



Grazie a una campagna digitale coordinata che utilizza la Rete Display di Google, AdWords e YouTube, il 12% delle vendite della Jeep Renegade in Turchia viene realizzato online

Informazioni su Jeep

- Di proprietà di Fiat Chrysler Automobiles
- Opera in Turchia attraverso il Gruppo TOFAŞ
- www.jeep.com.tr

Obiettivi

- Promuovere il nuovo modello Jeep prima del lancio
- Incentivare le vendite online della Jeep Renegade
- Generare lead

Approccio

- Ha creato un sito web per configurare l'auto
- Ha promosso il sito utilizzando la Rete Display di Google e AdWords
- Ha utilizzato il remarketing, il targeting contestuale basato sull'affinità e sulla concorrenza
- Ha creato interesse pubblicando video su YouTube

Risultati

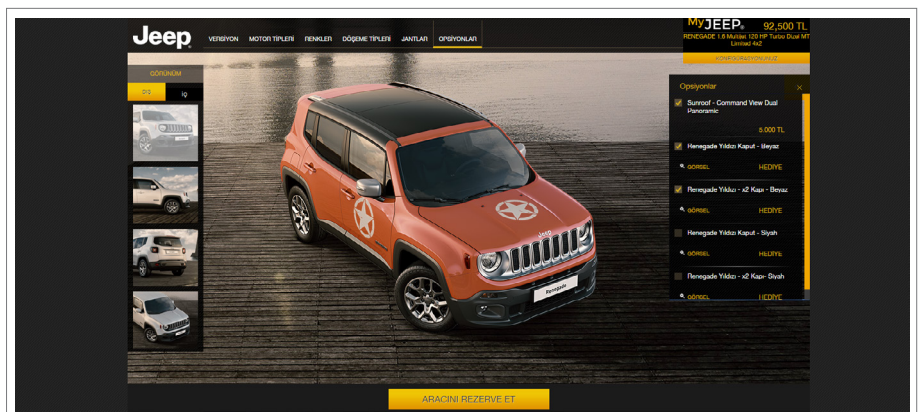
- Il 62% di tutte le visite al sito web di configurazione è stato generato da annunci pay-per-click di Google
- Il numero totale di richieste effettuate tramite il sistema di prenotazione ha prodotto un tasso di conversione del 16%
- Il 12% delle vendite della Jeep Renegade in Turchia è stato concluso online in seguito alla campagna digitale
- 38 auto vendute online con la sola campagna di prevendita; altri circa 150 veicoli venduti finora attraverso il sito di configurazione online

Specializzata in SUV e fuoristrada, Jeep è una marca di auto americane di proprietà di Fiat Chrysler Automobiles. In Turchia, Jeep opera attraverso 14 concessionarie del Gruppo TOFAŞ.


Prima del lancio della Jeep Renegade in Turchia, il team di marketing ha lanciato una campagna online utilizzando la Rete Display di Google, AdWords e YouTube. "In quel periodo, le Renegade non erano ancora arrivate negli showroom, eppure centinaia di vetture erano già in viaggio verso la Turchia", afferma Burak Umur Celik, Sales Area Manager. "Il nostro obiettivo era vendere il maggior numero di Renegade prima del loro arrivo. Lo slogan della nostra campagna era 'Non perdere l'opportunità di essere il primo proprietario di una Renegade'".

Le Jeep Renegade virtuali diventano realtà

Jeep ha creato un sito web che offre ai consumatori la possibilità di configurare una Renegade virtuale personalizzata e accedere a tutte le informazioni sul nuovo modello. "Una volta configurata l'auto, sullo schermo compare un pulsante 'Prenotami', spiega Burak. "Quando gli utenti fanno clic su questo pulsante, il sistema abbina la configurazione scelta a un'auto del parco virtuale corrispondente alla versione desiderata, del colore e con gli optional richiesti". Poi, i clienti possono scegliere un concessionario dall'elenco e inviare i dati di contatto. Alla fine, viene visualizzata un'ultima schermata indicante l'indirizzo del concessionario e il numero di telefono del responsabile delle vendite.



"Dopo l'invio della richiesta, il sistema prenota l'auto per un solo giorno a nome del cliente che, quindi, deve contattare il concessionario ed effettuare il pagamento entro ventiquattr'ore, se decide di acquistare l'auto", spiega Burak. "Quando il concessionario riceve i dati di contatto del cliente e i dettagli dell'auto prenotata, il responsabile delle vendite è in grado di contattare il cliente nell'arco di un'ora. Durante questa fase, il cliente ha due alternative: effettuare il pagamento tramite bonifico oppure recarsi presso il concessionario per pagare di persona".



Jeep RENEGADE
MACERAYA HIÇ BU KADAR YAKIN OLMAMIŞTIN!

Renegade'ini Rezerve Et!

Yeni Jeep Renegade'ini "Ön Satış Özel Fiyatı" ve "Renegade Yıldızı" hediyesiyle rezerve etmek için:

- 1 Formu doldur
- 2 24 saat içinde Jeep yetkili Bayimizle kontakta geç ve ön ödeme işlemlerini tamamla.

RENEGADE'İNİN ÖZELLİKLERİ

- Model: Jeep Renegade 1.4 MultiAir® 140 HP Turbo Benzinli MT LIMITED - Renk: Alp Beyazı - Döşeme: Siyah Deri (Limited) - Jant: 17" Alüminyum Jantlar (Limited) - Opsiyon: Deri Paket - Deni Koltuklar, Koltuk Isıtma, Direksiyon Isıtma - Fiyat: 86.500TL

Adınız Soyadınız

Doğum tarihiniz Mesleğiniz

E-Posta Cep Tel

Mevcut Aracınızın Markası Mevcut Aracınızın Modeli

Lancio dell'attività promozionale

Per promuovere la campagna, il team di marketing ha utilizzato il sito web ufficiale di Jeep in Turchia, AdWords, la Rete Display di Google e una serie di video della Renegade su YouTube. Tutti i lead venivano indirizzati al sito di configurazione dell'auto.

L'attività sulla Rete Display di Google comprendeva tre tipi di campagne: di remarketing, di affinità e contestuali basate sulla concorrenza. "Abbiamo utilizzato una campagna contestuale basata sulla concorrenza perché la nostra popolazione target era ristretta", spiega Burak "così, ci siamo concentrati sul posizionamento dei nostri banner su siti web in cui figuravano i nomi dei nostri concorrenti. Con il remarketing, abbiamo incoraggiato gli utenti che avevano già visitato il sito web di Jeep ad accedere al nostro strumento di configurazione. Infine, con i segmenti di affinità abbiamo scelto come target gli appassionati di auto e le persone che avevano manifestato interessi simili".

Decidere di pubblicare su YouTube contenuti sulla Renegade è stato semplice. "YouTube è la piattaforma video più importante per noi", afferma. "È anche il sito principale in cui annunciamo tutte le nostre campagne video e, grazie ai nostri elenchi per il remarketing, riusciamo a trovare un'ampia base di utenti interessati. Ogni volta che pubblichiamo i nostri video locali e globali, scegliamo sempre Google".

Ottimi risultati con le vendite online di auto

Dopo l'attivazione del programma di prenotazione, sono bastate solo due ore per vendere la prima Jeep Renegade online. Durante l'intera campagna di prevendita abbiamo venduto online 38 Renegade. Nell'arco di sette mesi, il 12% delle vendite della Jeep Renegade in Turchia è stato realizzato online grazie al marketing digitale. Il numero totale di richieste effettuate tramite il sistema di prenotazione ha generato un tasso di conversione del 16%. Finora sono stati venduti altri circa 150 veicoli attraverso il sito di configurazione online.



“Google si è rivelato determinante per la nostra attività: infatti, circa il 62% di tutte le visite al sito web di configurazione è stato generato da annunci pay-per-click di Google”, dichiara Burak. “In futuro, abbiamo deciso di estendere le vendite online ad altri modelli Jeep, nonché alle vetture Alfa Romeo. Entro la fine dell’anno, prevediamo inoltre l’introduzione di un sistema di pagamento online: in tal modo, il cliente potrà completare l’intero processo di acquisto (configurazione, prenotazione e pagamento) tramite il programma di vendita online”.