

Kundenkontakte für den Automotive-Aftersales Bereich einmal auf eine komplett neue Art und Weise zu generieren: mittels Gamification, das war die Aufgabenstellung von Renault Österreich.

Eine native App für iOS und Android, die "Renault Meisterwerkstatt" sollten den Spieltrieb der österreichischen Autofahrerinnen und Autofahrer herausfordern und zum Mitspielen einladen. Einfach zu spielen und schwer zugewinnen - der Suchtfaktor dieser Gamification Idee für Renault Österreich.

Mit den durch die Gewinnsspielteilnahme gewonnen Leads-Kontakten wurde anschließend eine Newsletter-Kampagne sowie gezielt getargetete Custom-Audience Ads in social Networks gestartet die zu nachvollziehbaren Kundenkontakten bei Österreichs Renault Händlern geführt hat.

Die App "Renault Meisterwerkstatt" war in den Top10 der iOS und Android Stores im Aktionszeitraum. Es wurden knapp 20.000 Leads generiert die zu nachweislichen Käufen/Autohausbesuchen führten und mit den anschließend gewonnenen Daten konnten hunderte Probefahrt-Termine vereinbart werden. Insgesamt wurden während der Kampagne 2,1 Mio Österreicher via Social Media damit erreicht.