



**MITSUBISHI  
MOTORS**



**HITSPOT.MEDIA**

# **CASE STUDY**

**DATA-DRIVEN CAR SELLING CAMPAIGN!**

**SUKCES KAMPANII PERSONALIZACYJNEJ  
DLA MARKI MITSUBISHI**





**MITSUBISHI  
MOTORS**

**TWORZĄC KAMPANIĘ DLA MARKI MITSUBISHI  
OPARLIŚMY SIĘ O MODELOWANIE CUSTOMER  
JOURNEY BY LEPIEJ ZROZUMIEĆ I ODPOWIEDZIEĆ  
NA ŚCIEŻKĘ ZAKUPOWĄ KLIENTÓW  
MITSUBISHI MOTORS POLSKA.**

**CEL AKCJI: Zwiększyć migrację leadów  
do kolejnych etapów  
w ścieżce decyzyjnej.**

Na poszczególnych etapach customer journey, do każdego użytkownika kierowaliśmy dynamiczną kreację zawierającą informacje zgodne z jego etapem w ścieżce decyzyjnej oraz dokonanymi wyborami. Połączyliśmy informacje pochodzące z www z danymi z CRMu i dzięki temu mogliśmy automatycznie przedstawiać danej osobie reklamę ze skonfigurowanym samochodem, w kolorze, wersji wyposażenia i odpowiednim silnikiem oraz kierować ją do preferowanego dealera. Kiedy kupiła samochód – natychmiast wyłączyć dla niej kampanię.

**130TYS.**

Ilość wyświetlonych unikalnych kreacji

**300TYS.**

Ilość użytkowników mających styczność z reklamą

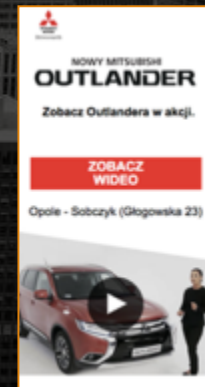
**862%**

Wzrost skuteczności w przenoszeniu  
do następnego etapu ścieżki decyzyjnej



Badamy zainteresowanie użytkowników modelami i kierujemy ich do konfiguratora pojazdu. Od teraz w komunikacji będziemy używać wybranego przez użytkownika modelu, koloru, wersji i silnika.

Na podstawie skonfigurowanego modelu wyświetlamy kreację kierującą do zapisu na jazdę próbną u preferowanego dealera.



ZAKUP



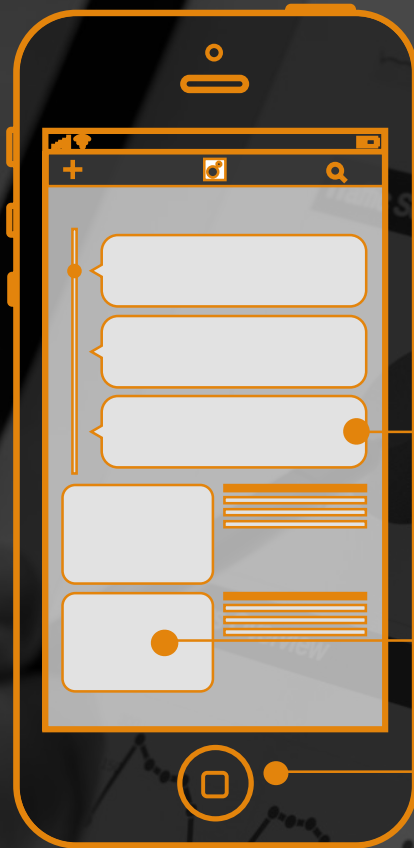
Po zakupie wyłączamy kampanię dla danej osoby – szanujemy spokój, oszczędzamy budżet.

Po odbyciu jazdy próbnej (automatyczna informacja z CRM) kierujemy użytkowników do niezależnych opinii i artykułów na temat wybranego modelu.

Użytkowników oczekujących na jazdę próbną kierujemy do materiałów wideo pokazujących możliwości wybranego modelu i poparcie ambasadorów marki.

# TECHNOLOGIA

PROWADZENIE PRECYZYJNYCH DZIAŁAŃ W  
KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ WYMAGA  
POŁĄCZENIA WIELU NARZĘDZI ORAZ  
ODPOWIEDNIEGO ZAPLECZA TECHNOLOGICZNEGO.



## bluerank.

Główny partner w zakresie emisji kampanii w ekosystemie Google. Eksperti kampanii DoubleClick.

### GOOGLE ANALYTICS

Narzędzie analityczne pozwalające na ocenę akcji podejmowanych przez użytkowników i oprogramowanie automatyzacji kampanii i scoringu.

### GOOGLE TAG MANAGER

Narzędzie umożliwiające tworzenie personalizowanych treści na LPs.

### DOUBLECLICK

Platforma umożliwiająca zakup mediów w czasie rzeczywistym i emisję reklam dynamicznych do pojedynczego użytkownika.

“

PERSONALIZACJA MARKETINGOWA POZWOLIŁA  
NAM NA **EFEKTYWNIEJSZĄ KOMUNIKACJĘ**  
PRZY JEDNOCZESNYM  
**LEPSZYM ZROZUMIENIU KLIENTA.**

”

**ŁUKASZ WÓJCIK**

Marketing & PR Director  
Mitsubishi Motors Poland

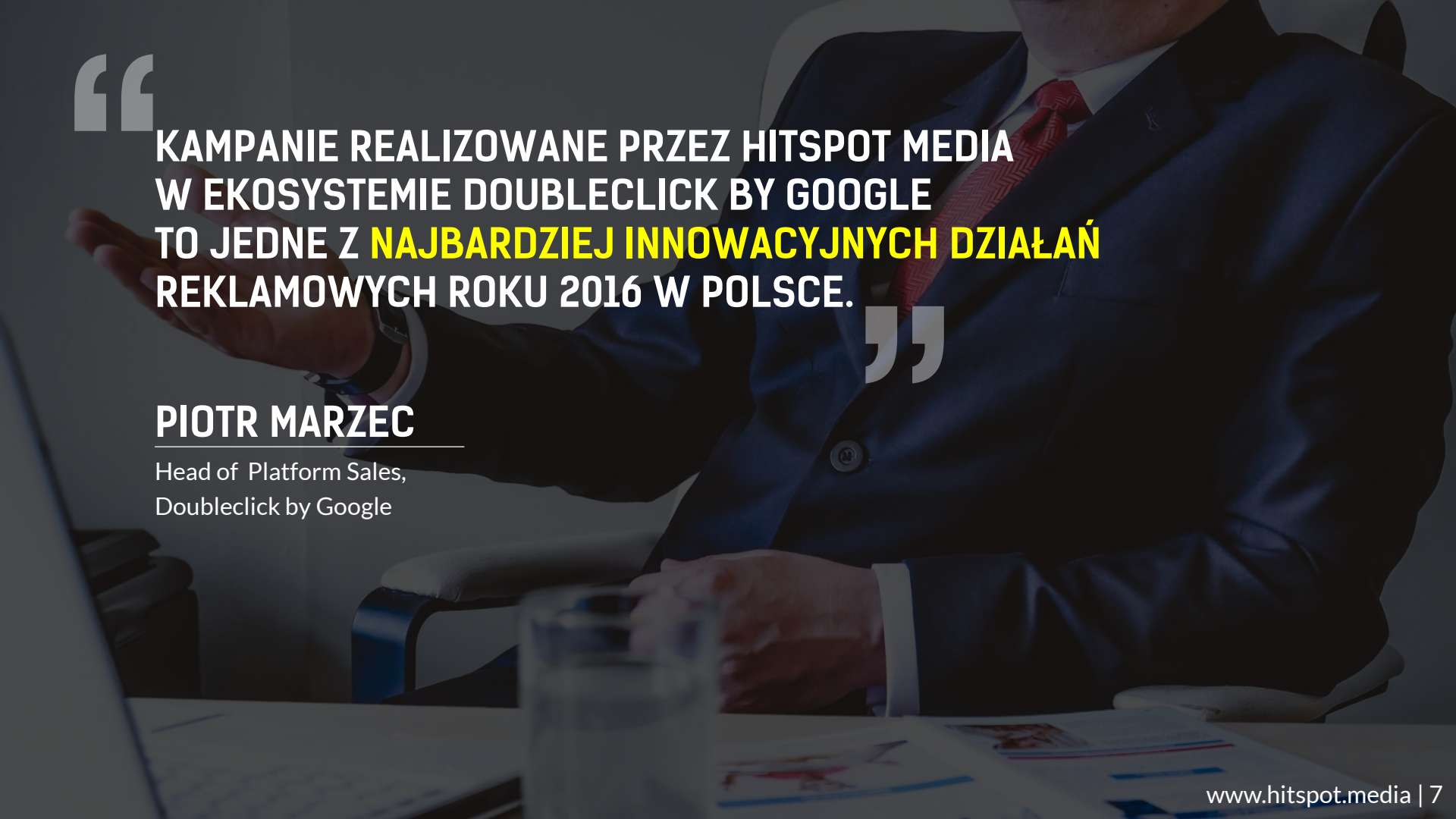
# MIXX AWARDS EUROPE 2017

*SREBRNA NAGRODA W KATEGORII  
PROGRAMMATIC ADVERTISING*

# GOLDEN ARROW 2017

*WYRÓŻNIENIE W KATEGORII  
INNOWACJA W DIGITAL MARKETINGU*





“

KAMPANIE REALIZOWANE PRZEZ HITSPOT MEDIA  
W EKOSYSTEMIE DOUBLECLICK BY GOOGLE  
TO JEDNE Z **NAJBARDZIEJ INNOWACYJNYCH DZIAŁAŃ**  
REKLAMOWYCH ROKU 2016 W POLSCE.

”

**PIOTR MARZEC**

Head of Platform Sales,  
DoubleClick by Google

# KONTAKT

**JACEK TKACZUK**

**CTO**



+48 601 222 623

j.tkaczuk@hitspot.media



al. Piłsudskiego 87

92-332 Łódź

**WWW.HITSPOT.MEDIA**



**HITSPOT.MEDIA**