



## Activation

### Kunde



#### Vodafone GmbH, Düsseldorf

Gregor Gründgens (Brand Director), Anne Stilling (Bereichsleiterin MarComms & Media), Stefan Spangenberg (Head of Brand Strategy and Insights) und Team, Guido Weber (Head of Sales Promotions) und Team, Christoph Hauser (Gruppenleiter MarComms) und Team, Inna Hauf (Gruppenleiterin Media) und Team, Franziska Düchting (Gruppenleiterin Digital) und Team, Laura Schütze (Marketing Managerin Brand Strategy)

### Agentur

# JUNGvMATT

#### Jung von Matt AG, Hamburg

Vorstand: Götz Ulmer (Vorstand), Thomas Strerath (Vorstand), René Requardt (Client Service Director), Juliane Weber (Account Director), Sarah Lu Marlen Mayer (Senior Project Manager), Magnus Höltke (Planning Director), Alexander Norvilas (Creative Director), David Leinweber (Creative Director)

# Der Vodafone GigaBoost

## Aufgabenstellung

### **Vodafone: der Wegbereiter ins neue Highspeed-Zeitalter des Mobilfunks.**

Alles wird schneller, besser und größer. Die Digitalisierung schreitet in solch rasantem Tempo voran, dass sich die Anforderungen an die Vernetzung ebenso schnell weiterentwickeln.

Als Gigabit Company hat sich Vodafone verschrieben, diesen Wandel mitzugestalten und zu ermöglichen. Damit alle Kunden des Telco-Anbieters immer und überall das Beste aus ihrem Netz herausholen und aus allem, was vor Ihnen liegt, das Meiste machen können.

### **Die Spaßbremse: Nicht ausreichend viel Datenvolumen.**

Das Gefühl, nicht ausreichend Datenvolumen zur Verfügung zu haben, verleitet viele Kunden dazu, sich eher behutsam im Netz zu bewegen. Ist das Volumen dennoch vor Monatsende aufgebraucht, ist der Ärger groß. Die Schuld dafür wird dem Anbieter gegeben, die Kundenzufriedenheit leidet.

Um seine Kunden in das neue Highspeed-Zeitalter des Mobilfunks zu nehmen und nachhaltig an die Marke zu binden, hat Vodafone deshalb in einem ersten Schritt 2016 alle Verträge mit bis zu 100 % mehr inkludiertem Datenvolumen ausgestattet und die gesamte Kundenbasis auf diese neuen Tarife migriert.

Die Herausforderung: Den Menschen die Möglichkeiten der neuen Datentarife auch erlebbar machen, um sie so noch schneller in das Gigabit-Zeitalter zu führen.

### **Der GigaBoost: Lässt Mobilfunk in seiner ganzen Vielfalt erleben.**

Dazu hat Vodafone 2016 die „Giga-Offensive“ gestartet. Eine Maßnahme innerhalb dieser Offensive: Der GigaBoost. Ein zeitlich limitiertes 100 GB-Datenpaket, das Bestandskunden im Februar 2017 für vier Wochen ganz einfach via der App „Mein Vodafone“ kostenlos aktivieren konnten, um die Daten-Handbremse im Kopf zu lösen: Damit jeder die Freiheit eines quasi unlimitierten Tarifes hautnah erleben und sich von den Vorteilen des neuen Mobilfunkzeitalters überzeugen kann.

### **Das Ziel: Bestandskunden mit GigaBoost aktivieren und zu nachhaltig erhöhter Datennutzung sowie Download und Nutzung der App „Mein Vodafone“ bewegen.**

## Activation

### Zielsetzung

#### **Ziel 1: App-Aktivierung!**

Erster Schritt zur Aktivierung ist, dass Bestandskunden die App „Mein Vodafone“ herunterladen, über die der Vodafone GigaBoost aktiviert und damit für jeden die neue Datenfreiheit erlebt werden kann.

Soll-Ziel 1: 350.000 Downloads der App „Mein Vodafone“

Soll-Ziel 2: Erhöhung der App-Penetration auf 55 %

Soll-Ziel 3: Steigerung der Active-App-User auf 3,5 Mio.

#### **Ziel 2: GigaBoost-Aktivierung!**

Es gilt alle neuen und bisherigen Nutzer der App „Mein Vodafone“ von der Aktivierung ihres neuen Vodafone GigaBoost zu überzeugen. Durch Aktivierung in der App wird das Feature freigeschaltet.

Soll-Ziel: In Summe insgesamt 1.000.000 Aktivierungen des GigaBoosts.

#### **Ziel 3: Datennutzung!**

Um Kunden von ihrer neuen Datenfreiheit zu überzeugen, sollen sie nicht surfen wie bisher, sondern die volle Vielfalt der Mobilfunkangebote entdecken. Und so ihre Datennutzung längerfristig erhöhen.

Soll-Ziel: Durchschnittlich 5 % mehr Datennutzung – nach Ablauf des GigaBoosts.

#### **Ziel 4: Datenumsatz!**

Das gesteigerte Interesse an mehr Datenvolumen und der Freiheit, so viel surfen und streamen zu können, wie man möchte, soll sich auch im Umsatz mit Zusatzaktivierung von Volumen nach Promo-Zeitraum abzeichnen.

Soll-Ziel: Steigerung des Umsatzes mit Datenpaketen um 10 %.

#### **Ziel 5: Kundenzufriedenheit!**

Die Freiheit, so viel surfen und streamen zu können, wie man möchte, soll sich auch in der Kundenzufriedenheit widerspiegeln.

Soll-Ziel: Positive Entwicklung des Net Promoter Scores (NPS) der Mobilfunkkunden: eine Steigerung um 2 Punkte.

## Strategie:

### **Für alle, die über ihre Grenzen hinaus wollen.**

Immer größere Displays, Inhalte und Qualität, Dauerdatenfresser wie Netflix & Facebook – die Möglichkeiten unserer Smartphones wachsen, der Datenverbrauch steigt. Um Kunden noch mehr zu begeistern und sie an Vodafone zu binden, wurde der GigaBoost geschaffen – der ihnen ganz einfach zeigt, wie das Leben sein kann, wenn es keine Grenzen mehr gibt.

### **Die Kernbotschaft: Jetzt kannst du alles.**

Nicht warten, bis man zu Hause im WiFi ist, um Videos zu schauen. Nicht darauf achten, wie viele Filme man bereits gestreamt hat. Sich nicht scheuen, seine Freunde per Live-Schaltung an seinen Abenteuern teilhaben zu lassen. Mit unlimitiertem Datenvolumen kann man jetzt alles.

### **Die Kreation: Macht aus Gigabyte große Geschichten.**

TV-, Online-Spots & -Posts zeigen, wie viel Content und Spaß in 100 GB stecken: Mit 100 GB kann man 3.610 Minuten Katzenvideos schauen oder 2.381 Stunden lang den Lieblingssong hören. Damit machen wir Datenvolumen nicht nur greifbar, sondern begehrenswert.

Zusätzlich werden Internet-Klassiker wie der tanzende Opa und echter User-Content genutzt, der für eine höhere Akzeptanz in den Timelines sorgt.

### **Die Mediastrategie: Macht aufmerksam und macht Lust.**

Mit dem Ziel, möglichst viele Bestandskunden auf den GigaBoost aufmerksam zu machen und Nutzung zu incentivieren, setzen wir auf eine gezielte Vernetzung von TV und Online. Während im TV-Spot das generelle Angebot und Versprechen vermittelt wird, leiten Online-Spots, Facebook Ads & Co. direkt zur App „Mein Vodafone“, über die der GigaBoost aktiviert werden kann.

Darüber hinaus schaffen wir auf unseren Plattformen Anreize zum Datenverbrauch – in Form von verschiedenen „Snacks“, wie Serien- & Film-Highlights. So werden die Vorteile des neuen Datenvolumens nicht nur unmittelbar erlebbar, sondern Nutzer auch an das neue Highspeed-Zeitalter gewöhnt – und gebunden: Eine der Hauptherausforderungen für Telko-Anbieter in den nächsten Jahren.

## Activation

### Ergebnisse

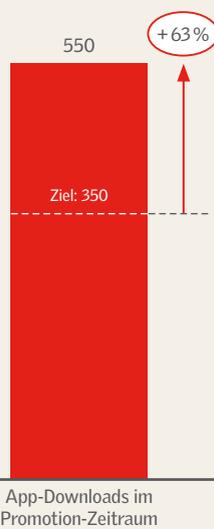
#### Ergebnis 1: Starker Antrieb für die App „MeinVodafone“: Mehr als eine halbe Millionen neue Nutzer.

550.000 neue Nutzer, Platz 1 der App-Store-Charts. Die App-Penetration konnte auf 57%, die Zahl an aktiven Nutzern um 8 Prozentpunkte (PP) gesteigert werden.

Das war nicht nur Voraussetzung für den Kampagnenerfolg, sondern hilft auch, in Zukunft mehr Kunden über diesen direkten und kosteneffizienten Kanal anzusprechen und wieder zu aktivieren.

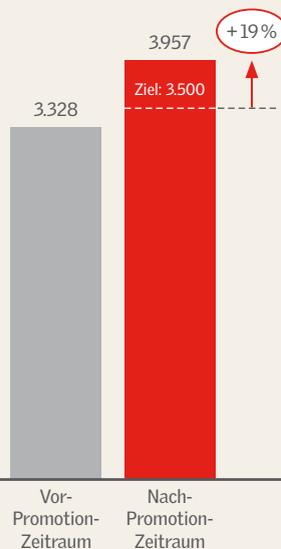
#### Download der App „MeinVodafone“

Anzahl, in Tsd.



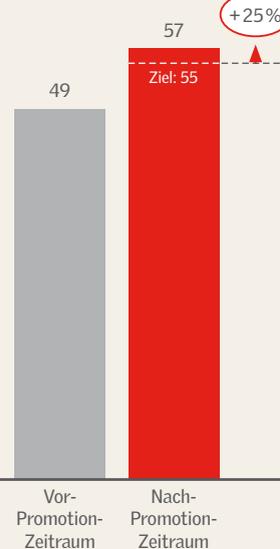
#### Active App User

Anzahl, in Tsd.



#### App Penetration User Base

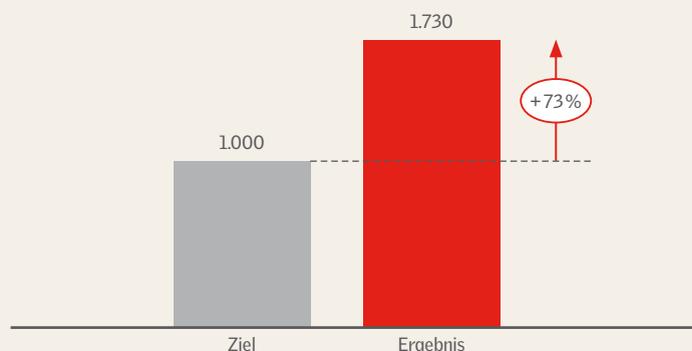
in %



Quelle: GigaBoost Campaign Success, April 2017

#### GigaBoost Aktivierungen

Anzahl, in Tsd.



Quelle: GigaBoost Campaign Success, April 2017

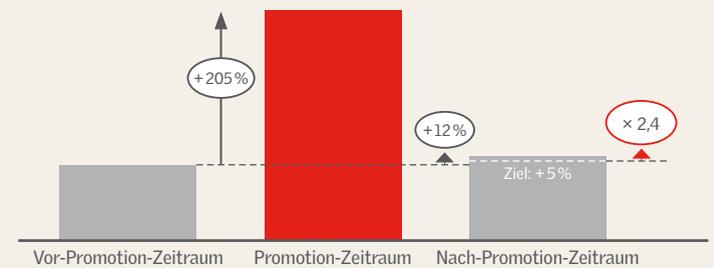
#### Ergebnis 2: Der GigaBoost übertrifft alle Erwartungen: Mehr als 30 % aller Vodafone-Vertragskunden wurden aktiviert.

Im Promotion-Zeitraum konnte eine beeindruckend hohe Anzahl der insgesamt 5,3 Mio. Vertragskunden aktiviert werden: Der GigaBoost wird insgesamt 1,73 Mio. Mal freigeschaltet. Das Ziel von einer Million Aktivierungen wird damit noch einmal um fast 75 % übertroffen.

**Ergebnis 3: Der GigaBoost aktiviert nachhaltig, plus 12 % Datennutzung nach der Promotion.**

Die Strategie greift: Das Erleben von unlimitiertem Datenvolumen kann im Aktionsraum ist so aktivierend, dass die Kunden auch danach mehr Datenvolumen in Anspruch nehmen: Ihr Verbrauch steigt um ganze 12 % – eine Zielübererfüllung um das 2,4-fache.

Entwicklung des durchschnittlichen Datenverbrauchs der GigaBoost-Aktivierer  
in %

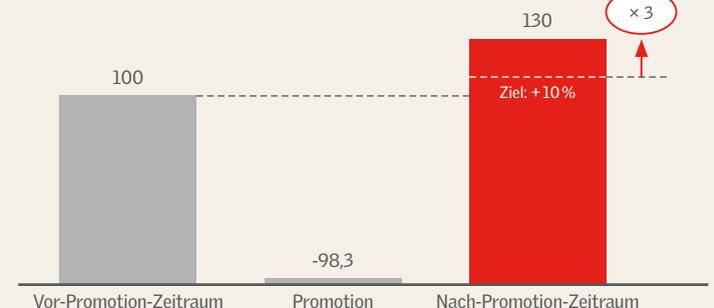


Quelle: GigaBoost Campaign Success, April 2017

**Ergebnis 4: Das unlimitierte Datenerlebnis treibt den Umsatz: 30 % mehr mit Datenpaketen.**

Auch der Umsatz mit mobilen Datenvolumenpaketen im Vertragskundensegment konnte bedeutsam ausgebaut werden: Die wöchentlichen Einnahmen sind nach der GigaBoost-Aktivierung im Vergleich zum Vor-Promotion-Zeitraum um 30 % gestiegen und übertrifft das Ziel von 10 % Steigerung um das dreifache.

Entwicklung des wöchentlichen Datenvolumen-Umsatzes  
in %

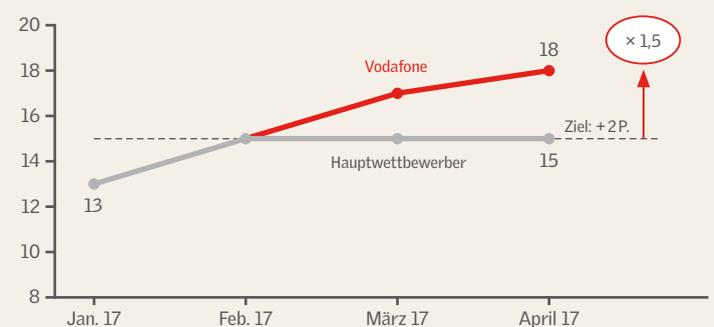


Quelle: GigaBoost Campaign Success, April 2017

**Ergebnis 5: Der GigaBoost macht Kunden zufrieden: Der NPS steigt um 5 Punkte.**

Die Zufriedenheit der Mobilfunkkunden konnte bedeutsam ausgebaut werden: Der NPS hat sich von 13P um 5P verbessert und übertrifft das Ziel der Steigerung von 2P damit um 150%. Damit liegt Vodafone nach der Promotion sogar 3P vor dem Hauptwettbewerber.

Entwicklung des NPS im Segment der Mobilfunkkunden



Quelle: GigaBoost Campaign Success, April 2017

**Der GWA Effie Tweet**

Mit dem GigaBoost drückt Vodafone das Datenpedal durch, lässt seine Kunden alles rausholen und führt sie so noch schneller ins Gigabit-Zeitalter. #GIGA