

Volkswagen begleitet Sharan-Start ausschließlich mit digitaler Werbekampagne

Die Markteinführung des neuen Sharan wird ausschließlich mit einer online-Werbekampagne in Deutschland begleitet. Ein umfangreiches Webspecial (www.sharan.de) steht im Mittelpunkt der Kampagne mit dem Slogan „Der neue Sharan. Familien wissen warum.“ Hier wird eine Serie von Online-Werbespots mit korrespondierenden Social Media-Inhalten verknüpft. Komplettiert wird die Kampagne durch eine Kooperation mit der Onlineplattform BuzzFeed.

Im Mittelpunkt der Marketingkommunikation zur Markteinführung des neuen Sharan stehen drei Online-Werbespots. Die Filme, die exklusiv im Sharan-Webspecial zu sehen sind, werden Alltagssituationen von Familien mit Kindern im Teenageralter humorvoll thematisiert. Der „Teen-Übersetzer“ im Webspecial beschreibt die Highlights des Fahrzeugs zusätzlich in Teenager-Sprache. Mit dieser Funktion kann Missverständnissen bei der Verwendung von Ausdrücken aus der Jugendsprache in der Erwachsenenkommunikation vorgebeugt werden. Darüber hinaus können sich Interessierte im sogenannten „Visualizer“ online die Farben und Felgen des Fahrzeugs nach ihren individuellen Wünschen zusammenstellen. Mit dessen Hilfe genügt ein Klick, um die individuelle in den Volkswagen Konfigurator geführt, wobei die Vorauswahl erhalten bleibt. Dank der integrierten Sharefunktion kann jeder Interessierte außerdem seinen Wunsch-Sharan mit allen Freunden via Facebook oder Pinterest teilen.

Verstärkt wird die Wahrnehmung der Online-Kampagne durch die erstmalige Kooperation mit der Onlineplattform „Buzzfeed“. Zusätzlich wird die Marketingkommunikation von Social Media-Aktivitäten über die Facebook-Präsenz von Volkswagen viral unterstützt. Die Handelskommunikation wird bundesweit adaptiert und ausgerollt. (ampnet/nic)

Bilder zum Artikel



Volkswagen Sharan.
