

**Halten sich Risiken und Chancen in Ihrem Abnehmerportfolio die Waage?
Prüfen Sie die Performance Ihrer Abnehmer mit unserer kostenlosen und professionellen Portfolio-Analyse.
Sprechen Sie uns an. Atradius Kreditversicherung.**

atradius.at



Campaigning Bureau gewinnt Diners Club als Kunden

OLN NEWS, AGENTUREN, FINANZ & IMMO | 01.11.2020

Philipp Maderthaners Agentur sorgt ab sofort für die Repositionierung der ältesten Kreditkarten-Brand der Welt.



Campaigning Bureau-Etat Director Philipp Litzinger, Campaigning Bureau-Geschäftsleitung Kampagnen Stefanie Winkler-Schloffer, DC Bank AG-Abteilungsleiterin Marketing Angelika Zsiedek und DC Bank AG-CEO Florian Schumi © Campaigning Bureau/Sergio Mechelk

Das Team des Campaigning Bureau zählt ab sofort Diners Club Österreich zu seinen Kunden. Philipp Maderthaners Agentur soll für das Kreditkartenunternehmen eine große digitale Kommunikationskampagne mit Schwerpunkt auf Social Media (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, Google Search, Google Display), einen Web-Relaunch, die Digitalisierung des Kartenantrags und die aktive Community-Bildung umsetzen.

Marke soll wieder starker Player in Österreich werden

Ziel sei es, die Brand "Diners Club" kurz- bis mittelfristig am österreichischen Markt zu repositionieren und damit die erste Kreditkarte der Welt langfristig wieder zu einem großen, starken Player in Österreich zu entwickeln, teilt das Campaigning Bureau mit. "Diners Club ist die älteste Kreditkarte der Welt, Historie und Renommee der Marke sind entsprechend hoch. Wir schätzen uns deshalb sehr glücklich, mit dem Campaigning Bureau die Experten und damit vollstes Know-How für die Repositionierung des Diners Club an Bord geholt zu haben und nun langfristig gemeinsam an der Weiterentwicklung arbeiten zu können", ergänzt Florian Schumi, CEO der DC Bank AG.

"Es ist uns eine große Freude, mit Diners Club eine Brand von absolutem Weltrang mitprägen und am österreichischen Markt neu positionieren zu dürfen. Umso erfreulicher ist, dass wir in unserer Zusammenarbeit auch dieselben Werte leben und die Marke mit viel Leidenschaft weiterentwickeln", so Stefanie Winkler-Schloffer, Geschäftsführerin Kampagnen im Campaigning Bureau.

"Feingliedriger Testingstrategien"

In der ersten Phase der Kampagne will das Campaigning Bureau mittels "feingliedriger Testingstrategien" evaluieren, welche Zielgruppen auf welchen Plattformen auf welche Botschaften anzusprechen sind. Die Erkenntnisse aus dieser ersten Phase sollen in einer zweiten Phase wiederum dafür verwendet werden, die eigenen Kommunikationsmaßnahmen zu schärfen und zu optimieren. In einer dritten Phase, die eng mit der zweiten Phase verknüpft sein werde, sollen diese Erkenntnisse einer Bewährungsprobe unterzogen werden. Ziel sei die Stärkung der zentralen Markenbotschaften Exklusivität und Originalität. (as)

www.campaigning-bureau.com

www.dinersclub.at



Kommentar schreiben

Autor:*

Kommentar:*

Sicherheitscode bestätigen:*



* Pflichtfelder.

ABSENDEN

MEISTGELESEN

1 Alfred Schrott verlässt Manner

OLN NEWS, HANDEL, INDUSTRIE, KARRIERE | 20.12.2020

2 Hat McDonald's wegen einem sudernden Wiener die Portionen geschrumpft?

OLN NEWS, MEDIEN, HANDEL, LEADERSNET.TV | 21.12.2020

3 Uber legt Notbremsung in Österreich hin

OLN NEWS, HANDEL, IT, AUTO, TOURISMUS | 17.12.2020



LEADERSNET.TV

LAUTSCHALTEN 🔊



Digitale Weihnachtsfeier MSD Animal Health 2020



NEWSLETTER ABONNIEREN

Sofort verfügbar.



Jetzt gleich informieren und testen



MEHR NEWS



"Tesla führt 5:0 gegen VW"

OLN NEWS, AUTO, ENERGIE & UMWELT | 29.10.2020

Star-Analyst redet mit Top-Managern des deutschen Autokonzerns Klartext.



Coca-Cola HBC Österreich beteiligt sich an preisgekröntem Wiener Start-up

OLN NEWS, HANDEL, IT, TOURISMUS, KARRIERE, STARTUPS | 29.10.2020

Die Gründer haben eine Software entwickelt, die es ermöglicht, in der aktuellen Situation fast den gesamten Gastronomiebesuch digital über das Smartphone abzuwickeln – Mjam-Gründer mit an Bord.



Andreas Gall verlässt Red Bull Media House

OLN NEWS, MEDIEN, KARRIERE | 29.10.2020

Der 56-jährige, langjährige Geschäftsführer von Didi Mateschitz' Medienunternehmen, will "weiterziehen und neue Ziele angehen".

ALLE NEWS →

Anmeldung zu den Daily Business News

E-Mail-Adresse

ABSENDEN

