

Les amateurs de Mercedes découvrent la nouvelle Classe C sur leur mobile grâce aux MMS

21-05-2007

Paris le 15 Mai 2007. Pour le lancement de la Nouvelle Classe C, Mercedes innove en abordant les adeptes de la marque via le marketing mobile, grâce à Phonevalley et Proximity BBDO. Une campagne parfaitement menée et innovante puisque que seuls les prospects possédant des mobiles multimédia ont pu découvrir en avant première la nouvelle Classe C. Pour le lancement de la Nouvelle Classe C, Mercedes innove en abordant les adeptes de la marque via le marketing mobile, grâce à Phonevalley et Proximity BBDO. Une campagne parfaitement menée et innovante puisque que seuls les prospects possédant des mobiles multimédia ont pu découvrir en avant première la nouvelle Classe C.

1ère phase : opération séduction auprès des contacts Mercedes

A partir du 21 mars, Mercedes a collecté via son site internet des contacts intéressés par la sortie de la nouvelle Classe C. Les numéros de ces contacts ainsi que ceux des clients Mercedes ont été qualifiés par les opérateurs mobiles afin de connaître les numéros compatibles et activés MMS.

Phonevalley a réalisé trois campagnes successives sur ces contacts en MMS et en SMS, en fonction de leur compatibilité en offrant la possibilité de :

- participer à un tirage au sort pour piloter la Classe C sur le circuit F1 d'Espagne,
- télécharger sur leur mobile un module permettant de visualiser la nouvelle Mercedes Classe C
- recevoir une invitation pour essayer le véhicule en avant première

2ème phase : après le repérage, l'essai du nouveau modèle

Dès la sortie du véhicule le 31 mars, Phonevalley a diffusé trois campagnes auprès de 70 000 contacts loués préalablement sélectionnés d'après certains critères : position sociale (dirigeants, gérants, cadres ou professions libérales) et âge (les 35 ans et +). Ces campagnes ont été réalisées en SMS et MMS en fonction des possibilités des mobiles des utilisateurs. Un moyen de les intégrer, grâce au mobile, au clan des privilégiés qui découvrent la Classe C avant les autres.

Ces campagnes présentaient la nouvelle Mercedes et proposaient de contacter directement le call center pour essayer le véhicule.

<http://www.phonevalley.com>

amars@phonevalley.com