

YUH

3. Säule muss nicht langweilig sein - ChatGPT sei Dank



David Rahenbrock
Digital Media
Consultant
mediatonic

Ziele der Kampagne

Um das neue Vorsorgeprodukt «Säule 3a» unseres guten Kunden Yuh zu bewerben, waren wir auf der Suche nach innovativen Ideen, um einen originellen Berührungspunkt zwischen potenziellen Kunden und diesem klassischen Finanzprodukt in modernem Gewand herzustellen. Idealerweise sollte die Werbung nicht nur passiv konsumiert, sondern aktiv vom Nutzer genutzt werden, um offene Fragen zu beantworten und spielerisch Interesse zu wecken.

Aktion: Adello – ChatGPT Banner

Das Ergebnis unserer Suche mündete in der Überlegung, den allseits bekannten ChatGPT Chatbot für diese Zwecke einzuspannen. Dieses hochmoderne Thema hat es geschafft, durch immer weiter entwickelte Produktiterationen im breiteren öffentlichen Interesse zu bleiben, und als moderne Mediaagentur ist uns das Potential im Marketingsektor nicht entgangen. Von Adello, den wir als verlässlichen Partner von technologie-unterstützten Kampagnen im Mobile-Sektor schätzen, wussten wir, dass sie Chatbots auf ChatGPT-Basis entwickeln. Das überzeugende Argument war hierbei, dass das Wissen und das Verhalten dieses Chatbots an unseren Kunden, das Angebot und die angedachte Kampagne angepasst werden kann.

Nach einer Phase mehrerer Meetings und detaillierten Briefings mit dem Kunden und Adello konnte der Chatbot ganz konkret erstellt werden. Zunächst wurden gemeinsam die Zielsetzung und Tonalität festgelegt. Danach wurden die relevanten Firmendaten von Yuh übermittelt, um von Adello aufbereitet zu werden. Die bereinigten Daten wurden dem gewählten KI-Modell zugänglich gemacht und trainiert. Zudem wurden Themen und Stichworte definiert, auf welche die KI nicht eingehen sollte. Der Brand-Safety wurde grosses Gewicht beigemessen. Designtechnisch setzte Adello das mobile Werbemittel im Stil von Yuh um, welches per API-Schnittstelle mit der KI in Echtzeit kommuniziert.

Resultat: Eine Mobile Werbung, welche einen «menschlichen» Dialog mit Yuh zum Thema der Säule 3a erlaubt.

Ergebnis dieses in der Schweiz vermutlich nie dagewesenen Ansatzes ist aus Mediensicht sehr zufriedenstellend. Im Vergleich mit traditionellen Bannern konnte eine wesentlich höhere Interaktionsrate generiert werden. Zudem konnten wertvolle Erkenntnisse mit dem Umgang mit dem Chatbot gewonnen werden, die sicher dazu führen werden, dass dies nicht die letzte Kampagne ihrer Art bleiben wird.

Wenn Sie mehr über die Einrichtung innovativer Kampagnen erfahren möchten, zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren.

