

Case-Study


SMP · PSL Schweizer Milchproduzenten
 Producteurs Suisses de Lait
 Produttori Svizzeri di Latte

Sehr geehrter Herr Zimmermann

Willkommen zur fünften Ausgabe 2003 des games@swissmilk.ch-Newsletters!

Sie erhalten diesen Newsletter weil Sie schon einmal an einem unserer Wettbewerbe oder Spiele teilgenommen haben. Zweck dieses Newsletters ist es, unsere Besucherinnen und Besucher über neue Online-Aktivitäten auf www.swissmilk.ch zu informieren. Natürlich können Sie sich jederzeit von diesem Newsletter [hier abmelden](#).

Liebe Grüsse
 Ihre Lovely



Newsletter

Inhalt

- Smart zu gewinnen!
- Lovely auf dem Handy!
- Grosse Buchstaben-Ausstechformen
- Haben Sie genug Kalzium?
- Impressum

Gewinnen Sie einen Smart!

Machen Sie mit beim grossen Butter-Online-Wettbewerb und gewinnen Sie diesen exklusiven Smart.

Welches Bild gehört zu welche Spot?
 Ordnen Sie das jeweilige Bild ("Ylari", "Mäländerli" oder "Shaker") dem entsprechenden Butter-Spot zu. Dazu merken Sie sich den TV-Spot (TV-Spot 1, TV-Spot 2 oder TV-Spot 3) und füllen diese Bezeichnung im Wettbewerbsformular zum entsprechenden Bild aus.




Bild "Ylari"
TV-Spot 1




Bild "Mäländerli"
TV-Spot 2





Bild "Shaker"
TV-Spot 3


Für die Anzeige der Videos benötigen Sie den Real Player Basic.

[Wettbewerbsformular ausfüllen!](#)



top ↑

Lovely auf Ihrem Handy!



NEU


Holen Sie sich eines unserer 12 exklusiven Lovely-Sujets auf Ihr Handy! Was Sie dazu machen müssen, erfahren Sie hier...

top ↑

Grosse Buchstaben-Ausstechformen

Wollen Sie schon immer mal Wörter backen? Kein Problem, mit diesen Ausstechformen backen Sie bestimmt die besten Sprüche...

[Klicken, bestellen und profilieren!](#)






top ↑

Haben Sie genug Kalzium?

Tun Sie Ihren Knochen etwas Gutes. Eine ausreichende Kalziumzufuhr ist in jeder Lebensphase wichtig, sowohl als Kind, im Jugendalter, als Erwachsener und in späteren Lebensalter.

Im folgenden Test können Sie überprüfen, ob Ihre tägliche Kalziumzufuhr gedeckt ist.


[Hier geht's zum Test...](#)

top ↑

4. Impressum

Redaktion: Schweizer Milchproduzenten SMP
 Feedback bitte an: games@swissmilk.ch
 Erscheinungsweise: unregelmässig, nur bei Bedarf.
 Copyright 2003
<http://www.swissmilk.ch>



PROFIL | REDAKTION | ABHELDEN | HELFE | DATENSCHUTZ | KONTAKT

Ziele Swissmilk hat an diversen Events über eine längere Zeitspanne mittels Wettbewerben und online Games E-Mail Adressen generiert. Im Frühling 2003 entschied sich Swissmilk, mit dieser Vielzahl von Interessenten eine 1-to-1 Kommunikation aufzubauen. Die User sollen spielerisch mehr über das Thema Ernährung erfahren und die Milch als trendiges Getränk wahrnehmen. Neben diesem Image-Transfer sollen die Zugriffe auf die Website gesteigert und die Empfänger regelmässig zum „Spielen“ bewegt werden.

Lösung In einer ersten Phase wurden die Empfänger mit einem Pre-Mailing über den neuen Service informiert. Das Design sowie der Inhalt des Newsletters wurden so übersichtlich und kurz wie möglich gehalten und dem Corporate Design von Swissmilk angepasst. Neben den Informationen zu gesunder Ernährung, erhalten die Empfänger die Möglichkeit, an Wettbewerben mit attraktiven Preisen teilzunehmen und neue online Games zu spielen. Die Wettbewerbsformulare können jeweils direkt über die E-Mail Software implementiert werden. Dies ermöglicht eine rasche Durchführung zu niedrigen Kosten und eine umgehende Auswertung der Wettbewerbsantworten. Die User, welche über die Website oder die online Werbung auf die neuen Spiele von Swissmilk gelangen, eröffnen einen neuen Game Account und werden mittels Background-Registration gleichzeitig auch im E-Mail System registriert - natürlich nur mit der erforderlichen „Permission“. Im Frühling 2004 werden die Kampagnenresultate bis auf die Ebene der einzelnen User automatisch in die CRM Datenbank von Swissmilk übertragen.

Resultate Bei den Newslettern sowie den periodischen Direct Mailings liegt die Öffnungsrate zwischen 40% und 50%. Die Response Werte erreichen mit einer durchschnittlichen Grösse von 20% auch noch neun Monate nach der Einführung der Direct Marketing Massnahmen einen stabilen Wert. Dank dem Newsletter, welcher in deutscher und französischer Sprache verschickt wird, konnte Swissmilk die Teilnehmerzahl an den Gewinnspielen und die Website Zugriffe massiv steigern.

Kontakt
 nemuk ag
 Herr Camille Zimmermann
camille.zimmermann@nemuk.com
 Tel: 01 350 17 07

SMP Swissmilk
 Herr Alejandro Ortega
alejandro.ortega@swissmilk.ch
 Tel: 031 359 56 18