



Kontrollierte Beschleunigung in der Kontaktaufnahme

E-Mail-Marketing kombiniert mit Regiotargeting für Offlinemarketing-Maßnahmen

Bereich

E-Mail-Marketing
Geomarketing

Eingesetzte Instrumente



a+s GeoKit



a+s PerformanceHub

Unternehmen



Unternehmensfakten



Gründung
1944



Mitarbeiter
50.000



Jahresumsatz
926 Mio. Euro



Kategorie
Automobile

1 Ausgangssituation

Seit seiner Gründung 1944 hat Kia Motors wesentlich zum Aufbau und zur Entwicklung der Automobilindustrie in Korea beigetragen. Zusammen mit seiner Schwestermarke Hyundai ist Kia Motors heute der fünftgrößte Automobilhersteller der Welt. In der Entwicklung umweltfreundlicher Fahrzeuge mit den neuesten Technologien und eigenständigem, erstklassigem Design sieht Kia Motors die größte Herausforderung. Daher investiert der Automobilhersteller jährlich mehr als fünf Prozent des Umsatzes in Forschung und Entwicklung.

Die Entscheidung für ein ganz bestimmtes Modell eines bestimmten Automobilherstellers fällt nicht vom Himmel. Die „Probefahrt“ ist das attraktive und direkteste Angebot um Leads zu generieren, Noch-Nicht-Kunden zu Interessenten und diese zu Käufern zu machen.

2 Aufgabenstellung

Messbar effiziente Generierung von Leads für Probefahrten verschiedener Kia-Modelle über Online-Kanäle.

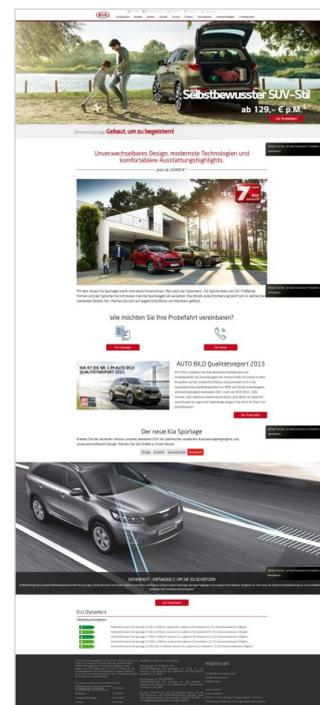
- Test des Onlinemarketing-Kanals „E-Mail“ zur kostengünstigeren Interessentengewinnung
- Kurzfristige Umsetzung, um Sales-Push zu erzeugen
- Abstimmung auf die Launches von neuen Kia-Modellen

3 Umsetzung & Lösung

- Analyse: Wo sitzen die Opener der E-Mail-Kampagnen?
- Regiotargeting mit Offlinemarketing-Maßnahmen mittels a+s GeoKit
- Programmierung Newsletter / Landingpages (2 Varianten: pragmatisch vs. emotional)
- Anbindung der Werbemittel auf kia.com zur Übertragung der generierten Leads
- Mediaplanung
- Kampagnenmanagement



Newsletter



Landingpage „emotional“

4 Besondere Herausforderung



Visualisierung Online-Opener (Interessenten) für anschließende Offline-Kampagne

5 Ergebnis Online-Kampagne in Zahlen

Zeitraum: Dezember 2015
Volumen: 1.35 Mio. Kontakte
Öffnungsraten Ø: >24 %