

Case Study

Kunde: Philips Lighting/Signify | Bereich: LED-Beleuchtungssysteme
Zielgruppe: B2B/B2C | Zeitraum: 2011 - heute

elb:feuer



PRODUKT-LAUNCH- KAMPAGNEN UND LEADGENERIERUNG

PHILIPS
signify

Produktlaunch im Industriebereich im Rahmen einer Multikanal-B2B-Kampagne.

Signify, ehemals Philips Lighting, ist Weltmarktführer im Bereich vernetzter LED-Beleuchtungssysteme, -software und -services. Alle Produkte, Systeme und Services sind darauf ausgerichtet, Energie bestmöglich zu nutzen, Effizienz zu steigern und faszinierende Beleuchtungserlebnisse zu bieten. Signify beschäftigt ca. 32.000 Menschen in 70 Ländern und fertigt in allen wichtigen Regionen der Welt.

Case Study

Kunde: Philips Lighting/Signify



Das B2B-Geschäft: Geprägt von Vielschichtigen Anforderungen

Elbfeuer begleitet Philips Lighting/Signify als Kommunikationsagentur seit 2011. Im Mittelpunkt steht das Business-to-Business-Geschäft, das sowohl Innen- als auch Außenbeleuchtung umfasst. Das Portfolio ist breit gefächert und beinhaltet Lösungen für fast alle Branchen und Anforderungen. Ebenso breit aufgestellt sind die Zielgruppen, zu denen u. a. Entscheider in Behörden, bei Energieanbietern, in der Industrie und im Handel zählen.

Unsere Aufgabe besteht darin, prägnante bedürfnisorientierte Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln, die über alle relevanten Kanäle zur Bekanntmachung neuer Produkte und zur Generierung von konkreten Anfragen beitragen. Ein wichtiger Faktor dabei ist es, die meist technisch komplexen Inhalte einfach und emotional zu inszenieren. Das tiefe Verständnis der Informations- und Entscheidungsprozesse sowie der Motivationen der Zielgruppen sind dabei Schlüsselkriterien.



Signify ist der neue Firmenname von Philips Lighting. Signify ist Weltmarktführer im Bereich vernetzter LED-Beleuchtungssysteme, -software und -services. Hamburg zählt zu den wichtigsten Standorten.



PerfectPlay – Profi-Licht für Sportanlagen

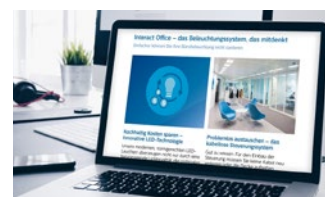
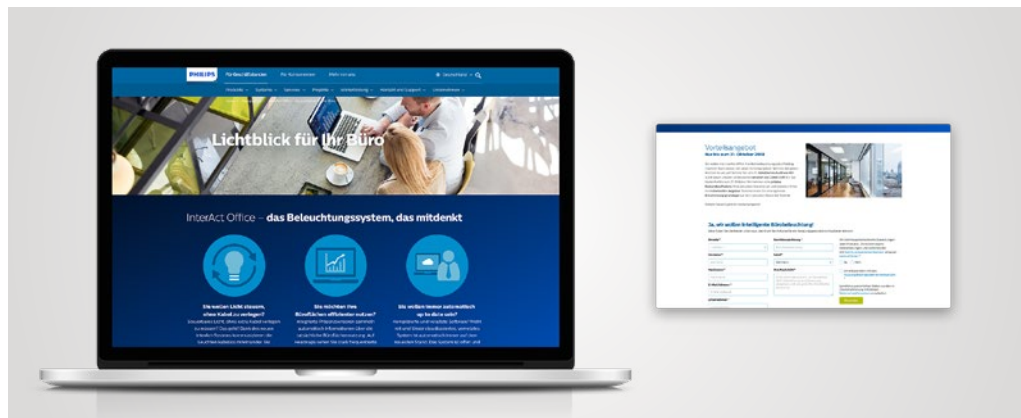
PerfectPlay ist ein flexibles LED-Beleuchtungssystem für Outdoor- und Indoor-Sportanlagen, das per smartem Endgerät über eine intuitive Benutzeroberfläche gesteuert werden kann. Um eine zielgruppenfokussierte Vorteilskommunikation überzeugend darstellen zu können, haben wir mit dem Kunden zusammen aus dem Gesamteinsetzgebiet das Thema Fußball herausgegriffen. Infolgedessen ist eine zielgruppenzentrierte integrierte Kampagne für Fußballvereine und Betreiber von Fußballplätzen entstanden. Mit kommunikativen Maßnahmen wie E-Mailings, Social Media Posts, Pressemitteilungen (von Philips Lighting direkt) wurde das intelligente System mit all seinen Stärken den Zielgruppen nähergebracht. Das erzeugte Interesse wurde über eine Landingpage kanalisiert.

Über: Awareness-Schaffung via Social-Media Posts.

Links: Produktlaunch Case Study Philips Lighting / Broschüre zum Thema Sportplatzbeleuchtung

Kunde: Philips Lighting/Signify

Damit der Außendienst nach der Kontaktaufnahme gut gerüstet in das Beratungsgespräch gehen konnte, entwickelten wir zudem eine kompakte Vertriebsbroschüre (Print und PDF), die mit prägnanten Texten, durch Grafiken angereicherte Vorteilsargumentation und involvierende Headlines aus der Welt des Fußballs punktet. So werden aus Verkaufsgesprächen Fangespräche.

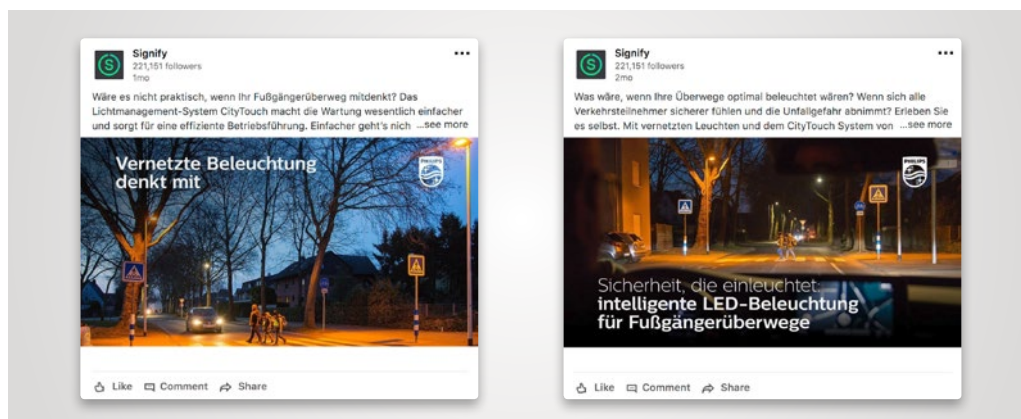


Interact Office – das Beleuchtungssystem, das Mitdenkt

Eine zeitgemäße Bürobeleuchtung ist heute steuerbar, effizient und vernetzbar (Stichwort Internet der Dinge). Philips Lighting/Signify zeigt sich hier federführend und hat mit Interact Office ein verbundenes, kabellos kommunizierendes Beleuchtungssystem mit hoher Lichtqualität entwickelt.

Primäre Aufgabe unserer Arbeit war es, sowohl den Spirit als die Möglichkeiten und Vorteile dieser zukunftsweisenden Lösung wirkungsvoll zu kommunizieren. Es galt, eine faszinierende Vision zu schaffen und zu einer kleinen Reise in die Zukunft der Arbeitswelt einzuladen.

Im Mittelpunkt der Kommunikation standen E-Mailings und eine Landingpage, die vorab qualifizierte Entscheider durch eine anwendungsorientierte Argumentation auf die Interact Office Lösung aufmerksam machen und Neugier wecken sollten. Ein zeitlich limitiertes Vorteilsangebot wurde als Verstärker für die Kontaktaufnahme eingesetzt, ein kompaktes Kontaktformular erleichterte die Informations- und Beratungsanfrage.



Die Landing Page mit Kurzinfos und Kontaktformular.

Intelligente LED-Beleuchtung für Fussgängerüberwege

Sicherheit im Straßenverkehr – ein zunehmend wichtiges Thema, auch und gerade an Fußgängerüberwegen. Philips Lighting/Signify bietet dafür eine intelligente LED-Beleuchtungslösung mit optimalen Kontroll- und Wartungsmöglichkeiten durch eine digitale Betriebsführung (CityTouch).

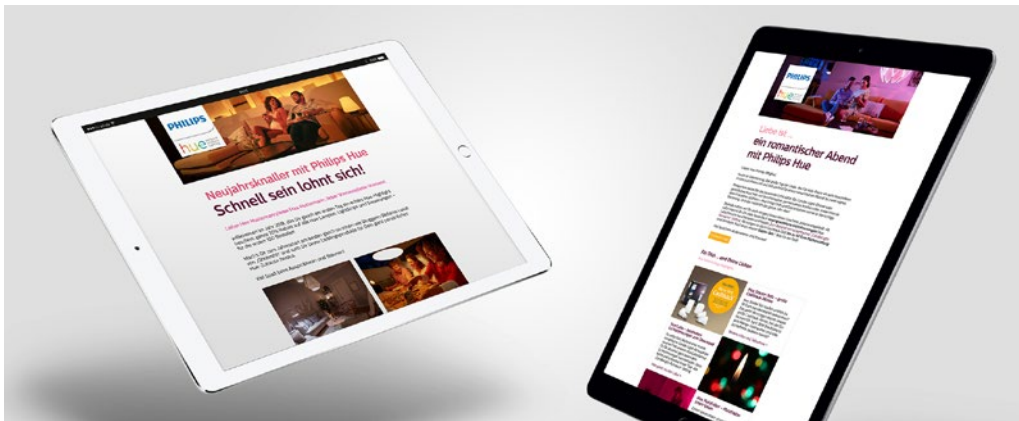
Case Study

Kunde: Philips Lighting/Signify

Zur Bekanntmachung des wegweisenden Systems haben wir, flankierend zur Pressearbeit und ersten Praxisberichten (Case Studys), auf eine Kombination aus Offline- und Online-Mailing-Strategie gesetzt. Das (postalische) Direct Mailing mit Anschreiben und Informationsflyer richtete sich in erster Linie an Bürgermeister und bediente die Grundbedürfnisse jeder Kommune: Sicherheit, Effizienz und Umweltschutz.

Darauf aufbauend realisierten wir eine mehrstufige Onlinekampagne, die die beiden Kernzielgruppen Bürgermeister und Energieversorger gleichermaßen ansprach. Und das jeweils mit thematischen Aufhängern, die für diese Zielgruppen hohe Relevanz besitzen – von der generellen Verkehrssicherheit bis zur besonderen Verpflichtung Schulkindern gegenüber, vom Haftungsgebot von Kommunen bis zur signifikanten Energieersparnis.

Neben E-Mailings kamen Social Media Posts zum Einsatz – mit Kernbotschaften, die das Interesse mit nur ein bis zwei (ersten) Sätzen wecken konnten. Ihr Ziel: die Klickrate auf der Landingpage sukzessive zu erhöhen und darüber Anmeldungen für ein Beratungsgespräch zu erhalten.



Philips Hue – das smarte LED-Lichtsystem für ein intelligentes Zuhause

Auch in der Endkundenkommunikation (B2C) sind wir für Philips Lighting/Signify aktiv. Den Anfang machte Philips Hue – das smarte LED-Lichtsystem mit App-Steuerung für Zuhause.

Hauptaufgabe der regelmäßigen Hue-Kampagne ist die (Neu-)Kundenbindung in Verbindung mit einer freundschaftlichen Kundeninformation über die vielen Möglichkeiten der Produkt-Range, die sich ständig weiterentwickelt. Doch wie schafft man es, die eher junge, technikaffine Zielgruppe dauerhaft anzusprechen? Mit Newslettern, die eine emotionale Bindung zur Produktwelt schaffen und den Kunden als wichtigen Teil der stetig wachsenden Hue-Family begrüßen und behandeln. So erzeugen wir große Nähe und Verbundenheit und können uns viele Begebenheiten aus der Lebenswelt der Nutzer als Aufhänger für die Kommunikation zunutze machen – von der Privatparty über das Candle-Light-Dinner bis zu hin Feiertagen wie Weihnachten oder Silvester.

Seit Mitte 2018 dürfen wir Philips Lighting in Projekten auch bei der Umfirmierung in Signify begleiten und sind hautnah bei der Umsetzung des neuen Markenauftritts dabei – B2B und B2C. Wir freuen uns sehr darüber, ebenso wie über die partnerschaftliche und konstruktive Zusammenarbeit!

Sie wollen mehr über uns oder unsere Kompetenzen wissen?

Schreiben Sie uns oder rufen Sie uns an. Wir freuen uns, Sie kennen zu lernen.

Ansprechpartner: **Martin Riesenfelder** | E-Mail: mr@elbfeuer.de | Tel.: 040-374831-49