

Jetzt für die Zukunft positionieren!

Der neue *Porsche Taycan*



Der Auftraggeber

Seit über zwanzig Jahren widmet sich unser Auftraggeber dem Service und Vertrieb in Partnerschaft mit ausgewählten Automarken des VW Konzerns. Über die Jahre ist der Auftraggeber zu einer fundamentalen Größe innerhalb der VW Vertriebsstrukturen herangewachsen und hat währenddessen eine gesunde Unternehmenskultur geschaffen.

Der Kunde steht für die Werte

Begeistert | Fair | Familiär | Führend | Leistungsstark | Sicher

Aus diesen Voraussetzungen wachsen höchste Ansprüche an eine vertriebliche Partnerschaft auf Augenhöhe.

Herausforderung

Die Porsche Deutschland GmbH hat mit dem Taycan eine neue Generation vollelektrischer Sportwagen auf dem Markt eingeläutet, welche durch die Marketing Kampagne „Soul Electrified“ supported wird. Der Vertriebspartner AVP Sportwagen GmbH nutzt diese Chance, um unabhängig von Porsche eine eigene Vertriebskampagne für Niederbayern zu realisieren.



Die Umstände hätten nicht herausfordernder sein können. Corona hatte Deutschland und den Rest der Welt voll im Griff. Viele Unternehmen versuchten während dieser Zeit ihre Ausgaben zu reduzieren, nicht unmittelbar betriebsrelevante Investitionen zu vermeiden und einigermaßen unbeschadet durch diese turbulente Zeit zu kommen.

Nicht die besten Vorzeichen für eine Vertriebskampagne für ein hochpreisiges, neuartiges Fahrzeug aus dem Luxussegment. Aber als Agentur für Sales Solutions haben wir auch für diese Herausforderung eine Lösung entwickelt.

Vorgehensweise

01. Research & Zielgruppenanalyse im Neukundensegment
02. Entwicklung eines zielgruppenspezifischen Offerings
03. Umfangreiche Produktschulung für das mehrköpfige Team bestehend aus Projekt Manager, Marketing Manager, Coach und mehreren Sales Assistants
04. Datengestützte Adressselektion
05. Selektives Profiling bei „High Potentials“
06. A/B Testing verschiedener Kommunikationsstrategien
07. Einbettung einer Potentialanalyse zur Identifizierung von Up- und Cross Selling Potentialen
08. Generierung des OptIns zur Nutzung für weitere Marketingmaßnahmen
09. Übernahme E-Mail Versand
10. Stufenweiser Lead Nurturing Prozess
11. Leadgenerierung



„Für die Umsetzung einer derartigen Kampagne hätten wir intern Jahre gebraucht. Unsere eigenen Verkäufer hätten im Rahmen der telefonischen Neukundenakquise vielleicht 10% von dem leisten können, was die Kollegen von MarketDialog geleistet haben – sowohl quantitativ aber auch qualitativ.“

Andreas Ernst, Geschäftsführer AVP Sportwagen GmbH

Der Taycan - Das Herz: elektrisch

Kribbeln für jede einzelne Nervenzelle – im ersten vollelektrischen Porsche. Soul, electrified.

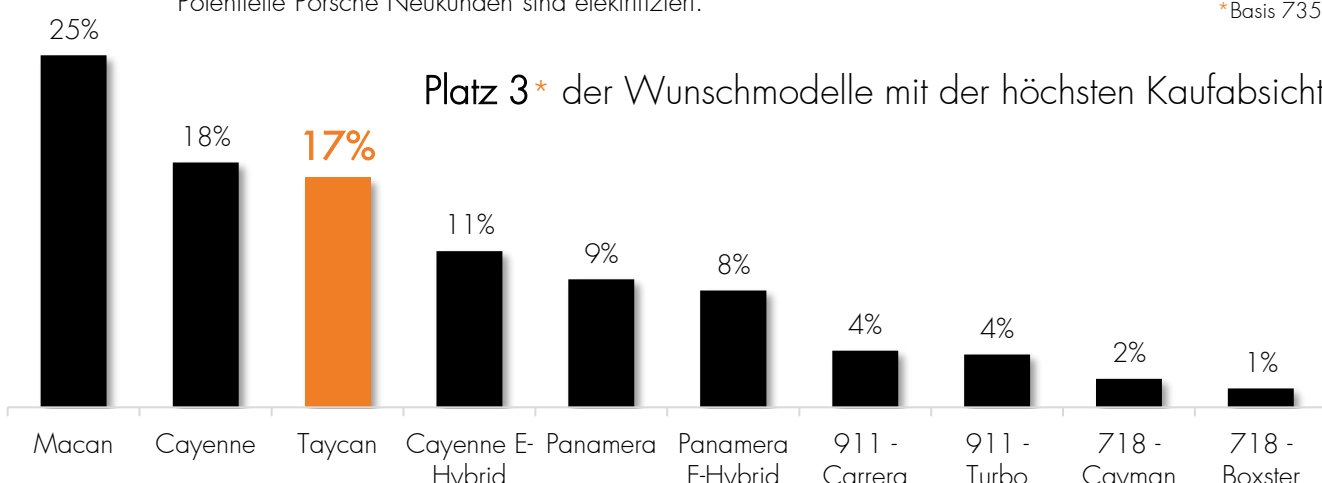


Der Taycan auf der Überholspur!

Potentielle Porsche Neukunden sind elektrifiziert.

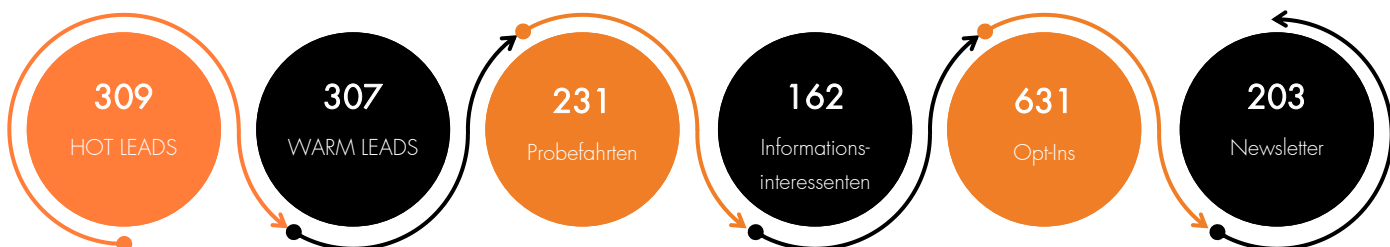
*Basis 735

Platz 3* der Wunschmodelle mit der höchsten Kaufabsicht



71% der Befragten* gaben an, dass die aktuelle Corona-Situation keine Auswirkungen auf deren Investitionsbereitschaft hat.

Resultate des Lead Nurturing Projektes



Es war sowohl für meine Verkäufer als auch für mich sehr aufschlussreich eine Stunde lang bei den Calls mithören zu dürfen. Ich kann Ihnen nur Danke sagen für die professionelle Durchführung. Sie machen dies äußerst sympathisch und versuchen, Ihr Gegenüber auch fachlich von unseren tollen Produkten zu überzeugen.“

Herrn Rothlauf, Markenverantwortlicher Porsche Zentrum Landshut



Engagieren Sie einen Sales Profi.

Erweitern Sie Ihr Vertriebsteam.

Weitere Case Studies

Sprechen Sie mit uns.