Spielend potenzielle Neukunden gewinnen

Wie Canon mit dem Lead Gewinnspiel von United Internet Dialog über 130.000 Leads generierte

FACTS & FIGURES

Werbetreibender:
Canon Deutschland GmbH

Produkt:
Canon Consumer-Produkte, vor allem Foto und Video

Media-Agentur:
intern

Kampagnenlaufzeit:
06.01.10 – 20.01.10

Zielgruppe:
Interessenten Canon-Produkte

„Mit dem Lead Gewinnspiel von United Internet Dialog konnten wir sicherstellen, dass die generierten Leads exakt unserer Zielgruppe entsprachen. Dank der hohen Awareness, die wir als alleiniger Sponsor genossen, übertrafen die Leads in Qualität und Quantität bei weitem unsere Erwartungen."

Thorsten Wilm, Online & Marketing Executive
Corporate & Marketing Communications
Canon Deutschland GmbH

DIE HERAUSFORDERUNG

Canon ist ein weltweit renommiertes Unternehmen mit Fokus auf Imaging-Technologien. In Deutschland ist Canon seit über 35 Jahren mit einer eigenständigen Tochtergesellschaft präsent. Neben Großkundenlösungen steht vor allem das Verbraucher-Segment mit Produktbereichen wie Foto, Video und Drucker im Mittelpunkt.

Der Bereich der Consumer-Produkte ist heute durch ein extrem hohes Innovationstempo, harte Konkurrenz und neue Vertriebswege im Internet geprägt. In diesem wettbewerbsintensiven Marktumfeld ist es für Canon interessant, direkte Beziehungen zu potenziellen Kunden aufzubauen und den Abverkauf dadurch zu unterstützen.

Die Herausforderung für United Internet Dialog bestand darin Canon-affine Nutzer zu akquirieren, das Interesse an den Consumer-Produkten von Canon zu wecken sowie den Kaufanreiz durch den Gewinn von Canon Produkten im Wert von 10.000 Euro zu erhöhen.

DIE ERFOLGSGESCHICHTE

Das Lead Gewinnspiel von United Internet Dialog ist ein Direktmarketing-Instrument zur effizienten Generierung qualifizierter Kontakte. Das Gewinnspiel wird im jeweils passenden redaktionellen Umfeld der Portale WEB.DE und GMX auf einer separaten Seite und mit eigenem Menüpunkt präsentiert. Zusätzlich sorgen die Promotions in den FreeMail-Newslettern für einen hohen Zustrom an Teilnehmern. Die Reichweite eines Gewinnspiels erzielt somit rund 28 Millionen Brutto-Kontakte.

Der übliche Aufwand für die Erstellung und Abwicklung des Gewinnspiels erübrigte sich in diesem Fall für Canon. Das Unternehmen stellte lediglich die Gewinne in Höhe von 10.000 Euro bereit und lieferte die Informationen für die kurzen Produktbeschreibungen. Die gesamte Konzeption, Planung und Produktion der exklusiven 3-teiligen Landingpage für das Gewinnspiel übernahm United Internet Dialog, ebenso die Adressbereinigung und Validierung sowie die Gewinnermittlung.

DAS ERGEBNIS

Das Lead Gewinnspiel stieß bei Canon auf sehr positive Resonanz. Innerhalb weniger Tage nahmen rund 130.000 Nutzer teil und bekundeten damit ihr Interesse an den Produkten von Canon. Das herausragende Ergebnis dokumentiert die hohe Aufmerksamkeit der Newsletter sowie die hochwertige Platzierung auf WEB.DE und GMX.