

Case Study: "GERA-ARCADEN" Fußball-Salespromotion

Aktionszeitraum: 6 Tage (letzte EM-Woche)

Location: Gera Arcaden (mitten im Shopping Center)

Typ: Fußball-Salespromotion

Briefing

Der Kunde trat mit folgenden Kriterien im Rahmen einer Ausschreibung an uns heran:

- Location: Baumärkte im gesamten Bundesgebiet (Akquise durch Key-Account
- Manager des Kunden)
- Zeitraum **6 Tage** (letzte EM-Woche)
- Gesamter Aufbau im EM-adaptierten „Gera Arcaden“ Corporate Design
- Personalisiertes Gewinnspiel
- Über 10 h Aktionszeit parallel Öffnungszeit
- Indoor angepasst
- Hohe Teilnehmeranzahl
- Fußball-Bezug zur EM
- Schulung von Personal zum Betrieb in Eigenregie



Das Aktionsmodul

Basierend auf diesen Kriterien wurde das "elektronische und interaktive Fußballtor" als Aktionsmodul ausgewählt.

- Kick-Point elektronisches und interaktives Fußballtor
- Messung von Schussplatzierung und Schussgeschwindigkeit
- Kundenindividuelle Spielvariante
- Schießen auf reales Fußballtor
- Spieldarstellung am Bildschirm, Einbindung beliebiger Grafiken
- Echtzeit Schussauswertung
- Ausdruck von Urkunden im Kundendesign
- Preis und Gutscheinvergabe direkt vor Ort

Konzeption

Im Detail

- Breite Zielgruppe: Im Wettbewerb entscheidend ist primär die Schussplatzierung und sekundär die Schusskraft, was den Kick-Point auch für **ganze Familien** zum idealen Promotion-Modul macht
- Unique: Im Gegensatz zu anderen Fußballaktionen stellt dieses Aktionsmodul etwas neues für die meisten Besucher dar und erzeugt so zusätzliche Aufmerksamkeit
- Teilnehmer können bereits am **POS** Gutscheine gewinnen
- Sachpreise als zusätzliche Gewinne
- Auf einem Bildschirm wird jeder Schuss und dessen Platzierung noch einmal virtuell dargestellt, was zusätzliche Aufmerksamkeit **der Zuschauer** schafft und die Aktion selbst attraktiver macht
- Sicherheit: Eine hochwertige Traversenkonstruktion(4x4x3m) sorgt dafür, dass keine Gefahr durch geschossene Bälle für Personen und Einrichtung in der Location besteht.

Konzeption

Im Detail

- **Branding:** in dieser Aufbauvariante stehen Ihnen alleine ca. 25m² Werbefläche nur für Banner zur Verfügung
- Darüber hinaus runden Promoter-Kleidung, Promotiondesk sowie Give-Aways die Markeninszenierung im Corporate Design ab
- Setup: Aufbau in max. ca 2,5h, Abbau in max. 1,5h; 230V/16A Strom benötigt
- Reise, Auf- und Abbau, sowie die Schulung des Personals für Selbstbetrieb selbst im Full-Service
- 24/7 Technical Support über Veranstaltungszeitraum
- Dokumentation jedes einzelnen Veranstaltungstages

Umsetzung

Key-Facts

- 6 Tage durchgehende Promotion
- Durchschnittlich Teilnehmer pro Tag
- Frequentierung variierend nach Wochentag und Uhrzeit
- Verkaufsfördernde Wirkung
- Durchweg Zufriedenheit der teilnehmenden Baumärkte und des Kunden mit der Durchführung der POS-Promotion-Aktionen, dokumentiert durch laufende Projekt-Evaluation
- Große Aufmerksamkeitswirkung im gesamten Shopping Center
- EM-gerechte Unterhaltung der Laufkundschaft
- Reibungsloser Betrieb durch von Kick-Point geschultes Personal vor Ort

Impressionen

