

19
Okt

Charmante freche Idee zum Valentinstag: Fiat 500 La petite Robe Noir

Veröffentlicht:

19. Oktober
2016

Kategorie:
Branded
Entertainment

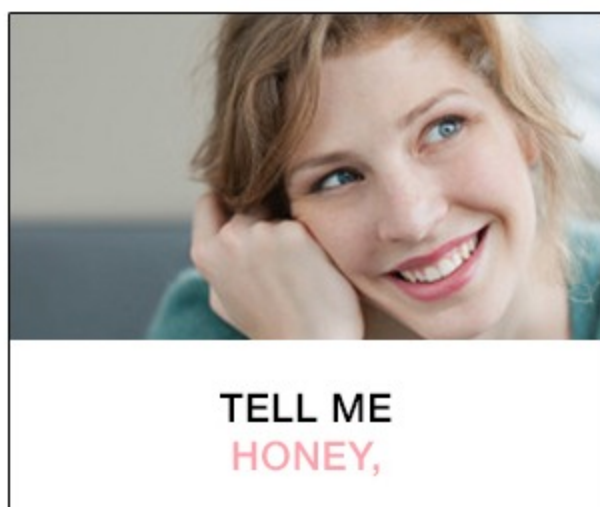


Zum Launch des neuen Fiat 500 in Frankreich bestach der Automobilhersteller zum diesjährigen Valentinstag mit einer außergewöhnlichen Brand Campaign: „La petite Robe Noir“. Sie beantwortet die Frage „Wie kann ich meinen Mann in drei Schritten dazu bringen, mir mein Traumauto zu schenken?“ und bringt fast 50 Auto-Vorbestellungen.

Wie, dazu gleich mehr. Die datengesteuerte Kampagne entstand in Zusammenarbeit mit Guerlain, die das gleichnamige Parfum „La petite Robe Noir“ herstellt, das sich an die Zielgruppe „mutige und ein wenig unverblümete Frau“ richtet. Diese Zielgruppe traut es sich, sich vom Partner zum Valentinstag keine Blumen, sondern gleich ein Auto zu wünschen!

Kreiert wurde „La petite Robe Noir“ für Fiat 500 von Mullen Lowe und KR Media. Die digitale Umsetzung erfolgte über die datengesteuerte Plattform ADventori, deren Technologie kreatives Branding ermöglicht.

Für Fiat ging es vor allem um Brand Awareness. Aber tatsächlich führte die Aktion auch zum Abverkauf - mit 47 Vorbestellungen für den Fiat 500 in der ersten Woche der Kampagne.



Die drei Schritte

Angesprochen wurden zunächst die Kundinnen von Guerlain und Fiat 500. Aber nun nun will ich unsere BEO-Leserinnen nicht länger auf die Folter spannen. Hier die drei Schritte zum Erfolg, also zum Auto :-)

1. Die Teilnehmerin gibt ihre Kontaktdaten (Vorname, Name, E-Mail-Adresse) ein und lädt ihr Foto hoch. Danach gibt sie die Kontaktdaten ihres (Ehe-)Partners ein, gefolgt von seinem Spitznamen.
2. Dem (Ehe-)Partner wird eine E-Mail im Namen seiner Partnerin zugesendet. Beim Klick auf die E-Mail entdeckt er das Traumauto (den FIAT 500) und in seinem Browser wird ein Cookie gespeichert.
3. Dem (Ehe-)Partner wird später, auf anderen Web-Seiten, eine ultra-persönliche Re-Targeting-Kampagne mit seinem Spitznamen und dem Namen seiner Partnerin angezeigt.

Vom 1. bis zum 16. Februar wurden so insgesamt 3.800 Banner an die Männer ausgeliefert. Die personalisierte Aktion lief ‚opt in‘, da es wichtig war, Daten vertraulich zu handhaben.

Die Aktion wurde in Frankreich durchgeführt, wo das „kleine schwarze“ Cocktailkleid Kultstatus hat und die Frauen ihre Männer zum Valentinstag wohl um den Finger zu wickeln wissen. Wir wissen nicht, wieviele Teilnehmer es in Deutschland, Österreich und der Schweiz gegeben hätte? Einen Versuch wäre es wert.

Fotos: ADventori, Frankfurt

BEO-Autorin: Sandra Freisinger-Heinl

[< Zurück](#)

[Weiter >](#)

Gefällt mir Zeige deinen Freunden, dass dir das gefällt.

Teilen Diesen Inhalt auf Google+ teilen

0

Twittern **Pin it**

Suchbegriff eingeben... [los!](#)

CMC
Content-Marketing Conference & Expo
EUROPAS GRÖSSTES CONTENT-MARKETING EVENT
07. - 08. März, Messe München

Jetzt Ticket sichern!

The Festival of European Creativity

eurobest!
30.Nov-2.Dec, Rome

[Abonnieren](#)

About

Branded Entertainment Online - kurz: BEO - ist die News- und Austauschplattform zu den Themen Product Placement und Branded Entertainment in Deutschland.



BEO Autoren

- Margret Knitter
- Britta Schewe
- Manfred Auer
- Nicolas A. J. Volber
- Jens Kürschner
- Andreas Waldner
- Sandra Freisinger-Heinl
- Peter Kasza
- Alexander Kornelsen
- Florian Heister
- Otto Keltmann
- Christian Hofbauer
- Dr. Stephan Leitgeb
- Nadja Katharina Saleh
- Sophie Berke

Beliebte Themen

2015

2016

Advertiser Funded

Programming

Audi

BMW

Branded Content

Branded Entertainment

Cannes

Lions

Content

Cristal Festival

Eurobest

Event

Facebook

Frankreich

Games

Interview

IP

Deutschland

Jury

MIPTV

Native

Advertising

Product Placement

ProPKo

RTL

Sandra Freisinger-Heinl

Storytelling

Studio

UK

Video

Youtube

Blogroll

- [brainwash](#)
- [Product Placement Award](#)
- [blogbusters.ch](#)
- [Filmkritik / critic.de](#)
- [locationplacement.com](#)
- [Mobile Zeitgeist](#)
- [Storytelling for Brands](#)
- [Branded Entertainment Online \(Int.\)](#)
- [Initiative Newsroom](#)
- [ausenwerbung](#)
- [stenographique](#)
- [brandsandfilms.com](#)
- [worstproductplacement.com](#)
- [open-media-foundation.org](#)

Kontakt & Info

[Kontaktformular](#)
[Impressum](#)
[Speakers Corner](#)

Vertrauen

[Nutzungsbedingungen](#)
[Datenschutz](#)
[Einloggen](#)

Partnerschaften

[Insertbrands.de](#)
[Mediadaten](#)
[Medienpartnerschaften](#)

Wissenswertes

[Lexikon](#)
[Literatur](#)
[Awards](#)
[Research](#)