

BAK DOKUN ve GÖRDÜĞÜNE İNAN



KURUMSAVAR



ŞEFFAF ODA

DİĞER MOTOR YAĞI

Brief Aldığımız brief, Castrol VECTON Sistem5 ürününün 5 üstün özelliğini, zorlu motor koşullarında oynadığı rolü, hedef kitleye saha çalışmalarıyla aktarmak ve ürün bilinirliğini artırmaktı. Doğru kitleye, etkin aktivite alanlarında ulaşmak hedefi ile başladık.

Amaç Castrol VECTON'un, yağ kalınlaşması, piston tortusu, zararlı kirleticiler, aşınma, korozyon ve kurumla mücadele ederek; yakıt, yağ tüketimi, yağ değişim aralığı, parça ömrü ve güç gibi motorda 5 temel kritik noktada nasıl fayda sağladığını göstermeyi amaçladık. Ürün mesajlarını, kamyon, otobüs, tır gibi ağır hizmet vasıtalarını kullanan sürücülere, sanayi, nakliye sitelerinde ve otoparklarda çalışan kanaat önderlerine, mekanikerler ve perakende satış noktalarına ulaştırmak üzere yola çıktık.



Uygulama Stratejimizin ana başlığını; "Bak, Dokun ve Gördüğüne İnan" mottosu oluşturdu.

Inovatif, yenilikçi, teknolojik bir bakışla ele aldık. **Deneyimleme** ana eksenini oluşturdu. Hedef kitlenin araç motoru üzerinde karşılaştığı sorunlar ve Castrol VECTON çözümlerini, üretilen demo üniteler ile somutlaştırdık. Laboratuvar ortamında çalıştık, buluşlar yaptık. Ünitelerin fikir, tasarım ve üretim aşamalarının tümünü içeride tamamladık. Yepyeni, daha önce denenmemiş interaktif çözümler ürettik. **Bilimden, nano teknolojiden, akıllı ürünlerden** yararlandık. Kurumu anlatmak için **sıvı metal**, viskozite farkını anlatmak için **tarama yapabilen dişliler**, tortu sorununu anlatmak için **polimer tabanlı sıvılar**, yakıt ekonomisini anlatmak için **sürtünme halkaları** kullandık. Hedef kitle, interaktif üniteleri deneyimleyerek ürün mesajını "yaşayarak" aldı. Kalıcılık sağlandı.

Roadshow ekibi nokta kurulumlarında hedef kitle ile yüz yüze görüştü. Gezici ekip, dev ürün dummy'si ile etkinlik noktasına çağrı yaptı. Etkinlik aracında demo üniteler ve film destekli eğitimler verildi. Keypad yarışmalarında katılımcıların ürün bilgileri değerlendirildi, verilen eğitimin kalıcılığı anında ölçüldü. Yarışmalarda ödül mekanizması işletilerek branded tabure, çay bardağı, yelek, bere gibi ağır vasıta sürücülerinin sıkça ihtiyaç duydukları ürünler dağıtıldı. Ürün mesajlarına oyun alanlarında da yer verildi.



Sonuç 4 araç ve 9 personel den oluşan roadshow ekibi, 23.000 km yol katederek, 50 ilde 74 nokta kurulumu yaptı. 6500 kişi ile yüzyüze görüştü. Yarışmalara 4200 kişi katıldı. Katılımcılar, soruların yüzde 60'ını doğru yanıtladı. Hedef kitlenin karşılaştığı sorunlar ve ürünün sunduğu çözümler somut olarak ortaya kondu. Ürünü satma ve satın alma teşvik edildi.

Castrol Madeni Yağlar Şirket İçti Satış Raporu verilerine göre; Nisan - Ağustos 2014 aylarında Castrol VECTON'a geçiş yapan 3 markanın toplam satışı bir önceki yıla oranla % 26 arttı.

Roadshow demo üniteleri, BP bünyesinde marka, satış ve pazarlama alanında en iyilere verilen Beacon Awards'a katılmaya hazırlanıyor. Üniteler, Castrol'un Gemlik fabrikası'nda oluşturulan Deneyim Merkezi'nde sürekli olarak sergilenecek.

SIVI METAL



SIVI METAL



SMOOTH TURN

