

## ALFA ROMEO HAS BEEN PIMPED! DAS SAGEN DIE PARTNER:

"Die gemeinsam mit der Österreichischen Post AG umgesetzte Dialogmarketing-Kampagne hat unsere Erwartungen weit übertroffen."

Die Responsewerte waren durchwegs sehr hoch und so konnten wir unseren Händlern zahlreiche hochqualifizierte Leads liefern."

*Elisabeth Rössler  
Brand Marketing Communication  
Manager Jeep & Alfa Romeo*



"In dieser Kampagne für die neue Giulia hat Alfa Romeo uns ermöglicht, alle Register unserer Daten- und Dialogmarketing-Kompetenz zu ziehen. Vom Kampagnenkonzept und fundierten Zielgruppen-Profiling über den crossmedialen Mediamix bis hin zum Live Mediamonitoring und Leadmanagement wurden alle Komponenten ideal aufeinander abgestimmt und führten damit zu einem außergewöhnlichen Ergebnis. Besonders schön finde ich den 360 Grad Anspruch dieser Kampagne, jeder Lead wurde individuell nachbetreut. Auch die Ausspielung des Trostpreises – eine 24 Stunden Probefahrt – an diese große Anzahl an Leads konnte mittels Leadqualifizierung ideal gelöst werden."

*Markus Digruber  
Dialog Marketing Consultant  
Österreichische Post AG*



"Wir sind stolz, gemeinsam mit Alfa Romeo und der Österreichischen Post AG die Dialog-Marketing Kampagne „Testpilot“ umgesetzt zu haben. Das Zusammenspiel in diesem Dreiergespann war sehr gut, was sich auf die Umsetzung entsprechend ausgewirkt hat. Unser persönliches Highlight: mützlich der Lead-Entwicklung zusehen zu können."

*Slavko Pejic, CCO  
mama said no®  
The Troublemakers' Agency  
Werbebes.m.b.H.*



# PIMP My Campaign!

Powered by DMVÖ



ALFA ROMEO GIULIA  
„BEWERBEN SIE SICH  
ALS ALFA ROMEO  
TESTPILOT“

Crossmediale,  
mehrstufige Dialogkampagne

**Optimieren auch Sie Ihre Kampagnen, steigern Sie Ihre Umsätze und stärken Sie Ihre Kundenbindung!**  
Pimp Your Campaign – Direct Media wirkt



**mama  
said no®**



office@dmvoe.at  
www.dmvoe.at



**mama  
said no®**



## PIMY MY ALFA ROMEO GIULIA TESTPILOTEN BEWERBUNG

Alfa Romeo baut seit über 105 Jahren außergewöhnliche und sportliche Automobile für Autofahrer mit dem besonderen Geschmack. Die Alfa Romeo Giulia knüpft mit

herausragendem Design und hoher Fahrdynamik nahtlos an diese Tradition an.

### Die Fragestellung:

Hot Leads für die Alfa Romeo Giulia generieren, qualifizieren, segmentieren und individuell nachbetreuen - ist das machbar?

### Das „Pimping“:

Crossmediale Dialogmarketing-Kampagne mit Direct-Mail, zentraler Landingpage, Lead- und Kampagnenmanagement sowie mehrstufigem Follow-up.

Mediamix:

**PRINT** – XL Postkarte, adressiert an 3 unterschiedliche – im Profiling / Scoring Verfahren ermittelte - Zielgruppen. Zur segmentierten Auswertung wurde für jede Zielgruppe eine eigene Landingpage-URL definiert.

**NEWSLETTER** – Zusätzlich zum Print Mailing wurden 40.000 E-Mail User adressiert. Nicht-Öffner und Öffner des ersten E-Mailings wurden in einer zweiten Welle nochmals adressiert.

**ONLINE** – Sehr breit ausgespielt wurde eine Slideshow im Kuvert Digital Bannerformat und lieferte wichtige Erkenntnisse zur aktivierbaren Zielgruppe

**FACEBOOK** – Auch die Fan-Community wurde mit einem Posting auf der Fan-Page sehr erfolgreich in die Kampagne integriert

### Das Ziel:

1.000 qualifizierte Leads generieren

## DIE OPTIMIERUNGSMASSNAHMEN IM ÜBERBLICK:

Die Bewerber zum Alfa Romeo Testpiloten haben sich zentral auf einer Landingpage registriert. Jeder Lead wurde vom Kampagnen-Tool der Post live validiert und mit Tiefeninfos angereichert. Auf dieser Basis konnte eine Leadsegmentierung in Bestandskunden, High Potentials und sonstige Leads realisiert werden. Im mehrstufigen Follow-up wurde der Trostpreis an alle Teilnehmer gestaffelt ausgespielt, um den Händlerpartnern die zeitgerechte Abarbeitung zu ermöglichen.

- ... Zielgruppenidentifizierung via Profiling- / Scoringverfahren (alternativ zur bisherigen Vorgehensweise der subjektiven Zielgruppenbeschreibung)
- ... Erweiterung der Reichweite des Direct Mailings um E-Mailings, Social Media und Online Werbung
- ... Wir suchen Testfahrer und aktivieren damit nur tatsächliche Interessenten

- ... Intensives Split-Testing vor Versand der E-Mailings
- ... Crossmediales und segmentiertes Follow-up. Je nach Leadsegment Preislisten- oder Katalogversand sowie in Tranchen gesplittetes, zweistufiges Trostpreis-E-Mailing

## DAS ERGEBNIS:

### Trostpreis-Mailing:

Alle 3.500 Leads mit Ausnahme der Gewinner haben als Trostpreis eine 24 Stunden Testfahrt angeboten bekommen. Die Verständigung wurde priorisiert nach Lead-Qualität in mehreren Wellen verschickt.

### Responsewerte:

- 3.422 Leads (340% Zielerreichung)
- 11.000 Stammkundenmailings: 4,1 % Response
- 28.000 Potentialkundenmailings: 1 % Response
- 4.200 E-Mailings an Alfa Romeo Community: 12 % Response
- 41.000 E-Mailings an Post Community: 2,6 % Response
- 3.000 Kuvert Digital Kontakte: 4,5 % Response
- 26.900 Facebook Fans: 1,7 % Response
- 1.722 Probefahrtvereinbarungen (50% der Leads)
- 42 Verkäufe (2,5% der Probefahrtkontakte) bis dato
- 50% Neukunden

## „PIMP MY CAMPAIGN!“

- ... ist die große Kampagnen-Optimierungs-Aktion des DMVÖ.
- ... bewirkt raschen wirtschaftlichen Erfolg in herausfordernden Zeiten.
- ... führt zu einer klar messbaren Steigerung von Response und Umsatz für die beteiligten Unternehmen.
- ... bietet ausgewählten Unternehmen die Möglichkeit, ihre Dialog-Kampagnen durch gezielte Ansprache zu optimieren.



### Kampagnenthema:

Auflage:  
Kampagnenzeitraum:

### Alfa Romeo Giulia Testpiloten gesucht

ca. 100.000 Personen in 4 Leadkanälen  
Juli – September 2016

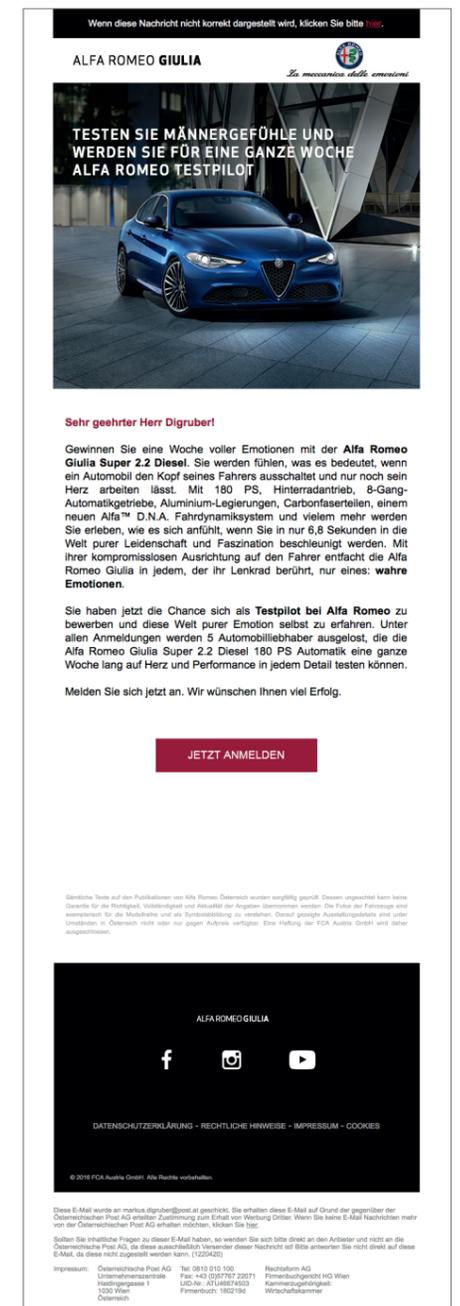
### Die Erfolgs-Messung:

Bewerbungen je Leadkanal

### XL Postkarte



### Newsletter



### Online - Slideshow

