

MOBILITÄTS

SGARANTIE

„WARUM ICH SO VIEL REISE? WEIL ES SCHWIERIG IST,
EIN BEWEGLICHES ZIEL ZU TREFFEN!“ **Tennessee Williams**

INHALTSVERZEICHNIS

	DIE AGENTUR	06
	MOBILE MARKETING	08
	BERATUNG	10
	KONZEPTION	12
	UMSETZUNG	14
	AUSWERTUNG	16
	PROJEKTE	18
	CASE VITA COLA – Wann, wenn nicht jetzt!	20
	CASE LBS BAYERN – Welcome Card	22
	CASE ŠKODA SCHWEIZ – New Fabia	24
	PROBEFAHRT	26



DIE AGENTUR

MARKENWERKSTATT MIT KREATIVLABOR

LEISTUNG

Wir behaupten: Kommunikation über mobile Endgeräte ist ein unverzichtbarer Faktor jeder modernen und interaktiven Marketing-Strategie. Deshalb sehen wir unsere Aufgabe darin, Ihnen spannende und erfolgsorientierte Lösungen zur Mobilisierung Ihrer Kampagne aufzuzeigen, gemeinsam mit Ihnen das passende Konzept zu entwickeln und dieses auf hohem technologischem Niveau zu realisieren.

BEGEISTERUNG

Wir lieben die vielfältigen Möglichkeiten und die rasante Entwicklung im Mobile Marketing. Jedes neue Projekt betrachten wir als Herausforderung an unsere Leistungsfähigkeit in Beratung, Kreation und Technik. Gibt es etwas Schöneres?

ERFAHRUNG

Goyya wächst seit der Gründung im Jahr 2000 stetig und ist heute eine inhabergeführte Agentur mit 10 festen Mitarbeitern. Lassen Sie uns unser Wissen mit Ihnen teilen und die Erfahrung aus über 300 Kundenprojekten in Ihre Kampagne einfließen ...

ERFOLG

Der schönste Erfolg ist ein erfolgreiches Projekt. In besonderen Fällen gibt es dafür eine Belohnung. Im Jahr 2004 wurde Goyya mit dem mit 30.000 Euro dotierten Crossmedia Marketing Award ausgezeichnet.

FAKTEN

Unternehmen	Goyya Marketing OHG
Geschäftsführer	Henry Heinke, Ralf Worm
Gründungsjahr	2000
Standort	Dresden
Mitarbeiter (fest)	10





MOBILE MARKETING

KOMMUNIKATION AUF REISEN KAMPAGNEN MIT MOBILITÄTSGARANTIE



Seit Tennessee Williams haben sich die Zeiten geändert. Zum Glück! Ab sofort schicken Sie Ihre Kampagne auf die Reise, auch an bewegliche Ziele.

Ein Kurztrip zur Kundengewinnung?
Ein unterhaltsamer Erlebnisurlaub?
Ein langfristiger Aufenthalt zur Kundenbindung?

Wo auch immer Sie mit Ihrer Marke unterwegs sind – regional, national oder international, egal ob mit klassischer Werbung, Direktmarketing oder Multimedia: Wir sorgen für die optimale Übertragung Ihrer Kundenkommunikation auf und über mobile Endgeräte. Ihre Botschaft reist so bestens gelaunt ans Ziel und bleibt garantiert mobil: 24 Stunden am Tag!

Die Goyya-Mobilitätsgarantie passt sich Ihren Reisezielen an. Mobilität überwindet zeitliche und räumliche Hindernisse und schafft Spielräu-

me für ein interaktives und somit nachhaltiges Markenerlebnis.

Ein umfassendes Reisetagebuch gibt es immer dazu. Es ist doch spannend zu wissen, wen Ihre Kampagne auf Reisen wann und wo ange-
troffen hat ...

Und: Nutzen Sie unsere kostenlose Mobilitäts-
beratung! Es kann nie schaden, Havariefälle
bereits vor der Reise zu vermeiden.

MOBILE MARKETING BERATUNG



Sven Halwas
Kundenbetreuung
Technischer Support



Mobile ist ein eigenes Medium mit riesigen Chancen, aber auch Fallstricken. Hier sind Ehrlichkeit und Know-how gefragt – und die garantieren wir. Denn nur so wird Ihre Kampagne auf dem Weg zum Handy ein Erfolg. Modellvielfalt, Stand der Technik, Nutzerverhalten und Verbreitung der Standards: Aspekte, von deren richtiger Einschätzung die Erfüllung Ihrer Erwartungen unmittelbar abhängt.

Beratung steht deshalb bei uns am Anfang jeder Kreation. Was geht? Was darf? Was bringt Erfolg?

MOBILE

MARKETING

KONZEPTION

Ausgehend von einer definierten Zielstellung erarbeiten wir für Sie oder gemeinsam mit Ihnen Konzepte für mobile Kampagnen. Möchten Sie auf einer vorhandenen Kommunikationsidee aufbauen, zeigen wir Beispiele und Wege zur Übertragung auf den Kanal „Mobile“.

Vom kostenlosen Download mobiler Inhalte für Ihre Kunden bis zu interaktiven MMS-Votings im Rahmen von Events, von klassischer 1:1-Kommunikation via SMS bis zur Erstellung von Handyspielen in Ihrem Branding: Wir erarbeiten kreative und effektive Lösungen nach Maß, die auf jeden Budgetrahmen Rücksicht nehmen. Controlling-Instrumente und Auswertungsmöglichkeiten gehören selbstverständlich zu jedem Konzept.



Sebastian Schwerk

**Beratung & Konzeption
Mobile Marketing**

MOBILE MARKETING UMSETZUNG



Patrick Klyscz

**Beratung & Konzeption
Mobile Marketing**

Die ständige Erreichbarkeit über mobile Endgeräte hat Mobile zu einem der attraktivsten Kommunikationskanäle im Marketing-Mix gemacht, die Nutzer jedoch hochgradig sensibilisiert. Bei der Kampagnenrealisierung ist also Präzision gefragt, auf Anfragen sollen Empfänger schließlich umgehend Antwort erhalten und mobile Inhalte müssen auf jedem Handytyp darstellbar sein.

Um Ihnen maximale Flexibilität zu bieten und auch die unmöglich scheinende Idee möglich machen zu können, setzen wir auf eigene Plattformen und realisieren alle Konzepte mit eigener Technik. Internationale Partnerschaften garantieren den europaweiten Rollout Ihrer Kampagne.

Selbstverständlich sind wir tagtäglich 24 h für Sie erreichbar. Aber nicht nur das: Auch für Ihre Kunden richten wir jederzeit eine Service-Hotline ein oder bearbeiten generierte Leads im firmeneigenen Call-Center.

MOBILE

MARKETING

AUSWERTUNG

Beim Erfolgscontrolling hat Mobile Marketing gegenüber vielen Kommunikationskanälen einen unschätzbaren Vorteil: Die Wirkung ist unmittelbar messbar. Gerade interaktive Komponenten machen den Reiz jeder Kampagne aus, führen beim Nutzer zum aktiven Erleben Ihrer Marke und bringen wertvolle Antworten. Deren Verwertung ist Ihr Pfund: Responsequoten, Abrufmengen, Teilnehmerzahlen, Nutzeradressen, Leads und resultierende Verkäufe. Fakten, die belastbar sind und eine weiterführende Nutzung zulassen.

Bereits während der Kampagne haben Sie jederzeit Zugriff auf Echtzeit-Nutzungsdaten und erhalten so rechtzeitig ein Feedback zum Verlauf. Eine umfassende Ex-post-Analyse versteht sich von selbst.

Henry Heinke
Geschäftsführung





PROJEKTE

ERFOLGREICHE MOBILISIERUNGEN

**GÖRTZ**

SMS Couponing

JEVER

Mobile Meinungsträger

BASF

SMS-Dienste für Endkundenportal

T-SYSTEMS MULTIMEDIA SOLUTIONS

Internationales SMS-Voting

STEPSTONE

Registrierungsprozess per SMS

FLENSBURGER

Handy-„Plops“

AOK

Mobile Entertainment und MMS-Mailings

NETCOLOGNE

Kundeninformationsdienste

VITA COLA

On-Pack-Kampagnen

MILKA

On-Pack-Kampagnen und MMS-Voting

ŠKODA

Lead-Generierung und MMS-Voting

KROMBACHER

SMS-Gewinnspiel

LBS BAYERN

Mobile Welcome Card

SIERRA TEQUILA

SMS-Gewinnspiel

DPD GEOPOST

SMS-Lieferinformation für Paketdienst

ERNSTING'S FAMILY

SMS Card

TÜV SÜD

Mitarbeiterkommunikation und SMS Card

MVV ENERGIE

MMS-Grußkarte

CASE

WANN, WENN NICHT JETZT!
SMS IM SUPERMARKT

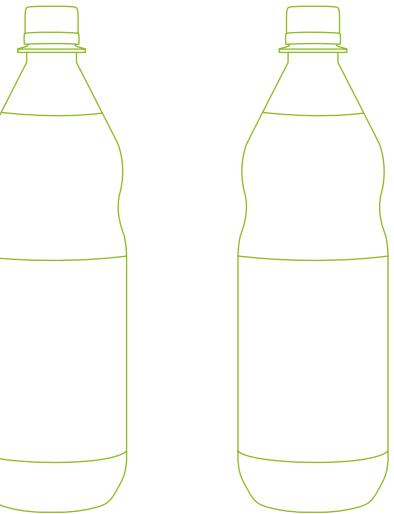
VITA COLA

BERATUNG

Vita Cola hatte klare Ziele: Steigerung des Abverkaufs am POS und verstärkte Positionierung als junge, extrovertierte Marke. Lange bevor dieser Anspruch in einer konkreten mobilen Kampagne umgesetzt wurde, sorgte Goyya dafür, dass die Marketingabteilung des Getränkeherstellers eine umfassende Vorstellung von den Möglichkeiten bekam, die sich mit dem relativ neuen Medium „Handy“ boten. Ideenskizzen, Referenzbeispiele und Marktstatistiken führten schließlich zur Konzipierung einer On-Pack-Kampagne.

KONZEPTION

Aufbauend auf einer bereits angelaufenen Plakatkampagne wurde die Idee konkretisiert: Durch Codes, die auf den Flaschenetiketten aufgebracht sind, wird ein Sammelmechanismus erzeugt, bei dem Sofortgewinne für das Handy oder den PC ausgeschüttet werden. Unter dem Motto des aktuellen Kampagnen-Claims „Wann, wenn nicht jetzt!“ werden der Zielgruppe digitale Inhalte wie Logos, Klingeltöne und Spiele angeboten und eine erhöhte Aufmerksamkeit am POS geschaffen. Die Nutzung einer Premium-Kurzwahl zum Abruf der mobilen Inhalte per SMS sollte die Kosten für die Auslieferung möglichst gering halten. Die Kampagne wurde durch eine starke Mediaunterstützung in Form von Citylight-Plakaten, Radiospots und Werbemitteln am POS gestützt.

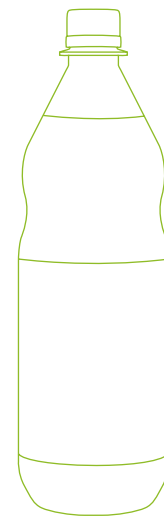


UMSETZUNG

Goyya bereitete die von Vita Cola gelieferten Sound- und Grafikdateien als Klingeltöne und Handywallpaper auf. Für das Bedrucken der Flaschen wurden mehrere Millionen Codes generiert und mit den entsprechenden Sofortgewinnen im Goyya-Datencenter verwaltet. Während der Kampagne wurden die eingehenden Abruf-SMS der Nutzer mit den Flaschen-Codes automatisch verarbeitet und die dazugehörigen Inhalte über die Plattform „Mobile Content Server“ an die Endgeräte ausgeliefert, wobei jedes Handymodell mit dem passenden Datenformat bedient wurde.

AUSWERTUNG

Vom Beginn an hatte Vita Cola Zugriff auf eine detaillierte Online-Abrufstatistik, aus der Nutzerzahlen, Abrufmengen und anfallende Kosten hervorgingen. Die äußerst erfolgreiche Kampagne erfreute sich zigtausender Downloads, hierdurch konnten zusätzlich aufschlussreiche Rückschlüsse über die Nutzungsverteilung von Handy und Internet gewonnen werden. Die Verwendung einer Premium-Kurzwahl im Tarif 0,49 Euro senkte die Transferkosten für Vita Cola entscheidend und wurde durchgängig von der Zielgruppe akzeptiert.



CASE

WELCOME CARD

BAUSPAREN MIT UNTERHALTUNGSWERT

LBS BAYERN

BERATUNG

Für die LBS Bayern, eine der größten regionalen Bausparkassen in Deutschland, entwickelte und betreut Goyya eine langfristige Kampagne zur nachhaltigen Wahrnehmungssteigerung des Unternehmens bei ihren jungen Kunden. Zur Kampagne gehört eine regelmäßige Beratung der LBS über aktuelle Trends bezüglich des Nutzungsverhaltens der Zielgruppe, der verbreiteten Technologien im Mobilfunkmarkt und der Attraktivität aktueller mobiler Inhalte wie beispielsweise Handyspiele.

KONZEPTION

Um die Zielgruppe punktgenau anzusprechen wurde ein klassisches Mailing mit digitalen und mobilen Kanälen verknüpft. Jugendliche Neukunden erhalten nach Abschluss eines Bausparvertrages einen Willkommensbrief mit einer Plastikkarte im Kreditkartenformat. Bei der Gestaltung werden jeweils aktuelle Werbemotive der LBS aufgegriffen. Die Karte selbst berechtigt zum kostenlosen Abruf mobiler Inhalte im Internet. Der Kunde kann zwischen Free SMS, polyphonen Klingeltönen, Realtones und Handygames wählen. Nutzerzugang, Guthabenverwaltung und mobile Inhalte wurden in eine speziell für diesen Zweck gestaltete Microsite integriert, die unter anderem eine Online-Beratung sowie eine Call-Back-Funktion enthält.



UMSETZUNG

Goyya stellt die mobilen Inhalte zusammen, aktualisiert diese regelmäßig und gestaltete die Online-Applikation zum Versand der SMS sowie zum Abruf der Klingeltöne und Spiele. Neben dem Druck der Plastikkarten übernimmt Goyya die regelmäßige Abwicklung des personalisierten Mailings an Neukunden. Zur Gewährleistung der maximalen Nutzerzufriedenheit betreut Goyya einen Online- und Telefonsupport für alle Fragen rund um den Service.

AUSWERTUNG

Durch die Verknüpfung der Kundendaten mit den Kartendaten lässt sich das Nutzungsverhalten exakt analysieren und die Kampagne wird nach verschiedenen demographischen Merkmalen auswertbar. Im Gegenzug ermöglicht uns die gezielte Anpassung des Angebotes an mobilen Mehrwerten eine Attraktivitätssteigerung für den Nutzer. Über den Zeitraum von zwei Jahren erhielten über 75.000 Neukunden einen Willkommensbrief mit Mobile Card. Ein Drittel der Karten wurde innerhalb weniger Wochen aktiviert, bei über 80% der eingelösten Karten wird der Download von Klingeltönen und Spielen genutzt.

CASE

NEW FABIA
NEUE WEGE ZUM NEUWAGEN

ŠKODA SCHWEIZ

BERATUNG

Die Besonderheit dieser Kampagne liegt nicht zuletzt in der erfolgreichen Kooperation mit der Schweizer Agentur W4. Bereits im Vorfeld hatten beide Seiten Interesse an einer langfristigen Zusammenarbeit erklärt und den Austausch von Know-how vereinbart. Die Beratung bezog sich auf eine eingehende Vorstellung und Diskussion aller Möglichkeiten im Mobile Marketing. Goyya stellte dazu Referenzkampagnen, Lösungen und Statistiken vor, W4 integrierte diese in ihr Leistungsspektrum.

KONZEPTION

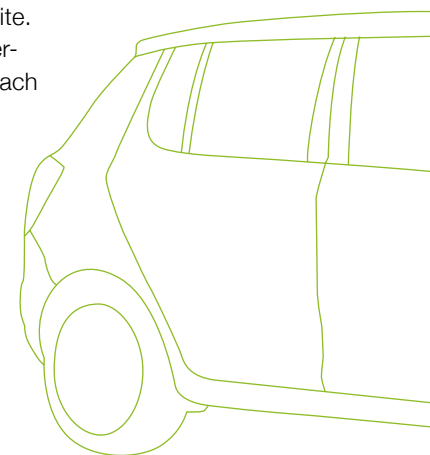
Die eigentliche Konzeption zur Begleitung der Einführungskampagne des neuen Škoda Fabia entwickelte W4. Wichtigster Bestandteil war dabei ein mobiler Rückkanal, über den sich Interessenten per SMS für eine Probefahrt des neuen Škoda Fabia anmelden konnten. Die Anmeldung war an ein Gewinnspiel gekoppelt; alle Teilnehmer wurden telefonisch kontaktiert und für einen Probefahrtstermin beim jeweiligen regionalen Škoda-Händler registriert. Das Gewinnspiel sowie die Anmelde-möglichkeit per SMS wurden landesweit durch Anzeigenschaltungen in Printmedien über einen Zeitraum von drei Monaten beworben. Zur Online-Unterstützung integrierte W4 eine Voting-Option, bei der Fotos per MMS eingesendet, online gestellt und bewertet werden konnten.

UMSETZUNG

Die mobilen Elemente der Kampagne wurden durch Goyya realisiert. Über die Einrichtung einer Premium-Kurzwahl zum Empfang der SMS, die automatische Quittierung eingehender Anmeldungen bis hin zur Bereitstellung der MMS-Empfangslösung inklusive Bildübertragung an W4 erfolgte eine nahtlose Anbindung aller mobilen Lösungen und Dienste an die Plattformen der Schweizer Agentur. Vorteil für den Kunden: unkomplizierte Kommunikation und Abstimmung vor Ort mit W4, sichere und zuverlässige technische Betreuung der Kampagne während der gesamten Laufzeit durch Goyya.

AUSWERTUNG

Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Verbindliche Probefahrtstermine im vierstelligen Bereich, mehrere Tausend Downloads der Imagebroschüre zum neuen Škoda Fabia im Internet, über eine halbe Million Zugriffe auf die Produkt-Microsite. Dazu melden begeisterte Niederlassungen erfolgreiche Verkaufsabschlüsse unmittelbar nach den Probefahrten.





PROBEFAHRT



MOBILE MARKETING KANN NOCH MEHR!

Lassen Sie sich überraschen. Scannen Sie den QR-Code mit Ihrem Handy oder senden Sie eine SMS mit dem Text „Goyya“ an die Nummer 84343* und erleben Sie Mobile Marketing live.

*Sie zahlen die Gebühr für eine normale SMS.



Unsere Beratung ist so mobil wie unsere Marketinginstrumente. Wir bieten Ihnen eine kostenlose Ideenskizze zu einer auf Ihre Marke oder Ihr Unternehmen zugeschnittenen mobilen Kampagne und besuchen Sie dazu gern.

Rufen Sie uns an!

OFFICE

Goyya Marketing OHG
Königsbrücker Str. 28-30
01099 Dresden

Telefon +49(0)351 438 49 - 48

Telefax +49(0)351 438 49 - 79

Internet www.goyya.com

E-Mail info@goyya.com



MIT UNS WIRD IHRE

KAMPAGNE MOBIL

