

Briefing Ergebnisse (15.06.2011)

Hintergrund:

Die Geldbank Magdeburg ist ein konservativer und lokal-agierender Finanzdienstleister. Die Geldbank Magdeburg ist ein traditionelles Unternehmen mit einer langen Historie.

Es gilt das Regionalprinzip: das Unternehmen ist nur in der Umgebung von Magdeburg tätig und hat auch nur Kunden aus diesem Umkreis. An einer räumlichen Erweiterung ist der Kunde nicht interessiert.

Das Image des Unternehmens ist sehr konservativ. Auch für Außenstehende scheint die Kundschaft eher im älteren Bereich zu liegen. Wie anhand der Kundenprofils deutlich wird, ist derzeit ein Defizit bei der Kommunikation mit dem Jugendmarkt festzustellen. Der Jugendmarkt beinhaltet Kinder bis Junge Erwachsene (0-30 Jahren), die Geldbank Magdeburg möchte aber konkret die Altersgruppe 16 bis 20 ansprechen

Ziel:

Die Geldbank möchte den Jugendmarkt ansprechen und einen Erstkontakt herstellen.

Aufgabenstellung:

Ziel ist es, eine Aktion zu ermitteln, die aufgrund eines Image-Gewinns dazu führt, den Erstkontakt zum Jugendmarkt herzustellen.

Randbedingungen:

- Es gibt grundsätzlich keine finanziellen Beschränkungen. Wenn eine Idee gut ist, dann ist die Geldbank Magdeburg bereit bis zu einer Mio zu investieren.
- Auch im personellen Bereich gibt es keine konkreten Grenzen. Der Kunde ist bereit, zu bezahlen, was gebraucht wird
- Die Umsetzung muss innerhalb von maximal 4 Monaten (September bis Dezember 2011) umsetzbar sein
- Die Aktion muss legal sein.
- Die Aktion muss zu dem Image einer Bank passen und darf die bisherigen (älteren) Kunden nicht stören.
- Die Geldbank schließt es aus, sein Angebot in jedweder Form zu verändern

Erfolgskriterien:

- Je mehr Neukunden (im Alter von 16-20) die Geldbank Magdeburg im ersten Quartal des Jahres 2012 verzeichnen kann, desto besser
- Je direkter die Marketing-Aktion den Kontakt zur Geldbank herstellt (online oder offline), desto besser.