



Z načrtovanim dialogom s strankami uspešno proti recesiji

Ksenja Hiti (Renault Nissan Slovenija), Maja Golob (Spago)
Marketinški fokus, 21. maj 2009

Predstavitev primera: Renault Mégane





Čas je za spremembo!

■ Izzivi

- December 2008: novi Mégane Berlin in Mégane Coupe
- Jesen 2008: na slovenski trg vstopi novi model VW Golfa (6), na katerega so slovenski potrošniki tradicionalno navezani.
- Močna konkurenca v celotnem segmentu vozil.

■ CILJ:

preprečiti prehode strank k drugim blagovnim znamkam avtomobilov in poudariti, da novi Mégane lahko zadovolji vsa njihova pričakovanja.



Cilji akcije

■ Marketinški

- Privabiti stranke v salone in na testno vožnjo.
- Prodaja novega Mégana.

■ Komunikacijski

- Predstavitev novih modelov Mégana.
- Strankam dati občutek, da so nekaj posebnega.
- Pri strankah vzbuditi močna čustva in željo, da bi preskusili novega Mégana.



6 dejavnikov, ki vplivajo na prodajo

- Komu prodajate?
- Načrtovanje dialoga?
- Je vaša ponudba relevantna? Darilo?
- Kakšno je vaše sporočilo?
- Je čas primeren?
- Je komuniciranje usklajeno preko vseh kontaktnih točk?



Segmentacija strank

- Kriteriji za segmentacijo:
 - fizične vs. pravne osebe
 - življenjski cikel stranke: nakup avtomobila: 3 - 8 let
 - prejšnje vozilo: Renault Mégane ali Renault Clio
- Poznavanje sprožilcev & nakupnega vedenja strank kot osnova za segmentacijo strank in oblikovanje ponudbe
- Prilagoditev ponudb segmentom strank skladno z njihovimi potrebami
- Pomoč & podpora pooblaščenim prodajalcem



7 korakov prepričljivega dialoga s strankami

1. Pozornost: direktna pošta
2. Zanimanje: argumenti + ponudba
3. Želja: bon zvestobe & finančna ugodnost
4. Odziv:
 1. več informacij (obišče www.novi-megane.renault.si)
 2. prijava na testno vožnjo, katalog
 3. vrne izpolnjen kupon (po faksu, pošti)
 4. kontaktira enega od pooblaščenih prodajalcev (testna vožnja, ponudba).
5. Follow up: telemarketing
6. Personalizirana komunikacija s strankami, glede na odziv/neodziv v prvem koraku (nakupna namera, katalog, testna vožnja etc.)
7. Follow up (leads): telemarketing



Ponudba

- Je ponudba relevantna za ciljno skupino?
- Je enkratna, unikatna?
- Daje visoko percepcijo vrednosti?
- Je že iz naslova vidna glavna KORIST?
- Apelira na čustva? Sporoča 'to moram imeti'?
- Je časovno omejena?



Kreativna strategija

- Glavno sporočilo: **Čas je za spremembo!**
- Z novim Méganom gre seveda za spremembo **na boljše.**
- Novost postopno razkrijemo - ustvarja pričakovanje.
- Izpostavimo ključne USP:
Kakovost, varnost, okoljsko prijaznost.
- Vzbujamo močna čustva: strankam dajemo občutek, da so nekaj posebnega.
- Poziv k akciji preko vseh razpoložljivih kontaktnih točk.

Direktna pošta

Letak - naslovnica



SE SPOMNITE, KO STE VERJELI, DA BO
PRVA LJUBEZEN TRAJALA VEČNO?



ČAS JE ZA **SPREMEMBO.**



IZVLECI



Direktna pošta

Prodajno pismo

- Prilagoditev vsebine segmentu strank (lastniki Mégana, Clia)
- Izpostavimo spremembo na boljše.
- Emocije & koristi!
- Predstavitev ponudbe: koristi
- Poziv k akciji (www, telefon, prodajno mesto)
- Nagrada za zvestobo: vrednostni bon



Kvalifikacija kontaktov

MÉGANE BERLINE ALI MÉGANE COUPE?
Izpolnite ta kuponček ter ga pošljite po faksu na 01 432 40 94
ali ga odvrzite v najbližji poštni nabiralnik.

MOJE ŽELJE (prekrižajte ustrezno polje):
DA, želim prejeti **KATALOG**:
 novi Mégane Berline novi Mégane Coupe drugi model: _____
DA, želim se dogovoriti za **TESTNO VOŽNJO**:
 novi Mégane Berline novi Mégane Coupe drugi model: _____
NOVO VOZILO nameravam kupiti:
 takoj v roku 3 mesecev v roku 6 mesecev kasneje _____
ZANIMA ME:
 novi Mégane Berline novi Mégane Coupe drugi model: _____

TRENTUTNO VOZIM
znamka: _____ model: _____
 želim, da me kontaktirate ne želim, da me kontaktirate
 želim prejeti brezplačne RENAULT e-novice moj e-naslov: _____
moj podpis: _____

Izpolnite samo, če se vaši podatki razlikujejo od podatkov, navedenih na tem kuponu.
 gospa gospod
IME: _____ PRIMEK: _____
NASLOV: _____ POŠTA: _____
KRAJ: _____
TELEFON: _____ E-NASLOV: _____

S prijavo dovoljam, da Renault Nissan Slovenija, d.o.o. obdelja in uporablja osebne podatke, posredovane na vrstnem listu, da preizkusi za naslednje namene: obdelava in sprejemanje dodatnih obklicov, registracija kupcev, obdelava prošnje za nakupnega dokumenta, posredovanje naročil, posredovanje gradiva in vse, vidne na katalogu, testiranje, čisto in elektronsko arhiviranje. Vselej, kadar se vprašanje zloži osebni podatki, ki jih pridobimo preko tega kataloga, pošljite v pošto: Renault Nissan Slovenija, d.o.o. in Katalog osebni podatki, ki jih sprejema Renault Nissan Slovenija, d.o.o.

PREPOGIBITE, ZLEPITE IN POŠLITE.

www.renault.si
www.novi-megane.renault.si

Personaliziran, več možnosti za kontakt (pošta, fax).

Kaj stranko zanima?

Kdaj bo pripravljena za nakup?

Kaj storiti, ko stranka **ne želi** več kontaktov?

Spletni konfigurator Megane po tvoji meri



From: HITI Ksenja [ksenja.hiti@renault.si]
Subject: Ustvari si NOVI Renault Mégane po svoji meri!



Ustvari si NOVI Renault Mégane po svoji meri!



Pozdravljeni!

Prepusite se doživetju, začutite vznemirjenje in dovolite, da vam novi Renault Mégane priraste k srcu.

Novi Renault Mégane si lahko s **spletnim osebnim konfiguratorjem** ustvarite povsem po **vašem okusu**: izbirate barvo, dodatno opremo, platišča - izkoristite to enkratno priložnost in med prvimi doživite novi Renault Mégane:

kliknite TUKAJ.

Vas je novi Renault Mégane navdušil?

Še danes si rezervirajte **testno vožnjo** pri vašem najbližjem prodajalcu vozil Renault ali na www.renault.si ter začutite strast do avtomobila! Če želite prejeti **katalog** za novi Mégane Berline ali Novi Mégane Coupé, izpolnite [obrazec](#).

Veliko užtkov v vožnji z novim Renault Méganom vam želim!

Eric Bernard
Generalni direktor
Renault Nissan Slovenija d.o.o.

P.S.: Ne pozabite: vašo **nagrado za zvestobo**, s katero uveljavite popust pri nakupu novega Renault Mégana, lahko unovčite do **15. 1. 2009**.

To sporočilo ste prejeli, ker ste preko SMS zahtevali dodatne informacije na svoji e-poštni nastavi.
Za pomoč pošljite SMS z vsebino POMOC na 4636 ali obiščite www.infopod.si/navodila.

Pravila in pogoji uporabe

- Konfigurator: 64,41
- Testna vožnja: 13,56
- Katalog: 20,34

Zadovoljstvo stranke po opravljeni testni vožnji



Pravkar ste spoznali užitke in prednosti vožnje z RENAULT MÉGANOM. Vaše mnenje je pomembno, saj le tako lahko najbolje ustrezemo vašim željam. Prosimo, odgovorite na nekaj vprašanj. HVALA.

gospa gospod Ime: _____ Priimek: _____
Naslov: _____ Pošta: _____ Kraj: _____
Telefon: _____ E-naslov: _____ Datum rojstva: _____

Trenutno vozite: znamka: _____ model: _____

Vozili ste RENAULT MÉGANE (označite): BERLINE COUPE

Datum opravljene testne vožnje z RENAULT MÉGANOM: _____

Kako ste zadovoljni z vozilom (izberite eno od ocen): 1 2 3 4 5

Kaj vas je najbolj navdušilo (prekrižajte ustrezno polje):

<input type="checkbox"/> izgled	<input type="checkbox"/> vozne zmogljivosti	<input type="checkbox"/> varnost, vodljivost na cesti
<input type="checkbox"/> udobje, prostost	<input type="checkbox"/> kakovost, tehnologija	<input type="checkbox"/> prilagodljivost, praktičnost
<input type="checkbox"/> drugo: _____		

Kje ste izvedeli za testne vožnje (prekrižajte ustrezno polje):

direktna pošta internet drugo: _____

Novo vozilo nameravate kupiti (prekrižajte ustrezno polje):

takoj v roku 3 mesecev v roku 6 mesecev kasneje


Zanima vas (prekrižajte ustrezno polje):

<input type="checkbox"/> MÉGANE BERLINE	<input type="checkbox"/> MÉGANE COUPE	<input type="checkbox"/> drugi modeli: _____
<input type="checkbox"/> želim, da me kontaktirate	<input type="checkbox"/> ne želim, da me kontaktirate	
<input type="checkbox"/> želim prejemati brezplačne RENAULT e-novice	moj e-naslov: _____	


moj podpis: _____ žig pooblaščenega prodajalca: _____

S področjem dovoljenj, da Renault Nissan Slovenija d.o.o. obdeluje in uporablja osebne podatke, posredovane na arhivnem listu, da preklopa za naslednje namene obdelave in uporabe: statistične obdelave, segmentacija tržnogo obdelave preloženega materiala, razvijanje promocijskih, reklamnih in drugih aktivnosti, vključno s prodajno in promocijsko, poslovno in statistično analizo, trženje, razvoj in sprejemanje dodatnih osebne podatke za poslovne in promocijske namene. Renault Nissan Slovenija d.o.o. in vsakomur osebno posredovani in jih uporablja Renault Nissan Slovenija d.o.o.

MOJ RENAULT




NOVI MÉGANE COUPE



NOVI MÉGANE BERLINE

3
LETA
GARANČIJE



Učinkovitost komunikacije: vir prijave na testno vožnjo
Ocena zadovoljstva s testno vožnjo
Nakupna namera: kdaj, kaj



Povezovanje kontaktnih točk



Direktna pošta



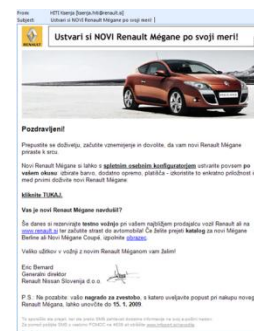
Klicni center

Spletna stran



Pooblaščen prodajalec

SMS



Direktna e-pošta



Rezultati akcije

- **AŽURNOST BAZE:** 1,2 % zavrnjene pošte
(sprejemljivo do 2 %; odvisno tudi od tega, na kakšen način je baza pridobljena)
- **ODZIV - VRNJENI "LEAD KUPONI":** 1,8 %
(bolj ko je segmentirana baza, večji % lahko pričakujemo; tudi 3 %)
- **KVALIFIKACIJA LEADOV**
nakupni namen: 4 %
katalog, testna vožnja: 11 %



Rezultati akcije

▪ PRODAJA

- naravna stopnja ponovnega nakupa: 0,6 %
- leadi nakupni namen: 9 %
- leadi katalog, testna vožnja: 5 %

▪ STROŠKI

CPC, CPL, CPS so nadpovprečno učinkoviti, ker:

- je baza izbrana po smiselnih kriterijih
- je sporočilo zanimivo in je CTA "jasen"
- smo kvalificirali veliko leadov
- aktivnost direktnega marketinga:
prodaja leadi vs. prodaja celotni bazi



Kako krepiti zadovoljstvo in si pridobiti zvestobo strank?

1. Vživite se v kožo strank & prisluhnite njihovim potrebam.
2. Ponudite rešitev po njihovi meri.
3. Odgovorite na vprašanja.
4. Hitro rešujte reklamacije.
5. Komunicirajte novosti / prednosti / ugodnosti.
6. Integrirajte komunikacijske kanale in okrepite učinek komunikacije na vseh kontaktnih točkah.
7. Spremljajte odzive na vseh kontaktnih točkah.



Priložnosti recesije

1. **Baza podatkov** = srce zvestobe. Če baze še nimate, jo začnite čimprej graditi.
2. Pripravite **načrt** komuniciranja s strankami in negujte odnose z njimi.
3. Sporočite kupcem, da **skrbite** zanje. Okrepite aktivnosti na področju **poprodajnih storitev**: vzdrževanje, servisiranje, rezervni deli.
4. Posredujte **pravo sporočilo** (ponudbo) pravemu kupcu preko pravega medija (direktna pošta, e-pošta, SMS). Upoštevajte preference strank.
5. Komunicirajte **kontinuirano**.
6. Sklenite **partnerstvo** s prodajalci vaših izdelkov in storitev & s strankami.

Izbrane reference





Hvala za Vašo pozornost!
Vprašanja?

Ksenja Hiti, ksenja.hiti@renault.si
Maja Golob, maja.golob@spago.si

Spago, agencija za direktni marketing
www.spago.si