

Blick nach vorne

Mindshare legt das Mediaplanungs-Level für den Ford Kuga Plug-in-Hybrid-Launch hoch.

WIEN. Ford richtet mit der Markteinführung des neuen Ford Kuga Plug-in-Hybrid im Frühsommer 2020 den Blick konsequent nach vorn. Mittlerweile in dritter Generation gebaut, gibt es das seit 2008 erhältliche SUV nun auch in einer Version als Plug-in-Hybrid. Für das Unternehmen Ford ist es der wichtigste Launch des Jahres.

Ein Ansporn für Mindshare, die Latte hoch zu legen und die Komplexität, den richtigen User zum richtigen Zeitpunkt am passenden Ort und in einer empfänglichen Nutzungssituation zu erreichen, mit einer Omnichannel-Mediaplanung auf die Spitze zu treiben. Das

braucht eine sehr gute und enge Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber Ford, der Kreativagentur Wunderman Thompson und Direct-Agentur Sattler-Eichinger, um den besten Einsatz der Tools, abgestimmt auf die Kriterien, zu gewährleisten.

Markenrelevanz & Awareness
Dem Autokauf geht immer ein sehr lang andauernder Prozess voraus. „Die hohe Markenrelevanz und starke Awareness sind bei Ford die Basis für eine erfolgreiche Digitalstrategie bis hin zur Leadgenerierung innerhalb der geplanten Omnichannel-Mediastrategie“, sagt Ursula Arnold, CEO Mindshare.

© Nuno Felipe Oliveira



Für Ford

„Die Kampagne greift die aktuelle Sehnsucht, sich wieder etwas zu gönnen, intelligent auf“, so Ursula Arnold.

„Durch die gezielte Nutzung von Technologie, Daten und Zielgruppen-Erkenntnissen stellen wir den einzelnen Interessenten und nicht die Masse in den Mittelpunkt der Planung.“ Das greift die aktuelle Sehnsucht, sich wieder etwas zu „gönnen“, intelligent auf. Die konzentrierte Launch-Kampagne mit Auftakt Mitte Juni

und einer Laufzeit bis Mitte Juli legt für den Image- und Reichweitenaufbau einen starken Fokus auf TV, Print und OOH. Die programmatische Kampagne steigert online die Effizienz der Werbemaßnahmen und trägt neben Direct Marketing-Maßnahmen und Social Media noch stärker zur Zielerreichung bei.

www.mindshare.at

GMX.AT IHR QUALITÄTS- PORTAL

- Bestnoten bei Viewability, Ad Fraud und Brand Safety
- Höchste Datenqualität dank ID-basierten First-Party-Daten
- Hohe Reichweite und intensive Nutzung

www.united-internet-media.at

