

Lebe deinen Traum



AUFGABENSTELLUNG

Immer mehr Billig-Anbieter: ein Alptraum für den Marktführer Lexware

Lexware ist Marktführer für Business-Software bei Selbstständigen, Freelancern und kleineren Unternehmen. Als größte Unternehmensgruppe in Deutschland (81 %) ist diese Zielgruppe jedoch hart umkämpft. Insbesondere auch, weil Software-Lösungen für sie oft weniger komplex und aufwändig zu entwickeln sind. Deshalb drängen immer mehr Billig-anbieter in diesen Markt. Und machen Lexware die Kundengewinnung schwer.

Mit Inspiration gewinnen statt mit billigen Preisen

Üppig mit Venture Capital versorgt, können die Hauptwettbewerber zum Teil mit großen Media-Budgets um die Zielgruppe werben. Einen Preiskampf will Lexware jedoch vermeiden. Daher muss eine kommunikative Lösung gefunden werden, die deutlich macht, warum der Marktführer für die Zielgruppe die bessere Wahl ist. Und so Lexware neue Interessenten bringt.



Die Marketing- und Werbeziele

- Etablierung als starker Digitalisierungs-partner der kleinen Unternehmen und Selbstständigen
- Steigerung des Marken-Interesses: Stär-kung der Kaufbereitschaft, Erhöhung der Suchanfragen und Erhöhung des Traffics auf der Lexware-Website
- Erhöhung des Engagements in den sozialen Medien. Mehr Reaktionen und positive Be-wertungen, Erhöhung der YouTube-Abos und mindestens 100.000 Aufrufe bei YouTube

ZIELSETZUNG

Der Bürokram ist den meisten kleinen Unternehmen und Selbstständigen verhasst. Frisst er doch wegen der vielen gesetzlichen und steuerlichen Vorgaben viel Zeit, Zeit, die ihnen dann für ihr eigentliches Business fehlt. Lexware muss die Zielgruppe dazu bringen, sich überhaupt für dieses No-Interest-Thema zu interessieren. Und ihnen dazu klarmachen, dass Lexware der Partner ist, der sie am besten beim lästigen Bürokram entlastet.

STRATEGIE

Lexware spielt seine große Stärke als Nummer 1 in Business-Software aus. Und startet die größte Kam-pagne seiner Geschichte. Lexware positioniert sich als starker Partner, der die kleinen Unternehmen und Selbstständigen komplett beim zeitfressenden Büro-kram entlastet. Sodass sie wieder die Zeit und die Kraft haben, sich um das zu kümmern, was sie dazu

Kunde

Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

Verantwortlich

Jörg Frey (Geschäftsführung)

Agentur

REINSCLASSEN GmbH & Co. KG

www.reinsklassen.de

Verantwortlich

Armin Reins (Inhaber)

Georg Fischbock (Creative Direction Art)

Bea Kiwitt (Creative Direction Text)

Oliver Bode (Leitung Beratung)

gebracht hat, ihr Unternehmen zu gründen oder sich selbstständig zu machen: ihren Business-Traum. Denn mit Lexware an ihrer Seite können sie ihre ganze Kraft diesem Traum widmen.

Das Kampagnen-Motto: lebe deinen Traum – wir halten dir den Rücken frei. Denn Lexware ist die Nr. 1 in Business-Software

Umsetzung

Lexware inspiriert mit authentischen Unternehmer-porträts und macht Mut. Denn Unternehmer vertrauen anderen Unternehmern am meisten. In einer cross-medialen Kampagne stellt Lexware ungewöhnliche Unternehmer vor, die ihre spektakulären Träume mit Hilfe der Digitalisierung in die Realität umgesetzt haben. Mit Lexware an ihrer Seite:

- Eine Dragster-Pilotin, die die schnellste Frau der Welt werden will.
- Die Begründerin einer Meerjungfrau-en-Schule.
- Ein Kapitän, der seine Frachten klimaf-reundlich per Segelschiff transportiert.

Ihre traumhaften Erfolgsgeschichten bringen die Fantasie der Zielgruppe in Fahrt und machen ihr Mut, jetzt auch selbst in die Digitalisierung zu starten. Und die eigenen Träume ebenfalls Realität werden zu lassen.

Die Botschaft:

Digitalisierung macht erfolgreich! Mit Lexware im Rücken, der Nummer 1 in Business-Software für Selbstständige und kleine Unternehmen, können auch andere kleine Unternehmer und Selbstständige ihren Traum wahr machen.

ERGEBNISSE

Die Strategie geht mehr als auf. Und sie zeigt, dass emotional erzählte, inspirierende Geschichten die Zielgruppe mehr bewegen als billige Preise oder großartige Features.

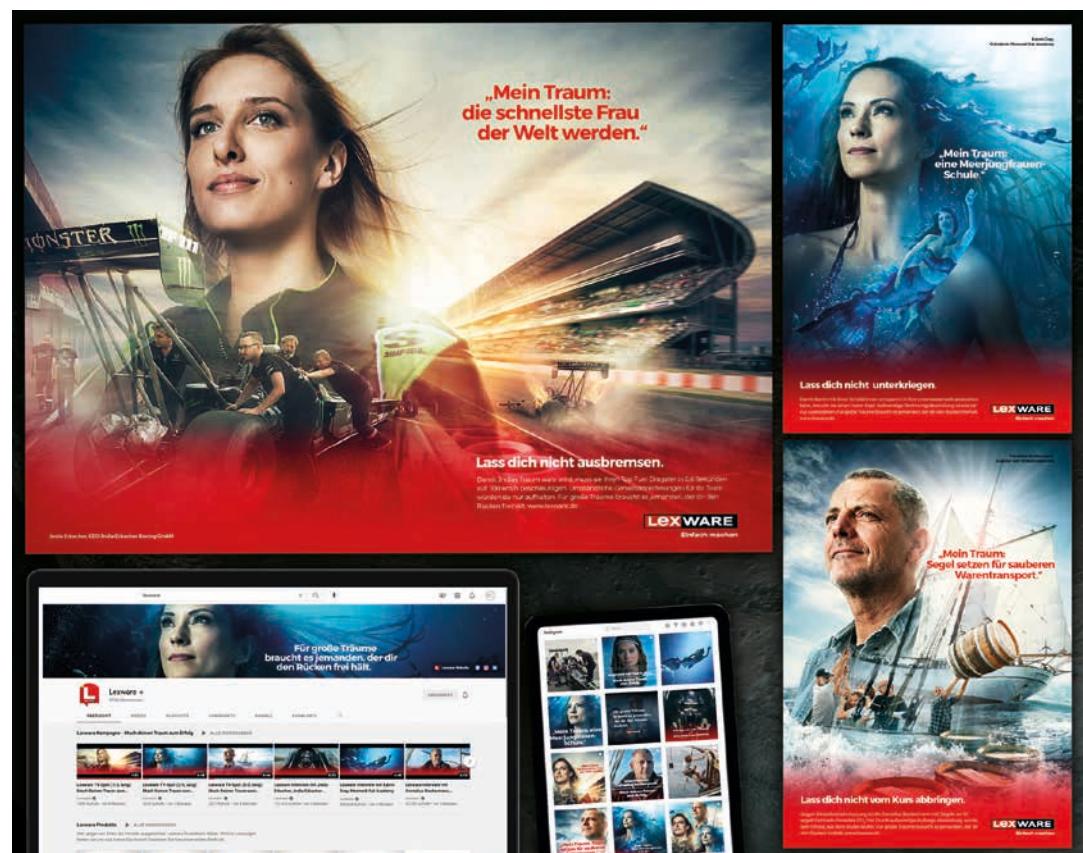
Die Ergebnisse übersteigen schon nach wenigen Wochen die kühnsten Träume. Sie zeigen, dass Lexware die Zielgruppe mit der Kampagne erfolgreich aus ihrem Digitalisierungsschlaf geweckt hat. Und für sich gewinnen konnte. Den Billigangeboten zum Trotz.

Die Fakten:

- Lexware steigert sein Markenimage als starker Digitalisierungspartner um durchschnittlich 18 %
- Die Kampagne generiert 54 % Kaufbereitschaft im Spottest - mehr als jemals zuvor
- Im Kampagnenzeitraum hat Lexware dreimal so viele Google-Suchanfragen wie der härteste Wettbewerber. Und zwölfmal so viele wie der Gattungsbegriff
- Auch in den sozialen Medien zeigt sich das Engagement der Zielgruppe deutlich:
 - 456 % mehr Beitragsreaktionen
 - 539 % mehr positive Bewertungen
 - 112 % mehr YouTube-Abos
- Auf YouTube gehen die Filme durch die Decke: fast 500.000 Aufrufe, so viele wie noch nie

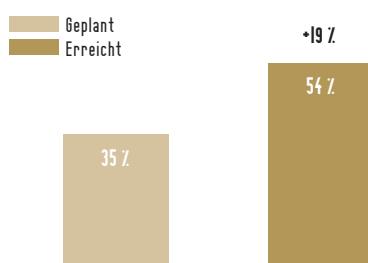
CASE SUMMARY

Im harten Preiskampf des Business-Software-Marktes überzeugt Lexware die kleinen Unternehmen und Selbstständigen mit spektakulären Traumgeschichten visionärer Unternehmer statt mit billigen Preisen. Die Kampagne sorgt schon nach wenigen Wochen für ein traumhaftes Kaufinteresse und für mehr Engagement als jemals zuvor.



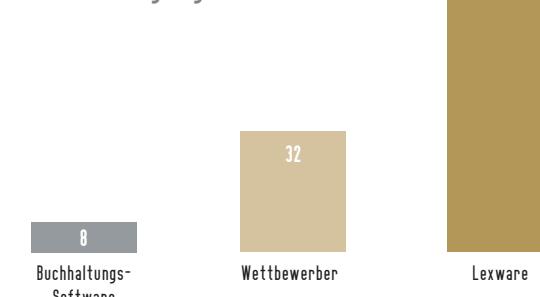
So viel Kaufinteresse wie nie

“Können Sie sich vorstellen, Lexware-Produkte zu kaufen?”



Steigerung des Markeninteresses

Dreimal so viele Suchanfragen wie der Hauptwettbewerber. Zwölfmal so viele Suchanfragen wie der Gattungsbegriff.



Das Engagement erreicht neue Höchststände

