

Werbung schnell und günstig buchen



Top Angebote



Außenwerbung



Radio



Print



Online



Mobile



TV



Kino

Beispielkampagnen
Automobile-Branche

crossvertise ist bekannt aus



Briefing

Ziel: Neukundengewinnung und Kundenbindung – Bewerbung Modelleinführung

Besonderheit: Werbemittel werden vom Konzern vorgegeben und Werbung wird durch Werbekostenzuschüsse unterstützt. Medienauswahl vom Konzern vorgegeben

Zielgruppe:

- Bestandskunden und Neukunden im Zielgebiet
- Autofahrer mit hoher Ausgabebereitschaft, vor allem männlich Alter 30 – 64
- Überdurchschnittlich hohes Haushaltsnettoeinkommen (HHNE)

Regionaler Fokus: Es bestehen Absprachen mit anderen Autohäusern in der Region, das Vertriebsgebiet ist nach PLZ-Gebieten aufgeteilt

Zeitlicher Fokus: Frühjahr und Frühsommer

Budget: 20.000 € initial, danach 5.000 €/Monat

Kampagnendetails

Außenwerbung

Plakatwerbung (Plakatmotive werden vom Konzern zur Verfügung gestellt)

- Mehrere Zeiträume à 10 Tagen, dazwischen je 10 Tage keine Belegung
- Wechselnde Motive, um Abnutzung entgegen zu wirken
- Hochwertige Flächen
 - an Hauptverkehrsstraßen
 - an Supermärkten
 - am öffentlichen Nahverkehr (S-Bahn-Haltestellen)
 - in Wohngebieten mit hohem HHNE

Radiowerbung (Spot wird vom Autohaus erstellt)

- Auf Sender mit optimaler Abdeckung des Vertriebsgebiets
- Schaltungszeitraum 2 Wochen
- 5 Spots/Tag
- Belegung der “Drive-Time”, um Autofahrer zu erreichen
- Ergänzung mittags und am Samstag (schwerpunktmäßiger Besuchstag im Autohaus)

Kampagnendetails

Kinowerbung

- Spot-Schaltung (Kino-Spot wird vom Konzern vorgegeben, Allonge am Ende weist auf Autohaus und Filialen hin)
 - Schaltung in mehreren Kinos im Einzugsgebiet, alle Säle, alle Filme
 - Kontaktbasierte Buchung, Abrechnung nach tatsächlichen Kinobesuchern
 - Schaltungsdauer abhängig davon, wann errechnete Kontakte tatsächlich erzielt sind
- Werbung auf Eintrittskarten

Online -Präsenz

- Schaltung von Google Adwords Werbung (bezahlte Suchanzeigen)
- Laufzeit 6 Monate
- Geotargeting auf gewünschtes Gebiet
- Abrechnung CPC-Basiert (nach Klicks)

Printwerbung (Print-Motive werden von Konzern vorgegeben)

Platzierung von Anzeigen in der Tageszeitung

- Wochenendausgabe, gesamt 12 Schaltungen
- KFZ-Teil
- 3 Wellen à 4 Schaltungen
- Wechselnde Motive, um Abnutzung entgegen zu wirken

Ablauf

- Start mit Google Adwords, erster Aushang Plakat, Start Radiowerbung (schneller Aufbau von Kontakten in der Zielgruppe)
- Nach Ende Radiowerbung 2 Wochen Pause, dann Start Kinowerbung (nach Kontaktaufbau jetzt emotionale Aufladung)
- Printwerbung in drei Wellen: Je 4 Schaltungen hintereinander, 2 Wochen Pause, je Welle Motivwechsel (regelmäßige Erinnerung bei der Zielgruppe Autointeressierte)
- Plakatwerbung in mehreren Wellen, je Welle 2 Motive, die abwechselnd auf den Flächen geklebt werden (regelmäßige Erinnerung bei der Zielgruppe Autofahrer)

CROSSvertise GmbH



Königinstraße 59 | 80539 München

Tel.: +49 (0)89 452145-130

Fax: +49 (0)89 452145-139

info@crossvertise.com

www.crossvertise.com



Ihr Ansprechpartner

Julien Swoboda