

**Kunde: Mercedes-Benz**

**Job: C-Klasse Hardselling Aktion**

**Konzept: Gudrun Puhr**

#### **Die Aufgabe lautet.**

Gefragt ist eine Hardselling Aktion mit integriertem Leasingangebot, in der auch die Produktfeatures kommuniziert werden. Zusätzlich sollen die beiden anderen Modelle der C-Klasse Familie, das C-Klasse T-Modell sowie das C-Klasse Sportcoupé, erwähnt sein. Versandzeit ist Advent 2004.

#### **Die Ausgangslage.**

Die Mercedes C-Klasse Limousine wurde Anfang des Jahres gelauncht. Aus Gründen der Preisgestaltung sind die Verkaufszahlen nicht befriedigend.

#### **Die Zielsetzung.**

Ziel ist, unserer Zielgruppe den Kauf eines Wagens der Mercedes C-Klasse nahe zu bringen. Die Zielgruppe ist männlich, verheiratet, 52–65 Jahre alt, hat keine Kinder im Haushalt und ein Haushalts-Nettoeinkommen über dem österreichischen Durchschnitt.

#### **Was unsere Zielgruppe will.**

Unsere Zielgruppe befindet sich bereits in der zweiten Hälfte des Lebens. Damit verbunden ist die Erfahrung, dass das Leben rasch vorbeigeht, bzw. das Bewusstsein, dass die verbleibende Zeit nicht mehr endlos ist. Zugleich verfügt unsere Zielgruppe über einen gewissen finanziellen Spielraum – die Kinder sind aus dem Haus, die Kredite abbezahlt, das Einkommen überdurchschnittlich. Man hat Jahrzehnte lang für die Familie gearbeitet und viel geleistet. Jetzt kann und möchte man sich selbst etwas gönnen.

Wir müssen dazu den entscheidenden Impuls geben.

#### **Der Ansatz.**

Unser Mailing fällt in die Adventzeit. Eine Zeit, die unsere Zielgruppe kaum tangiert (mit Geschenkekauf, Dekoration etc. sind meist die Ehefrauen beschäftigt), evtl. nervt der Weihnachtsrummel sogar. Dazu kommt, dass die Aussicht auf Weihnachtsgeschenke oft schon weniger spannend ist. Der Hugo-Boss-Pullover oder das exklusive Rasierwasser mag willkommen sein, lässt jedoch den Puls nicht mehr wesentlich in die Höhe schnellen.

#### **Die Strategie.**

Wir nehmen die Vorweihnachtszeit als Anlass, an die Erfüllung der eigenen Wünsche zu erinnern. Dabei machen wir den berechtigten Anspruch auf Luxus und die rechtzeitige Einlösung dieses Anspruchs zum Thema.

#### **Unsere Botschaft lautet:**

Warte nicht, denn das Leben ist kurz: Nimm dir jetzt, was du haben möchtest. Erfüll dir deine Wünsche selbst, sonst erfüllt sie dir (vielleicht) keiner.

## Die Umsetzung.

### Das Mailing selbst.

Eine weihnachtlich anmutende, doch geschmackvoll-schlichte Schachtel. Darin liegt ein Paar feine, schwarze Zwirnsocken, Symbol uninteressanter und ungeliebter Weihnachtsgeschenke für Männer.

Nimmt man die Socken heraus, ist auf der freigewordenen Fläche (evtl. eine Vertiefung) die Mercedes C 200 CDI Limousine zu sehen – vielleicht als Coverfoto eines Folders.

Darunter die Headline:

## **Kommen wir doch endlich zu den Dingen, die Sie sich wirklich wünschen.**

Copy (in etwa):

**Entweder Sie warten auf Weihnachten. Oder Sie beschließen, ab sofort Ihren eigenen Wünschen zu folgen. Zum Beispiel der Lust auf eine Limousine der Mercedes C-Klasse. Ein sportliches Erlebnis, mit dem Schuss Dynamik und Agilität. Ein intensives Fahrgefühl, das in vielen Dimensionen beeindruckt. Der Komfort lässt keine Wünsche offen. Machen Sie sich selbst zum Geschenk, was das Leben für Sie bereit hält. Mit den Überraschungen wird es dann allerdings anders sein: Es gibt nur noch die angenehmen.**

Es folgen Produktfeatures, Leasingangebot, Hinweis auf die beiden anderen Modelle der C-Klasse usw., die hier nicht ausgearbeitet sind.

## Das Response-Goodie.

Mit unserer Response-Idee holen wir unsere Zielgruppe buchstäblich dort ab, wo sie sich befindet. Zugleich bringen wir das Produkt in direkten Kontakt mit dem persönlichen Umfeld der Zielgruppe und setzen damit einen starken Kaufimpuls:

Eine Postkarte (zu überlegen wäre evtl. auch ein Faxformular) enthält unsere Hot Lead Kriterien. Aufhänger ist die Probefahrt, die der Kunde direkt von seinem Haus aus starten kann – und dabei schon sieht, wie gut die Mercedes C-Klasse Limousine vor seinem Eigenheim zur Geltung kommt.

### Der Textvorschlag für die Response-Karte.

## **Schauen Sie mal, wie sich der Mercedes C 200 CDI vor Ihrer Einfahrt macht.**

Für eine unverbindliche Probefahrt kommt der C 200 CDI direkt zu Ihnen nach Hause. Und Sie überzeugen sich von der Souveränität, der Sportlichkeit und dem Schuss Dynamik und Agilität, die das Fahren mit den Modellen unserer C-Klasse zu einem sportlichen Erlebnis werden lässt.

- Ja, ich möchte eine Probefahrt mit der Limousine der Mercedes C-Klasse vor meiner Haustür starten und bitte um Terminvereinbarung unter der Nummer ....
- Ich plane den Kauf eines Neuwagens
  - innerhalb von 3 Monaten
  - in 3 bis 6 Monaten
  - in 6 bis 9 Monaten
- Ich möchte nähere Informationen über die Mercedes C-Klasse
  - Per Post
  - Per E-Mail
  - Die Socken passen nicht. Ich möchte welche in Größe ....