

Daten die reisen.

ADC Young Creatives Award
Gaëlle Valentini & Gianluca Terzini
Oktober 2018

Die Aufgabe

Wie macht man myCloud und sein USP bei den Jungen bekannt?

Die Lösung

Das Ziel dieser Direct Marketing Aktion ist es die Jungen auf Unsicherheiten und Risiken der Clouddienste im Ausland aufmerksam zu machen. **Eine Postkarte als physische Manifestation einer digitalen Problematik.**

Die Idee

Auf simple und verständliche Art und Weise aufzeigen, dass die unüberlegte Nutzung von Clouddiensten für die eigenen Daten dasselbe ist, wie wenn man seine Daten ins Ausland reisen lässt – ohne das eigentliche Ziel und die bestehenden Risiken zu kennen.

Lass deine Daten nie ohne dich reisen.

1 Postkarten



Auf der Vorderseite ist ein beliebtes Reiseziel ihrer Daten abgebildet.

Auf der Rückseite links steht eine persönliche Nachricht ihrer Daten.

Rechts appelliert ein erläuternder Text daran, dass es wichtig ist, zu wissen, wo wir unsere Daten speichern. Antwortelement ist start.mycloud.ch. Auf start.mycloud.ch können Datenbesitzer alle Vorteile der Swisscom-Dienstleistungen kennenlernen.

2 Antwortelement

Das Antwortelement ist auf die junge Zielgruppe ausgerichtet. Bequem und benutzerfreundlich können junge Menschen direkt Antworten über die URL start.mycloud.ch oder den NFC-Tag erhalten.

3 start.mycloud.ch

Um die Informationen zu zentralisieren und die direkte Registrierung bei myCloud von Swisscom zu vereinfachen werden Besucher direct auf die Seite start.mycloud.ch weitergeleitet.

An die Botschaft der Postkarte Lass deine Daten nie ohne dich reisen anknüpfend wurde die Homepage so adaptiert, dass die Jungen mit einer herzlichen Botschaft begrüsst werden. **Willkommen zu Hause.**

Weiter finden Sie hier alle Informationen und Vorteile zu myCloud, weshalb es sich lohnt, seine Daten in der Schweiz bei Swisscom zu speichern.

