



© W1 Omnichannel Marketing

Für den Kunden Stellantis hat W1 Omnichannel Marketing ein innovatives Dialogmarketing-Tool entwickelt.

Frühlings-Check

Mit einem speziell für die Autoindustrie entwickelten Tool ermöglicht W1 hochpersonalisiertes Dialogmarketing.

•• Von Sascha Harold

WIEN. Die Stellantis-Gruppe, zu der Marken wie Opel, Peugeot, Citroën, Alfa Romeo und Fiat gehören, lädt ihre Kunden zum Frühlings- oder Wintercheck in die Marken-Werkstätten ein. Dazu hat W1 Omnichannel Marketing einen hochpersonalisierten Bestell- und Versandprozess

etabliert. Für jede der acht Stellantis-Marken wurde ein eigenes Einladungsmailling mit Service- und Zubehörangeboten entwickelt. Das Mailing gibt es sowohl als zehnteilige Printversion als auch als Digitalvariante in Form eines Online-Newsletters.

Herzstück des Mailings ist die individuelle Preis- und Angebotspersonalisierung für jeden ein-

zelnen Stellantis-Händler und jede Marke. Die Händler können so ihre eigenen Preise und Angebote für Service und Zubehör für ihre Kunden in einem vorgegebenen Rahmen integrieren.

Andrea Bouvier, Geschäftsführerin bei W1, erklärt das so: „Die Einbindung des Automobilhandels mit individuellem Content und händlerspezifischen

Angeboten ist speziell in der After-sales-Kommunikation unumgänglich, um einen persönlichen Kundendialog sicherzustellen. Der enorm hohe Personalisierungsgrad bei allen acht Automobilmarken der Stellantis-Gruppe wird durch ein von W1 eigens für die Automobilbranche entwickeltes Online-Tool, den sogenannten Dialogmanager, möglich gemacht.“

Administration minimiert

Die Händler haben mit individuellem Zugang und Benutzerverwaltung Zugriff auf das Tool und können dort DSGVO-gerecht ihre Kundendaten hochladen, die vorgegebenen Angebote und Preise ändern und individualisieren. Durch diesen Prozess kann eine maximale Individualisierung bei gleichzeitiger Minimierung des Administrationsaufwands für die Händler sichergestellt werden. So ist es möglich, den Händlern einen möglichst günstigen Stückpreis pro Mailing oder Newsletter anzubieten. W1 arbeitet mit dem Personalisierungstool sowohl für Stellantis Österreich als auch für PSA Schweiz. In der Schweiz wird zusätzlich zur Preis- und Angebotspersonalisierung auch die Sprachpersonalisierung in vier Sprachen angeboten.

Lauf-Challenge „Binge-Fit“

Canal+ und Running Heroes mit kreativer Idee.

ISSY-LES-MOULINEAUX. Der französische Fernsehsender Canal+ hat gemeinsam mit der Lauf-App Running Heroes eine innovative Kampagne gestartet, um zu mehr Bewegung in der kalten Jahreszeit zu motivieren.

Der Kanal ermöglichte das kostenlose Streaming beliebter Fernsehserien, wenn dafür entsprechende „Binge-Fit“-Challen-

ges über die Running Heroes-App, Frankreichs beliebteste Lauf-App, absolviert wurden.

Nach dem Laufen von 15 km wurde beispielsweise die erste Staffel der französischen Politthriller-Serie „The Bureau“ freigeschaltet.

Die Kampagne lief von 9. bis 23. Jänner und wurde von der Kreativagentur BETC in Paris umgesetzt. (sha)



© PantherMedia.net/PhotoPie

Zu mehr Bewegung motivierten Canal+ und Running Heroes in Frankreich.