

FREY

FREUNDE BEWEGEN

## TOYOTA FREY OMNICHANNEL-KAMPAGNE

## DIE AUFGABENSTELLUNG

Hybrid gibt es jetzt bei den Modellen Yaris, Auris, CH-R und RAV4 zum gleichen Preis wie Benzin. Das ergibt in der Kommunikation einen interessanten Preisvorteil von bis zu € 6.500,-. Es gilt, mit dieser Kampagne möglichst viele Autos zu verkaufen sowie neue Zielgruppen anzusprechen.

## UNSERE LÖSUNG

Im Rahmen einer strukturiert angelegten Omnichannel Kampagne wird eine Botschaft quer über alle zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle ausgelobt: „ABER GIBT ES NICHT!“ Denn Toyota Frey schafft das „ABER“ ab. Unter dem Motto „ABER Hybrid ist so teuer....“ – „ABER gibt es nicht“ denn bei Frey gibt es jetzt die Hybrid-Motoren zum gleichen Preis wie Benzin, werden alle Gegenargumente mit ausgeräumt.

## 1. KLASSISCHE WERBUNG

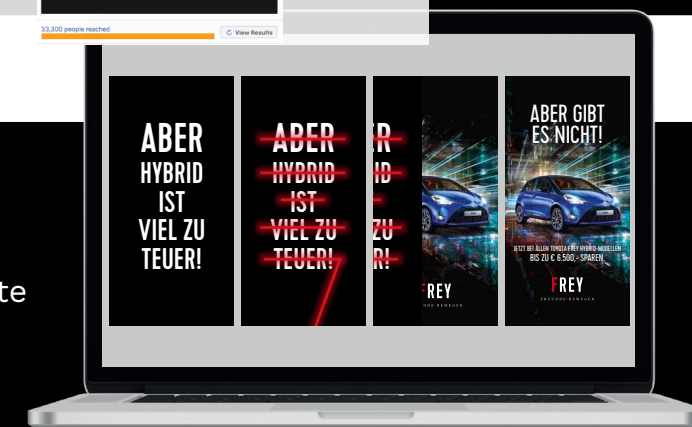
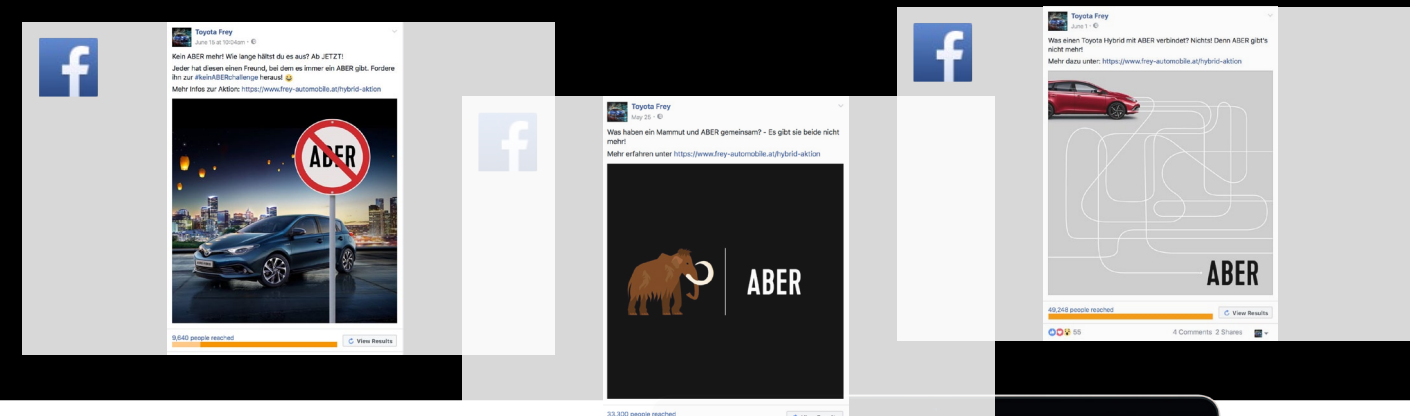
Klassische Werbung, um schnelle Aufmerksamkeit für die Aktion zu erreichen:

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



## 2. ONLINE &amp; SOCIAL MEDIA

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



**6.000 NEUE  
WEBSEITENBESUCHER**

HOHE SALES  
CONVERSION RATE  
DAVON VIELE NEUE  
KUNDEN

DAS ERGEBNIS



## 3. DIREKTE KUNDENANSPRACHE

Kundendatenanalyse und direkte Kundenansprache mit Datenzukauf von „Datenzwilligen“

- ✓ Direct Mail
- ✓ Online Newsletter

