

Best Practice Case

Kays, eingetragene Marke der Vedia SA

Branche: Online Shop

Hintergrund

- Der „Miss Kays“ Beauty-Contest war die erste Zusammenarbeit von Kays und App-Arena
- Der geringe Aufwand zur Einrichtung der bereits fertigen Technologie gab den Ausschlag zur Anbieterwahl

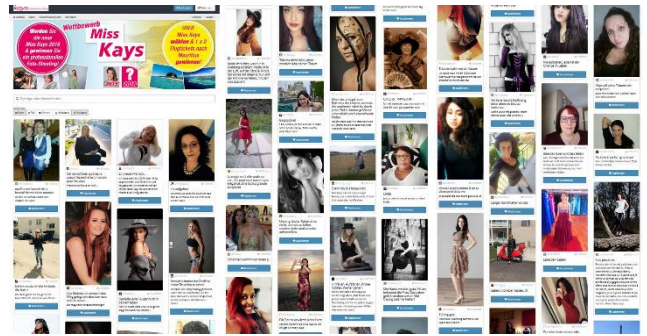
App-Technologie: Beauty-Contest

Zielsetzung

- Mit der „Miss Kays“ Aktion sollte ein neues Gesicht für „Kays“ gefunden werden
- Markenbekanntheit
- Identifikation von Influencern
- Interaktion mit der Zielgruppe
- Communitybuilding

App-Arena Leistung

- App-Arena riet Kays zu einem Beauty-Contest in der Standard-Version, bei welchem jede Teilnehmerin ein Bild für das Voting hochgeladen hat
 - Technologie
 - Service
 - Ideenfindung
 - Grafische Gestaltung



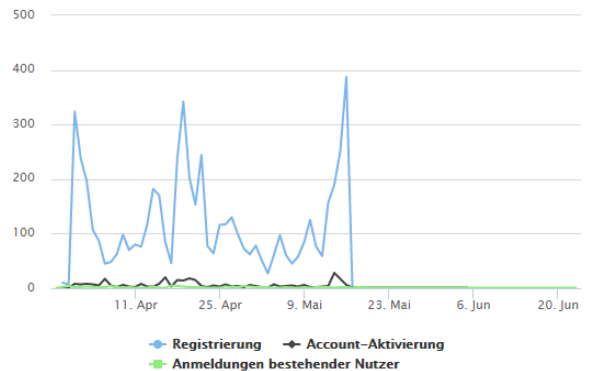
Die potenziellen Miss Kays setzen sich in Szene

Ergebnis

Quantitative Ergebnisse

- App-Aufrufe: ca.15.000
- Registrierte Nutzer: 5.769
- Hochgeladene Beiträge: 339
- Abgegebene Stimmen: 5.122

Nutzer



Qualitative Ergebnisse

- In kürzester Zeit wurden über tausend Beiträge von Frauen eingereicht, die sich so sehr mit der Marke identifizieren konnten, dass sie das neue Miss Kays werden wollten
- Dauerhafte Kundenbindung
- Generierung von Newsletterabonnenten
- Generierung von Leads



Die Siegerin des Miss Kays Wettbewerbs 2016

Testimonial

„Vielen Dank für die tolle Zusammenarbeit mit App-Arena, mit der wir eine Aktion auf die Beine stellen konnten, die so gut bei unseren Nutzerinnen ankam, wie wir uns es nie erhofft hätten.“

Patrick Haselbach, Projektmanager, Vedia SA