

# Case Volkswagen Lançamento Saveiro 2009



CLIENTE: Volkswagen / RAPP

SEGMENTO: Auto

APLICAÇÃO: Dados Variáveis em Cor / Crossmedia / Lead Generation / Enriquecimento de Base / Trigger

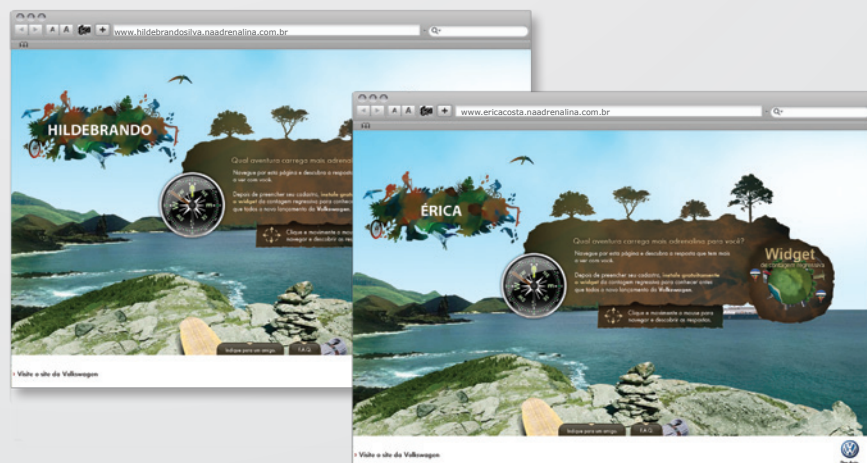
## DESAFIO

Convidar 100 mil pessoas provenientes do CRM da Volkswagen e da DataListas a interagirem em um hot site de lançamento da Nova Saveiro 2009 para assim identificar qual a aventureiro que mais agradava o usuário, bem como enriquecer a base de dados, promover o lançamento do veículo e mostrar a versatilidade do novo produto.



## SOLUÇÃO

Foi desenvolvida uma ação crossmedia personalizada (mala direta, P-URL e E-mail marketing) para comunicar a existencia do novo produto da empresa. Foi enviado uma mala direta com personalização em cor para levar o usuário ao seu hot site com URL Personalizada – exemplo: [www.JohnSample.naadrenalina.com.br](http://www.JohnSample.naadrenalina.com.br) – para enriquecer a base e segmentar o mailing por perfil escolhido na P-URL (balada, cidade, aventura, esportes radicais, praia e camping). Em seu site personalizado, o usuário era convidado a baixar um aplicativo widget que ficava contando as horas do novo lançamento no desktop. No dia e na hora do lançamento na televisão em mídia de massa, o aplicativo foi sincronizado com o filme do comercial e uma animação do carro aparecia no computador da pessoa. No mesmo momento, o sistema disparou um e-mail marketing personalizado com a imagem do novo carro levando em seu bagageiro diferentes tipos de cargas que identificavam o perfil do participante, escolhido por ele no momento da primeira interação com o hot site personalizado.



## RESULTADO

22 mil pessoas ou 22% do total acessaram suas P-URLs e interagiram com a ação. O novo produto Saveiro tornou-se conhecido pelo target. A ação crossmedia gerou conhecimento na base, criou segmentos e mensurou o resultado da ação, retornando dados enriquecidos ao CRM da Volkswagen.