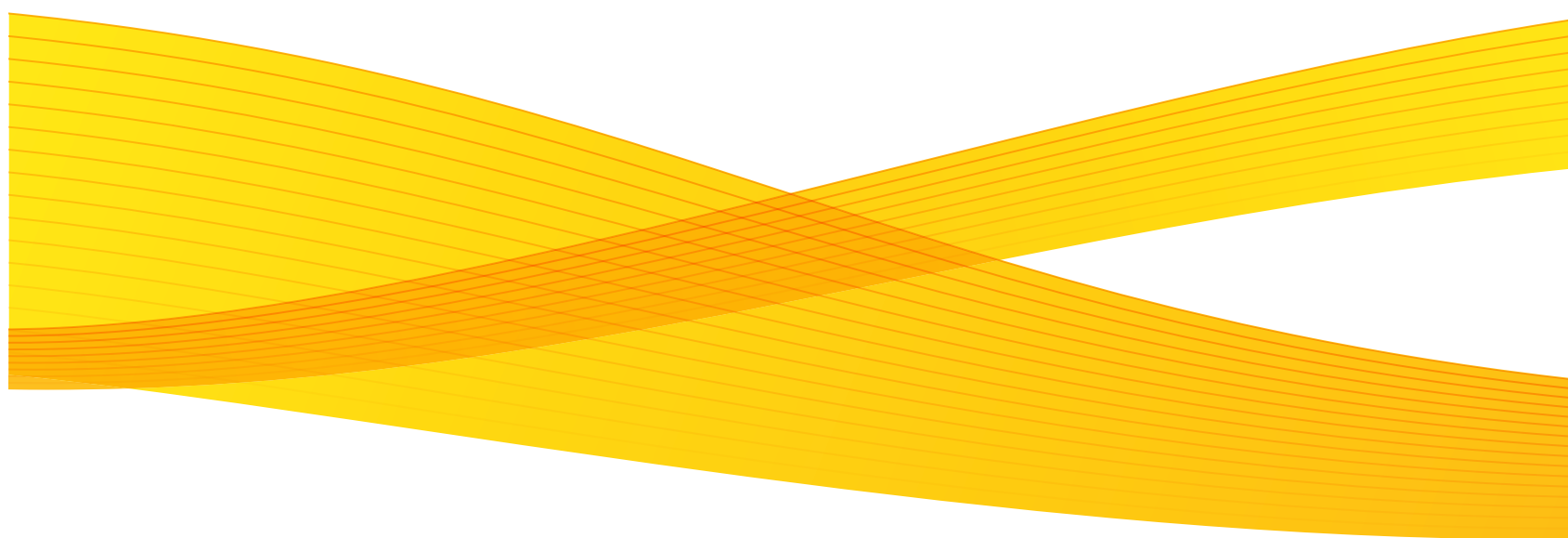


Sicherheit geht vor

Individualisierte Multichannel-Kampagne

Nichts ist unmöglich:
Individuelle Ansprache in Wort, Bild und
Ton führt zu begeisterten Kundenreak-
tionen, die jederzeit messbar waren



Die Kunden erlebten selbst, wie die Technologie in der Praxis wirkt.



Die Zusammenfassung:

- Das auffällige Anschreiben mit persönlicher Sprachbotschaft führte zu einer Responserate-Quote von 28 Prozent
- Das Informationspaket mit Beispielen für fälschungssichere Dokumente generierte 60 Prozent Leads, die weiterführende Informationen wünschten
- Die Kampagne wurde mit hoher Transparenz und messbaren Aktionen durchgeführt
- Personalisierte Dokumente, Webseiten, Videos und E-Mails ermöglichten es, das Agenten-Thema in stimmiger Atmosphäre zu präsentieren und in einer „echten“ integrierten Kampagne den gewünschten Erfolg zu erzielen
- Vorteile der Toner- und Drucktechnologie der Xerox iGen4 konnten vollständig genutzt und vorgestellt werden

Die Aufgabe

Wie macht man Top-Entscheider neugierig auf eine echte Innovation? Indem man sich von Anfang an von der Masse der Briefe absetzt und den Kunden immer wieder aufs Neue überrascht. Mit dieser Idee machte sich prindoz daran, das Thema Fälschungssicherheit von Dokumenten ganz neu vorzustellen.

Mit der Verbreitung von preiswerter Druck- und Kopiertechnologie wird es immer schwieriger, die Authentizität von Dokumenten zu garantieren. Sicherheitsmerkmale können verhindern, dass Eintrittskarten, Gutscheine oder Urkunden kopiert und manipuliert werden. Die Kopien müssen vom Personal einfach als Fälschung erkennbar sein. Gleichzeitig darf das Anbringen der Sicherungen nicht aufwändig sein, sondern sollte sich in den normalen Produktionsprozess einbinden lassen. Xerox bietet durch seine innovative Technologie die Möglichkeit, zahlreiche Sicherheitsmerkmale zu drucken, ohne dass spezieller Toner oder weitere Verarbeitungsschritte notwendig sind. Ziel der Kampagne war, ausgewählte Führungskräfte persönlich und zeitnah über diese zusätzlichen Möglichkeiten zu informieren.

Die Herausforderung

Die oberste Management-Ebene hat mit einer Informationsflut zu kämpfen, in der Innovationen, die erklärungsbedürftig sind, leicht untergehen. Zudem erwartet die anspruchsvolle Zielgruppe von einer Aktion, dass auch die folgenden Schritte mit höchster Qualität ausgeführt werden. Wenn die Neugier geweckt wurde, sollten daher die angeforderten Informationen sehr schnell bereitgestellt werden. Hierfür war ein genaues Tracking notwendig, damit die einzelnen Schritte nahtlos ineinander greifen. Wegen des hohen Personalisierungsgrades mussten Fehler in der Ansprache ausgeschlossen werden.

Die Umsetzung

Die Welt der Fälschungen ist auch die Welt der Agenten und Ermittler, die den Betrügern auf der Spur sind. Basierend auf dieser Idee entwickelte prindoz eine personalisierte, crossmediale Kampagne, die an die Agentenserie „Mission Impossible“ angelehnt war. Das erste vollpersonalisierte und individualisierte Anschreiben wurde als Auftrag an einen Experten zum Aufspüren von Fälschungen gestaltet. Wer die Karte öffnete, wurde im wahrsten Sinne des Wortes mit seinem Namen angesprochen. Ein individualisierter Sprachchip verkündete die Mission in einer gesprochenen Nachricht. Auf einer intelligent verknüpften, geschlechterabhängigen Webseite wurde der „Experte“ mit einem personalisierten Video begrüßt und konnte ein Informationspaket bestellen. Abgerundet wurde der Webauftritt mit Detailinformationen zu den Xerox Sicherheitsmerkmalen. Hierbei kamen u.a. Videosequenzen zum Verdeutlichen der Effekte zum Einsatz. Das Informationspaket enthielt Beispiele, bei denen Original und Fälschung identifiziert werden mussten. Der direkte Einsatz der Sicherheitsmerkmale demonstrierte die Vorteile. Ob Schrift, die nur unter Schwarzlicht sichtbar ist, Texte mit Kipp-Effekt oder ein raffiniertes Raster, das die Nachricht nur durch eine passend gerasterte Folie enthüllte – die Kunden erlebten selbst, wie die Technologie in der Praxis wirkt.

Die Aktion wurde mit der Software XMPie koordiniert, mit der nicht nur alle Schriftstücke personalisiert wurden. Sie ermöglichte auch die Einbindung der individuellen Webseiten, Videos und E-Mail Nachrichten. Somit konnte jeder Kunde in dem Tempo beliefert werden, das er selbst vorgab.

Der Auftraggeber konnte stets den Status und wusste, welche Ansprechpartner weitere Informationen angefordert hatten. Anhand der Reaktionen konnte auch das weitere Vorgehen des Außendienstes koordiniert werden.

prindoz
Alles beginnt mit einem Namen

www.prindoz.com

Mehr über uns erfahren Sie unter www.xerox.de

xerox 