

Booming – das erste telefongesteuerte Onlinespiel

Unternehmen und Marketingagenturen stehen ständig vor der Herausforderung neue, kreative Wege zu finden, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Gewöhnliche Gewinnspiele und Rätsel bieten oftmals nicht mehr genug Anreiz, um bestehende Kunden zu binden und neue zu gewinnen. Es muss also etwas Neues und Spannendes, ein echter Mehrwert her. Gleichzeitig sollen sich Kosten und Aufwand in Grenzen halten. Hier können Sprachportale aus der Bredouille helfen. Ihr Einsatz im Marketing ist innovativ und bietet spannende und neuartige Möglichkeiten in Kombination mit geringen Kosten und Aufwand. Ein Sprachportal kann allein für sich stehen oder aber im Sinne einer Multi-Channel-Strategie in andere Kanäle wie E-Mail, SMS oder Internet mit eingebunden werden. Besonders reizvoll ist die Kombination Web & Voice, bei der dem Kunden auf neuartige Art und Weise Hör- und Seherlebnis per Telefon und Internet geboten werden.

Verschmelzung von Internet und Telefonie als innovativer Ansatz im Marketing

Cisco nutzte die Möglichkeit, mit dem Einsatz von Sprachtechnologie etwas Außergewöhnliches zu bieten, bereits letztes Jahr zur WM. In enger Zusammenarbeit entwickelten Telenet und die Marketingagentur OgilvyOne Worldwide für Cisco ein flashbasiertes, interaktives Fußballspiel, das zum ersten Mal die Verbindung zwischen Voice und Web, also Telefon und Internet herstellte. Über seine Stimme am Telefon steuerte der Anrufer das Geschehen im Internet. Der Besucher der Website wird zunächst von einer animierten Figur willkommen geheißen. Wählt man die angegebene Nummer, scheint es, als würde man ab dem Zeitpunkt direkt mit der Person sprechen. Ihre Stimme kommt nun nicht mehr „aus dem Bildschirm“ sondern aus dem Telefon. In unterhaltsamen Ton wird der Anrufer akustisch und optisch auf ein Fußballfeld geführt. Lautstärke und Stimmhöhe beim Rufen von „Booom“ bestimmen die Flugbahn des Balles, der ins Tor befördert werden soll. Das Ergebnis seines „Schusses per Stimme“ erlebt der Spieler live am Bildschirm mit. Über Highscorelisten kann er sich mit anderen Spielern messen und durch mehrmalige Anrufe seine eigene Leistung verbessern. Per Voice-Grußbotschaft, die als Mail verschickt wird, kann er Freunde und Bekannte auf das Spiel aufmerksam machen und zum Mitspielen animieren. Das Projekt wurde mit zahlreichen Preisen wie dem Voice Award „Best Voice Campaign 2006“, dem goldenen Cyber Lion in Cannes, dem Deutschen Multimedia Award 2006 sowie verschiedenen Awards des New York Festivals ausgezeichnet.

CISCO Leadagentur OgilvyOne Worldwide beauftragte Telenet GmbH Kommunikationssysteme mit der Umsetzung der Sprachsteuerung und dem Betrieb der Technik.

Anforderungen

- Einsatz eines leistungsstarken Sprachcomputers
- Echtzeitkritische Verknüpfung zwischen der Aktion am Telefon (Booom-Rufe) und der Reaktion im Internet (Bewegung des Balls)
- Virales Marketing über e-cards
- Highscorelisten
- Hostinglösung für zeitlich begrenzte Laufzeit der Aktion

Die Lösung

Für die Umsetzung des Spiels wurde eine komplexe Kommunikationslösung entworfen. Eine leistungsstarke Telenet-Plattform nimmt den Anruf entgegen und kommuniziert mit der lokalen Instanz des Onlinespiels beim Spieler. Für die spezielle Sprachsteuerung haben die Spezialisten von Telenet intelligente Algorithmen entwickelt. Eine besondere Anbindung an das Internet mit aktueller Technik von Cisco sorgt dafür, dass die Aktion am Telefon ohne Zeitverzögerung am Bildschirm umgesetzt werden kann. Die gewählte Hostinglösung bietet generell für Aktionen mit begrenzter Laufzeit die ideale Alternative zum Kauf.

Mit Start der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 in Deutschland fiel der offizielle Startschuss für das erste telefongesteuerte Onlinespiel. Kurze Zeit später ist Booming auch in Frankreich, Kanada und Italien zu spielen gewesen und hielt in Form von Live-Duellen Einzug ins Fernsehen.

„Die Idee zu Booming entstand erst Mitte Januar 2006, sodass die Zeit zur Realisierung des Projektes bis zur WM im Juni relativ knapp bemessen war. Mit Telenet konnten wir den für die Aufgabe optimalen Partner ins Boot holen, der unser CISCO-Team flexibel und kompetent ergänzt hat“, so der bei OgilvyInteractive für CISCO verantwortliche Berater Martin Weber-Schaeuffelen.

Zahlreiche Einsatzmöglichkeiten für Sprachportale im Marketing

Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig: Gewinnspiele, Rätsel, interaktive Hörspiele wie Detektivgeschichten oder Schatzsuchen, Grußbotschaften, interaktive Voice-Spiele oder auch Wettbewerbe. Die Sprachanwendungen können dabei jeweils als reine Telefondialoge oder auch in Kombination mit dem Internet oder anderen Medien wie SMS/MMS oder Fax umgesetzt werden.

Welche Marketingidee auch immer SIE haben – Telenet bietet Ihnen die passende technische Lösung und unterstützt Sie bei der professionellen Umsetzung Ihres individuellen Angebots. Mit unseren Hosting-Services können Sie die erforderliche technische Plattform einfach mieten. Die ist speziell für zeitlich begrenzte Kampagnen die kostengünstige Alternative zum Kauf.