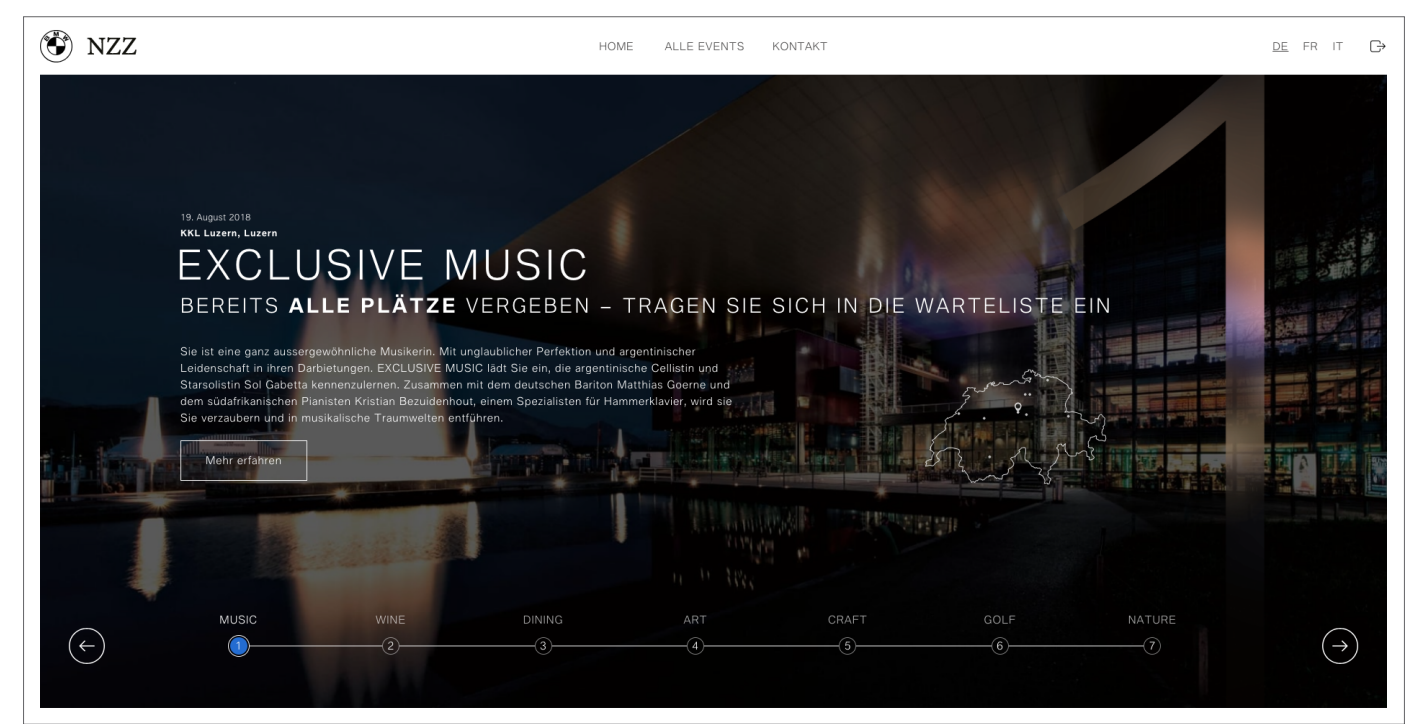
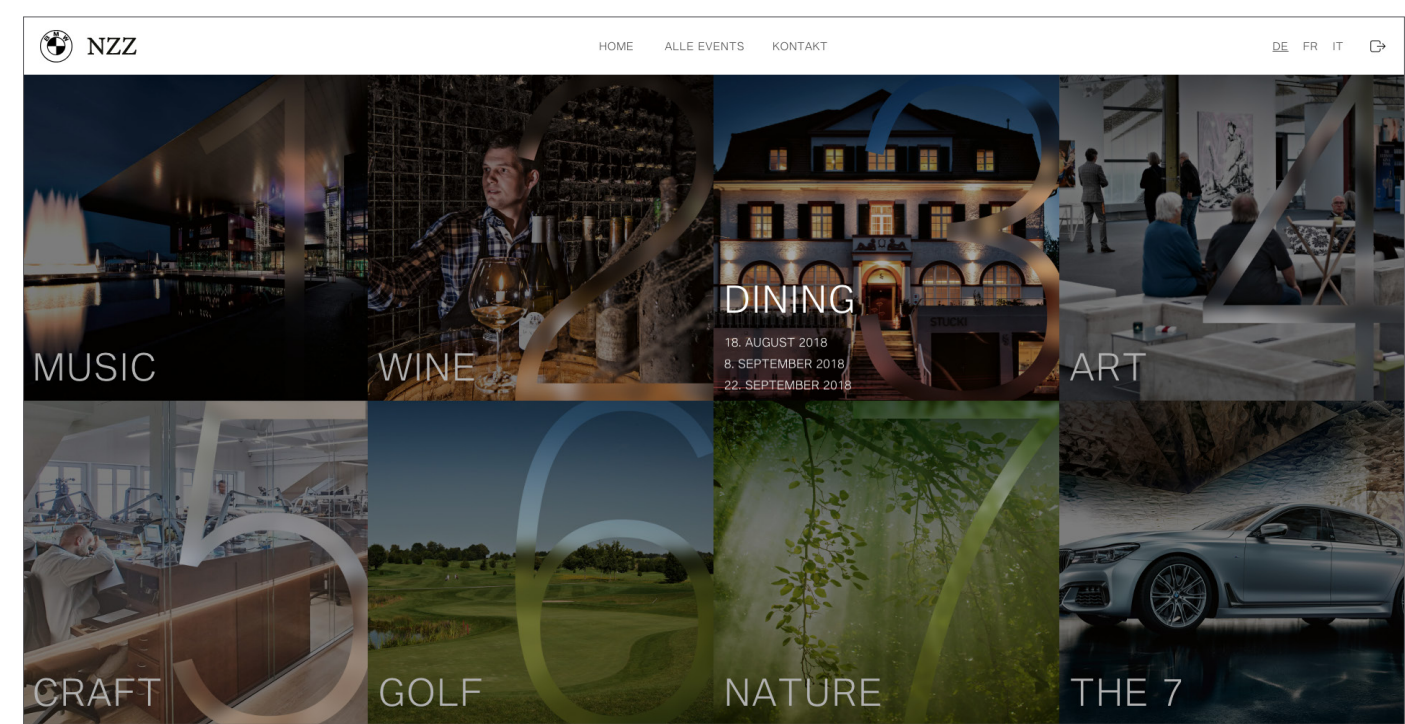
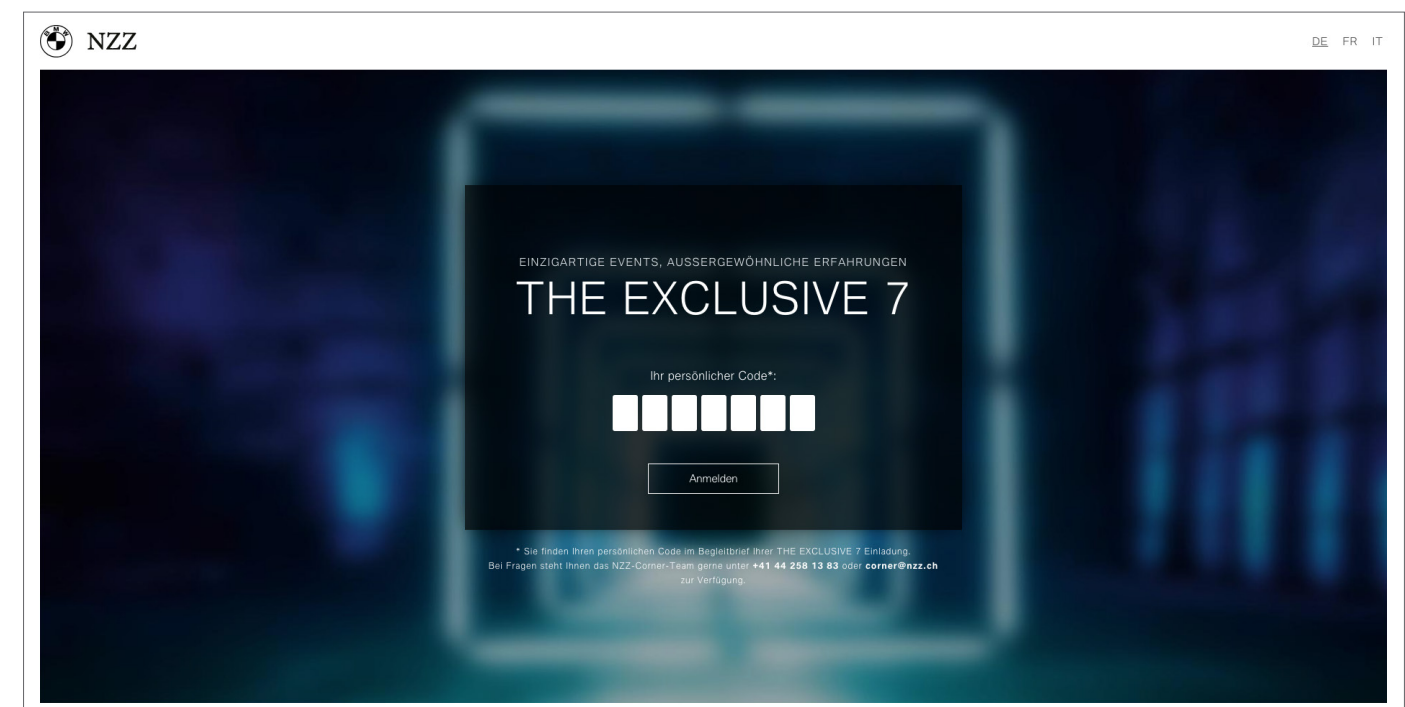


THE EXCLUSIVE 7



Aufgabenstellung
Der BMW 7er bietet Fahrfreude in seiner luxuriösesten Form und entsprechend anspruchsvoll ist auch seine Zielgruppe. Die Herausforderung: Mit dieser exklusiven Klientel in einer Weise Kontakt knüpfen, die nicht als klassische Verkaufsförderung wahrgenommen wird, sondern als wertvolles Erlebnis.

Lösung
In Kooperation mit der NZZ organisierte BMW «The Exclusive 7» – sieben einzigartige Events inklusive An- und Rückreise im BMW 7er. Eingeladen wurden ausgewählte NZZ Abonnenten sowie bestehende Kontakte von BMW. Die einmalig durchgeführten Anlässe deckten die Interessen der gehobenen Käuferschaft ab und wurden von der NZZ Redaktion fachmännisch begleitet.

Umsetzung
Die Einladung erfolgte mit einem hochwertig gefertigten Mailing, in welchem die Events und der BMW 7er kurz vorgestellt wurden. Interessenten wurden auf eine nicht öffentlich zugängliche Microsite mit detaillierteren Informationen geführt, wo sie sich direkt für einen Event ihrer Wahl anmelden konnten. Das Mailing und die Website sind in einem einheitlichen Look gestaltet und folgen der reduzierten Ästhetik von Luxuskommunikation.



BAYERISCHE MOTOREN WERKE