

Das unbekannte Wesen – „Neukunde“ in der Nachbarschaft

Unpersonalisierte Kundenansprache für Automobilhändler mit dem a+s GeoKit

Bereich
Geomarketing

Eingesetzte Instrumente



a+s GeoKit

Unternehmen



Unternehmensfakten



Gründung
1862



Mitarbeiter
35.600



Verkauf
> 1 Mio.
Fahrzeuge



Kategorie
Automobil-
Hersteller

1 Ausgangssituation

Ein großer Teil der Informationsbeschaffung passiert heute im Internet. Tatsächlich gekauft wird nach wie vor – besonders bei größeren Investitionen – beim Händler des Vertrauens. Dazu muss man sich kennen. Der künftige Kunde den Verkäufer und der Verkäufer den Kunden. Große Neukundenpotenziale liegen oftmals in der unmittelbaren Nachbarschaft. Doch wie erreicht die Botschaft den potenziellen Kunden, den man nicht kennt?

2 Aufgabenstellung

Über 1.000 Opel-Händler sollen eigenständig Auflage und Verteilgebiete für die unpersonalisierte Kundenansprache mit dem Medium „Opel Aktuell“ um ihre Standorte planen und das individuelle Werbemittel verteilen lassen.

3 Zielsetzung

- Visuelle Planung
- Planung auf Ortsteilebene
- Ansichten von Überschneidungen
- Automatisiertes und manuelles Planen
- Einbinden von Preisangaben
- Einbinden in ein vorhandenes Print-Kampagnensystem

4 Besondere Herausforderung

- Keine einheitliche Daten-/Verteilgebietsstruktur
- Verteildaten entsprechen nicht den allgemeinen erhältlichen Haushaltsdaten/ Wohnquartierdaten
- Ständige Änderungen der Verteildaten

5 Lösung & Umsetzung

Die Eigenentwicklung a+s GeoKit erreicht als einzige Technologie am Markt die formulierte Zielsetzung: Aus dem vorhandenen Datenmaterial die Funktionsanforderungen, siehe Punkt 3, mit angemessenem Entwicklungsaufwand zu ermöglichen.



6 Ergebnis

Der Einsatz des a+s GeoKit führte zu Prozesskosteneinsparungen, gewährte Budgettransparenz in Echtzeit und machte überschneidungsfreie dezentrale Planungen bzw. eine dezentrale Planung mit definierter Anzahl an Überschneidungen möglich.

OPEL AKTUELL ist ein erfolgreiches Medium für Händler-Events und Präsentation neuer Autos, bestätigt durch die Marktforschungstudie des unabhängigen Instituts Weigel GmbH zur „Unadressierten Prospekt- und Beilagenverteilung“. Die Verteilqualität von a+s GeoKit lag mit 88,78 % über dem Benchmark.



Auszug aus der Marktforschungstudie „Unadressierten Prospekt- und Beilagenverteilung“

7 Feedback Unternehmen

Johannes Gayer, Leiter zentrales Marketing,

AVAG Holding SE, einer der größten Opelhändler mit über 15 Opelhäusern

„Wir arbeiten gerne mit der a+s DialogGroup zusammen, weil die komplette Abwicklung sehr professionell und reibungslos abläuft.“

Laura Komor, Referentin für Kommunikation bei Adam Opel AG

„Über das neue a+s GeoKit ist die Planung und Abwicklung für die Händler und für das Handelsmarketing einfacher, transparenter und schneller geworden“

Roland-Alexander Schimaneh, Teamleiter Kommunikation bei Adam Opel AG

„Das a+s GeoKit erweitert für uns die Möglichkeiten im Bereich „unpersonalisierter Werbung/Haushaltsverteilung. Durch die flexible API-Schnittstelle, konnte das System problemlos in unser Gesamtmarketingportal eingebettet werden.“