

FIAT - VIDEO MARKETING

Eine Autowerbung ohne Auto? Ja, das geht. Für Fiat setzten wir eine Videokampagne um, in der der Protagonist davon spricht, was er im Leben bereut – und von diesem einen Auto zu schwärmen beginnt. Das Ergebnis: 100.000 Views auf Facebook und um rund 45% geringere Leadkosten.



DIE HERAUSFORDERUNG

Eine aufsehenerregende Videokampagne zur Generierung von Aufmerksamkeit und Leads für den Fiat 124 Spider

Der neue Fiat 124 Spider ist – ebenso wie seine Vorgänger – ein Traumauto. Dabei hat es aber jeder selbst in der Hand, dass sich dieser Traum auch erfüllt. Den entscheidenden Schritt nicht gewagt zu haben, kann später zu Reue führen – genau dieses Gefühl sollte auf humorvolle Weise in Videoform zum Ausdruck kommen. Dabei sollte der Film Aufmerksamkeit auf sich ziehen und auch zur Generierung von Leads zum Einsatz kommen.

UNSERE LEISTUNG

Gemeinsam mit der Agentur zunder erarbeiteten wir das Filmkonzept, und übernahmen dann Produktion und Post-Production des Spots. Darin wird Herbert interviewt, ein Mann, der zumindest seiner Meinung nach alles richtig gemacht hat im Leben: sicherer Job, sichere Wohnung, sicheres Leben. Gefragt, ob er denn irgendetwas bereue, rückt er aber dann langsam mit der Sprache heraus: Dieser Fiat, vor vielen Jahren, den er sich dann doch nicht gekauft hat. Er bricht in Tränen aus. Einblendung: „Herbert hat das Beste verpasst. Sei nicht wie Herbert.“ Zusätzlich zur Produktion des Videos kümmerten

wir uns auch um die Mediaplanung und die zielgerichtete Verbreitung und Bewerbung des Videos auf Facebook und YouTube.

DAS ERGEBNIS

Über 100.000 Views auf Facebook

740.000 Impressions auf YouTube

45% geringere Leadkosten

View Through Rate von bis zu 50%

DAS VIDEO: FIAT 124 SPIDER

Wir fragen: Was bereuen Sie? Herbert antwortet: Nichts! Obwohl, da war dieses Auto...

<https://www.pulpmedia.at/referenzen/ fiat/ fiat>