

ADC/BSW KREATIVSCHULE 10/11

SHOES NOT MADE FOR WALKING

AUSGANGSLANGE

Gesucht ist eine Einführungskampagne für Segway in der Schweiz, die sich an aktive Privatpersonen aller Altersgruppe richtet. Im Briefing steht «Make this thing cool».

PROBLEM

Der Segway als Gerät ist beim besten Willen nicht cool – optisch zu wenig ansprechend, zu teuer, zu wenig Einsatzgebiete. Die Lösung: Wir dramatisieren einen ganz speziellen, aber dennoch eigentlich naheliegenden Kundennutzen – auf überraschende Weise und immer mit einem Augenzwinkern.

INSIGHT

Die Problemlösung basiert auf dem zentralen Versprechen aus dem Briefing: Man benutzt den Segway als zweite Füße, weil man die ersten Füße – auf Grund der Schuhe die man trägt – nicht benutzen möchte.

IDEE



SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

IDEE

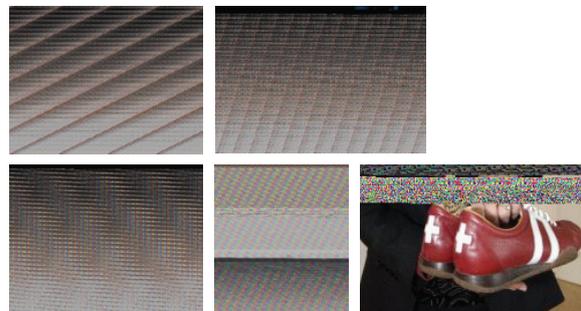
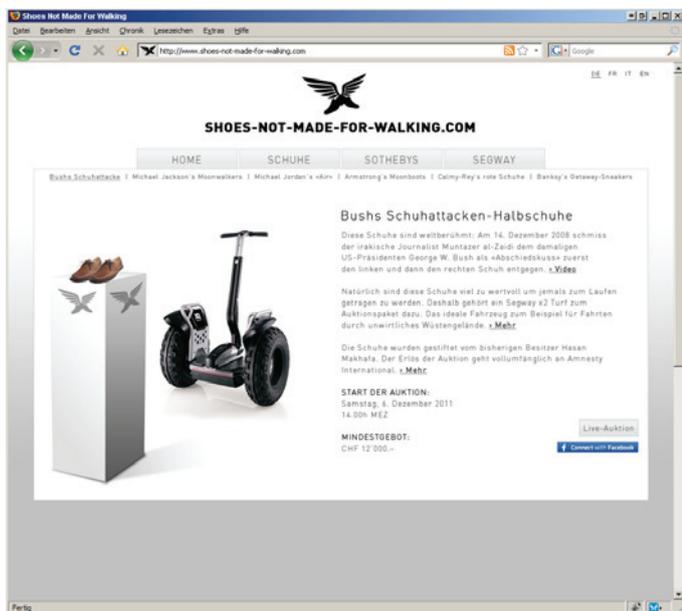
Die Einführungskampagne unter dem Motto «SHOES NOT MADE FOR WALKING» ist aufgeteilt in zwei Phasen: Eine aufsehenerregende Lancierungsphase, gefolgt von einer umfassenden Crossmedia-Kampagne.

LANCIERUNG



PRESSEMITTEILUNG

Am Anfang steht eine Pressemitteilung. Inhalt: Weltberühmtes Schuhwerk kommt im Rahmen einer Auktion unter den Hammer. Der Clou: Wer eines der berühmten Paar Schuhe ersteigert erhält einen Segway mit dazu. Schliesslich sind die Schuhe viel zu wertvoll, um damit auch nur einen Schritt zu gehen.



Peter Muster
Peter Muster nimmt an der Versteigerung auf SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM teil. Vielleicht ersteigert er ja ein paar Schuhe, das Weltgeschichte geschrieben hat. Natürlich inklusive Segway-Transporter – damit er mit den wertvollen Schuhen nirgendwo hin gehen muss.



Weltberühmte Schuhe unter dem Hammer
www.shoes-not-made-for-walking.com
Hier kannst du deine Traumschuhe ersteigern und erhältst gleich noch einen Segway-Transporter mit dazu. Schliesslich sind alle Schuhe in der Auktion "not made for walking".

vor 2 Stunden · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Remo Prinz, Daniel Gremlì und 14 anderen gefällt das.

Alle 8 Kommentare anzeigen

AUKTION

Auf der Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com kann man sich via Facebook-Connect registrieren, um die Auktion live zu verfolgen und Online ein Gebot für die begehrten Schuhe (inkl. Segway) abzugeben. Die Anbindung an Facebook sorgt für einen willkommenen Viraleffekt, welcher der Aktion zusätzlichen Schub verleiht.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

EINE INITIATIVE VON



SEGWAY®

CROSSMEDIA-KAMPAGNE

Nach Abschluss der Auktion startet unmittelbar die breit angelegte Crossmedia-Kampagne. Was einige Schlaumeier vielleicht schon geahnt haben, wird nun offiziell: Bei «SHOES NOT MADE FOR WALKING» handelt es sich um eine Initiative von Segway. Das Ziel: Alle Menschen sollen die Welt wieder in ihren geliebten Schuhen entdecken können. Natürlich nicht gehend auf dem dreckigen Boden, der die Schuhe verunreinigen würde – sondern rollend auf einem Segway.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE

Shoes Not Made For Walking

DE FR IT EN

SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

SEGWAY. PROUD CARRIER OF SHOES NOT MADE FOR WALKING.

Mit der Initiative «Shoes Not Made For Walking» will Segway allen Menschen ermöglichen, die Welt in ihren geliebten Schuhe zu entdecken. Natürlich nicht gehend auf dem dreckigen Boden, der die Schuhe verunreinigen würde – sondern rollend auf einem Segway.

EINE INITIATIVE VON
SEGWAY

DEINE «SHOES NOT MADE FOR WALKING» STORY



Erzähle die Geschichte von deinem Lieblingsschuh, rufe deine Freunde auf Facebook zum Abstimmen auf und gewinne!

> Jetzt mitmachen und Segway gewinnen!

DIE LÖSUNG: SEGWAY



ERSCHAFFE DIR DEINE «SHOES NOT MADE FOR WALKING»



Sneaker, Halbschuh, Stiefel, Flip-Flop oder Finken? Bunt, schlicht, schrill, elegant oder sexy? Aus Lack, Leder, Kunststoff oder Lastwagenplane? Deiner Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.

> Klicken und Traumschuh designen

Mehr über SEGWAY



SEGWAY Probefahren



Händler in der Nähe



Events



iPhone App



Like this on Facebook



EINE INITIATIVE VON **SEGWAY**

Fertig

KAMPAGNEN-HUB

Im Mittelpunkt der Gesamtkampagne steht die Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com – sämtliche Kommunikationsmassnahmen führen oder verweisen auf den Kampagnen-Hub. Die Seite präsentiert dem Besucher den Segway als Lösung gegen dreckige Lieblingsschuhe, diverse Hintergrundinformationen sowie eine ganze Reihe an spannenden Funktionalitäten.

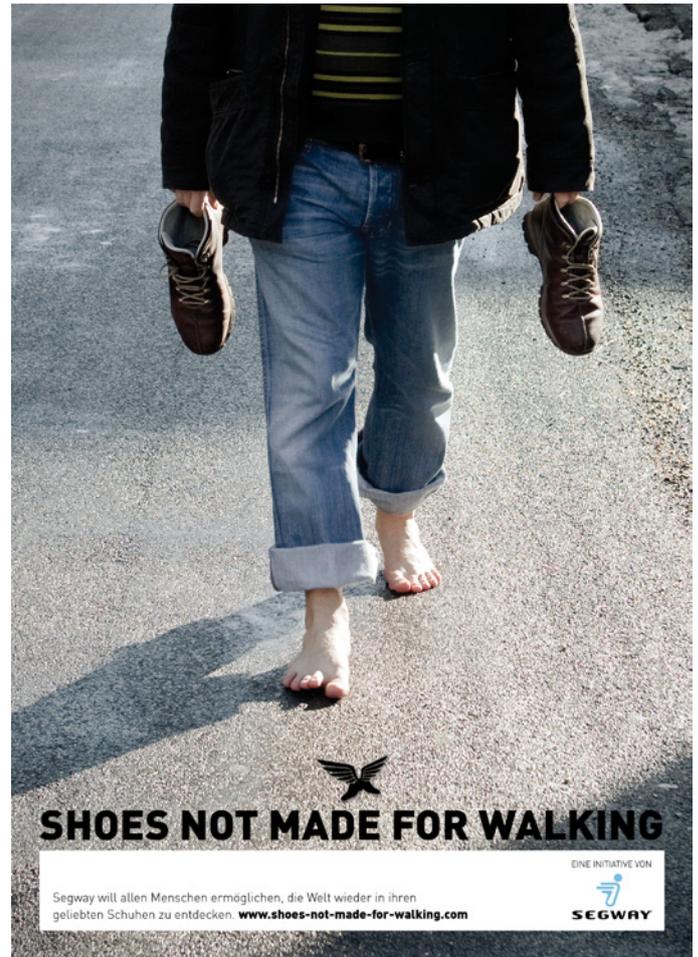
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



TV-SPOT

Interessante Protagonisten erzählen die ganz persönliche Geschichte ihrer Lieblingsschuhe. Schuhe, die zu wertvoll sind, um jemals wieder festen Boden zu berühren.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



ANZEIGEN

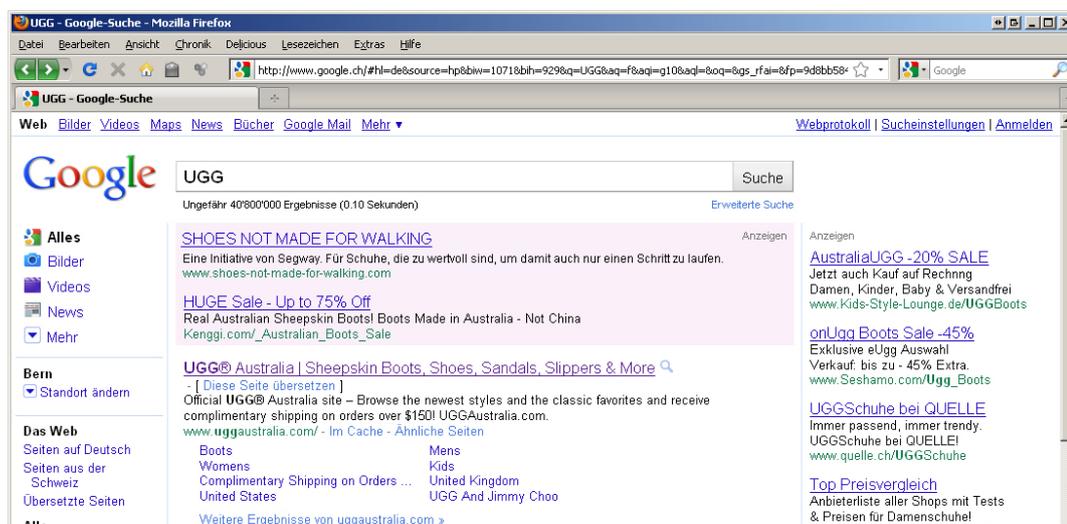
Dem Betrachter der Anzeige wird unmittelbar klar: Es gibt Schuhe, die zu wertvoll sind, um damit auch nur einen Schritt auf dem dreckigen Boden zu gehen. Verstärkt wird die Botschaft durch eine clevere Platzierung der Anzeigen: In Mode- und Lifestyle-Zeitschriften.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



BANNER

Die interaktiven Internetbanner werden in Online-Schuhshops platziert. Die verblüffende Mechanik: Wer einen Schuh aus dem Shop-Sortiment ins Bannerfenster zieht, erlebt dort den Unterschied zwischen Gehen und Segway-Fahren – die Schuhe werden entweder dreckig oder bleiben sauber.



GOOGLE ADS

Google Ads sind günstig, aber trotzdem äusserst wirksam. Wer nach einer trendigen Schuhmarke sucht, erhält unmittelbar die Auflösung: Diese Schuhe sind möglicherweise gar nicht zum Gehen gedacht.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



AMBIENT

Auf frischer Tat ertappt! Wer die Rolltreppe nimmt, anstatt die Treppe hoch zu gehen, trägt vermutlich «Shoes Not Made For Walking» – Spiegel und Auflösung sind direkt an der Rolltreppe angebracht.



DIRECT

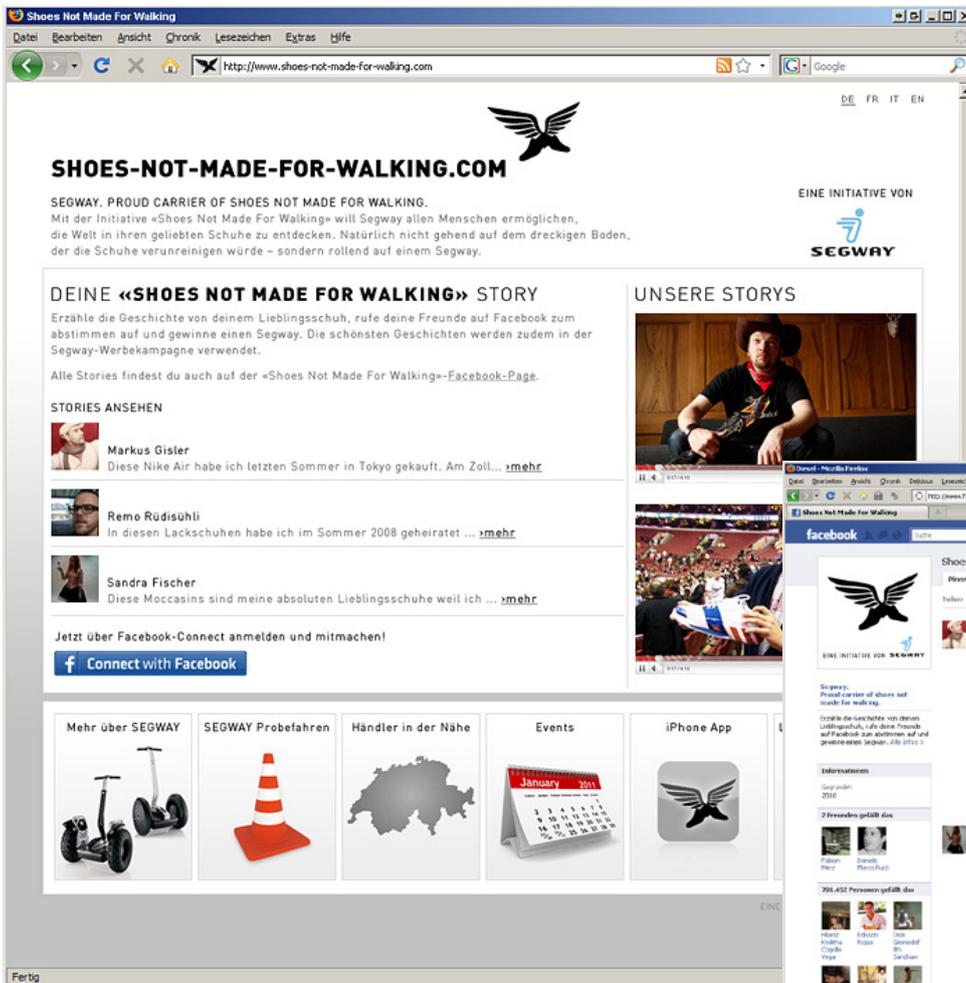
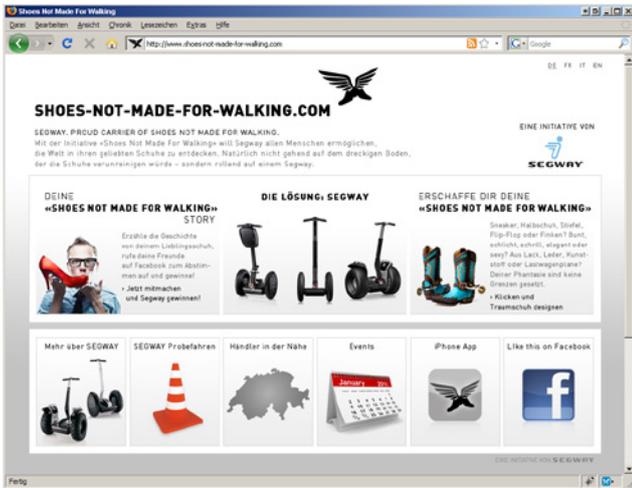
In einer Nacht- und Nebelaktion werden Schuhmatten ausgetauscht. Die neuen Matten erinnern schon am Morgen beim Verlassen der Wohnung: Der Boden ist dreckig – will man das seinen Schuhen wirklich antun?



GUERRILLA

Dieser Flyer klebt wie Dreck an den Schuhen. Der als Schmutzfleck getarnte Kleber wird in Fußgängerzonen platziert. Wer unachtsam ist und reintritt, findet die Botschaft direkt dort, wo sie relevant ist. Mit einem Segway wäre das nicht passiert.

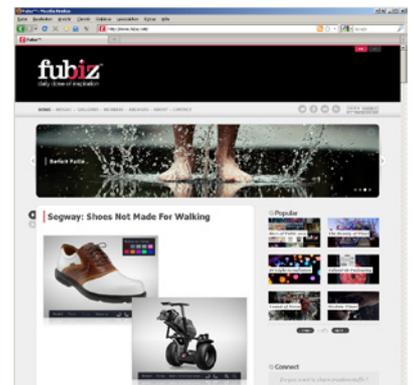
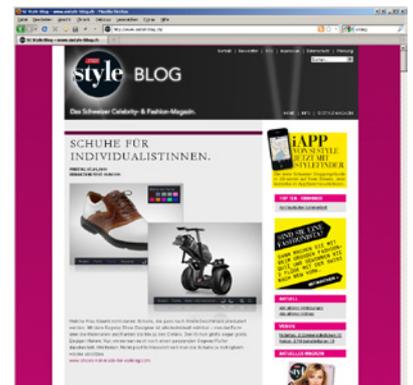
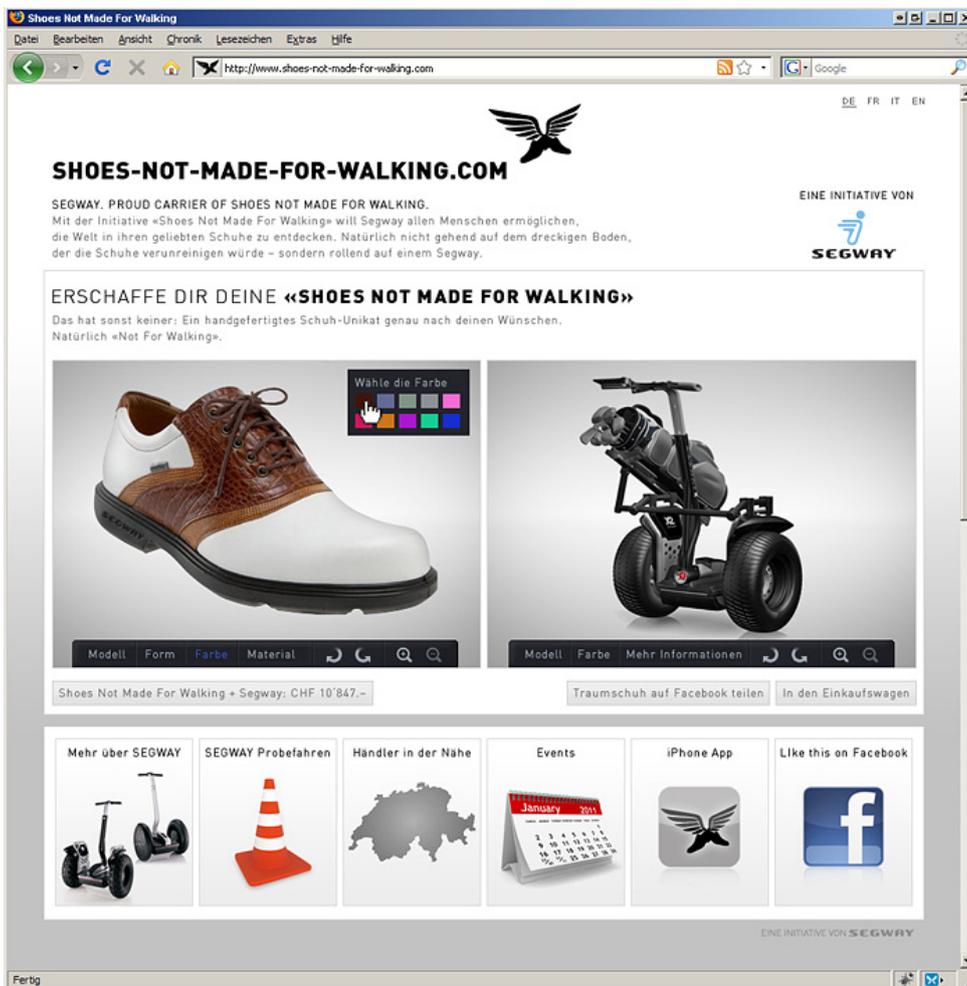
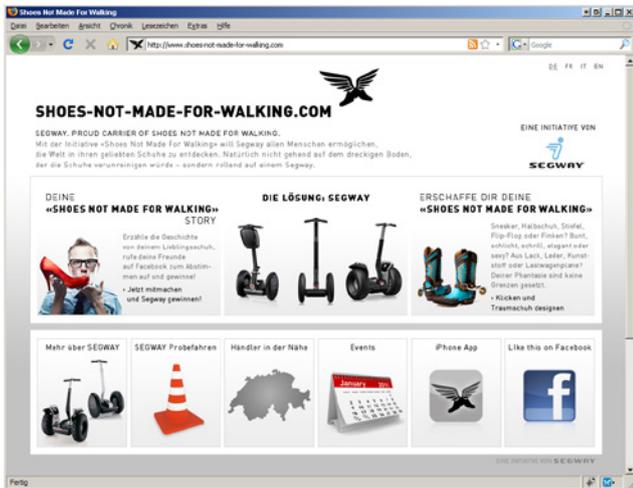
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



KAMPAGNEN-HUB: SCHUH-STORIES

Auf der Internetseite wollen wir von den Besuchern wissen: «Was ist die Geschichte zu deinen persönlichen Lieblingsschuhen?» Wer mitmacht wird und mit seiner Story die meisten Votes sammelt, gewinnt einen Segway. Dank der Anbindung an Facebook findet das Voting direkt über die «i like»-Funktion statt. Das Social-Network erleichtert die Mundpropaganda der Teilnehmer, wenn sie für ihre Story werben – und damit auch für die Segway-Kampagne.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



KAMPAGNEN-HUB: SCHUH-GENERATOR

Als weitere Funktionalität bietet die Internetseite einen Schuh-Designer. Besucher können Schuhe ganz nach ihrem Geschmack erschaffen. Modell, Material, Farben etc. – der Phantasie sind fast keine Grenzen gesetzt. Die Schuhe werden für die Besucher als handgefertigtes Unikat hergestellt, aber natürlich nur, wenn ein dazu passender Segway erstanden wird. Schliesslich soll man mit den wertvollen Einzelstücken ja nicht gehen.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SCHUHLÄDEN

Bei einer Kampagne, die sich rund um Schuhe dreht, liegt es auf der Hand, Schuhläden als POS zu nutzen. Bei Segway-Kooperationspartnern (Trend-Schuhläden) kann man mit den neu erstandenen Schuhen den Segway gleich probefahren und bestellen. Auch die Give-Away-Tasche erinnert daran: Mit seinen Lieblingsschuhen sollte man möglicherweise besser gar nicht gehen.

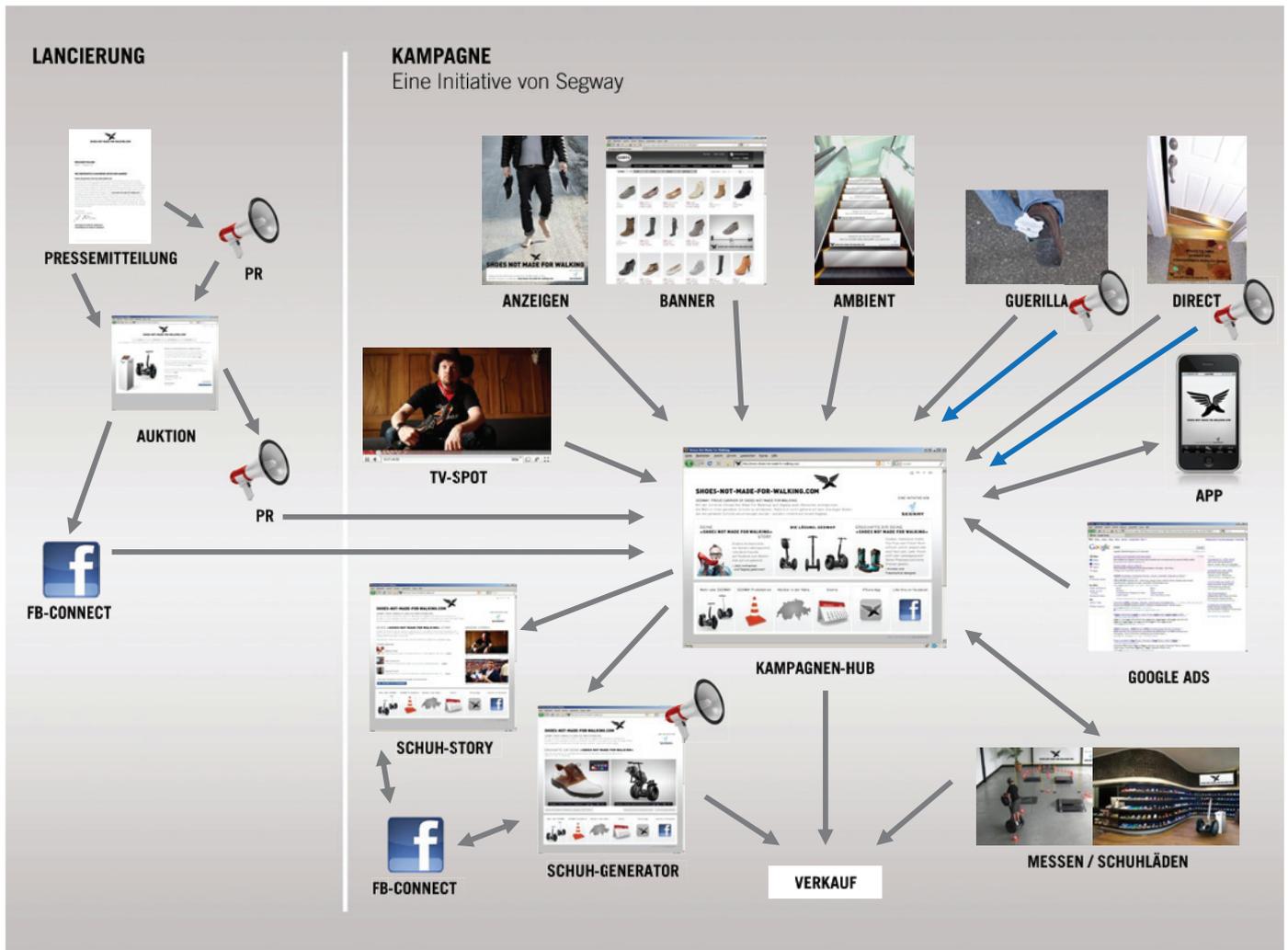
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SCHUHMESSEN

Schuhfans suchen sich ihre Liebhaberstücke an Schuhmessen wie zum Beispiel der berühmten «Sneakerness». Natürlich ist dort auch Segway mit einem Stand präsent. Die Messe-Trouvailles können auf einem Segway-Parcours getestet werden. Dem schnellsten Messebesucher winkt ein Segway als Gewinn.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



ÜBERBLICK

Die zwei Phasen der Einführungskampagne in der Übersicht. Im Zentrum aller Massnahmen steht durchgehend die Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com.

ZUKUNFT



SEGWAY[®]
NOT MADE FOR WALKING



WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?

Nach Abschluss der Einführungskampagne lässt sich diese Kampagne problemlos verlängern: Aus «SHOES NOT MADE FOR WALKING» wird ganz einfach «SEGWAY. NOT MADE FOR WALKING.» Mit der aufsehenerregenden Einführung wurde die Brand-DNA aufgeladen. Davon profitieren mögliche Folgemaßnahmen, wie beispielsweise eine Ambient-Aktion mit Wander-Wegweisern.