

MINI Switzerland

Projekt: Lancierung MINI Coupé

Beim MINI Coupé handelt es sich um ein Nischenprodukt mit Ausstrahlung auf die gesamte Marke MINI. Das MINI Coupé ist ein relativ gewöhnliches Fahrzeug, das ungewöhnlich gut auf dem Markt beworben wird. So gut, dass mindestens 300 Probefahrten in den ersten vier Wochen generiert werden und der Absatz in den dreistelligen Zahlenbereich kommt. Mit der integrierten, indisziplinären crossmedialen Kampagne werden vorwiegend Männer angesprochen.

Involvierte Agentur: Drafftcb/Lowe Group GmbH, Wallisellen

Facebook als Dreh- und Angelpunkt

Der erste Zweisitzer von MINI ist in seinem Segment einzigartig auf dem Markt und wird mit einem für die Automobilindustrie aussergewöhnlichen Konzept promotet: Facebook dient als Dreh- und Angelpunkt, es gibt eine eigene Facebook-App, die lokale Eigenleistung beträgt 90 Prozent, das Budget ist im Branchenvergleich moderat aber effektiv. Durch die konsequente Verknüpfung von Offline- und Online Massnahmen über QR-Code mit Facebook, entsteht ein kompakter Kommunikationsmix und eine perfekte Orchestrierung zwischen der Lancierung des Fahrzeugs und der Lancierung der Markenpräsenz auf Facebook. Die Nachhaltigkeit wird durch die Facebook-Fan-Gemeinde gesichert, die mit regelmässigen Info-Updates bedient wird.

Erfolge bei Handel und Nutzern

Diese Strategie erwies sich sehr bald als erfolgreich: Die Nutzerzahl auf Facebook nahm kontinuierlich zu (weit über 300 000 Beitragsaufrufe), der Nutzerkreis gibt neue Infos im Bekanntenkreis weiter. Der Handel hat sehr positiv auf die Lancierung reagiert. Das für 2011 geplante Kontingent war im Oktober bereits ausverkauft. Es gab eine äusserst beachtliche Zahl von Probefahrten, fast fünfeinhalbtausend Fans in den ersten sechs Wochen, um die 1300 QR-Code Scans, fast 2000 Facebook-App-Teilnehmer und über 700 Leads.

Fazit: Das gesamte Kommunikationskonzept für das neue MINI Coupé hat eine klare Zielsetzung, eine klare Zielgruppe (Männer), eine klare Ausrichtung auf Facebook und es konkurrenziert die anderen MINI Wagen nicht. Es befindet sich im Windschatten der erfolgreichen MINI-Geschichte, die geschickt für die Lancierung genutzt wurde. Die Kampagne wurde – mit kleinen Ausnahmen - in der Schweiz für die Schweiz entwickelt.

www.mini.ch
www.drafftcb.ch