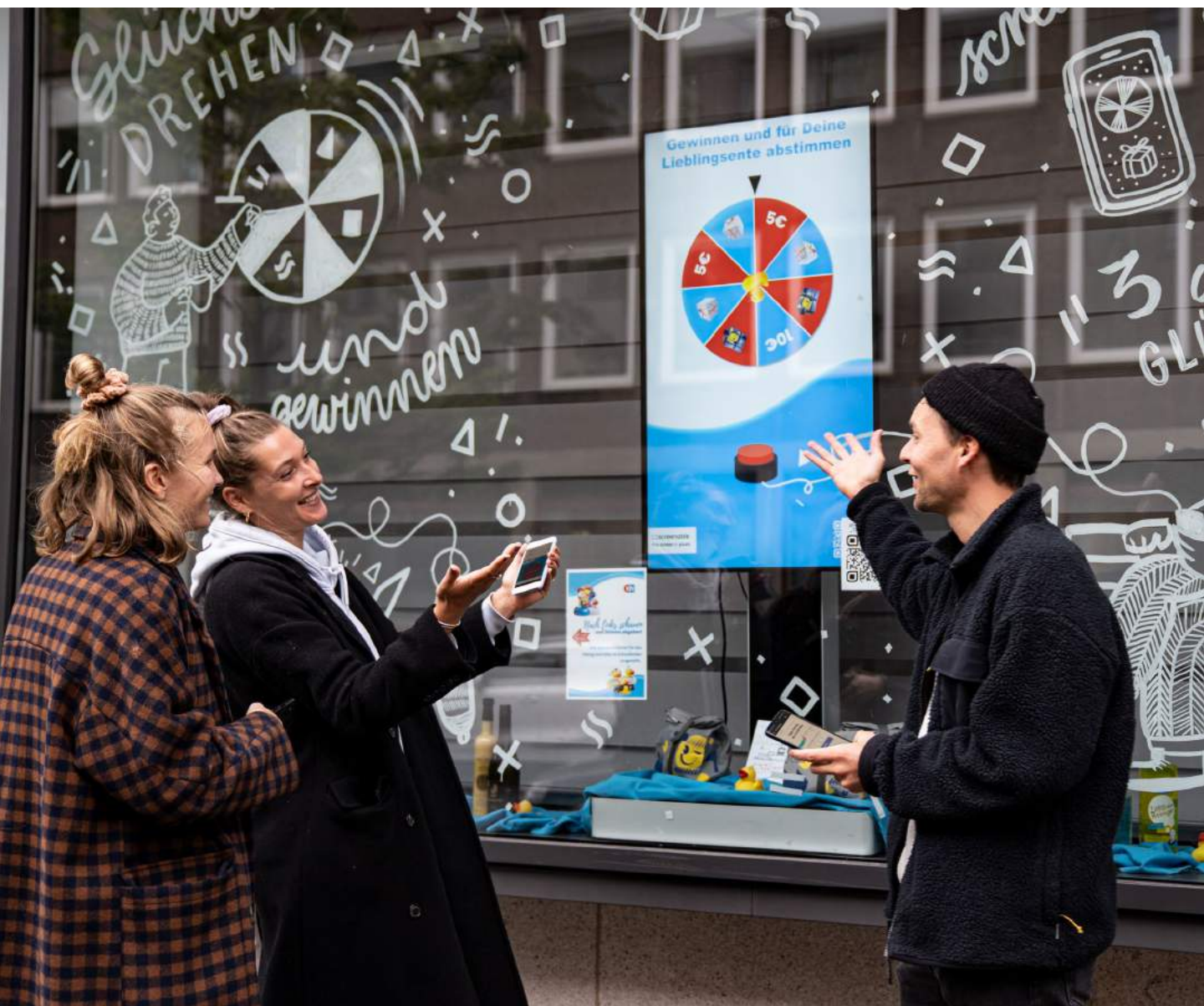


Marketing als interaktives Erlebnis





Ort	Kiel, Fleethörn 1 Schaufenster der Kieler Nachrichten
Laufzeit	32 Tage
Ziel	Passant*innen auf den „KN-Shop“ hinweisen und zu einem Besuch motivieren. Generierung von E-Mail Lead Kontakten.
Ablauf	Nutzer*innen des Glücksrads gewinnen „Give-Aways“ oder Gutscheine für den „KN-Shop“ (5 & 10 Euro). Diese werden per Mail übersendet und können direkt vor Ort eingelöst werden.
Erfolg	651 Teilnehmer*innen 442 gewonnene Gutscheine 333 Lead E-Mails
Medien	Projektvideo Zeitungsbericht

„Das digitale Glücksrad hat viele Menschen in unseren Shop geführt. Die Conversion-Rate von Gutscheingewinner zu E-Mail-Kontakt war mit 75% ausgesprochen gut.“

Dr. David Reuter,
Leiter Vertriebsmarketing KN

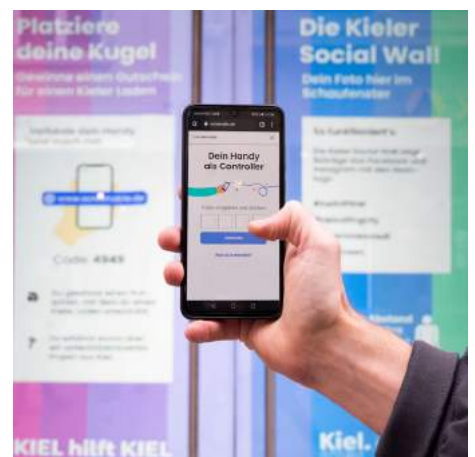


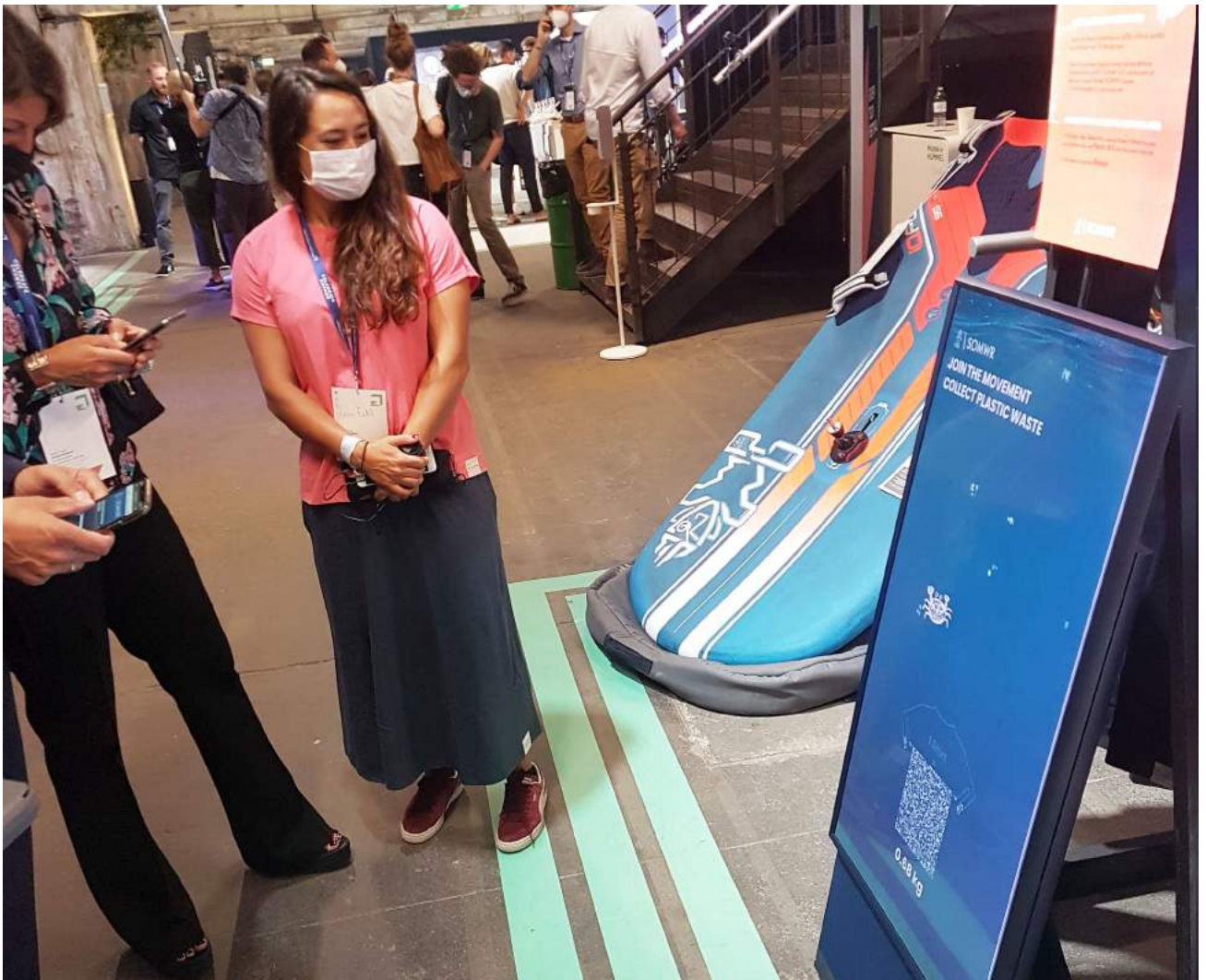


Ort	Kiel, Holstenstraße 49 Schaufenster in der Einkaufspassage
Laufzeit	30 Tage
Ziel	In der Corona-Pandemie Aufmerksamkeit für betroffene Unternehmen schaffen und zum lokalen Kaufen anregen.
Ablauf	Nutzer*innen lassen Kugeln in ein Nagelbrett fallen und erhalten Rabattgutscheine für lokale Händler oder Infos über gemeinnützige Organisationen aus der Region.
Erfolg	394 Teilnehmer*innen 124 ausgegebene Gutscheine 84 eingelöste Gutscheine
Medien	Projektvideo Bericht

„Mit dem KielScreen konnten wir einen außergewöhnlichen Point of Experience in der Innenstadt schaffen und sowohl auf die Vielfalt der Einzelhändler vor Ort, als auch die Möglichkeiten der Digitalisierung aufmerksam machen“

Jonas Lasse Godau,
Innenstadt Manager





Ort Berlin, GREENTECH FESTIVAL
Messestand SOMWR

Ablauf Besucher*innen der Messe sammeln mit dem Maskottchen der Marke „SOMWR“ Mikroplastik und bilden hieraus ein T-Shirt. Abschließend geben Nutzer*innen ihre E-Mail an, um ein T-Shirt zu erhalten.

Erfolg 114 Messebesucher*innen wurde die Markenbotschaft von „SOMWR“ vermittelt.
61 E-Mail Lead Kontakte generiert

„Der interaktive Bildschirm hat großes Interesse ausgelöst und einen spielerischen Gesprächseinstieg erlaubt“

Timo Perschke,
Geschäftsführer SOMWR

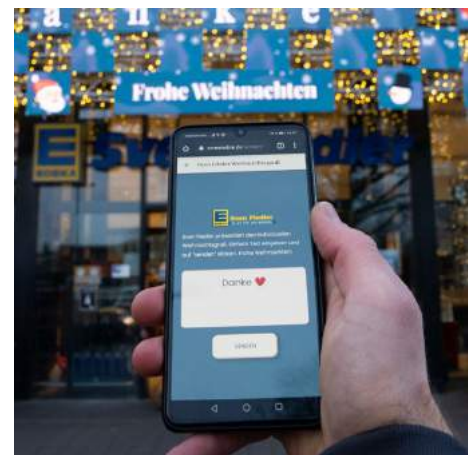
Weihnachts-Gruß



Ort	Kiel, Doktor-Hell-Straße 1 LEDs über dem Edeka-Eingang
Laufzeit	24 Tage
Ziel	Aufmerksamkeit für den Edeka Adventskalender. Engagement auf Social Media und mit der Marke „Edeka Sven Fiedler“.
Ablauf	Teilnehmer*innen lassen einen Weihnachts-Gruß auf den LEDs anzeigen. Jedes auf der Facebook Seite von „Edeka Sven Fiedler“ geteilte Bild nimmt an der Verlosung von drei 200-Euro Einkaufsgutscheinen teil.
Erfolg	532 gesendete Weihnachts-Grüße Erfolgreichster Facebook Beitrag des Jahres (180 Likes, 55 Kommentare)
Medien	Beitrag auf Facebook

„Die Möglichkeit einen persönlichen Gruß zu senden hat die Adventskalender Aktion einzigartig gemacht und alle Teilnehmer begeistert“

Frank Bremer,
Partus Communication



1 Inbetriebnahme

Für die Auspielung eines interaktiven Projektes wird ein Bildschirm mit Internetverbindung und Browser benötigt.



2 Verbindung

Nutzer*innen scannen den QR-Code oder besuchen „www.screenable.de“ und geben anschließend den Verbindungscode ein.



3 Erlebnis

Nun wird der Inhalt auf dem öffentlichen Bildschirm mit dem persönlichen Handy gesteuert. Nach jeder Interaktion können Gutscheine ausgegeben werden.





Menschen und Marken verbinden

Marketing als Erlebnis

0176 / 34968743

hello@screenable.io

www.screenable.io

