

Integrierte Kampagne für Hella Gutmann



Kunde

Hella Gutmann Solutions GmbH, Ihringen

Verantwortlich

Uwe Neff (Head of Marketing), Moritz Daum (Creative Media), Andreas Schillinger (Creative Media), Tim Faißt (Organisation Events und Messe), Linda Bubic (Creative Media)

Agentur

wob AG, Viernheim

www.wob.ag

Verantwortlich

Matthias Specht (Co CEO), Kevin Diemer (Senior Expert Integrated Communication), Andreas Stundebek (Executive Creative Director), Ina Struebel (Senior Copywriter), Markus Morawski (Senior Art Director)

2. Agentur

Team Beinert GmbH, Teningen

Verantwortlich

Alexandra Beinert (Chief Creative Officer Film + Media + Managing Partner), Michael Mattausch (Chief of Operations Event + Live B2B/B2C), Thomas Klotz (Project Manager 3D Visualising)

AUFGABENSTELLUNG

Der mega macs X ist das neue Kfz-Diagnosegerät von Hella Gutmann Solutions. Als „All-in-one Car Translator“ erleichtert dieser die Multimarkendiagnose für Fahrzeugnutzer sowie Werkstätten durch zahlreiche Individualisierungsmöglichkeiten. Die Herausforderung bestand darin, trotz dem Entfallen vertriebsrelevanter physischer Events und einer eher investitionsstarken Branche einen erfolgreichen Produktlaunch auf die Beine zu stellen.

Um dieses Ziel zu erreichen, durfte wob das Unternehmen bei einer integrierten Launch-Kampagne zur Einführung des mega macs X sowie der Produktpräsentation als „Headliner“ beim neu geschaffenen digitalen Event unterstützen.

ZIELSETZUNG

Für die erfolgreiche Markteinführung des mega macs X galt es, 3 Ziele zu erreichen. So war es wichtig, das Produkt zuerst in den Köpfen der Zielgruppe zu verankern und die Vorteile des mega macs X im Markt zu platzieren – inklusive Bestandskundenkommunikation und Leadgenerierung. Und da sich ein Produktlaunch an Verkaufszahlen misst, musste zu guter Letzt das Vertriebsteam mit den nötigen Zielgruppeninformationen versorgt werden.

STRATEGIE

So wurde eine 3-stufige Kampagne entwickelt, die sich an den genannten Zielen orientierte.

Phase 1 – Awareness-Kampagne

Der mega macs X wurde dem Werkstattpublikum hauptsächlich in klassischen und breit gefächerten Werkstatt-Fachmedien (PAID) vorgestellt. Vor allem die neue, differenzierende Produktszenierung verankerte das Produkt in den Köpfen der Zielgruppe.

Eine Google-AdWords-Kampagne fing das so gesteigerte Suchvolumen auf.

Phase 2 – Bewerbung Event und Leadgen

Um den Wegfall physischer Veranstaltungen zu kompensieren, erblickte eine virtuelle Alternative das Licht der Welt. Aufgrund der eher traditionellen Zielgruppe zunächst mit unklarem Interesse.

Um eine höhere Anmeldequote zu erreichen, wurden für die zugehörige Kampagne zunächst weitere digitale Kanäle in den bisherigen Media-Mix mitaufgenommen. Auch sollte ein Medienbruch vermieden werden. Beworben wurde das Event mit starkem Fokus auf Owned-Kanälen. Vor allem die Einladungen via E-Mail-Marketing generierten einen Großteil der Anmeldungen.

Phase 3 – Nurturing und Vertriebsunterstützung

Das neu eingeführte Marketing-Automation-Tool Evalanche half dabei, durch regelmäßige Kontaktaufnahme die Spannung bis zum Event hochzuhalten und so eine hohe Teilnahmequote zu erreichen. Die so etablierte Marketing Automation konnte in der Post-Event-Kommunikation für weiteres Nurturing genutzt werden.

Kommunikation Phase 1 – Awareness für den mega macs X

Für freie Werkstätten wird es immer schwieriger, alle Marken/Fahrzeugtypen abzudecken. Diagnosegeräte sind teuer und Lizenzmodelle kompliziert. Eine Multimarkendiagnose sollte viel einfacher sein. Der mega macs X ist der flexible All-in-one Car Translator, der durch sein einzigartiges innovatives Aussehen die Zielgruppe in seinen Bann zieht. So entstand die Kernidee:

Extrem flexibel: mega macs X

Das ist die Revolution der Fahrzeugdiagnose: Der mega macs X bringt durch sein außergewöhnliches Design eine nie da gewesene Entscheidungsfreiheit und Flexibilität in die Werkstatt.

Durch hochwertige 3-D-Renderings und das Spiel mit Lichtkanten wurde die Schönheit des Produktes in Symbiose mit dem technischen Anspruch maximal transportiert. Das Messaging fokussiert sich auf die ästhetischen Produktabbildungen aus verschiedensten Perspektiven. Auf der unteren Ebene kommunizieren wir die Benefits: maximale Flexibilität und Konnektivität.

Kommunikation Phase 2 – virtuelles Event: die #ZUHAUSMESSE Werkstattshow

Neben dem mega macs X als Headliner wurde Lina van de Mars (bekannt aus den TV-Sendungen „Mein neuer Alter“ oder „GRIP – das Motormagazin“) als bekannte Größe im Markt für die Moderation des Events engagiert und in die Eventkommunikation auf-



Hella Gutmann Werkstattshow

genommen, um dem Werkstattpublikum noch mehr Anreiz für die Teilnahme am digitalen Event zu geben. Mit der Integration von Lina van de Mars in die Kommunikation wurde das ungewöhnliche Produktdesign zu einem neuen, starken Keyvisual.

Am 19.05.2021 war es dann soweit. Über die letzte Mail vor dem Event wurde der entsprechende Link zum Event versendet. Live moderiert von Lina van de Mars wurden die Hella Gutmann Neuheiten rund um den mega macs X über 1.000 Teilnehmern vorgestellt.

CASE SUMMARY

Die Folgen der Pandemie sowie die investitionsscheue Werkstatt-Branche stellten den Produktlaunch des neuen Diagnosegeräts mega macs X vor einige Hürden. Die Lösung: neue digitale Umsetzungen und eine für die Zielgruppe bisher einzigartige integrierte Kampagnen-Experience.



Anzeigenmotiv



Beispiele aus der Online-Kampagne

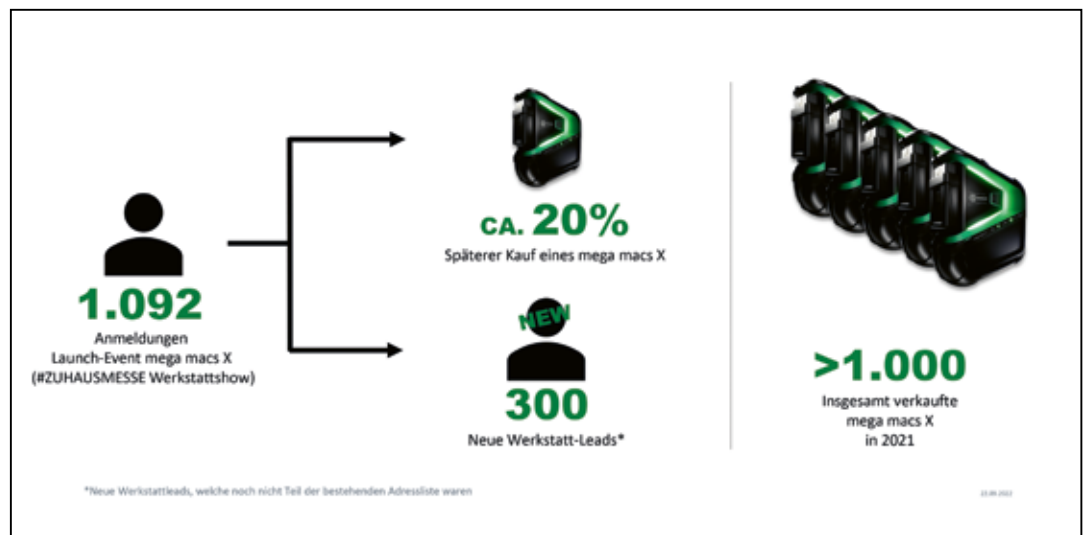
ERGEBNISSE

Für den mega macs X wurde mit neuen digitalen Lösungen eine integrierte Kampagnen-Experience geschaffen, die für Unternehmen und Zielgruppe einzigartig war. So konnte Hella Gutmann trotz allem einen erfolgreichen Launch feiern und das neue Produkt in das relevante Set vieler Werkstätten integrieren.

Auch das neue digitale Event konnte neben hohen Anmelde- und Teilnahmequoten auch ca. 300 neue Leads generieren, die einen entscheidenden Anteil an den Verkaufszahlen in 2021 hatten.

Uwe Neff, Head of Marketing, Hella Gutmann Solutions GmbH, bringt es auf den Punkt:

„Nie zuvor wussten Messebesucher vorab so viel über ein Produkt und seine Vorteile. Der mega macs X war allen ein Begriff. Das hat die Vertriebsgespräche auf der Messe immens vereinfacht.“



Ergebnisse der Launchkampagne mega macs X 2021



Mehr über den Case erfahren