

The image features a 3x4 grid of elevator doors. Each door is set within a metallic frame. Above each door is a small digital display showing either a downward arrow with '1' or an upward arrow with '5'. To the right of each door is a control panel with a red emergency stop button and a call button. The doors in the first and third columns are open, revealing the interior of the elevator car, which is lit and has a handrail. The doors in the second and fourth columns are closed. The text 'THE ELEVATOR PITCH' is written in large, bold, red capital letters across the middle of the grid, centered over the second and third columns.

THE ELEVATOR PITCH

Aufzüge und Innovationen verbinden eine gemeinsame Geschichte – in den 80er-Jahren wurden die besten Ideen im Aufzug gepitcht.

Diese Assoziation gilt es zurückzuholen, um Schindler als Innovator in den Köpfen der Menschen zu verankern.

Als Erfolgsrezept für Elevator Pitches bewährte sich schon immer das AIDA-Modell.

ATTENTION



Aufmerksamkeit
erzeugen

INTEREST



Interesse wecken

DESIRE



Verlangen auslösen

ACTION



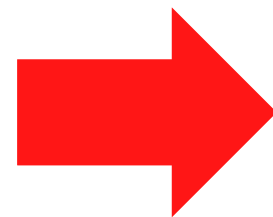
Handlung
provozieren

A | ATTENTION

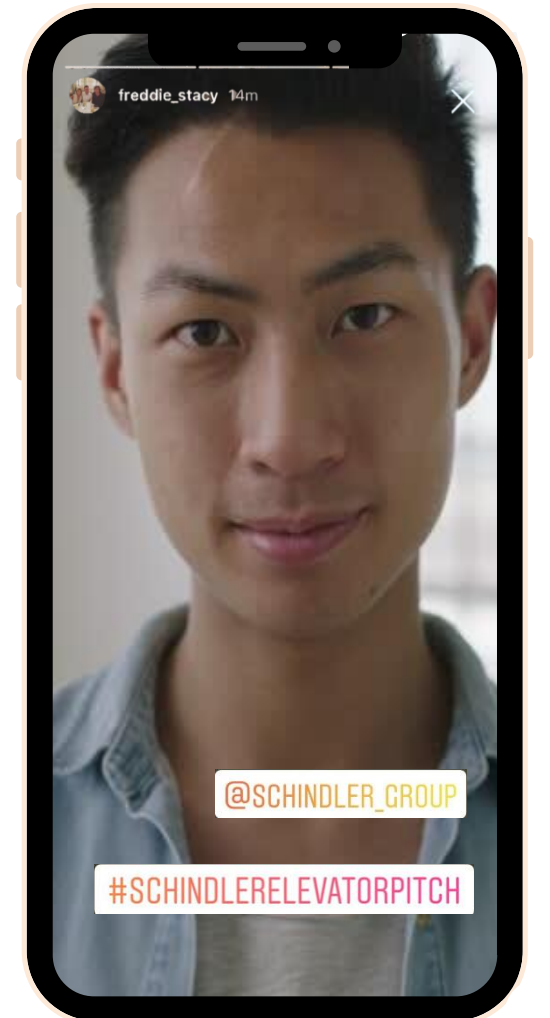
Junge Pioniere werden über Social Ads eingeladen ihre innovativen Ideen über Social Media Stories zu pitchten.

#SCHINDLER ELEVATORPITCH

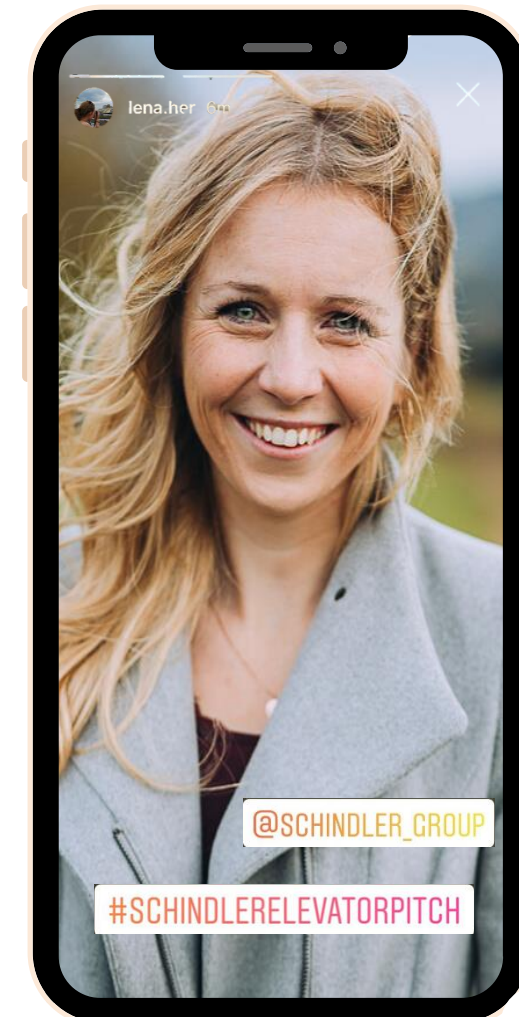
A | Attention



"Hey Schindler, für mich wäre eine App innovativ, mit der ich Kleidung für besondere Anlässe leihen kann."



"Hey Schindler, ich fände eine Plattform für den Face-to-face-Austausch von unterschiedlichen Skills spannend."



"Hey Schindler, wäre es nicht innovativ, wenn AI Verwaltungsaufgaben lösen würde?"

INNOVATOR OF THE YEAR

I | Interest

I | INTEREST

Die besten Ideen werden auf einer Voting Page kuratiert und vorgestellt, welche durch Display Ads und Advertorials beworben wird.

Der Gewinner des Votings wird zum **Innovator of the year – by Schindler** gekürt. Dieser bekommt die Möglichkeit auf das Fifteen Seconds Festival zu fahren und sich dort weiter inspirieren zu lassen.

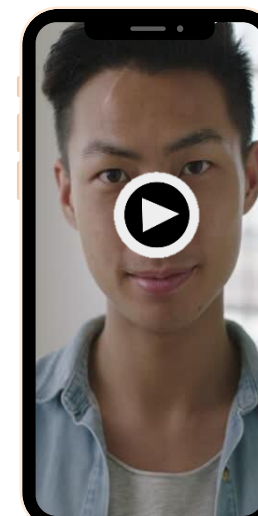
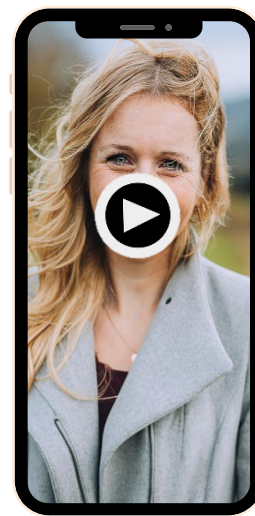


Schindler

#SCHINDLERELEVATORPITCH

Jetzt abstimmen!

Wer wird zum Innovator of the year?



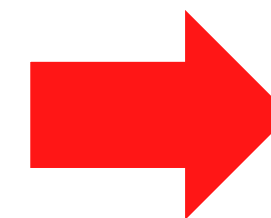
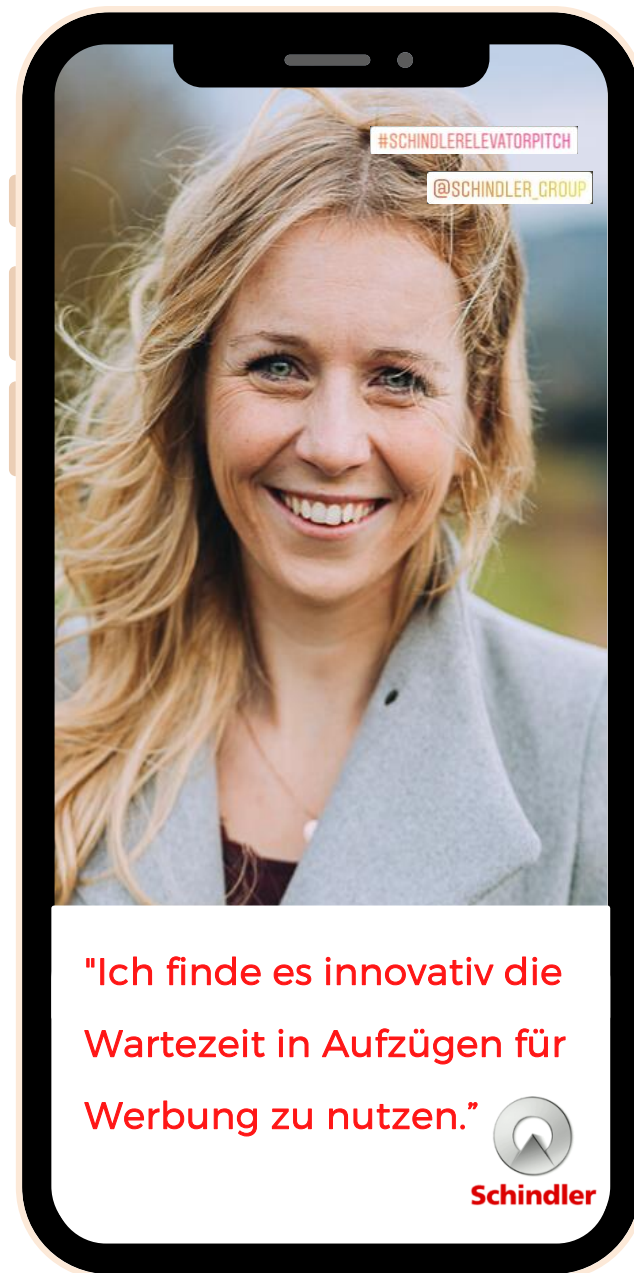
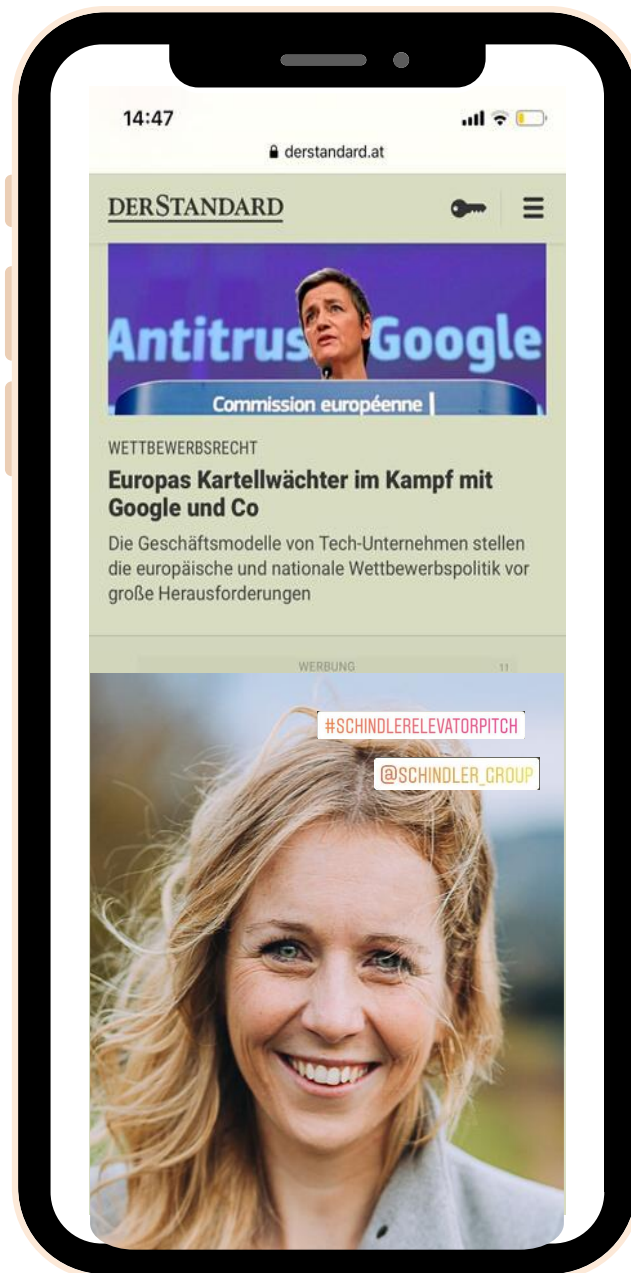
D | DESIRE

Durch den hohen Traffic des Votings können wir die gesammelten Daten mit Business-Tarifdaten von Mobilfunkanbietern fusionieren um ein relevantes Retargeting auf die B2B-Zielgruppe zu schaffen.

Entscheider, die Schindler durch die Journey mit Innovation verbinden, bekommen Ads im gewohnten Look & Feel ausgespielt und werden so über die Technologie und Werbemöglichkeiten von **Schindler Ahead** informiert.

**LET'S TALK
DATA**

D | Desire



**SELL, SELL,
SELL**

A | Action

A | ACTION

Den finalen Sales-Push erreichen wir durch die Search-Ansprache im relevanten Mindset, welche direkt zu Anfragen von Mediaagenturen, Architekten und Marketing-Entscheidern führt.



employer branding beste maßnahmen



[Alle](#) [Bilder](#) [News](#) [Shopping](#) [Videos](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 255 000 Ergebnisse (0,51 Sekunden)



best practice digital ooh



[Alle](#) [Bilder](#) [News](#) [Videos](#) [Shopping](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 24 500 000 Ergebnisse (0,75 Sekunden)



aufzug refinanzierung



[Alle](#) [Maps](#) [Bilder](#) [News](#) [Shopping](#) [Mehr](#) [Einstellungen](#) [Suchfilter](#)

Ungefähr 53 800 Ergebnisse (0,66 Sekunden)

Anzeige · [www.schindler.com](#) > [internet](#) > [mobilitaetsloesungen](#) > [schindler-ahead](#) ▾

Schindler Ahead - Digitale Produkte im Aufzug | Schindler ...

Ob attraktive Angebote, Nachrichten oder unterhaltende Videos: **Schindler Ahead** macht den Lift zur Kommunikationsplattform, die mit Passagieren, Betreibern ...