



© W1 (2)

Hilfsmittel

Emanuel Brandis, Managing Partner, und Andrea Bouvier, Business Unit Manager Agency Series, setzen auf technologische Unterstützung

Die auf eigene Initiative entwickelte Plattform wurde nach einer knapp einjährigen Entwicklungszeit erstmals heuer bei der Vienna Autoshow präsentiert. Sie ermöglicht den Vergleich aller 425 am österreichischen Markt vertretenen, aktuell angebotenen Automodelle. Das Herzstück ist die unabhängige Suchfunktion, die anhand unterschiedlicher Kriterien wie Antriebsart, Größe oder Verbrauch die Verfügbarkeit passender Modelle identifiziert.

Maßgeschneidert

W1 bietet Kunden individualisierte Dialog-Marketing-Tools.

marken, für die W1 bisher tätig ist, befindet sich seit Kurzem auch die gesamte PSA-Gruppe, für die W1 ein maßgeschneidertes Dialog-Marketing-Tool entwickelt hat. „Die Herausforderung dabei war, dass nicht nur von der PSA-Zentrale Kampagnen gesteuert werden können, sondern auch alle teilnehmenden Händler über eine simple und intuitiv bedienbare Oberfläche selbst personalisierten Dialog-Marketing-Kampagnen teilhaben können“, führt Bouvier aus.

Keine Off-The-Shelf-Produkte

Der Vorteil solcher individuell entwickelter Lösungen liegt auf der Hand: „Warum soll man umständlich ein Standard-Off-The-Shelf-Produkt an viele Gegebenheiten anpassen, wenn man mit dem gleichen Aufwand eine perfekt passende Software individuell entwickeln kann, die alle Anforderungen des Kunden in Richtung Funktionalität, Schnittstellen und Sicherheit erfüllt? Unsere Kunden haben die volle Kontrolle über Botschaften, Angebote sowie Kostentransparenz. Nach Abschluss einer Kampagne legen digitale Analysemethoden den Grundstein für das nächste Marketing Projekt“, resümiert Brandis.

Starker Automotiv-Sektor

Die primär nicht kommerziell orientierte Plattform rundet das Leistungsspektrum von W1 ab. Besonders im Automotiv-Bereich setzt die Agentur auch für zahlreiche Kunden datengetriebene CRM-Lösungen um. „Der starke Background im Automotiv-Bereich hat W1, als Top-3 Dialog-Agentur in Österreich, auch zum Marktführer innerhalb dieser Branche gemacht“, erläutert Brandis. Zu den vielen Auto-

mieren, denn wer behauptet, dass Technologie keinen Spaß machen darf, irrt. Der gleiche Enthusiasmus, der Start-ups befeuert, sorgt bei W1 täglich für die Motivation, neue Wege zu gehen und Ungewöhnliches einfach einmal auszuprobieren“, führt Businessunit-Managerin Agency Services Andrea Bouvier aus. Ein Beispiel für diese neuen Wege stellt die Auto-Vergleichsplattform ‚Go!Drive‘ dar.

”

Zeitgemäßes Marketing erfordert ein gemeinsames und paralleles Arbeiten der verschiedenen Abteilungen.

Emanuel Brandis
W1 Omnichannel Marketing

“