

PRESSEMITTEILUNG

be.live bietet neuartiges Vertriebskonzept für Autohäuser

Magdeburg (sp). Autohäuser aufgepasst: Die Magdeburger Live-Marketing-Agentur be.live hat ein neues Veranstaltungskonzept zur Vorstellung und zum Verkauf von Fahrzeugen entwickelt und geht damit neue Wege.

„Es basiert auf der Planung, Durchführung und Erfolgskontrolle von Kunden- und Vertriebsveranstaltungen in einem dynamisch inszenierten Umfeld“, erklärt Agentur-Geschäftsführer Christopher Hesse. Vor allem Präsentationen im Automobilbereich lebten von ihrer Dynamik bereits bei der Vorstellung. „Autohäuser können ihren Kunden dieselbe Form einer erlebbaren Präsentation ermöglichen wie es die Hersteller selbst umsetzen, wenn Sie neue Modelle beispielsweise auf Messen präsentieren“ ruft der Agentur-Chef die Autohausbesitzer auf, künftig das be.live-Angebot umzusetzen.

Das neuartige Konzept in der POS-Präsentation, also der Präsentation direkt am Verkaufsort, soll dem Widerspruch zwischen automobiler Dynamik und einer statischen Präsentation von Fahrzeugen Sorge tragen. Ein Fahrzeug lebe von seiner Dynamik und sollte auch unter diesem Gesichtspunkt präsentiert und in seinen Besonderheiten inszeniert werden.

„Ausgang und Ziel einer ansprechenden Präsentation ist die Schaffung einer Erlebniswelt, die es den Besuchern erlaubt, die Botschaft mit allen Sinnen zu erfassen“, erklärt Hesse seine Ideen und ergänzt: „Dazu wird mittels eines abgestimmten Ton- und bewegten Lichtkonzepts die Einfahrt der jeweiligen Fahrzeuge inszeniert, in dem es durch frei-verfahrbare Bühnenböden über eine Wolke aus Bodennebel einfährt. Im Anschluss wird über einen Wechsel von bewegter Effektbeleuchtung zu statischer Spotbeleuchtung den Besuchern ein geschulter Moderator besondere Vorzüge erläutern und die tagesbezogenen Sonderkonditionen vorstellen. Das Fahrzeug rotiert während dessen auf einer festen Position und kann somit von den Besuchern in all seinen Facetten betrachtet werden, ohne dass diese Ihren Standort ändern müssen.“

Die Magdeburger Agentur bietet in Zusammenarbeit mit der Firma *greenmotion* jedem Autohaus ein Komplettpaket mit individuellem Mottodesign, messbarer Zieldefinition, dramaturgischer Inszenierung, kundenorientierter Kommunikation und zielgerichteter Erfolgskontrolle für das jeweilige Haus. Das Konzept könne sowohl bei Neuvorstellungen als auch bei Vertriebs- beziehungsweise Kundenbindungsevents wie einem „Tag der offenen Tür“ eingesetzt werden und liegt Hesses Aussagen zufolge preislich auf demselben Niveau wie herkömmliche Verkaufsshows.