

ghost.actionpaper

# case study

**BMW Austria Performance**



## Abstract

- Zeitraum: Start Juni 2011
- Actionpaper wurde auf eigener URL [www.bmw-performance.at](http://www.bmw-performance.at) veröffentlicht
- Bewerbung durch Newsletter-Aussendung und Google AdWords
- Gewinnspiel zur Response-Steigerung
- Zielgruppe: BMW-Fahrer in Österreich

### Der Kunde

- BMW Austria GmbH
- Sitz: 5021 Salzburg

### Die Herausforderung

BMW-Besitzer sollen für zusätzliches Performance-Zubehör begeistert werden und weiteres Infomaterial bei den BMW Händlern anfordern.

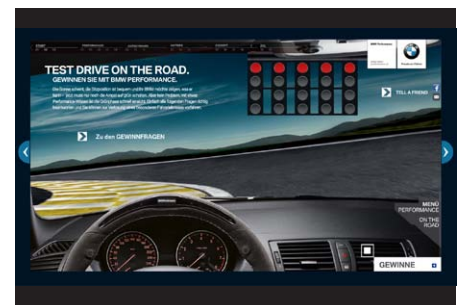
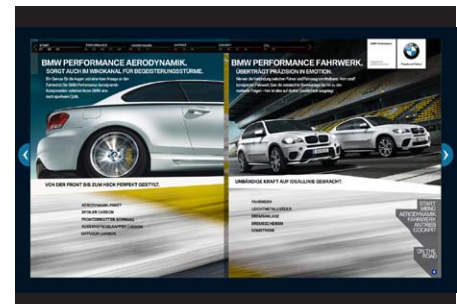
### Die Lösung

Actionpaper als interaktives und multimediales Medium, das visualisiert, wie die Modelle mit und ohne Performance-Zubehör aussehen. Zu jedem Modell lassen sich die einzelnen Zubehör-Tools detailliert anzeigen. Durch Einbindung von Videos und einem Gewinnspiel, das das Performance-Wissen der User testet, erhielt das Actionpaper zudem eine sehr emotionale und unterhaltsame Note.



## Das Produkt und sein Service

Actionpaper ist ein High-performance-online-Kommunikationstool. Es handelt sich dabei um ein interaktives Kommunikationsmedium, das auf Reaktionen des Users durch kreative Animationen, Filme, Töne, 3D-Effekte und Bilder setzt. Actionpaper kann vor allem für besonders qualitative Online- und Offline-Aktivitäten wie Verlinkungen bei Newsletter-Aussendungen, Magazine, Broschüren, Kundenzeitungen und Mitarbeiterzeitungen sowie für Produktpräsentationen (z. B. auf Messen) eingesetzt werden.

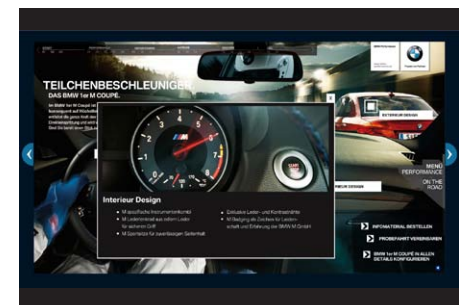
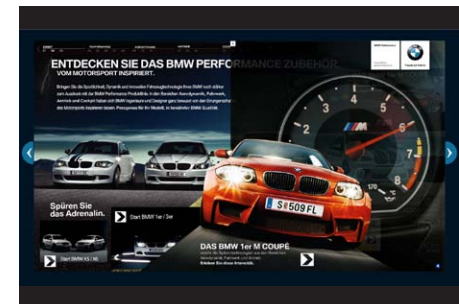
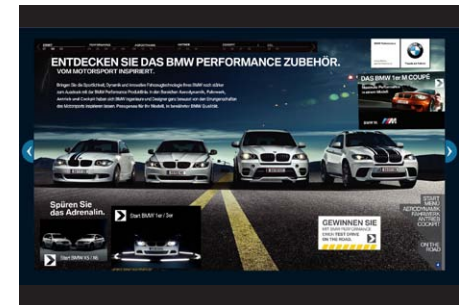


## Mehrnutzen

- Kundendatengenerierung
- (Gewinn)spiele
- Umfragen
- Echtzeit-Erfassung von Daten und Analysen in Form einer Statistik
- Weiterempfehlungsfunktion
- Individualisierung der Kontakte
- Direkte Verlinkung auf Webshop oder Website
- Einbindung diverser Social-Media-Netzwerke

## Ergebnisse

- Eindeutige Besucher (Unique User): 16.411
- Innovatives Tool zur Kundenbindung
- Individualität durch personalisierte Nachrichten im gesamten Actionpaper (Begrüßung, Cover, Bilder, Anrede)
- Thematisch genaue Ansprache der Zielgruppe
- Starker Wiedererkennungswert
- Interaktivität fördert das Interesse und die Aufmerksamkeit (Spiele, Filme, Töne, 3D-Effekte und Animationen)
- Echtzeit-Erfassung von Statistiken (Wofür interessiert sich Ihr Kunde?)
- Kundendatengewinnung, Adressengenerierung
- Neuartig und innovativ (Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz)
- Mutierung/Adaption für Zwischenhändler



## Detailauswertung

### Fakten

- Besucher: 19.993
- Eindeutige Besucher (Unique User): 16.411
- Anzahl der aufgerufenen Seiten: 70.154
- Durchschnittliche Besuchszeit auf den Seiten des Actionpapers: 3:48 min

### Besucheranalyse

- Anzahl der Videoaufrufe: 2.075
- Verweildauer der Videos: 40 Sekunden
- Gewinnspielteilnahmen: 438 (im Zeitraum 03.06.2011 – 31.08.2011)
- Weiterempfehlungsaktionen: Über 100 Besucher teilten das Actionpaper mit über 281 Freunden
- Händleranfragen: 37

### Detailanalyse der Konfigurationsseite (BMW 1er, 3er, X5, X6)

- Interaktionen (Klicks) auf den Seiten: 41.502
- Average time on this page: 2:13 min

### Detailseitenanalyse 2 – 3

- Interaktionen (Klicks) auf den Seiten: 29.692
- Durchschnittliche Besuchszeit auf der Seite: 1:20 min

Es haben in Summe mehr als 16.411 Unique User das Actionpaper [www.bmw-performance.at](http://www.bmw-performance.at) durchgesehen. 88 Prozent der User kommen aus Österreich, gefolgt von 6 Prozent aus Deutschland und weiteren Ländern.

Actionpaper weist hohe Conversionraten auf, da es nicht frontal „informiert“, sondern zur Interaktion „verführt“. Indem es multimediale Contents in die Lebenswelt der Zielgruppe setzt. Das führt zur aktiven Auseinandersetzung und freiwilligen Beschäftigung.

ghost.company

join the spirit

Werbeagentur Michael Mehler e. U.  
Donauwörther Straße 12  
2380 Perchtoldsdorf, Österreich  
Tel. +43 1 869 21 23 0  
Fax +43 1 869 21 23 18  
[info@ghostcompany.at](mailto:info@ghostcompany.at)  
[ghostcompany.com](http://ghostcompany.com)