

Runterfahren vor dem Probefahren

Aufgabenstellung

Der neue Audi R8 ist das bisher schnellste Serienfahrzeug von Audi. Zur Lancierung sollen die Besitzer des Vorgängermodells zum Kauf eines Audi R8 der neuesten Generation ermuntert werden.

Strategie/Lösung

Audi entschied sich, mit den Besitzern eines «alten» Audi R8 via physischem Mailing in den Dialog zu treten. Und sie gleichzeitig mit dem persönlichen Schreiben darauf hinzuweisen, dass das verschärfte Design, die 610 PS Leistung, die 330 km/h Höchstgeschwindigkeit und die Beschleunigung von 0 auf 100 km/h in 3,2 Sekunden den Puls unweigerlich hochtreiben wird. Glücklicherweise hat Audi für diesen Fall vorgesorgt...

Kreation/Umsetzung

Dem Race-Booklet wurden exklusive Entspannungstees mit der Aufforderung beigelegt, erst eine Tasse Tee zur Beruhigung zu trinken, bevor man das Booklet öffnet und den neuen Audi R8 für sich entdeckt. Auf diese Weise gut vorbereitet, stand einer emotionalen Begegnung mit der neuen Supersportwagen-Generation von Audi nichts mehr im Wege.

Ergebnis/Wirkung Effizienz

Das physische Mailing sorgte bei 375 Audi R8 Bestandskunden in 3,2 Sekunden für Aufsehen. 131 der angeschriebenen Interessenten (Response-Quote: 35%) liessen sich den neuen Audi R8 in einem der 12 Audi Sport Stores präsentieren. Und waren auf der anschliessenden Probefahrt von der atemberaubenden Performance schlicht begeistert. Gut hatten sie vorher einen Beruhigungstee getrunken, denn so konnten Sie mit ruhiger Hand die Unterschrift auf den Kaufvertrag setzen.

