

ADC/BSW KREATIVSCHULE 10/11

SHOES NOT MADE FOR WALKING

AUSGANGSLANGE

Gesucht ist eine Einführungskampagne für Segway in der Schweiz, die sich an aktive Privatpersonen aller Altersgruppe richtet. Im Briefing steht «Make this thing cool».

PROBLEM

Der Segway als Gerät ist beim besten Willen nicht cool – optisch zu wenig ansprechend, zu teuer, zu wenig Einsatzgebiete. Die Lösung: Wir dramatisieren einen ganz speziellen, aber dennoch eigentlich naheliegenden Kundennutzen – auf überraschende Weise und immer mit einem Augenzwinkern.

INSIGHT

Die Problemlösung basiert auf dem zentralen Versprechen aus dem Briefing: Man benutzt den Segway als zweite Füße, weil man die ersten Füße – auf Grund der Schuhe die man trägt – nicht benutzen möchte.

IDEE



SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

IDEE

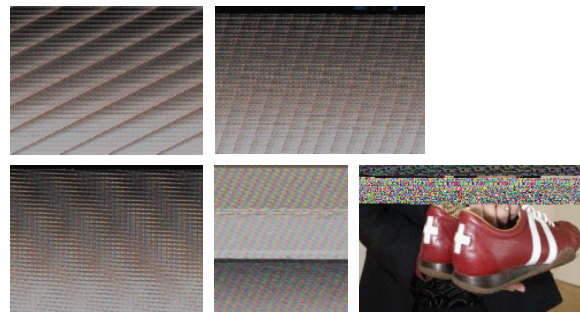
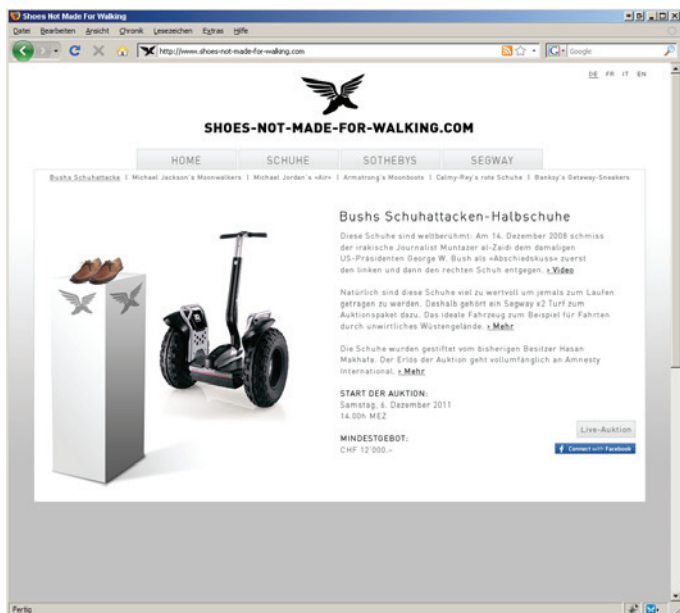
Die Einführungskampagne unter dem Motto «SHOES NOT MADE FOR WALKING» ist aufgeteilt in zwei Phasen: Eine aufsehenerregende Lancierungsphase, gefolgt von einer umfassenden Crossmedia-Kampagne.

LANCIERUNG



PRESSEMITTEILUNG

Am Anfang steht eine Pressemitteilung. Inhalt: Weltberühmtes Schuhwerk kommt im Rahmen einer Auktion unter den Hammer. Der Clou: Wer eines der berühmten Paar Schuhe ersteigert erhält einen Segway mit dazu. Schliesslich sind die Schuhe viel zu wertvoll, um damit auch nur einen Schritt zu gehen.



Peter Muster

Peter Muster nimmt an der Versteigerung auf SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM teil. Vielleicht ersteigert er ja ein paar Schuhe, das Weltgeschichte geschrieben hat. Natürlich inklusive Segway-Transporter – damit er mit den wertvollen Schuhen nirgendwo hin gehen muss.



Weltberühmte Schuhe unter dem Hammer

www.shoes-not-made-for-walking.com

Hier kannst du deine Traumschuhe ersteigern und erhältst gleich noch einen Segway-Transporter mit dazu.

Schliesslich sind alle Schuhe in der Auktion "not made for walking".

vor 2 Stunden · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Remo Prinz, Daniel Gremlin und 14 anderen gefällt das.

Alle 8 Kommentare anzeigen

AUKTION

Auf der Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com kann man sich via Facebook-Connect registrieren, um die Auktion live zu verfolgen und Online ein Gebot für die begehrten Schuhe (inkl. Segway) abzugeben. Die Anbindung an Facebook sorgt für einen willkommenen Viraleffekt, welcher der Aktion zusätzlichen Schub verleiht.

LANCIERUNG

20 Minuten

Zürich Lokal
15.349 Läufer nahmen am Zürcher Silvesterlauf teil

People
Anna Rossini: Ich bin keine Lena-Kopie!

Sport
2:1 gegen Basel; GC steigt erstmals nach vier Jahren

Wetter
Mittwoch: -3°
Donnerstag: -2°

Unglaublich, aber wahr
Möchten Sie 99-Millionen-Lotterijagden unter www.zurich.ch?

Schuhe, zu wertvoll zum Gehen

GENÈVE. Unter dem Motto «Shoes not made for walking» werden an diesem Wochenende in Genève die wertvollsten Schuhe der Welt angeboten. Darunter etwa Brownlocher, wie die Eltern, welche Nell Armstrong 1969 bei der ersten Mondlandung getragen hat. «Sensationschuh in der Vergangenheit sind Unikate von Weltberühmten», sagt Peter Bonaldi vom Auktionshaus Schibuy, «weil sie deshalb viel zu wertvoll sind um jemals mit ihnen auch nur einen Schritt zu gehen, wird jedes Paar Schuhe nur zusammen mit einem Segway-Koffer abgehoben.» **Seite 2**

Colony Rays Skandalschuhe

Original Moon-Boots

Michael Jordans Schuhe

Trophäen an Kaeslin und Ammann

Wenn die Schweizer Sportler des Jahres ein solches besondere Honorar erhalten und davon leben. Die Weltklasse-Tenoren sind der unerbittliche Sieger...

Die Segway-Transporter werden bei der geringen Entschädigung für die durch unangenehme Kollisionen mit der Segway zum eigenen Fall zu führen. Ein Anzeichen für es nach zwei der besten Welt. Auf dem Segway sind die Segway-Transporter... **Seite 19**

45% auf 85% auf 100%



Michael Jackson - Nicole Terfous

facebook

Michael Jackson

Pinwand Info Store Fotos Visionen Email Sign-Up

21. Dezember um 16:53 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

Auction: Worlds most famous shoes
www.shoes-not-made-for-walking.com
You could not only get the pair of shoes you've always dreamed about, but also a Segway-Transporter in addition, when you purchase the exclusive pair of shoes at the auction. You can join the exclusive auction online. The shoes at auction are all shoes not made for walking.

17.355 Personen gefällt das.
Alle 2.893 Kommentare anzeigen

Schreibe einen Kommentar...

Michael Jackson Here is the beautiful video for "Hold My Hand" (Duet with Aïkon). Directed by Mark Pellington

Michael Jackson - Hold My Hand (Duet with Aïkon)
www.youtube.com
Music video by Michael Jackson & Aïkon performing Hold My Hand. © 2010 Optimum Productions

09. Dezember um 19:18 · Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

63.299 Personen gefällt das.
Alle 9.350 Kommentare anzeigen

Schreibe einen Kommentar...

Michael Jackson "Hold My Hand" (Duet With Aïkon) video premiere on
<http://www.michaeljackson.com/>. Watch it now!

09. Dezember um 07:05 · Gefällt mir · Kommentieren

27.165 Personen gefällt das.
Alle 3.103 Kommentare anzeigen

Schreibe einen Kommentar...

swisscom
Marketing Ausbildung Thur

www.blickamabend.ch
Zürich, Nr. 242

Blick am Abend

Unsere Lena Deutsche sind beeindruckt von der schönen Eurovision-Anna aus Basel.

«Am meisten freue ich mich über den Segway».

Zugeschlagen: Dieser Schweizer ersteigert die Moonwalk-Schuhe von Michael Jackson für 128.000 Franken. NEWS 2/3

Bagger-Pauli beschimpft Schwule und Linke beim SF

«Ich bin froh, bin ich nicht schwul, aber die müssen auch leben»

Letztes Aufgebot
«Dok. Leoparden in Sibirien. Nur 30 von ihnen haben die Wilderei überlebt.»

Frust für Kaffeetanzen
Der Café crème schlägt 20 Rappen auf. Einen Gewinner gibts auch: Latte machino wird immer beliebter.

Liebespaar auf Frontbesuch
Stephanie reisten nach Afghanistan. Mit Takemaster Kerim im Gepäck.

Letzte Abend im TV

PR

Klar werden die Medien auf «SHOES NOT MADE FOR WALKING» aufmerksam und das Publikum lernt: Wenn Schuhe zu wertvoll sind um damit zu gehen, schafft nur ein Segway Abhilfe. Auch über Social-Communities verbreitet sich die Botschaft. Und selbst nach Abschluss der Auktion bleibt die mediale Aufmerksamkeit hoch. Schliesslich interessiert nun, wer die weltberühmten Schuhe (inkl. Segway) ersteigert hat.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

EINE INITIATIVE VON



SEGWAY®

CROSSMEDIA-KAMPAGNE

Nach Abschluss der Auktion startet unmittelbar die breit angelegte Crossmedia-Kampagne. Was einige Schlaumeier vielleicht schon geahnt haben, wird nun offiziell: Bei «SHOES NOT MADE FOR WALKING» handelt es sich um eine Initiative von Segway. Das Ziel: Alle Menschen sollen die Welt wieder in ihren geliebten Schuhen entdecken können. Natürlich nicht gehend auf dem dreckigen Boden, der die Schuhe verunreinigen würde – sondern rollend auf einem Segway.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE


Shoes Not Made For Walking

DE FR IT EN

SHOES-NOT-MADE-FOR-WALKING.COM

SEGWAY. PROUD CARRIER OF SHOES NOT MADE FOR WALKING.


Mit der Initiative «Shoes Not Made For Walking» will Segway allen Menschen ermöglichen, die Welt in ihren geliebten Schuhe zu entdecken. Natürlich nicht gehend auf dem dreckigen Boden, der die Schuhe verunreinigen würde – sondern rollend auf einem Segway.

EINE INITIATIVE VON

SEGWAY


DEINE «SHOES NOT MADE FOR WALKING» STORY

Erzähle die Geschichte von deinem Lieblingsschuh, rufe deine Freunde auf Facebook zum Abstimmen auf und gewinne!

> Jetzt mitmachen und Segway gewinnen!




DIE LÖSUNG: SEGWAY




ERSCHAFFE DIR DEINE «SHOES NOT MADE FOR WALKING»

Sneaker, Halbschuh, Stiefel, Flip-Flop oder Finken? Bunt, schlicht, schrill, elegant oder sexy? Aus Lack, Leder, Kunststoff oder Lastwagenplane? Deiner Phantasie sind keine Grenzen gesetzt.


> Klicken und Traumschuh designen




Mehr über SEGWAY




SEGWAY Probefahren




Händler in der Nähe




Events



iPhone App



Like this on Facebook



EINE INITIATIVE VON **SEGWAY**

Fertig

KAMPAGNEN-HUB

Im Mittelpunkt der Gesamtkampagne steht die Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com – sämtliche Kommunikationsmassnahmen führen oder verweisen auf den Kampagnen-Hub. Die Seite präsentiert dem Besucher den Segway als Lösung gegen dreckige Lieblingsschuhe, diverse Hintergrundinformationen sowie eine ganze Reihe an spannenden Funktionalitäten.

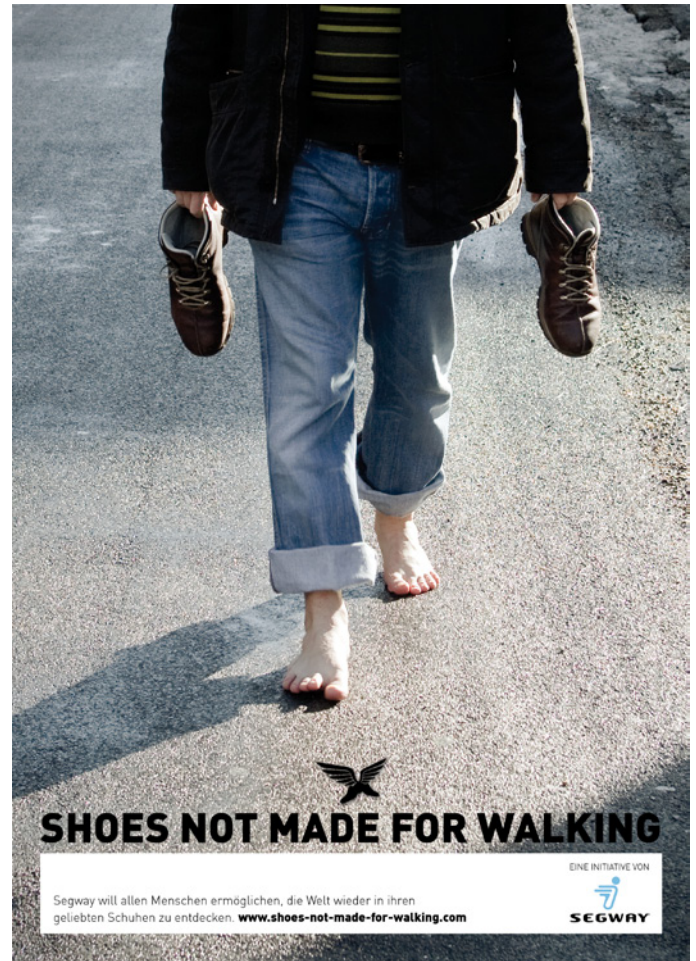
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



TV-SPOT

Interessante Protagonisten erzählen die ganz persönliche Geschichte ihrer Lieblingsschuhe. Schuhe, die zu wertvoll sind, um jemals wieder festen Boden zu berühren.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



ANZEIGEN

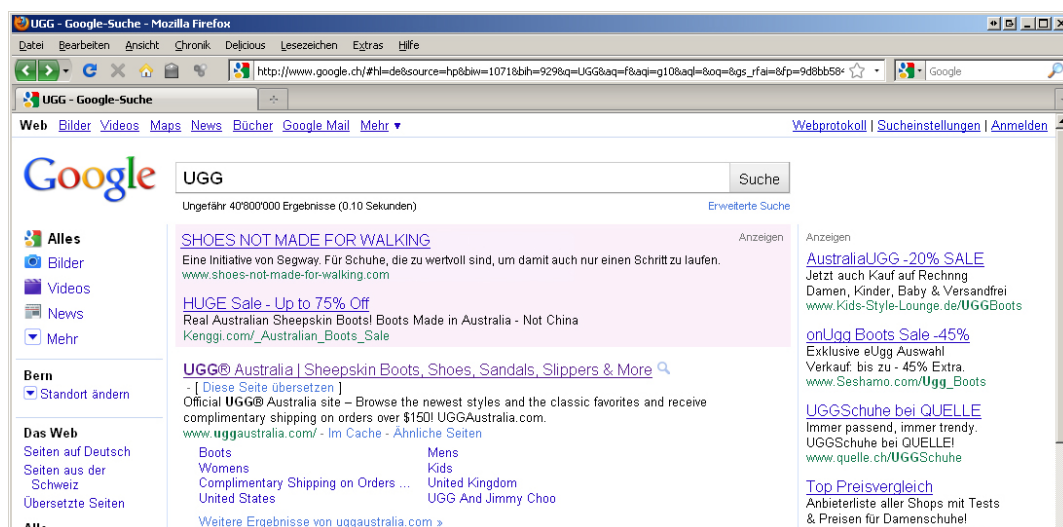
Dem Betrachter der Anzeige wird unmittelbar klar: Es gibt Schuhe, die zu wertvoll sind, um damit auch nur einen Schritt auf dem dreckigen Boden zu gehen. Verstärkt wird die Botschaft durch eine clevere Platzierung der Anzeigen: In Mode- und Lifestyle-Zeitschriften.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



BANNER

Die interaktiven Internetbanner werden in Online-Schuhshops platziert. Die verblüffende Mechanik: Wer einen Schuh aus dem Shop-Sortiment ins Bannerfenster zieht, erlebt dort den Unterschied zwischen Gehen und Segway-Fahren – die Schuhe werden entweder dreckig oder bleiben sauber.



GOOGLE ADS

Google Ads sind günstig, aber trotzdem äusserst wirksam. Wer nach einer trendigen Schuhmarke sucht, erhält unmittelbar die Auflösung: Diese Schuhe sind möglicherweise gar nicht zum Gehen gedacht.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



AMBIENT

Auf frischer Tat ertappt! Wer die Rolltreppe nimmt, anstatt die Treppe hoch zu gehen, trägt vermutlich «Shoes Not Made For Walking» – Spiegel und Auflösung sind direkt an der Rolltreppe angebracht.



DIRECT

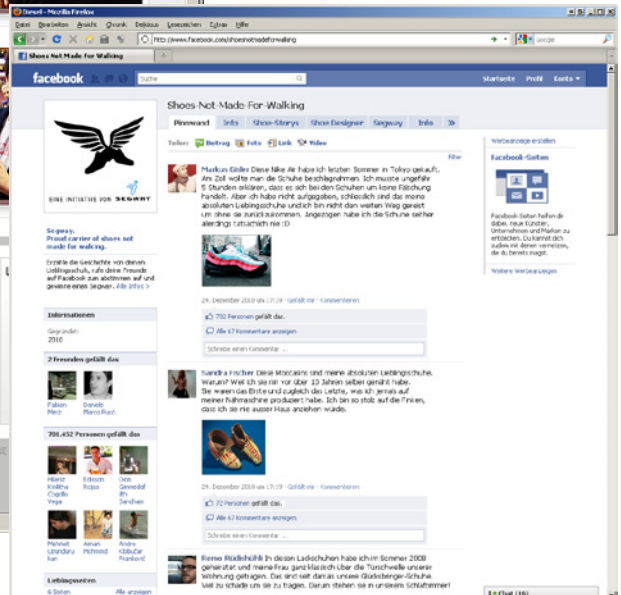
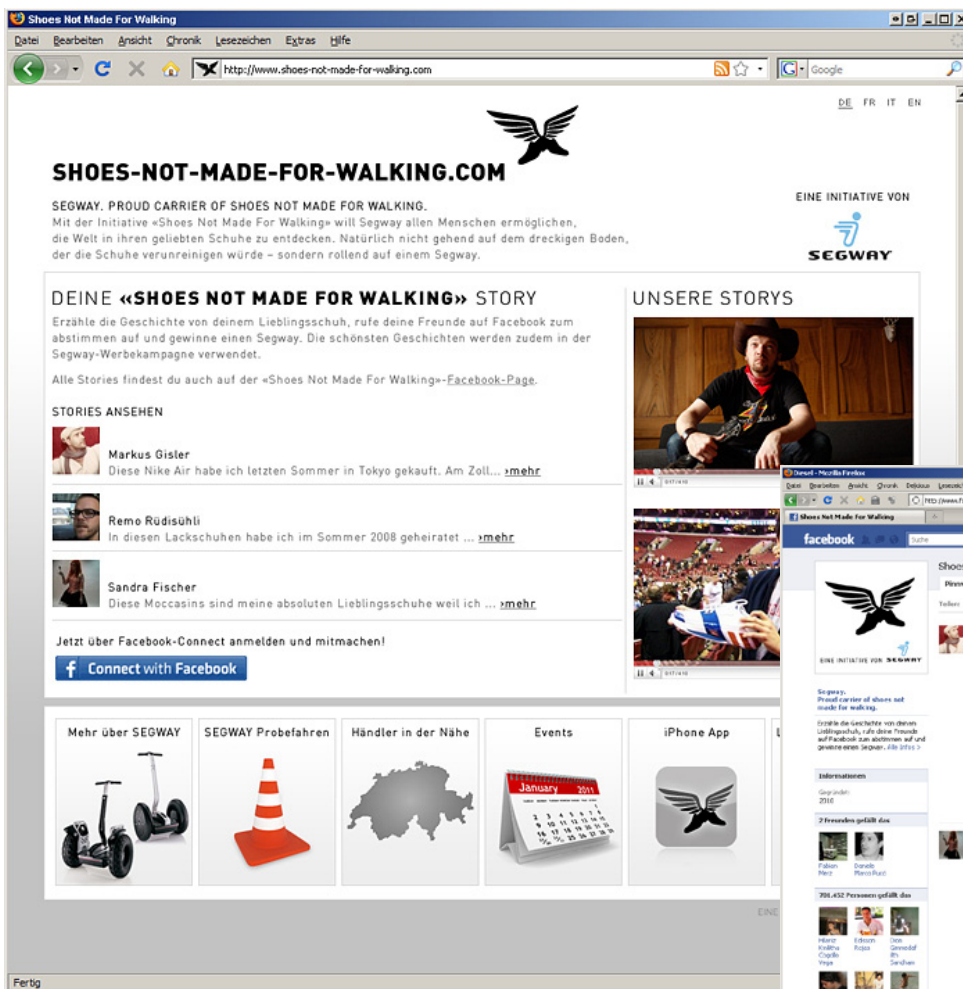
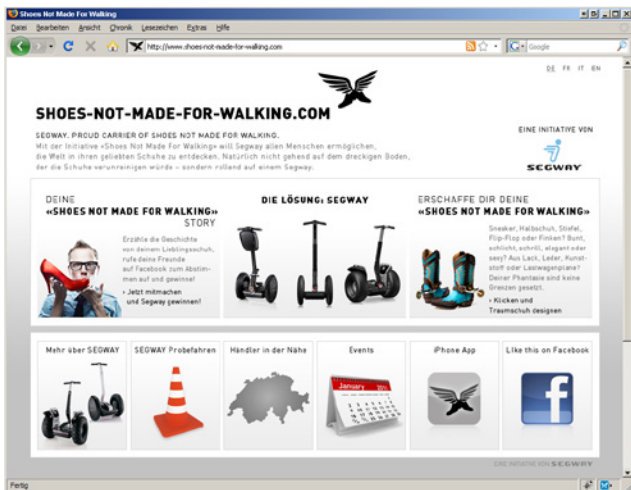
In einer Nacht- und Nebelaktion werden Schuhmatten ausgetauscht. Die neuen Matten erinnern schon am Morgen beim Verlassen der Wohnung: Der Boden ist dreckig – will man das seinen Schuhen wirklich antun?



GUERRILLA

Dieser Flyer klebt wie Dreck an den Schuhen. Der als Schmutzfleck getarnte Kleber wird in Fußgängerzonen platziert. Wer unachtsam ist und reintritt, findet die Botschaft direkt dort, wo sie relevant ist. Mit einem Segway wäre das nicht passiert.

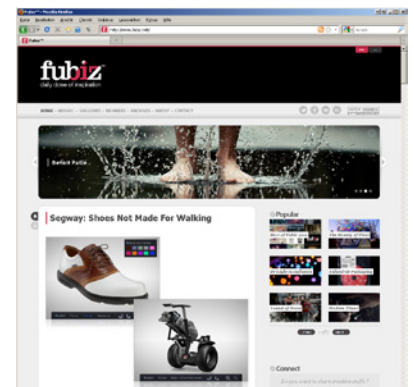
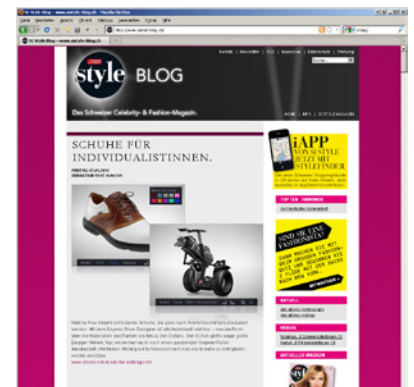
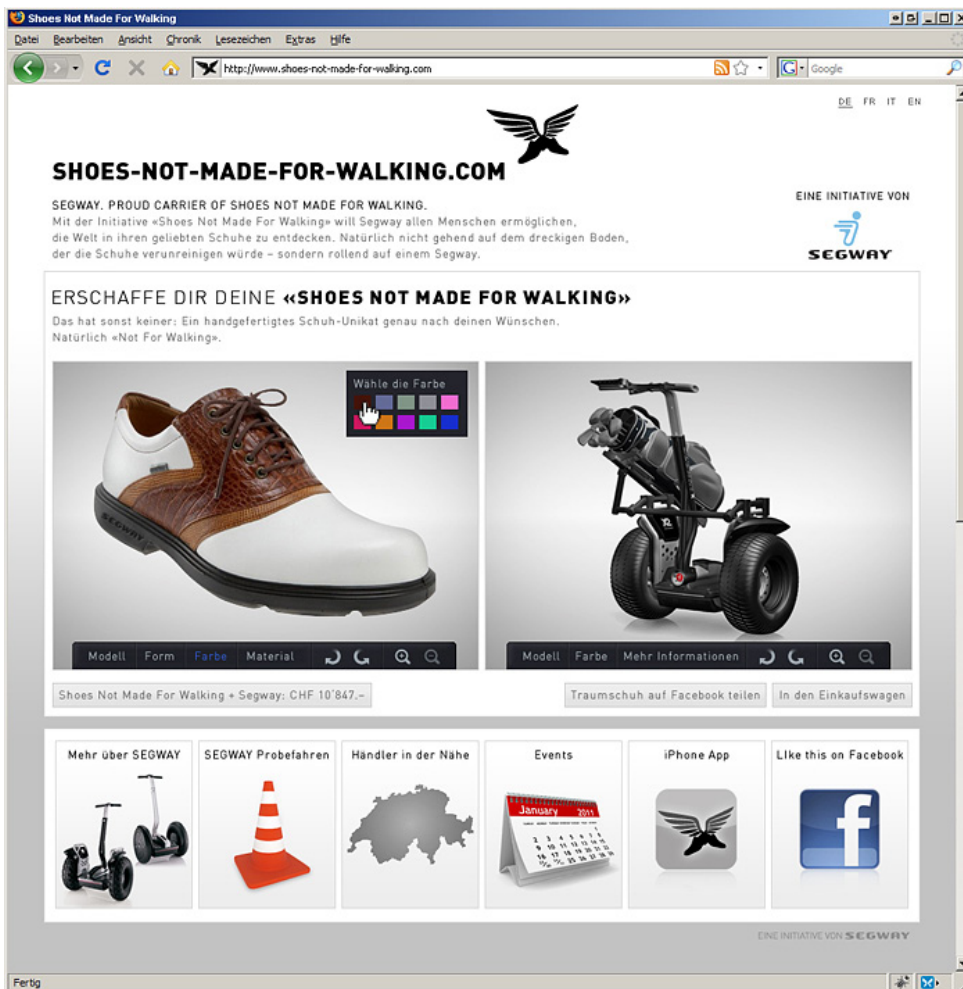
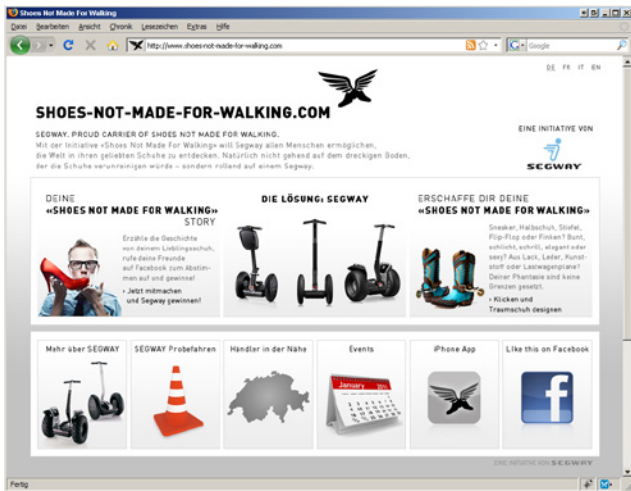
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



KAMPAGNEN-HUB: SCHUH-STORIES

Auf der Internetseite wollen wir von den Besuchern wissen: «Was ist die Geschichte zu deinen persönlichen Lieblingsschuhen?» Wer mitmacht wird und mit seiner Story die meisten Votes sammelt, gewinnt einen Segway. Dank der Anbindung an Facebook findet das Voting direkt über die «i like»-Funktion statt. Das Social-Network erleichtert die Mundpropaganda der Teilnehmer, wenn sie für ihre Story werben – und damit auch für die Segway-Kampagne.

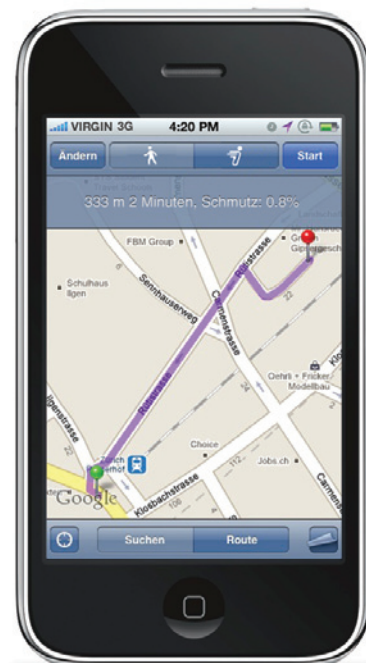
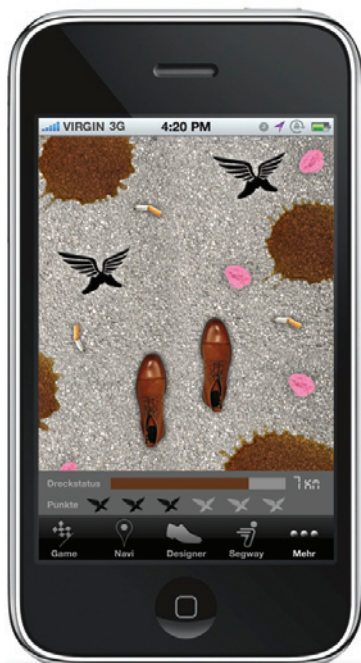
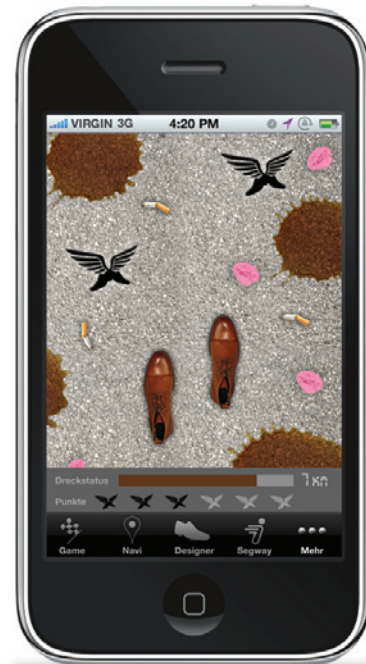
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



KAMPAGNEN-HUB: SCHUH-GENERATOR

Als weitere Funktionalität bietet die Internetseite einen Schuh-Designer. Besucher können Schuhe ganz nach ihrem Geschmack erschaffen. Modell, Material, Farben etc. – der Phantasie sind fast keine Grenzen gesetzt. Die Schuhe werden für die Besucher als handgefertigtes Unikat hergestellt, aber natürlich nur, wenn ein dazu passender Segway erstanden wird. Schliesslich soll man mit den wertvollen Einzelstücken ja nicht gehen.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



IPHONE APP

Die Applikation bietet neben dem Schuhdesigner auch ein witziges Game sowie ein spezielles Navigations-tool. Im Game geht es darum, mit möglichst sauberen Schuhen ans Ziel zu kommen. Wer genügend Bonuspunkte sammelt erhält den Segway als Unterstützung. Der Routenplaner berechnet den Weg zum Ziel wie jedes normale Navi, mit dem Unterschied, dass Fußgänger und Segway-Fahrer verglichen werden und der jeweilige Schuhverschmutzungsgrad errechnet wird.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SCHUHLÄDEN

Bei einer Kampagne, die sich rund um Schuhe dreht, liegt es auf der Hand, Schuhläden als POS zu nutzen. Bei Segway-Kooperationspartnern (Trend-Schuhläden) kann man mit den neu erstandenen Schuhen den Segway gleich probefahren und bestellen. Auch die Give-Away-Tasche erinnert daran: Mit seinen Lieblingsschuhen sollte man möglicherweise besser gar nicht gehen.

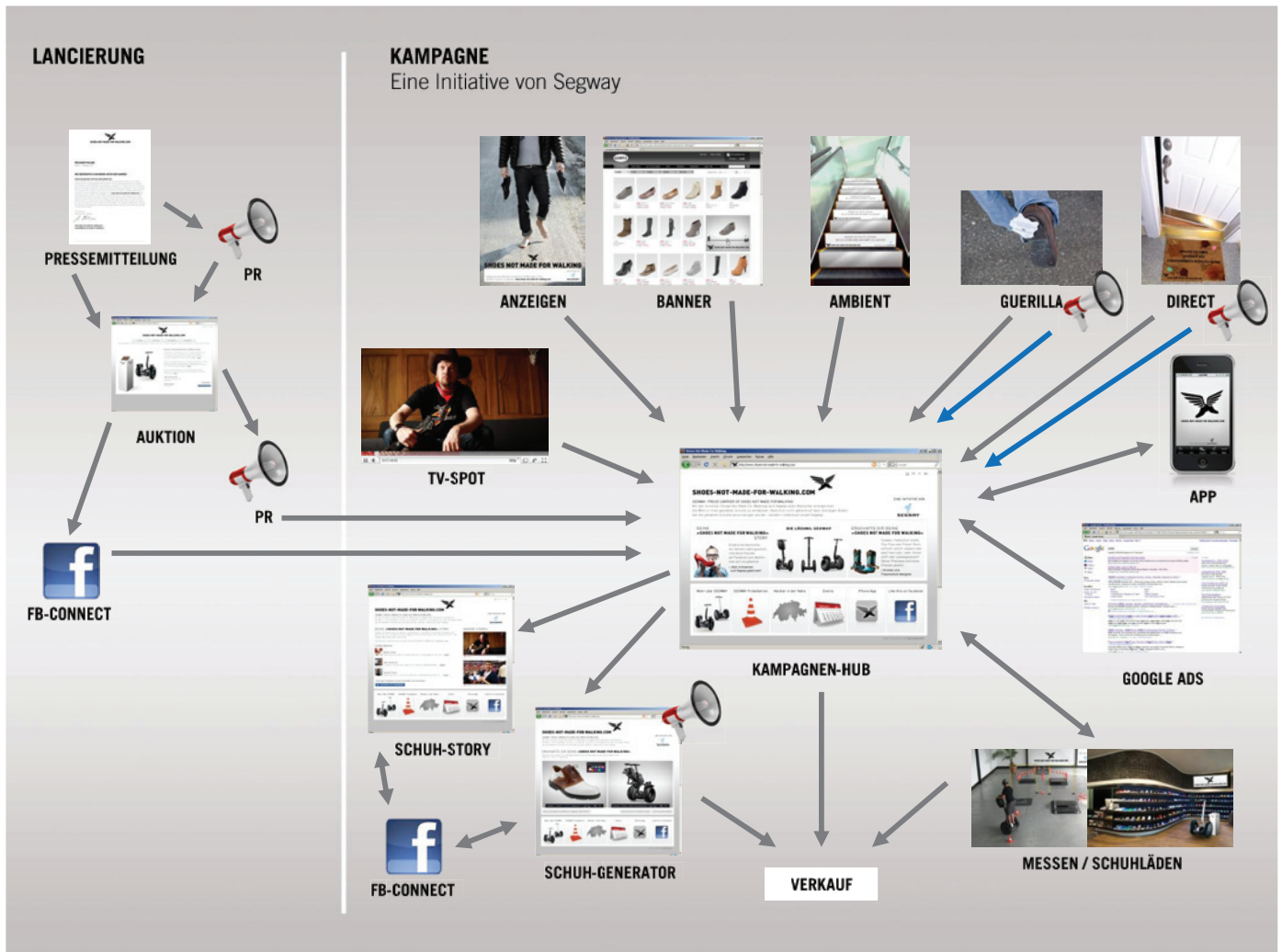
CROSSMEDIA-KAMPAGNE



SCHUHMESSEN

Schuhfans suchen sich ihre Liehaberstücke an Schuhmessen wie zum Beispiel der berühmten «Sneakerness». Natürlich ist dort auch Segway mit einem Stand präsent. Die Messe-Trouvailles können auf einem Segway-Parcours getestet werden. Dem schnellsten Messebesucher winkt ein Segway als Gewinn.

CROSSMEDIA-KAMPAGNE



ÜBERBLICK

Die zwei Phasen der Einführungskampagne in der Übersicht. Im Zentrum aller Massnahmen steht durchgehend die Internetseite www.shoes-not-made-for-walking.com.

ZUKUNFT



SEGWAY®
NOT MADE FOR WALKING



WAS BRINGT DIE ZUKUNFT?

Nach Abschluss der Einführungskampagne lässt sich diese Kampagne problemlos verlängern: Aus «SHOES NOT MADE FOR WALKING» wird ganz einfach «SEGWAY. NOT MADE FOR WALKING.» Mit der aufsehenerregenden Einführung wurde die Brand-DNA aufgeladen. Davon profitieren mögliche Folgemaßnahmen, wie beispielsweise eine Ambient-Aktion mit Wander-Wegweisern.