



AUDI IMPORTERS TROPHY 2005

PRINT | ONLINE | LITERATUR | EVENT | XXX

activate the power



2

Don't let a very special opportunity go to waste. Arrange an Audi Sales Trophy 2005 and activate the immense power of your dealers with this motivating competition. We've prepared an exciting adventure for the winners. Put the full emphasis on the power of the Audi A4 - because it creates excitement everywhere. Its sporty handling combined with increased safety and trend setting design best represent the power of the Audi brand.

show the power



If you win the Audi Importers Trophy 2005, you'll get to know the kind of the bear. Where the power of cleverness applies. For example, with the bear bag - this small instrument has a major effect. Even the largest and strongest bear fears its sound and fun away. Use your cleverness too, against the competition, and let your opponents feel your power.

3

AUDI & BAYER ERFOLGSCASES

Für Die Audi Importers Trophy, ein Wettbewerb für die Audi-Importeure aus aller Welt entwickelten Werbeagentur, Dialog & Interactive und event gemeinsam ein integriertes Konzept. Sie motivierten bei dem jeweils über ein Jahr laufenden Projekt die Importeure, den Absatz zu verstärken. Beim ersten mal für das damals auslaufende A6 Modell. Im Monatsrhythmus erhielten Vertrieb und Importeure hochwertige, die Neugier anstachelnden Mailings und aktualisierte Statusberichte über den eigens dafür konzipierten Internetauftritt.

An den fantastischen Verkaufszahlen lässt sich ablesen, wie ehrgeizig um die wenigen Gewinnerplätze gekämpft wird: beim ersten Mal ging es um den Start bei der Mille Miglia, dem Oldtimerrennen schlechthin, bei den zahlreichen Folgetrophies immer um die Teilnahme an aussergewöhnlichen Events mit sportlichen Herausforderungen in allen Herren Länder.



Audi importers trophy 2005 - Box

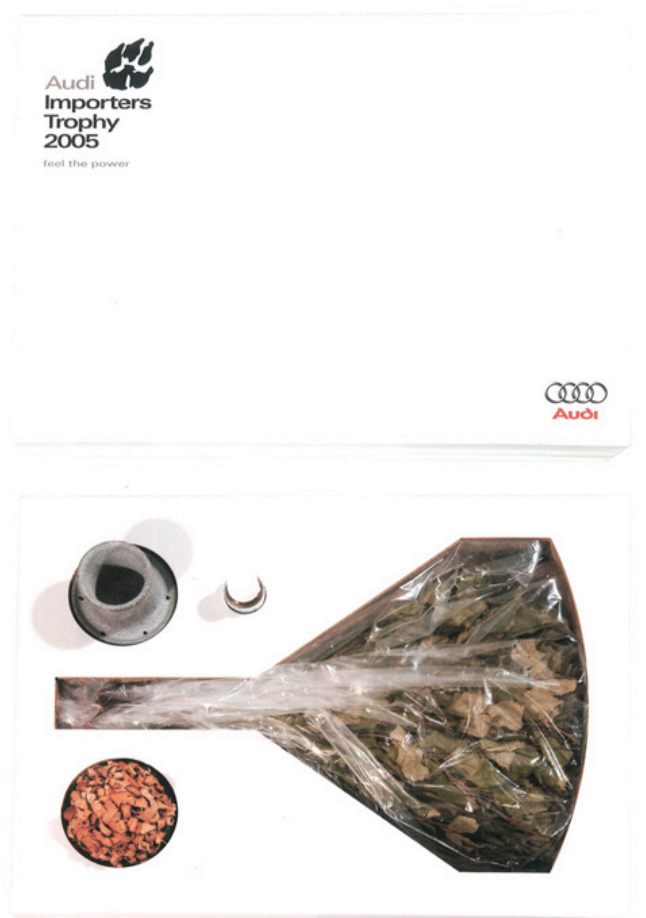
Der Aufwand lohnte sich für alle Beteiligten:

- für die Sieger unvergessliche Erlebnisse,
- für den Kunden Absatzsteigerungen weit über Plan und
- für die Agentur Folgeaufträge über mehrere Jahre und den eindrucksvollen Beweis, dass durchdachte integrierte Werbemaßnahmen auch beim Top-Klientel, sprich in betuchten Kreisen, ihre Wirkung nicht verfehlen.

Bei Bayer werden Aussendienstmitarbeiter in aller Welt mit einem ähnlichen Format und genauso faszinierenden Gewinneraktivitäten motiviert. Diese Internal Branding Massnahmen machen die Mitarbeiter im Vertrieb zu überzeugten Markenbotschaftern und führen zu immer wieder überzeugenden Absatzsteigerung. Der ROI jedes einzelnen Euros ist nach Aussage von BayerCropScience unvergleichlich. Bei einer der ersten Trophies, bei dem es um den Verkauf eines Produktes ging, das schon am Ende des Life Cycles zu sein schien, gab es

- für die Sieger den Besuch der Fechtmannschaft bei den Olympischen Spielen, » für das Unternehmen so große Vertriebserfolge, dass eine Produktionsstätte wieder eröffnet werden musste und
- für uns den nächsten Auftrag für die nächsten Aktivations-Aktionen für weitere Produkte, und das nun schon regelmässig über mehr als eine Dekade.

Wenn Sie also auch solche erfolgreichen Rundum-Aktivationsprogramme für Ihre Mitarbeiter machen wollen, kontaktieren Sie uns.



Direct Mailing



Audi importers trophy 2005 - Saunaset Box



FOKUS ON



Box - ipod + Broschüre



Box - Bärenglocken + Broschüre



8- seitiger Folder, Titel



Beispielseite 3



E-mailing