

Projekt_Was gewinnt an Wert, wenn es schmilzt?

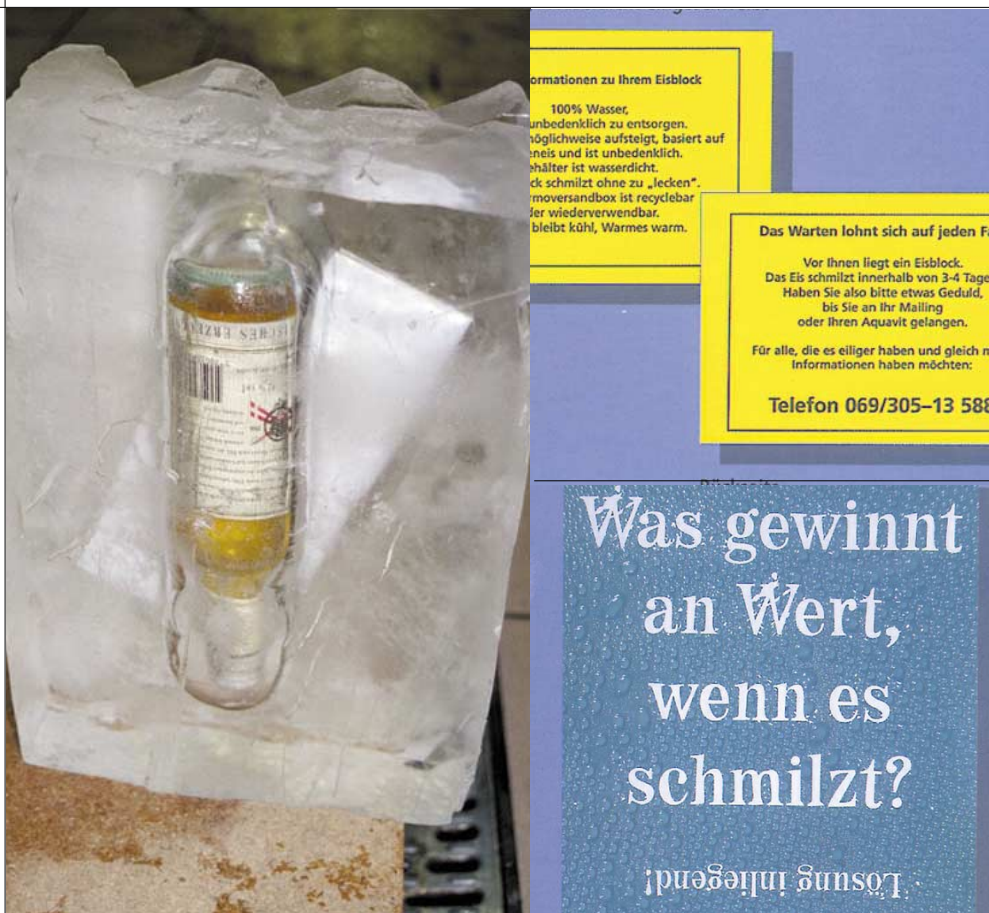
Pensionskasse der Mitarbeiter der Hoechst AG, Immobilienfinanzierung	Branche_Immobilien
„Was gewinnt an Wert, wenn es schmilzt“	Penka Hoechst VVaG ■
Akquisemailing zur Vermakung diverser Büroimmobilien im Rhein-Main-Gebiet	

„Wir brauchen ´was richtig cooles...“ – Das war das Briefing.

Was sprach also dagegen, das komplette Mailing incl. Flyer, Anschreiben, Faxantwort und einer Flasche Akvavit in einen 10kg-Eisblock einzufrieren und im Thermobehälter zu versenden?

Die Aktion sprengte viele Rahmen, nicht nur bei der Post! 100% Erinnerung beim Telemarketing waren sicher, alle 600 Adressaten beschäftigten sich mit dem Mailing, ob sie nun mieten wollten oder nicht. Der Erfolg war obercool: Alle 7 Objekte wurden durch das Mailing vermietet! 46.000 qm Bürofläche fanden neue Mieter. Fast 400.000 EUR Mieteinnahmen im Monat! Leider hatten wir keine Provision vereinbart. So ist das Leben...

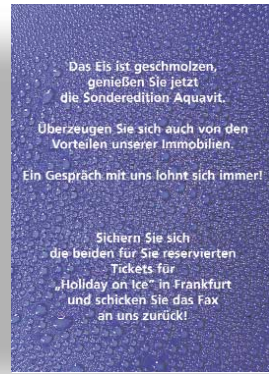
{Abb_1}
Eisblock mit eingefrorenem Mailing



{Abb_1}
Detail
„Unbedenklichkeitszettel“

{Abb_3}
Detail
Motto_ als Paketaufkleber auf der Thermo-Versandbox

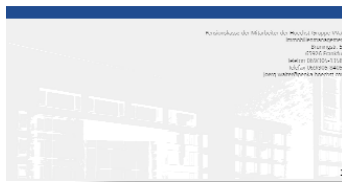
(Das Mailing)
Die Bestandteile



(Abb_4)
Anschieben
(Abb_5)
Antwortfax



(Abb_6 bis 12)
8seitiger
Informationsflyer



(Abb_13 bis 14)
Gutschein für
Holiday on Ice



[Abb_15]
Mailing_eingefroren
[Abb_16]
Akvavit als Give-Away
[Abb_17]
Paketaufkleber
[Abb_18]
Mailing-Hülle
[Abb_19]
Hinweiszettel im Paket



[Abb_20]
Verschließen der
Thermobox
[Abb_21]
Verschließen des
Mailings_wasserdicht
[Abb_22]
Verpacken in
Thermobox
[Abb_23]
Handanlegen am
Eisblock



Projekt_Blicken Sie schon ´mal durch

	Pensionskasse der Mitarbeiter der Hoechst AG, Immobilienfinanzierung	Branche_Immobilien
	„Blicken Sie schon ´mal durch“	Penka Hoechst VVaG ■
	Akquisemailing zur Vermarktung einer Büroimmobilie in Frankfurt/Main	

Wenn ein komplettes Bürohaus seit Monaten leer steht, erfordert das Marketing Konzepte, die etwas abseits der getretenen Pfade liegen.

Warum also nicht potentiellen Mietern schon ´mal einen ersten Eindruck ihres neuen Büros in Form von einigen Originaldias senden? So ließen wir sie „durchblicken“ und schickten mit den Dias einen Diabetrachter. Nebst dem Exposé der Immobilie.

Durch Telemarketing wurden alle Adressaten nachgefaßt. Im Ergebnis bedeutete dies: Was mehreren Maklern nicht gelang, konnte durch Dialogmarketing erreicht werden: Sofort Interessenten und mittelfristig mehrere Mieter zu generieren.



{Abb_1}
Versandbox



{Abb_1}
Detail
Diabetrachter
mit Dias

{Abb_3}
Detail
Anschreiben, Exposé,
Faxantwort