



Renault arbeitet mit Publicis, OMD und Google zusammen, um italienische Familienunternehmen zu unterstützen

Ziele

- Den geschäftlichen Erfolg italienischer Familienunternehmen steigern
- Mehr Leads und Umsätze in der Sparte "leichte Nutzfahrzeuge" erzielen

Strategie

- Entwicklung einer App mit eingebetteten Google Cloud-Funktionen
- Interaktives Marketing auf YouTube
- Seminare in Autohäusern zum Thema Unternehmensführung

Ergebnisse

- 770.000 Aufrufe des Videos zum Start der App auf dem unternehmenseigenen YouTube-Kanal
- Über 100.000 App-Downloads
- 70 % mehr Leads in der Sparte "leichte Nutzfahrzeuge" im Vergleich zum Vorjahr
- 40 % höhere Umsätze in der Sparte "leichte Nutzfahrzeuge" im Vergleich zum Vorjahr

Familienunternehmen sind ein integraler Bestandteil der modernen italienischen Wirtschaft, da sie der jüngeren Generation Arbeitsplätze bieten. Viele Leute verbinden mit dieser Art von Betrieben ein traditionelles Handwerk und haben eine eher romantische Vorstellung von deren Arbeit. Allerdings stehen viele Familienunternehmen vor der Herausforderung, an die Moderne anknüpfen und konkurrenzfähig bleiben zu müssen.

Renault wollte diese italienischen Unternehmen bei der Entwicklung von Tools unterstützen, um deren geschäftlichen Erfolg mithilfe von Technologien voranzutreiben. Gemeinsam mit Publicis und Google entwickelte Renault eine Werbekampagne für seine neue mobile App mit eingebetteten Google Cloud-Funktionen.

Beim Marketing setzte man auf interaktive YouTube-Videos mit Geschichten italienischer Familienbetriebe, in denen Zuschauer sich sowohl in einen Vater als auch in einen Sohn hineinversetzen konnten. Außerdem wurden im Rahmen der Kampagne Seminare für kleine und mittlere Unternehmen aus ganz Italien in Renault-Autohäusern angeboten. Dort erklärten professionelle Schulungsleiter den Teilnehmern, wie sie ihr Geschäft mit digitalen Hilfsmitteln voranbringen. Dadurch konnte Renault nicht nur den Unternehmen weiterhelfen, sondern auch potenzielle Kunden in die Autohäuser bringen.

Im Video zur Markteinführung wurde gezeigt, wie Väter und Söhne mithilfe der Google Cloud App in den wichtigsten Momenten – nämlich unterwegs – Entscheidungen treffen und Aufgaben erledigen können. Renault erzielte mit dem Video auf dem unternehmenseigenen YouTube-Kanal 770.000 Aufrufe und gewann mit der Kampagne zahlreiche Preise – darunter den bronzenen Löwen in der Kategorie "Media" beim Festival Cannes Lions 2016.

