

ADVANZIA BANK S.A.

**Vorteilswelt, Inbox Ad & Lead-CoRegistrierung:
Leads generieren – direkt aus unserem Kundenbestand!**

Wie Online-Dialog-Maßnahmen einen kontinuierlichen Zustrom an Neukunden erzeugen



FACTS & FIGURES

Werbetreibender:
Advanzia Bank S.A

Produkt:
Gebührenfrei MasterCard GOLD

Zielgruppe:
Menschen mit Affinität zu Kreditkarten

Werbemittel:
Vorteilswelt, Inbox Ad & Lead-CoRegistrierung

Media-/Kreativ-Agentur:
interne Umsetzung

Kampagnenlaufzeit:
Fortlaufend seit September 2010

»Wir arbeiten über einen längeren Zeitraum erfolgreich mit United Internet Media zusammen, um Neukunden für unser Produkt „Gebührenfrei MasterCard GOLD“ zu generieren. Mit der Vorteilswelt haben wir einen weiteren Vertriebskanal aufgebaut, der qualitativ hochwertige Leads liefert. Diese Form des Empfehlungsmarketings ist so attraktiv und vertriebsstark, dass wir die Maßnahmen auch zukünftig in unserer Mediaplanung berücksichtigen.«

David Voss,
Chief Marketing & Sales Officer, Advanzia Bank S.A.

DIE AUSGANGSLAGE

Advanzia Bank S.A. wurde 2005 gegründet und ist im April 2006 als reine Internetbank in den Markt eingetreten. Die luxemburgische Bank hat sich bewusst auf zwei Produktbereiche spezialisiert: die „Gebührenfrei MasterCard GOLD“ und das hochverzinsten Tagesgeld „Advanziakonto“. Trotz des wettbewerbsintensiven Umfelds ist es Advanzia gelungen, ein profitables, stabiles und skalierendes Geschäftsmodell mit mehr als 800.000 Kunden aufzubauen.

Advanzia setzt auf den Vertrieb von Kreditkarten im Internet und über Vertriebspartner. Der Hauptfokus liegt hierbei darin, die relevante Zielgruppe zu erreichen und dieser die Produktvorteile in transparenter und überzeugender Weise zu vermitteln. Inhaltlich sind dafür die hervorragenden Vorteile des Produkts entscheidend: dauerhaft keine Jahresgebühr, keine Gebühren beim Einsatz im Ausland, keine Gebühren für Bargeldabhebungen, zinsfreies Zahlungsziel von bis zu 7 Wochen bei Einkäufen und viele weitere Vorteile.



← Vorteilswelt auf GMX

DIE REALISIERUNG

United Internet Media verfügt neben einer langjährigen Erfahrung in der Lead-Generierung auch über eine große Bandbreite an Möglichkeiten zur Neukundengewinnung. Die verschiedenen Maßnahmen werden produktübergreifend aufeinander abgestimmt, sodass ein stimmiger und effektiver Werbeauftritt gegeben ist. Nach erfolgreicher Umsetzung verschiedener Kampagnen in Deutschland konnte Advanzia Bank mit der Vorteilswelt sowie der Inbox Ad das Marktsegment AT (free MasterCard Gold) erschließen und auch hier wertvolle Neukunden gewinnen. Die Werbung für die „Gebührenfrei MasterCard GOLD“ erfolgt über drei Formate:

Vorteilswelt

Die dauerhafte Integration auf den Vorteilswelt-Seiten von GMX und WEB.DE, präsentiert die Kreditkarte als exklusives Vorteilsangebot an FreeMail-Nutzer. Promotet wird es über Cobranded-Display-Media, die Inbox Ad, sowie über den Vorteilswelt-Newsletter. Zur Erhöhung der Abschlussrate erhalten GMX und WEB.DE Nutzer zusätzlich einen 25 Euro „BestChoice“-Gutschein.

Inbox Ad

Durch diese Anzeige, die direkt im Postfach der WEB.DE und GMX Nutzer ausgespielt wird, kann eine speziell auf die Zielgruppe zugeschnittene Ansprache erfolgen. Die Inbox Ad ermöglicht qualitativ hochwertige Lead-Generierung.

Lead-CoRegistrierung

Diese Platzierung innerhalb des Gewinnspiel-Prozesses ist ein Tool, um hochwertige Leads zu generieren. Hier wählen Gewinnspielteilnehmer nach Eingabe ihrer Daten das Angebot der Advanzia Bank einfach per Checkbox aus.

DIE ERGEBNISSE

Die Lead-Generierung über die Kommunikationsportale von GMX und WEB.DE hat sich zu einem erfolgreichen Vertriebskanal der Advanzia Bank entwickelt. Die gemeinsam entwickelte Dialog-Kampagne liefert konstant erfolgreich neue Kunden für die „Gebührenfrei MasterCard GOLD“.

Zum Erfolg haben neben den besonders response-starken Dialog-Formaten, auch die permanente Optimierung der Kampagne und fortlaufende Auslieferung der Werbemittel geführt.

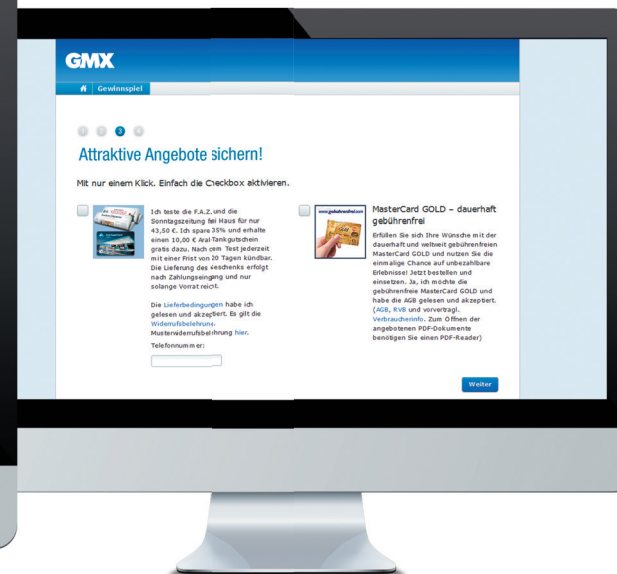
DAS FAZIT

Das erfolgreiche Resultat hat dafür gesorgt, dass die Erwartungen von Advanzia übertroffen werden konnten.

Aufgrund der effizienten und effektiven Zusammenarbeit, sowie der konstanten Lead-Generierung seit dem Start der Kampagne hat man sich in 2016 erneut für eine Jahreskooperation entschlossen.



← Vorteilswelt auf WEB.de



← Lead-CoRegistrierung auf GMX

↓ Inbox Ad auf GMX

The screenshot shows the GMX E-Mail interface. The top navigation bar includes icons for Start, E-Mail, Verschlüsseln (with a 'NEU' badge), Adressbuch, MediaCenter, Fotoalbum, Musik-Flat, Domains, De-Mail, and GMX Premium. The left sidebar contains navigation options like 'E-Mail schreiben', 'Suche', 'Favoriten', 'Posteingang' (with a '200' badge), 'Gelöscht', 'Spamverdacht', 'Gesendet', and 'Entwürfe'. The main content area displays an advertisement for the 'free -die neue gebührenfreie MasterCard GOLD für Österreich'. The ad features a golden credit card with the 'free' logo and a couple embracing. Below the card, it lists three benefits: '0€ Jahresgebühr', '0€ Bargeldgebühr', and '0€ Auslandseinsatzgebühr'. A prominent orange button says 'Jetzt beantragen!'. The text below the ad describes the card as a flexible and widely accepted payment method with excellent advantages, including global acceptance at over 35 million locations and a free travel insurance. A link 'HIER bestellen!' and a note '*Bedingungen siehe www.free.at' are also present. At the bottom of the ad, there is a smaller image of the card and the 'free' logo, followed by the slogan 'fühl dich free!' and the text 'Ihre flexible und weltweit akzeptierte goldene Kreditkarte. 100 % Transparenz Immer und überall'.