

Opel meldet sich mit Corona-Kampagne

Das Motto einer neuen Kampagne von Opel lautet „#OpelOpen“. Dabei bekräftigen Opel-Händler und -Mitarbeiter aus ganz Europa in Videostatements, dass sie weiterhin für ihre Kunden da sind. Aus 300 selbstgedrehten Filmbeiträgen ist so innerhalb von 72 Stunden ein dezentraler Spot entstanden. Mit Selfie-Videos zumeist von Opel-Händlern, aber beispielsweise auch von Call-Center-Mitarbeitern aus 14 verschiedenen Märkten setzt das Unternehmen ein Statement.

Mit „Wir haben geöffnet, weil die Menschen auf uns zählen“, beginnt der neue Spot, der auf den Social-Media-Plattformen von Opel zu sehen ist. Er bekräftigt das Engagement von Opel trotz der Corona-Pandemie und sozialer Distanz. Vierzehn europäische Märkte stellten Beiträge in zwölf verschiedenen Sprachen zur Verfügung, um das Versprechen von Opel zu formulieren.

In der Krise sind die Opel-Händler telefonisch und per E-Mail erreichbar, wenn es um den Verkauf von Neu- oder Gebrauchtwagen oder den kurzfristigen Mobilitätsbedarf geht. Auch der Service läuft weiter. Inspektionen, kleine Wartungen, Hauptuntersuchungen, Reparaturen sowie Schadensgutachten lassen sich ebenfalls telefonisch, per E-Mail und über die My-Opel-App wie gewohnt vereinbaren. Die Versorgung an Original-Ersatzteilen ist gesichert. Aktionen wie „Opel Service 100 Prozent automotiviert“ laufen wie geplant.

Darüber hinaus können Kunden ihr Auto zum Händler bringen, um es zum Nach-Winter-Check zu geben. Kleinere Wartungen wie ein Scheibenwischerwechsel werden von einigen Werkstätten als Drive-Thru-Service angeboten, bei dem der Fahrer im Auto sitzen bleibt und so keinen direkten Kontakt zu den Mitarbeitern des Autohauses bekommt. Auch für den bevorstehenden Wechsel von Winter- auf Sommerreifen bieten die Opel-Händler attraktive Angebote an. Interessierte Kunden können sich über Neuwagen-Sonderangebote informieren. ([ampnet/deg](#))

Bilder zum Artikel



Kampagne #OpelOpen.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Opel