VoiceObjects
all business is vocal

i'm lovin' it

Referenz-Projekt



Erfolgreicher Kampagnen Anpfiff für den 1. FC Köln

Mitgliederwerbung per intelligenter Sprachanwendung

Die Aktion auf einen Blick:

- Quizspiel mit Ludwig Podolski
- Ziel: Mitgliederwerbung für den 1. FC Köln.
- Automatisches Handling der Anrufe
- Tausende begeisterte Anrufer

Benefits:

- Schneller ROI
- Einfaches generieren von Kundendaten
- Segmentspezifische Ansprache sichert Response
- Emotionalisierung einer Werbebotschaft

Und wer spricht die Fans am besten an?

Nationalspieler Lukas Podolski!



Der 1. FC Köln ist im Aufwind, und mit Lukas Podolski stellt er sogar einen der neuen Shooting Stars der jungen Nationalmannschaft von Jürgen Klinsmann. Was liegt also näher, als dessen Popularität für eine Kampagne zu nutzen, mit der nicht nur neue Dauerkartenkäufer, sondern sogar neue Vereinsmitglieder gewonnen werden sollen?

Die Herausforderung: Bei kaum einem Bundesligaverein sind das Publikum und die Fans heterogener verteilt, als beim 1.FC Köln, entsprechend ist die Zielgruppe über herkömmliche Medien nur schwer erreichbar – zumindest nicht zu einem vertretbaren Budget. Hinzu kommt, dass gerade beim Sport Emotionen wichtig sind, um Begeisterung zu wecken. Herkömmliche Medien sind nur schwer in der Lage, diese Emotionen, die wahre Fans mit „ihrem" Verein verbinden zu wecken und zu transportieren.

Gesucht: Ein Emotions-Transporter für jedermann.

Die Idee: Lasst die Fans mit Lukas Podolski sprechen. Der sympathische Jungstar war natürlich sofort bereit, für seinen Club sein Bestes zu geben. Nur: Fußballprofis sollen trainieren und nicht den ganzen Tag am Telefon hängen. Also, musste eine andere Lösung her: Ein automatischer Lukas Podolski, sozusagen.

Die Lösung: Eine Hotline mit einer automatischen intelligenten Sprachanwendung. In der Rekordzeit von nur zwei Wochen wurde das Projekt von VoiceObjects und VoicInt auf Basis von VoiceObjects X5 verwirklicht und innerhalb weniger Stunden auf dem Voice Web Portal im Netz der T-Com bereit gestellt.

68 verschiedene Dialogparts, so genannte Prompts, musste die Nr. 10 der Geißböcke im Tonstudio aufnehmen, um für ein Gewinnspiel als authentischer und lebendiger Gesprächspartner zur Verfügung zu stehen. Zu gewinnen gab es neben Dauerkarten und einer Reihe anderer attraktiver Preise aus dem Merchandising des 1. FC Köln auch ein Essen mit dem Stürmer.

Die Spielmechanik orientierte sich an den allseits beliebten Quizshows, und der Anrufer hatte drei Fragen zum Thema Fußball zu beantworten. Bei einer falschen Antwort ließ Poldi allerdings fünfe gerade sein: Sportlich fair bekam jeder noch eine zweite Chance. Dabei bewies auch der automatische Lukas durchaus Humor: „Überleg nur, ich geb dir noch ein paar Sekündchen", wurde zögerlichen Spielteilnehmer beschieden. Mit verbalen Gelben und Roten Karten wurden Anrufer bestraft, die sich zu Verbalinjurien hinreißen ließen: „Du kannst duschen gehen", hieß es dann, bevor der unhöfliche Mitspieler aus der Leitung geworfen wurde.

Die, durch das Gewinnspiel generierten Kundendaten, (Audio File des Namen und die dazugehörige Telefonnummer) wurden zur Nachbereitung durch Invitel über eine Outbound Aktion als Follow Up (Gewinnung von neuer Vereinsmitgliedschaften) zur Verfügung gestellt.



„Perfekter Transport der Markenbotschaft“

Lars Nierfeld,
Leiter Marketing & Merchandising,
1.FC Köln

Gefunden: Tausende begeisterte Fans.





Das Ergebnis: Vor allem die weiblichen Fans konnten kaum vom Handy lassen: Bis zu 12 mal täglich riefen einige junge Damen die Hotlinenummer an – ein Beweis dafür, wie gut sich Emotionen über gesprochene Sprache stimulieren lassen. „Unsere Technologie ist ideal zum Aufbau von emotionalen Dialogen und damit zum Transport von Markenbotschaften. Das Beispiel Lukas Podolski zeigt, wie genial sich sein positives Image nutzen und verbreiten lässt.“, sagt Oliver Hirzmann, Sales Manager der VoiceObjects AG.

Bereits kurz nach Ende der Aktion war klar, dass sie ein voller Erfolg gewesen ist: Mit geringen Kosten wurde das Ziel voll erreicht. „Wir freuen uns, als erster Bundesliga Verein ein interaktives Telefon-Gewinnspiel mit unserem Shooting Star Lukas Podolski anzubieten. Die natürlichen Dialoge transportieren die emotionale Markenbotschaft des 1.FC Köln perfekt. Die Reaktionen der Fans zeigen, dass sie hier das Gefühl haben, hautnah mit dabei zu sein. Mit dieser automatisierten Sprachanwendung lässt sich das positive Image von Lukas ideal nutzen und verbreiten,“ so Lars Nierfeld, Leiter Marketing & Merchandising des 1.FC Köln.

Bekannt gemacht wurde das Hotline-Angebot übrigens über die beiden Kanäle, an denen wohl kaum ein potenzieller Fan des 1.FC Köln vorbeikommt: Einerseits über die Vereinszeitung, das Geißbock-Echo, andererseits über den Kooperationspartner McDonalds. Hier fanden die Fans die Einladung zum Gewinnspiel auf den Tablettsets der Restaurants im Kölner Raum.

Ziel erreicht: Sprachanwendungen sind das Medium der Zukunft.

Selbst von anderen Medien wurde die Aktion mit größtem Interesse aufgenommen: Bestes Beispiel die EinsLive Vorstellung. Hier wurde im Frühstücksradio das Gewinnspiel aufgegriffen und vorgestellt. O-Ton Moderator: “Was für ein geiles Spiel!“. Auch auf Giga TV online und live im TV wurde das Spiel promotet.

Der Vorteil solcher Sprachanwendungen für Unternehmen jeder Art liegt natürlich in ihrer unschlagbaren Flexibilität und ihrer Anwendbarkeit auf der Basis existierender IT-Strukturen. Das gewährleistet nicht nur einen Investitionsschutz, sondern auch einen schnellen ROI, mit vergleichsweise geringen Investitionen.

„Der Einsatz automatisierter Lösungen mit authentischen Stimmen, wie hier bei dieser Kampagne mit dem 1. FC Köln, stellt für Agenturen und Werbungstreibende eine neue Qualität in der Kundenbindung dar. Emotionale Markenerlebnisse und die hohe Interaktionsbereitschaft erzeugen einen Mehrwert, der erst ein effizientes, barrierefreies Kundenmanagement ermöglicht,“ erklärt Christoph Sieberz, VP Marketing EMEA bei VoiceObjects.

VoiceObjects ist Weltmarktführer bei Voice Application Management Systems (VAMS). Das einzigartige, patentierte Software-Design ermöglicht das komplette Life Cycle Management automatisierter Sprachanwendungen von der Entwicklung über Test und Betrieb bis zur Auswertung. Die im Bereich von Sprachanwendungen einzigartige Server Architektur auf der Basis offener Standards gewährleistet höchstmögliche Flexibilität und Effizienz bei minimalen Kosten.

Dank unseren starken Partnerschaft mit z.B. SAP, ScanSoft, T-Com, T-Systems, Softlab, Genesys, Danet u.a., ermöglichen wir unseren Kunden voll integrierte Sprachlösungen auf höchstem technischen Niveau. VoiceObjects hat seinen Hauptsitz in Köln, sowie Niederlassungen in Großbritannien und in den USA. Mehr Informationen finden Sie unter www.VoiceObjects.com.

VoiceObjects
all business is vocal

Firmenzentrale EMEA
VoiceObjects AG
Friedrich-Ebert-Strasse
51429 Bergisch Gladbach
Fon: +49 (0)2204 845-100
Fax: +49 (0)2204 845-101
www.VoiceObjects.com

VoiceObjects ist in Deutschland und anderen Ländern ein eingetragenes Warenzeichen der VoiceObjects AG. VoiceObjects X5, VoiceObjects Server, VoiceObjects Desktop, VoiceObjects Infostore, VoiceObjects Analyzer, VoiceObjects XDK, VoiceObjects Studio, VoiceModules, VoiceTemplates, und „all business is vocal“ sind in Deutschland oder anderen Ländern eingetragene Warenzeichen der VoiceObjects AG. Alle weiteren Warenzeichen, Handelsnamen und Dienstleistungsmarken, die im vorliegenden Dokument aufgeführt werden, gehören den jeweiligen Eigentümern.

Der Dokumentinhalt basiert auf Informationen, die wir als zuverlässig einstufen; für die Fehlerfreiheit und Vollständigkeit des Inhalts übernehmen wir jedoch keine Gewährleistung. VoiceObjects übernimmt für den Dokumentinhalt keinerlei Gewährleistung oder Garantie. Aus der Verbreitung des Dokuments oder dessen Inhalt können keine Haftungsansprüche gegen VoiceObjects entstehen. Copyright 2001-2005 VoiceObjects AG und ihre Lizenzgeber. Alle Rechte vorbehalten. In Deutschland veröffentlicht.