



Ich hp fertig! Mit HP fit für die EURO 08.

<b>Kunde:</b>	Hewlett Packard Österreich
<b>Name des Projektes:</b>	HP Euro 2008
<b>Kategorie:</b>	Branding Experience
<b>Headline:</b>	Ich hp fertig! Mit HP fit für die EURO 2008.
<b>Zielgruppe:</b>	Business-Partner von HP Österreich und deren Kunden
<b>Laufzeit:</b>	Frühling 2008
<b>Ergebnisse:</b>	Visits auf Website im Kampagnenzeitraum (4 Wochen): 12.287 Downloads Tonimat: 251 Durchschnittliche Öffnungsrate der Emails: 97 % Durchschnittliche Klickrate im Email: 74 %
<b>URL:</b>	<a href="http://83.65.7.226/webad_2009/hp/">http://83.65.7.226/webad_2009/hp/</a> <a href="http://hapetoni.hp-austria.at/">http://hapetoni.hp-austria.at/</a>

#### **Projektbeschreibung:**

Die Herausforderung war die Entwicklung einer kommunikativen Drehscheibe für die HP EURO 2008 Kampagne. Es galt, eine attraktive Mischung aus Businessinhalten von HP (Produkten & Services) und erweiterbaren Entertainment-Inhalten zu finden. Also HP mit der EURO in Verbindung bringen, ohne offizieller Sponsor zu sein – eine imagegewinnende Aufgabe.

#### **Idee:**

Wer im Fußball Erfolg haben will, braucht einen guten Trainer, richtiges Training und bestes Equipment. Die Kunstfigur Hapetoni wurde dem italienischen Startrainer Trapattoni nachempfunden. Sein legendärer Sager „Ich habe fertig!“ wurde genial adaptiert: Ich (der Kunde). (Produkte von) hp. Und fertig. Kurz: „Ich hp fertig!“.

Im virtuellen 3D Stadion mit seiner Spielerkabine erhielt jeder seinen eigenen Spind und ein speziell auf seine Interessen zugeschnittenes Trainingsprogramm mit Angeboten, Verkaufstipps, Produktinformationen, Events und vielen Möglichkeiten zur Community Building und Interaktion.

Vom Desktop-Widget „Tonimat“ bis hin zum Dribble-Training wurde nichts ausgelassen. Direct Mailings und E-Mails führten immer wieder ins Web und erhöhten so den Traffic.

# Ich hp fertig! – Mit HP fit für die EURO 2008.



M7-DG-836-0233-1

## Herausforderung

Entwicklung einer kommunikativen Drehscheibe für die HP EURO 2008 Kampagne. Besondere Herausforderung war das Finden einer attraktiven Mischung aus Businessinhalten (Produkten & Services) und erweiterbaren Entertainment-Inhalten. Besondere Challenge: HP mit der EURO in Verbindung bringen ohne offizieller Sponsor zu sein.

## Idee & Dialog

Wer im Fußball Erfolg haben will, braucht einen guten Trainer, richtiges Training und bestes Equipment. Die Kunstaffigur Hapetoni wurde dem italienischen Starspieler Troppatoni nachempfunden. Sein legendärer Slogan: „Ich habe fertig!“ wurde genial adaptiert: „Ich (der Kunde), (Produkte von) hp. Und fertig. Kurz: „Ich hp fertig!“ Auch das Training für alle Zielgruppen bekam eine persönliche Note. Im virtuellen 3D Stadion mit seiner Spielerkabine erhielt jeder seinen eigenen Online-Spind und ein speziell auf seine Interessen zugeschnittenes Trainingsprogramm mit Angeboten, Verkaufstipps, Produktinformationen, Events und vielen Möglichkeiten zu Community Building und Interaktion. Vom Desktop-Widget „Tonimat“ bis hin zum Dribble-Training wurde nichts ausgelassen. Direct Mailings und E-Mails führten immer wieder ins Web und erhöhten so den Traffic.

## Ergebnisse

Visits auf Website im Kampagnenzeitraum (4 Wochen): 12.287  
Downloads Tonimat: 251  
Anzahl der E-Mails: 8  
Durchschnittliche Öffnungsrate der E-Mails: 97 %  
Durchschnittliche Klickrate im Email: 74 %



Ich hp fertig!



Ich hp fertig!



M7-DG-836-0233-2