

# NAGRADA IN DODATNA PRODAJA DOSEDANJIM KUPCEM – AKCIJA 607

Datum: maj – julij 2005  
sept – nov 2005



PEUGEOT

# POUDARKI

1. Cilji akcije
2. Peugeot 607
3. Aktivnosti/koraki/koncepti
4. Rezultati
5. Opažanja
6. Analiza zadovoljstva strank

# 1. CILJI AKCIJE

## Aktivnosti

Nova vozila	X
Poprodaja	
Rabljena vozila	
Vzdrževanje, garancija	
Zavarovanje	
Financiranje	
Globalna ponudba	

## Prispevek k ciljem zastopnika

Generiranje prodajo (promet, dobiček)	X
Znižanje operativnih stroškov	
Povečanje zadovoljstva strank	X
Povečanje zvestobe strank	X
Pridobivanje novih strank	X

## Neposredni prodajni cilji :

Kvantitativni cilji

**7 prodanih 607-ic (podrobnosti sledijo)**

Kvalitativni cilji

### Glavni cilji:

Generirati prodajo peugeota 607 (vozila na zalogi+nova naročila) oziroma ostalih vozil znamke Peugeot

### Sekundarni cilji:

- Ohranjanje obstoječih strank in grajenje zaupanja
- Nagrajevanje zvestobe blagovni znamki Peugeot
- Izvajanje ponakupnih aktivnosti
- Pridobivanje novih strank
- Vzbujanje selektivne zaznavnosti modela P-607
- Pozicioniranje vozila

## 2. PEUGEOT 607

- Prenovljen dizajn
- Novi motor 2.7 HDI
- Nova notranjost



## 2. PEUGEOT 607; Analiza trga in strank ter pozicioniranje

Segment: H

Glavna konkurenca 2005: Renault Vel Satis, Audi A6, BMW 5, Volvo S60, Alfa Romeo 166

Dejstva:

- slaba prepoznavnost P-607,
- premalo zmogljivi motorji (pred prihodom 2.7 HDI),
- zelo ugodno razmerje cena/oprema...

Predpostavke:

- Avto za poslovneže, ki cenijo udobje
- Dobro ločiti vozilo od konkurence s tem, da igramo na čustva ljudi
- Čim bolj olajšati pot do testne vožnje

# 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Opis aktivnosti

	Faza 1 "Datamining"	Faza 2 Direktna pošta	Faza 3 Telefonski klici	Faza 4 Testne vožnje	Faza 5 Dogodek	Faza 6 Kontakt po dogodku
"Datamining"	<p>"Datamining" za določitev prave ciljne skupine:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lastniki P-607, starih več kot 1 leto</li> <li>- Zdravniki, odvetniki, podjetniki</li> </ul> <p>Deduplikacija!!!</p>					
Telefonski klici			Po enem tednu TM za stranke, ki niso rezervirale testne vožnje	Dogovor s stranko, da se 607 pripelje na njen naslov. Darila: -CD s šansoni -P zemljevid SLO		Telefonsko preverjanje o zadovoljstvu s testno vožnjo
Direktna pošta		Pošiljanje personalizirane pošte: -dopis, -zloženska				Pošiljanje zahvalnega pisma
Dogodek					Večerja na Zemonu za dve osebi	
Prodajna mreža	Vključitev zainteresiranih prodajalcev					Sledenje strank, kontakt z njimi

### 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

#### Ciljne skupine

Ciljna skupina	A	B	Skupaj
Opis ciljne skupine	Kupci 607	Odvetniki, zdravniki, poslovneži	
Vir	Interna baza strank	Kupljena baza	
Količina	200	2800	3000
Delež	6.7 %	93.3 %	100%

### 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Analiza obstoječe ciljne skupine in nakupnih motivov

### DOSEDANJI KUPCI P-607:

- Dobro poznajo samo vozilo
- So načeloma zvesti Peugeotu
- Cenijo osebni pristop

### ZATO ->

- Si zaslužijo nagrado za zvestobo
- Jih mora nagovoriti njihov prodajalec – posebna obravnava
- Jim je potrebno predstaviti neposredne prednosti med starim in novim peugeotom 607
- Jim omogočiti, da ne čakajo na vozilo
- Bodo hitreje in z večjo verjetnostjo kupili novega peugeota
- Je treba dobro oceniti stari P-607

### 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Določitev potencialne ciljne skupine in nakupnih motivov

### NOVE STRANKE:

- Načeloma ne poznajo Peugeota 607 in se z njim še niso peljale
- Imajo druga vozila v tem segmentu: Audi, BMW, Volvo...
- So zelo zasedene
- So občutljive na ceneno pošto

### ZATO ->

- Mora direktna pošta zaigrati na njihova čustva
- Jim omogočiti, da si sami izberejo prost termin
- Omogočiti, da testna vožnja traja dalj časa, saj le tako spoznajo prednosti vozila

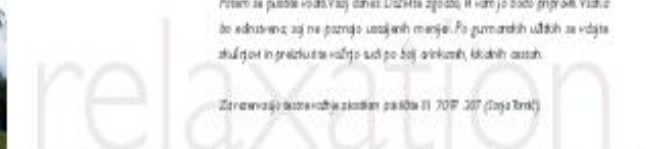
# 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Komunikacija

### ZLOŽENKA



Užitje je ... Malo in dobro. Nekaj urv miru brez telefona.  
Vašnja z avtomobilom, ki vam obdružka vroča.



Prijete se po avtomobil iz Ruzhadrain naprej v Vipavo dolino kjer lahko do dvorca.  
Zemlje pridelava tako iz Vipavske smeti kot iz Ajdovčine.

Postani se pustite voditi. Vajz danes. Družite zgodbo, ki vam jo bodo pripravili. Vsih  
do odčitava; saj ne poznajo ustajanih menije. Po gurmanah užitih se vedite  
skušajte in prekusite vašnja tudi po bolj avtomobil, ki so jih avtomobil.

Članek vašje avtomobilne storitve po številu 11 707 207 (tvoja linija)

Na pot se boste podjeli z novim avtomobilom Peugeot 607 2.7 HDi (17) z varilom odloškomunikirani in parajo zelo odzivni  
o kasno varno vašnja. Začnete avtomobil, ki se vse dodatne s pravo strojno zgradbo (jbl, avdio, kjer je) in zasede si elit avtomobil  
konfiguracijo aktivnega vzmetenja AMAR na do zračni naboj. Avtomobil je gotovo najbolj karmozoben v svojem  
naredi, saj z svojo drzno obliko izpolni vse vidne temperature, prof. leži in prot. skromni po de. proučite ga. je go. kmil.  
Nov Peugeot 607 HDi pogonja zmogljiv 2.7 litrski šestvaljnik s 170 kW (230 KM). Motor razpolaga s 150 kW (204 KM).  
In do 440 Nm torzije pri 1 900 vrstlin. Pomoči se tudi z inovativno šeststopenjsko avtomatiko menjalnikom (AM6) kjer  
"Tipična avtomobilna Parabi" ki je prvi avtomobil, ki je prvi avtomobil s pogonom na prednji kolesi in pravo razpoložljivost  
metastojem. Odlikuje ga tudi bolj obsevanje zunanji videz in izjemno nem o. tega na avtomobil, ki je avtomobil.

Podrobnejše informacije dobite na Peugeot Slovenija (Hizarnje ulice 4, 5-Ljubljana) ali na telefonski številki 01 2064 222.



PEUGEOT ASSISTANCE



UŽITEK V DOVRŠENOSTI



Preпустite se!

# 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Komunikacija

### DOPIS

*Spoštovani gospod Kovač!*

**Na kaj najprej pomislite ob besedi Francija?** Na Eifflov stolp, šampanjec in odlična vina, sire, šansone, francoske avtomobile z vsem udobjem in tehnologijo? Na užitek do življenja?

**Pa vendar je veliko tega tudi v Sloveniji! Ali ste že slišali legendarno skladbo Poletna noč v francoski priredbi?** Doživeli jo boste.

Večkrat se strinjam s sodelavci, da znate Slovenci uživati - podobno kot Francozi. **Le časa si ne vzamete.** Zato smo vam pripravili delček Francije, da ga boste polno doživeli. Vzemite si dan in se odpeljite z novim avtomobilom Peugeot 607 na dvorec Zemono, kjer vas čaka nekaj prijetnih uric.

Sposobnost uživati življenje je ena izmed stvari, ki jih denar ne more povsem kupiti. Potrebno se je prepustiti trenutku in enkratnim stvarjem, ki ga zapolnjujejo. Tudi avtomobil, s katerim se boste peljali na prijetno kosilo, je edinstven. Peugeot 607 je sad dela ljudi, ki vedo, da je to kar naredijo, prvovrstno - kot da so ga delali le zase.

Povabil sem vas, saj menim, da ste dovezetni za "joie de vivre". Da tisto, kar naredite, naredite odlično. Naredite zase in za druge. Povabim vas na pot, na kateri boste v miru občutili tisto, kar predstavlja Francija in Peugeot s svojimi avtomobili.



# 3. AKTIVNOSTI/KORAKI/KONCEPTI

## Komunikacija

### VPRAŠALNIK

Spoštovani,

veseli nas, da ste se odločili za testno vožnjo z novim avtomobilom Peugeot 607. Gotovo ste v tem dnevu doživeli veliko lepega in resnično uživali.

Cenimo vaše mnjenje, zato vas prosim, da izpolnite naslednji vprašalnik.

*Današnji dan je bil zame* \_\_\_\_\_.

*Največ mi je pomenilo to, da* \_\_\_\_\_.

*Peugeot 607 je po moje* \_\_\_\_\_.

*Da bi naslednje dve leti užival/a z avtomobilom Peugeot 607, me ovira*

\_\_\_\_\_ / nič ne ovira.

Pa še nekaj: točno tak avtomobil, kot ste se vozili z njim danes, je za vas na voljo za ceno 10.700.000 SIT.

V kolikor želite naročiti avtomobil, se podpišite tukaj \_\_\_\_\_.  
Vse ostalo bomo dogovorili kasneje.

Najlepša hvala za odgovore. Poklicali vas bomo, da se vam še enkrat zahvalimo.

### ZAHVALNO PISMO

Spoštovani gospod Kozjek,

veseli me, da ste se prepustili in uživali na prijetni poti z novim Peugeotom 607. Veliko udeležencev je v anketi omenilo, da so si končno vzeli čas zase in svoje bližnje. To mi je še v posebno veselje.

Peugeot 607 izraža užitek, osebno potrditev - celo poudarjanje pozornosti na subtilen način. Biti v družbi avtomobilske znamke, ki izpostavlja udobje in poseben francoski šarm.

Večina vas je menila, da avto nudi zelo veliko opreme, udobja in varnosti za svoj denar v primerjavi s konkurenco. Res je. Poleg tega pa so na voljo tudi različne možnosti financiranja, zato pokličite sodelavca na 01 2004222 (Miha Furlan) in skupaj bomo našli pravo rešitev.

In nenazadnje: Vsak dan se lahko prepustite užitkom v novem avtomobilu Peugeot 607.

Dobrodošli med nami.

Serge Banzet  
generalni direktor  
Peugeot Slovenija

P.S: Izredno me veseli, da smo se zblížali v teh prijetnih trenutkih. V kolikor imate kakšno vprašanje, se obrnite name ali na moje sodelavce na tel 01 2004222.



# 4. REZULTATI

Indikatorji		A cilji	A rezultati	B cilji	B rezultati	CILJI AKCIJE	REZULTATI AKCIJE
<b>KOLIČINA</b>	Poslana pošta	200	254	2800	1454	3000	<b>1708*</b>
	Število klicanih	200	0	2800	300	3000	<b>300</b>
	Število testnih voženj	18 (9%)	43 (17%)	56 (2%)	104 (7%)	74 (2%)	<b>147** (8,6%)</b>
	Prodaja NV – 6 mesecev	3	38	28	80	31	<b>118***</b>
<b>ROI</b>						--	--
<b>Pretvorbe ni količnik</b>	Prodaja / kontakt	1,5%	15%	1%	5,5%	1%	<b>6,9%</b>
<b>Stroški (€)</b>	Strošek na kontakt					--	
	Strošek na testno vožnjo					--	
	Strošek na prodano vozilo					--	

## Številke:

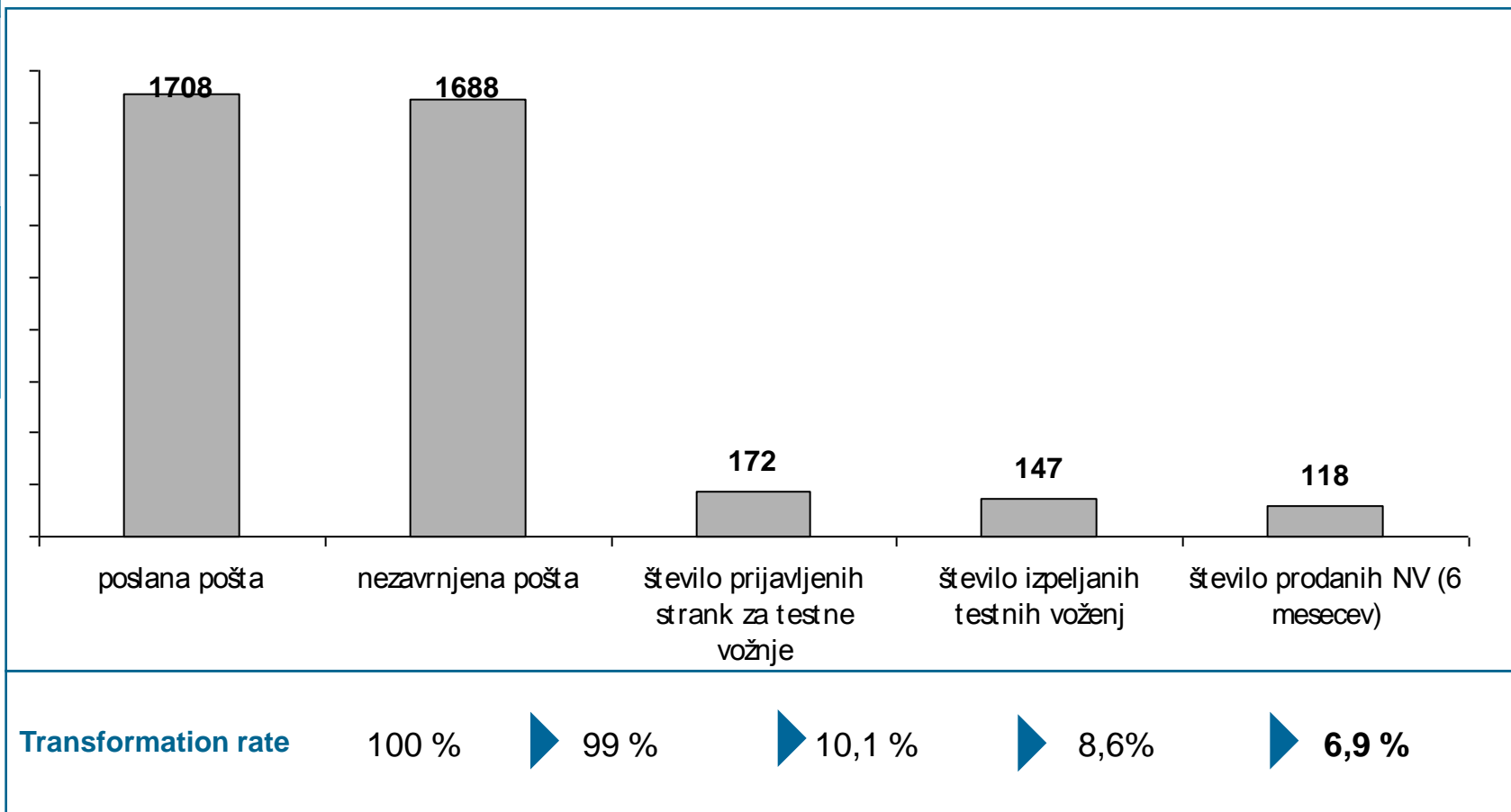
\*1708 poslanih pisem, 1674 vnešenih v bazo

\*\*147 realiziranih testnih voženj

\*\*\*Število prodanih vozil na model: 3x607, 23x407... In najmanj 3 rabljene 607-ice

## 4. REZULTATI

### Povratna informacija in merjenje učinkovitosti



#### Komentar :

.....

.....

# 4. REZULTATI

## SWOT analiza

<p style="text-align: center;"><b><u>KLJUČNO PRI AKCIJI</u></b></p> <p>Obstoječe 607 stranke zelo zadovoljne z nagrado za njihovo zvestobo</p> <p>Zelo dobra izbira ciljne skupine (dobre baze – ključno!)</p> <p>Samo zainteresirani prodajalci vključeni v akcijo</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>SLABOSTI</u></b></p> <p>Preveč napet urnik testnih voženj → čakanje strank</p>
<p style="text-align: center;"><b><u>PRILOŽNOSTI</u></b></p> <p>Vse večja osveščenost prodajalcev o pomembnosti pravega CRM pristopa do strank (personalizacija, testna vožnja, osebni pristop..)</p>	<p style="text-align: center;"><b><u>NEVARNOSTI</u></b></p> <p>Omejen budget</p>

## 5. OPAŽANJA

### DOBRO NAREJENO

1. Izbira dveh ciljnih skupin:

-Dosedanji kupci

-Nove stranke

2. Pošiljanje direktne pošte v več fazah

3. Vloga agencije kot posrednika med prodajalcem in stranko

4. Spremljanje povratnih informacij in merjenje učinkovitosti med in po akciji

### BITI POZORNI NASLEDNJIČ

1. Vključiti v akcijo tudi vozila prodajalcev

2. Zmanjšati stroške za darila

3. Večerjo ponujati le na eni lokaciji!?

# 6. ANALIZA ZADOVOL J=STVA STRANK

## ZAHVALA

FRELIH  
SIMON

**Peugeot Slovenija**  
Gospod Serge Banzet, generalni direktor  
Nazorjeva 6

1000 LJUBLJANA

Vaš znak:                      Vaše sporočilo do:                      Naš znak:                      Datum:                      12.07.2005

Spoštovani gospod generalni direktor,

Iskreno se zahvaljujem, v svojem imenu in v imenu moje žene, za Vaše prijazno povabilo na »Poletno noč v francoski priredbi«, ko sva v družbi s prijatelji preživela čudovito popoldne v vožnji z vašim vozilom Peugeot 607 in za nepozabne prizore ob ugašanju dneva na dvorcu Zemono.

Do sedaj sem zamenjal že kar nekaj Peugeotovih vozil in tudi vsi moji doma vozijo vozila te znamke. Pri novem vozilu me je navdušil zelo tih in zmogljiv dieselski motor in seveda brezhibna avtomatika, kar si bom vsekakor omislil, ko bo prišel čas za zamenjavo vozila (607 EBENE 2.2 4V), ki ga trenutno vozim.

Lepo vas pozdravljam,

Direktor  
*[Signature]*

P.s.

Strošek večerje za moja prijatelja v dvorcu Zemono sem poravnal !

TRADUCTION →