



Renault, Publicis, OMD ve Google, İtalya'da Google Platformlarını Kullanarak Aile Şirketlerini Güçlendirmek için Bir Araya Geldi

Hedefler

- İtalya'daki aile şirketlerinin başarısını artırma
- Hafif ticari araç (LCV) sınıfında potansiyel müşterileri ve satışları artırma

Yaklaşım

- Google for Work işlevlerini içeren uygulama oluşturuldu
- YouTube'da etkileşimli pazarlama başlatıldı
- Yerel bayilerde canlı iş seminerleri verildi

Sonuçlar

- Markanın YouTube kanalındaki lansman videosu 770.000 kez izlendi
- Uygulama 100.000'den fazla indirildi
- Hafif ticari araç potansiyel müşterilerinde yıldan yıla %70 artış görüldü
- Hafif ticari araç satışlarında yıldan yıla %40 artış görüldü

Aile Şirketleri günümüzde genç nesle istihdam olanağı sunarak İtalyan ekonomisinin temelini oluşturmaktadır. Bununla birlikte, işini icra eden geleneksel çalışanların oluşturduğu bu romantik duygunun ötesinde başka bir konu vardı: Geleneksel işletmeyi yenilenmiş, daha rekabetçi bir ortam haline getirmenin zorluğu.

Renault, İtalya'daki aile şirketlerinin başarısını artırmak için işlerini teknolojiye uygun hale getirmesine yardımcı olmak istiyordu. Renault, Publicis ve Google ile birlikte çalışarak Google for Work işlevlerinin yerleştirdiği yeni mobil uygulamasını tanıtmak amacıyla bir kampanya başlattı.

Pazarlama departmanı, kullanıcının İtalya'daki aile şirketinin güzelliğini keşfetmesinin bir yolu olarak "babadan" "oğula" geçmesini sağlayan bir hikaye anlatımıyla etkileşimli YouTube videolarını kullandı. Kampanya ayrıca yerel Renault bayilerinden de yararlanarak profesyonel eğitimciler aracılığıyla İtalya çapındaki orta ila küçük ölçekli işletmelere dijital yaşamın avantajlarına ilişkin canlı seminerler verdi. Bu seminerler, kampanya mesajını yaymasının yanında potansiyel müşterileri bayilere çekmeye de yardımcı oldu.

Google for Work uygulaması, kelimenin tam anlamıyla babalar ile oğulları bir araya getirerek karar almalarına ve en çok gerektiğinde, yani hareket halindeyken, işleri halletmelerine yardımcı olan mükemmel bir araç sağladı. Renault'nun YouTube kanalındaki lansman videosu 770.000 kez izlendi ve kampanya 2016 Cannes Lions Festivalinde Medya Bronz Aslanı dahil birçok ödül kazandı.

