

Allgemeine Informationen zur Mobil-Upsell Promotion	
<b>Ziel der Kampagne</b>	Bestehende QL-Kunden auf Mobil-Abo oder Take2-Mobil upsellen.
<b>Laufzeit der Promotion</b>	Start: 1.3.2014 Ende: 31.12.2014 Massgebend ist das Bestelldatum und nicht das Aktivierungsdatum (kann nach dem 31.12.2014 liegen)
<b>Zielgruppen</b>	Bestandskunden mit Einzelprodukten oder Bundles, welche noch kein Mobil haben. Mindestanforderung: Internetprodukt.
<b>Botschaft / Promotion</b>	Die Botschaft ist „Quickline belohnt treue Kunden“. Der Kunde erhält einen Treuebonus bei Abschluss eine Mobilabos, abhängig davon, wie viele Produkte er heute bei uns hat. Details zum Treuebonus siehe separates Factsheet auf dem QL Wiki unter Promotionen.
<b>Wettbewerb</b>	Die Promotion wird mit einem Wettbewerb unterstützt. Unter allen Mobil-Neubestellungen von bestehenden Kunden wird monatlich ein Tablet verlost sowie am Ende der Promotion (Anfangs 2015) eine Reise nach New York.
Neutrale Kommunikation: Promo-Massnahmen	
<b>Laufzeit Kommunikation</b>	April bis Dezember 2014
<b>Massnahmen</b>	Über diverse Kanäle informieren wir bestehende Kunden mit einem neutralen Promo-Sujet: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Website: <a href="http://www.quickline.com/treuebonus">www.quickline.com/treuebonus</a></li> <li>- Neutraler Newsletter</li> <li>- POS-Massnahmen: Pappsteller, Schaufensterkleber, Geschenkpakete (Deko, in 2 Grössen für ins Schaufenster und auf Verkaufstheken)</li> <li>- Flyer A5 (zum Auflegen am POS)</li> <li>- Inserat im VOD-Booklet und Info-Seite im Trend</li> <li>- Social Media: Beitrag auf Facebook, Twitter, Google+</li> <li>- Wettbewerb zur Verkaufsunterstützung</li> </ul>
<b>Massnahmen Details</b>	<p>Das Material trifft Anfangs April bei den Partnern ein und ist <b>gültig bis Ende 2014</b>. Während Kampagnen kann das Upsell-Material für einen Monat zur Seite gestellt werden um den Platz für Kampagnen-Massnahmen zu nutzen.</p> <p><b>Schaufensterkleber</b></p>  <p><b>Deko-Päckli</b> (gross für Schaufenster, klein für Verkaufstheke)</p>  <p><b>Pappsteller</b> (Nur bei schönem Wetter draussen aufstellen. Anlieferung ohne Fuss: Fuss vom Steller der März-Kampagne verwenden)</p> 

**Neutraler Flyer A5 (zum Auflegen am POS)**

**Danke**

Wir beschenken treue Kunden.  
Holen Sie sich Ihren Treuebonus von bis zu CHF 100.- beim Abschluss eines Quickline Mobil-Abo's.

bis **100.-** TREUEBONUS

**Quickline belohnt treue Kunden**

Beim Abschluss eines Quickline Mobil-Abo's schenken wir bestehenden Quickline Kunden/innen bis zu CHF 100.- Treuebonus. Ausserdem nehmen Sie bei einer Mobil-Bestellung automatisch am grossen Wettbewerb mit tollen Preisen teil.

**Tolle Preise zu gewinnen**

Wir verlosen unter allen Mobil-Bestellungen jeden Monat ein Tablet sowie Ende Jahr eine Reise für 2 Personen nach New York inklusive Flug, 5 Übernachtungen sowie CHF 1000.- in bar dazu.

**20 GEWINNER**  
10 Tablets und 10 Reisen nach New York

**NEW YORK**

Die Teilnahme ist gültig für bestehende Quickline Kunden/innen bei der Bestellung eines Quickline Mobil-Abo's bis 31. Dezember 2014. Der Treuebonus wird in Form von mehreren Rechnungsgutschriften abgerechnet. Die erste Gutschrift erfolgt auf der 2. Monatsrechnung, nachdem das Abo den ersten kompletten Monat aktiv war. Bei Kündigung eines bestehenden Produktes während der Gutschriftsperiode entfällt das Anrecht auf den Mobil-Treuebonus.

Quickline-Webseite: [www.quickline.com/treuebonus](http://www.quickline.com/treuebonus)

Dient zur neutralen Info über Promo und Wettbewerb, zugänglich für jedermann.  
Seit ab 1.4.2014 online

**QUICKLINE**

Home | myQuickline | Webmail | Kontakt

Privatkunden | Businesskunden | Partner

All-in-One | Take2 | Internet | **Telefonie** | TV/Radio | Service & Support | Über Quickline

**Danke**

bis **100.-** TREUEBONUS

**Quickline belohnt treue Kunden**

Beim Abschluss eines Quickline Mobil-Abo's schenken wir bestehenden Quickline Kunden/innen bis zu CHF 100.- Treuebonus. Ausserdem nehmen Sie bei einer Mobil-Bestellung automatisch am grossen Wettbewerb mit tollen Preisen teil.

Mit den **Quickline Mobil-Abo's** profitieren Sie von günstigen Abo's und den neuesten Smartphones zum Sparpreis. Wir bieten passende Abo's für jedes Budget und jedes Bedürfnis. Kombinieren Sie Quickline Mobil mit Ihren bestehenden Quickline-Produkten und profitieren Sie von attraktiven Treuebonus.

**Ihre Treuebonus-Möglichkeiten**

Sie haben:	Sie bestellen:	Sie bestellen:
	Mobil Talk/Surf/Flat oder Take2 Talk/Surf/Flat	Mobil Start oder Take2 Start
Internet	CHF 50.-	CHF 50.-
Internet und Festnetz	CHF 100.-	CHF 50.-
Internet und Verlei	CHF 100.-	CHF 50.-
Kombi-Paket (Take2 TV oder All-in-One)	CHF 100.-	CHF 50.-

**Jetzt Treuebonus sichern!** Bei Bestellung von mehreren Abo's erhalten Sie den Treuebonus pro Abo.

Kombinieren Sie Ihr gewünschtes Abo mit einem **top-aktuellen Smartphone** zum Sparpreis.

Der Treuebonus ist gültig für bestehende Quickline Kunden/innen bei der Bestellung eines Quickline Mobil-Abo's bis 31. Dezember 2014. Der Treuebonus wird in Form von mehreren Rechnungsgutschriften abgerechnet. Die erste Gutschrift erfolgt auf der 2. Monatsrechnung, nachdem das Abo den ersten kompletten Monat aktiv war. Bei Kündigung eines bestehenden Produktes während der Gutschriftsperiode entfällt das Anrecht auf den Mobil-Treuebonus.

**Grosser Wettbewerb**

Wir verlosen unter allen Mobil-Bestellungen jeden Monat ein Tablet sowie Ende Jahr eine Reise für 2 Personen nach New York inklusive Flug, 5 Übernachtungen sowie CHF 1000.- in bar dazu.

**NEW YORK**

**20 GEWINNER**  
10 Tablets und 10 Reisen nach New York

[Teilnahmebedingungen Wettbewerb](#)

**Partner-Einbezug Kommunikation**

POS-Massnahmen werden wie folgt gestreut:

- **KNUs:** Pappsteller, Geschenkpakete klein, Flyer
- **Quickline-Shops:** Pappsteller, Schaufensterkleber, Geschenkpakete klein und gross, Flyer
- **Shop in Shops:** Pappsteller, Schaufensterkleber, Geschenkpakete klein und gross, Flyer
- **Diverse Fachhändler:** Flyer

**Persönliche Kommunikation: Crossmediale Upsell-Kampagne (Start im Mai mit Pilot)**

<p><b>Zielgruppe</b></p>	<p>Bestehende Kunden werden nach ihren aktuellen Produkten und Alter in 37 Zielgruppen unterteilt. Jede Zielgruppe wird mit einem Angebot angeschrieben, das gemäss unseren Analysen am besten zu ihr passt. Die Ansprache der Upsell-Kampagne erfolgt persönlich, sprich der Kunde wird mit Vorname und Name angesprochen. Ausserdem erhält er ein persönliches Angebot (ein auf sein bestehendes Abo und Alter abgestimmtes Abo) sowie den Link auf eine persönliche Landingpage (PURL = Personalized URL).</p>
<p><b>Massnahmen</b></p>	<p>Die Kunden werden mittels aufeinander abgestimmten crossmedialen Massnahmen kontaktiert:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personalisierter E-Mail-Newsletter mit PURL (Tag n)</li> <li>- Postalisches Mailing mit personalisiertem Angebot und PURL (Tag n + 5)</li> <li>- Erinnerung per E-Mail mit personalisiertem Angebot und PURL (Tag n + 10)</li> <li>- Outbound-Call (Tag n + 15)*</li> </ul> <p>Die Zielgruppen werden gestaffelt kontaktiert. Die Priorisierung der Zielgruppen erfolgt auf Basis der Rücklaufquoten im Pilot (Details zum Pilot weiter unten) Mittels manuellem Datenabgleich wird sichergestellt, dass keine Kunden telefonisch kontaktiert werden, die bereits eine Bestellung getätigt haben.</p> <p>*Die KNU werden vorgängig gefragt, ob Sie den Outbound-Call für ihre Kunden wünschen. Falls der Pilot zeigt, dass der Outbound-Call zu wenig Abschlüsse erzielt, werden wir ganz darauf verzichten.</p> <p>Start des Crossmedia-Kampagne im gesamten Gebiet : voraussichtlich nach den Sommerferien</p>
<p><b>Pilot</b></p>	<p><b>Pilot mit WWZ und Renet</b> Im Mai wird mit WWZ und Renet ein Pilot mit je 1000 Kunden durchgeführt. Ziel ist, die einzelnen Massnahmen (insbesondere Outbound) und den Erfolg zu testen, bevor die Kampagne im gesamten Gebiet umgesetzt wird.</p> <p><b>Termine Pilot (provisorisch):</b> 11. Mai Personalisierter E-Mail-Newsletter 16. Mai Postalisches Mailing mit persönlichem Angebot (beim Kunden eintreffend) 21. Mai Erinnerungs-E-Mail (ca. um 9 Uhr) 26.-28. Mai // 2.-6. Juni Start Outbound-Calls</p> <p>Aufgrund der Rücklaufquoten im Pilot wird die Priorisierung der Zielgruppen im gesamten Gebiet vorgenommen.</p>