

TOYOTA FREY OMNICHANNEL-KAMPAGNE

1. KЛАSSISCHE WERBUNG

Klassische Werbung, um schnelle Aufmerksamkeit für die Aktion zu erreichen:

- ✓ Anzeigen in Print
- ✓ Postwurf
- ✓ Hörfunk-Spots
- ✓ POS-Material
- ✓ Aktions-Webseite



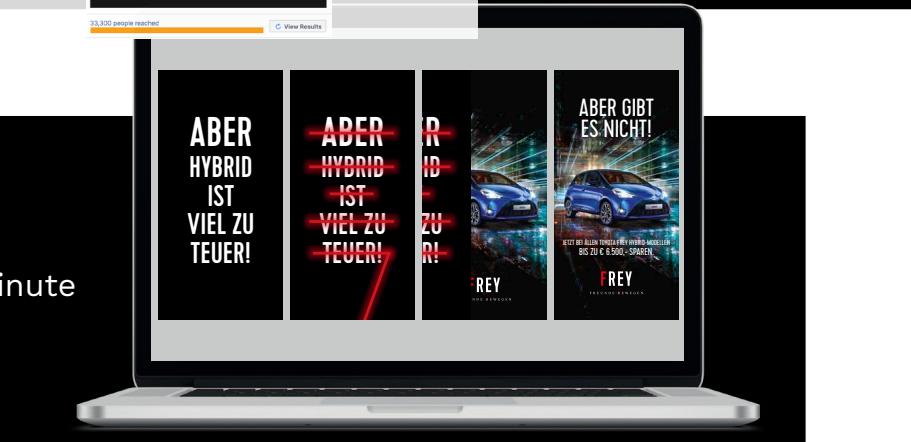
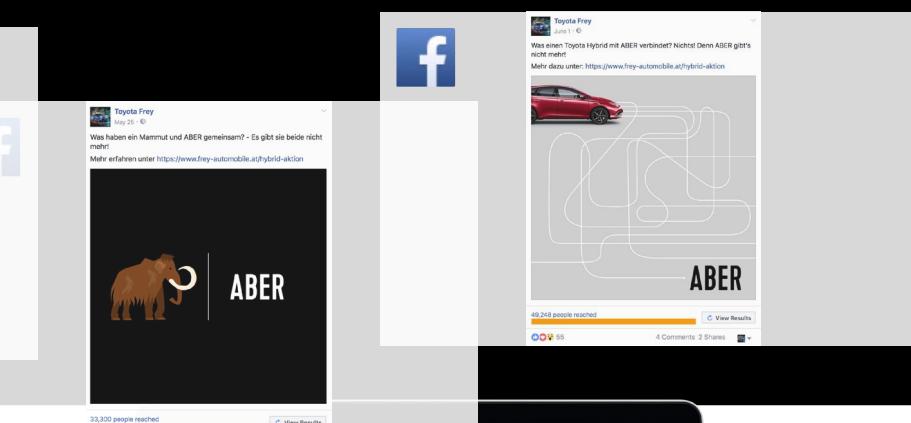
6.000 NEUE WEBSEITENBESUCHER
HOHE SALES CONVERSION RATE
DAVON VIELE NEUE KUNDEN

DAS ERGEBNIS



2. ONLINE & SOCIAL MEDIA

- ✓ 5 Mio. Views
- ✓ 1,49 % CTR
- ✓ Verweildauer auf Aktionsseite: 1 Minute
- ✓ 200 neue Fans auf Facebook



3. DIREKTE KUNDENANSPRACHE

- Kundendatenanalyse und direkte Kundenansprache mit Datenzukauf von „Datenzwillingen“
- ✓ Direct Mail
 - ✓ Online Newsletter

