

Best Practice Case

VR Bank Schwäbisch-Hall-Crailsheim eG

Branche: Volks- und Raiffeisenbanken

Hintergrund

- Junge Menschen, die gerade ihren Schulabschluss machen oder gemacht haben, sind eine wichtige Kunden- und Zielgruppe für die VR Bank Schwäbisch Hall-Crailsheim eG, die jedoch auch schwer erreichbar ist
- Jährlich stattfindendes Abivoting unter dem Namen „Abschlussklassen-Voting AK 20XX“

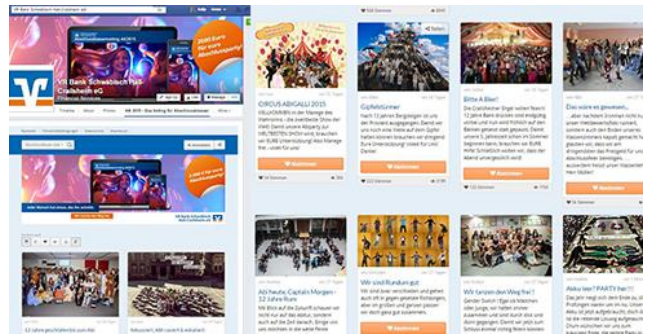
App-Technologie: Fotowettbewerb

Zielsetzung

- Finanzielle Unterstützung bei der Durchführung einer Schulabschluss-Veranstaltung
- Interaktion & Kommunikation mit der jungen Zielgruppe „Schüler der Region“
- Steigerung des Traffics auf der Webseite und Facebook Fanpage der Bank

App-Arena Leistung

- Bereitstellung der Technologie Fotowettbewerb Version 3.2
- Beratung und Betreuung während des Wettbewerbs
- Unterstützung bei der Auswertung der zahlreichen, als ungültig erklärten Votingstimmen → Entwicklung der Betrugsampel zur Betrugsprävention

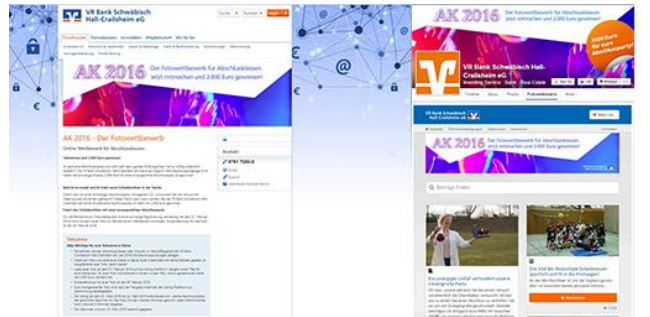


Abschlussklassen-Voting AK 2015

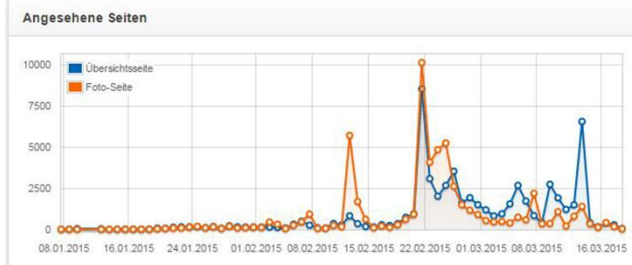
Ergebnis

Quantitative Ergebnisse

- 2015:
 - 25 teilnehmende Klassen
 - 59.672 App-Aufrufe
 - 57.258 Beitrags-Views
 - 9.630 Votes (5/Teilnehmer)
- 2016:
 - 24 teilnehmende Klassen
 - 30.657 App-Aufrufe
 - 87.729 Beitrags-Views
 - 1.700 Votes (5/Teilnehmer)



Abschlussklassen-Voting AK 2016



Zugriff auf die App erhöht den Traffic auf Facebook

Qualitative Ergebnisse

- Starkes Community-Building in der Zielgruppe der jugendlichen Schulabgänger
- Steigerung der Bekanntheit des jährlichen Abschlussklassen-Voting „AK 20XY“

Testimonial

„Mit dem Fotowettbewerb von App-Arena konnten wir als Bank mit unserem Abschlussklassen-Voting AK2015 und AK2016 einerseits mit den Jugendlichen ins Gespräch kommen, andererseits den Traffic sowohl auf unserer Facebook Fanpage als auch auf der unserer Website erhöhen.“

Sarah von Berg, Marketing & Öffentlichkeitsarbeit, VR Bank Schwäbisch Hall-Crailsheim eG