

Kampania reklamowa

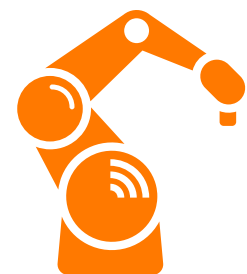


**Nowoczesna forma reklamy
oparta na usłudze
MTA od Orange**

dla Bergerat Monnoyeur

Skuteczna kampania MTA dla Bergerat Monnoyeur

Jak skutecznie dotrzeć do osób decyzyjnych, które w firmach z branży budowlanej odpowiadają za zakup specjalistycznej maszyny wartej setki tysięcy złotych? To wyzwanie, które stało przed zespołem Bergerat Monnoyeur, wyłącznego dealera maszyn Cat w Polsce. Rozwiązaniem okazała się kampania Mobile Targeted Advertising (MTA) Orange, która pozwoliła precyzyjnie dotrzeć do właściwych odbiorców i przełożyć analizę danych na konkretne wyniki sprzedażowe.



Bergerat Monnoyeur to wyłączny dystrybutor maszyn Cat w Polsce. Firma specjalizuje się w dostarczaniu wysokiej jakości sprzętu i profesjonalnych usług dla wymagających klientów biznesowych. Działa na polskim rynku od wielu lat.

Bergerat Monnoyeur, jako wyłączny dystrybutor maszyn i rozwiązań Caterpillar, operuje w bardzo wymagającym segmencie rynku. Klientami tej firmy są głównie przedsiębiorstwa przemysłowe, firmy budowlane i biura projektowe. To profesjonaliści, którzy podejmują przemysłowe decyzje zakupowe, często rozłożone w czasie i poprzedzone dokładną analizą oferty.



Wyzwania

- Potrzeba poszerzenia bazy klientów w określonych lokalizacjach wskazanych przez klienta.
- Konieczność precyzyjnego dotarcia do wyselekcjonowanej grupy odbiorców. To firmy z branż: budowlanej, budowy dróg, prac ziemnych, dystrybucji wody oraz usług sanitarnych, leśnictwa (pozyskiwanie drewna, załadunek i przetwarzanie drewna), drogi wodne, złom, roboty wyburzeniowe, zagospodarowanie terenu, kształtowanie krajobrazu, uzbrojenie terenu, górnictwo, gospodarowanie odpadami, kamieniołomy i kruszywa.
- Specjalistyczny charakter oferowanych produktów wymagający dotarcia do konkretnej grupy decyzyjnej.
- Ograniczone możliwości standardowych kanałów marketingowych w dotarciu do wąskiej grupy docelowej.

W przypadku produktów wartych setki tysięcy złotych tradycyjne metody marketingowe często okazują się niewystarczające. Potrzebne było rozwiązanie, które pozwoli precyzyjnie zidentyfikować osoby faktycznie zainteresowane zakupem specjalistycznego sprzętu i umożliwi dotarcie do nich.



Realizacja usługi

Mobile Targeted Advertising (MTA) to zaawansowane narzędzie marketingowe Orange. Analizuje dane o lokalizacji użytkowników, ich profil demograficzny oraz wzorce zachowań, by precyzyjnie kierować komunikaty reklamowe. System umożliwia dotarcie do konkretnych grup odbiorców poprzez SMS-y i e-maile, gdyż bazuje na szczegółowej segmentacji i preferencjach użytkowników.

Dla Bergerat Monnoyeur kluczowa była możliwość dotarcia do osób decyzyjnych w firmach potencjalnie zainteresowanych zakupem maszyn Cat. Orange zaproponował kompleksowe rozwiązanie, w którym:

- przeprowadził 2 specjalne kampanie SMS oraz e-mail w różnych lokalizacjach,
- wykorzystał zaawansowane kryteria targetowania do wyboru odpowiedniej grupy odbiorców,
- zrealizował kampanię w ciągu zaledwie 3 dni od momentu zgłoszenia,
- zintegrował różne kanały komunikacji (SMS, e-mail) dla zwiększenia skuteczności.

Cały proces, od analizy danych po uruchomienie kampanii, został przeprowadzony w sposób zautomatyzowany przy zachowaniu najwyższych standardów bezpieczeństwa i ochrony danych osobowych. Elastyczność systemu MTA pozwoliła na szybkie dostosowanie parametrów kampanii do specyficznych wymagań klienta i charakterystyki rynku docelowego.



Korzyści

W branży specjalistycznych maszyn przemysłowych każdy pozyskany klient ma szczególną wartość. Kampania MTA dla Bergerat Monnoyeur udowodniła, że precyzyjne targetowanie może przynieść wyjątkowe rezultaty, nawet w tak wymagającym segmencie rynku:

- ok. 4% konwersji w kampanii ostródzkiej,
- szybka implementacja działań marketingowych,
- precyzyjne dotarcie do właściwej grupy odbiorców,
- możliwość mierzenia efektywności kampanii w czasie rzeczywistym.

W kontekście sprzedaży zaawansowanych maszyn, gdy pojedyncza transakcja może opiewać na setki tysięcy złotych, uzyskany współczynnik konwersji znacząco przekroczył standardowe wskaźniki dla kampanii B2B. Szczególnie istotna okazała się możliwość dotarcia do decydentów, którzy realnie rozważali zakup specjalistycznego sprzętu.



Okiem klienta

„Poszukiwaliśmy rozwiązania, które pozwoli nam dotrzeć do bardzo konkretnej grupy odbiorców – firm zainteresowanych zakupem specjalistycznych maszyn Cat. Kampania MTA Orange nie tylko spełniła nasze oczekiwania pod względem precyzji targetowania, ale przede wszystkim przyniosła wymierne rezultaty biznesowe. Szczególnie doceniamy szybkość wdrożenia i profesjonalne podejście zespołu Orange do naszych specyficznych wymagań” – komentuje Tomasz Dzierżyński, specjalista ds. marketingu internetowego.

Kampania MTA przeprowadzona przez Orange dla Bergerat Monnoyeur pokazuje, jak skuteczne może być połączenie zaawansowanych narzędzi targetowania z odpowiednio przygotowaną ofertą produktową. Kluczem do sukcesu okazało się precyzyjne określenie grupy docelowej oraz wykorzystanie odpowiednich kanałów komunikacji.

»Sukces kampanii dla Bergerat Monnoyeur potwierdza, że w przypadku produktów „wybieralnych”, gdy decyzje zakupowe są przemyślane i rozłożone w czasie, kluczowe znaczenie ma precyzja targetowania. Połowa sukcesu to dobrze sprofilowana baza odbiorców, druga połowa to atrakcyjny produkt odpowiadający na realne oczekiwania rynku« – komentuje Waldemar Włodarski, ekspert ds. rozwiązań reklamowych w Orange Polska.

