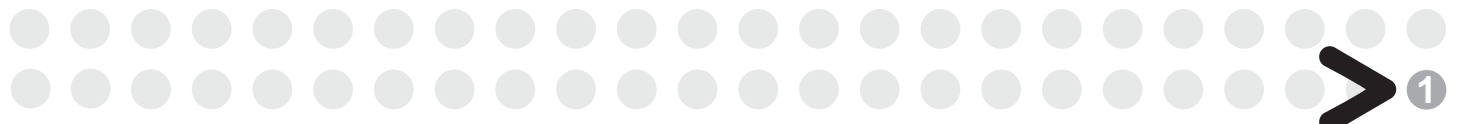
Die Zugriffe auf die Swiss Lack Homepage haben sich während der Messe verzehnfacht. Es war eine bemerkenswerte und konstante tägliche Steigerung festzustellen, die selbst einige Tage nach Abschluss der Messe weiter anhielt. Auch einige Zeit nach der Messe verzeichnet das Unternehmen weiterhin bisher nicht gekannte Aktivitäten auf der neuen Homepage. Auch der Verkehr auf dem Stand während des Messeverlaufs erfährt eine deutliche Steigerung, da sich der Vividoteinsatz rasch auf der Messe herumspricht und so zusätzliche Standbesucher gewonnen werden können.

“ Ich habe den Vividot anlässlich der X'02 im Einsatz gesehen. Die Wirkung, die er erzielt, hat mich überzeugt. In unserer Vorbereitung zur appli-tech 03 war daher rasch klar, dass ein Vividot-Einsatz eine gute Möglichkeit sein könnte, unser gefasstes Homepage-Annäherungsziel zu erreichen.

Michael Leiser
Leiter
Marketing/Kommunikation,
SWISS LACK AG

“ Spektakuläre und entsprechend auffallende Aktion, welche einerseits die Kunden an unsere Homepage herangeführt hat. Andererseits hat sie für Gesprächsstoff gesorgt und das SWISS LACK Image – innovativ, jung, schwungvoll und anders – unterstützt. Für SWISS LACK war der Einsatz des Vividot ein voller Erfolg.

Michael Leiser
Leiter Marketing/Kommunikation
SWISS LACK AG



Vividot im Einsatz

Vorbereitung des Messeinsatzes

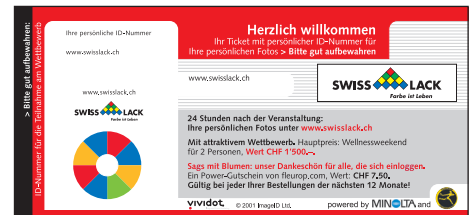
Vor der Messe werden durch das Vividot Team die notwendigen Anpassungen auf der Homepage, die Gestaltung der Log-in Seiten sowie ein zusätzlicher Internet-Wettbewerb und eine Kundenbefragung erstellt. Speziell für die Appli-Tech gestaltete Vividot-Tickets werden in 2 Sprachen gedruckt.

Die Aktivitäten auf der Messe

Zum Messestart findet sich das 8-köpfige Vividot-Team 1 Stunde vor Messebeginn auf der Appli-Tec ein und ist nach kurzem Briefing bereits fest ins Stand-Team integriert. Die Vividot-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verteilen die auffälligen Vividot-Sticker an die Messebesucher und fotografieren die Gäste am Stand. Ebenso werden zahlreiche Ambiente-Aufnahmen zur Einstellung in eine Photo-Galerie auf der Homepage gemacht. Der Vividot und die Foto-Teams werden entsprechend rasch in den 4 Hallen das Gesprächsthema, was SWISS LACK während der gesamten Ausstellungsdauer im Gespräch hält und für weiteren Traffic am Stand sorgt.

Die Kundeninteraktion nach der Messe im Internet

Im Nachfeld der Veranstaltung können die Gäste auf der Internetseite www.swisslack.ch durch Eingabe des persönlichen Codes zu ihren Bildern gelangen. Neben den eigenen Fotos sind auch die Highlights der Messe sowie Bilder zum Ambiente am SWISS LACK-Stand online abrufbar. Nach Wunsch besteht die Möglichkeit, die Fotos per E-Card an Freunde und Familie weiter zu senden. Jeder Besucher, der die SWISS LACK-Internetseite mit seinem individuellen Vividot-Code besucht, kann darüber hinaus an einem Wettbewerb für eine Reise nach Montreux teilnehmen und erhält dabei automatisch einen Fleurop-Gutschein.



Event Ticket mit Image Code



Vividot Foto vom Event

Der Vividot-Einsatz in Zahlen

10,000 Messebesucher

5,000 Vividotickets, 3 Teams am Stand

4,900 fotografierte Gäste

9,744 Fotos

3,661 unique Webseitenbesucher

450 E-Cards versendet



Gesamtansicht der persönlichen Photos und Log-in Seite

