

5 INTERACTIEVE CAMPAGNE-IDEEËN VOOR AUTOBEURZEN



HET AUTOSALON 2018 KOMT ERAAN!

Zoals elk jaar, trekt het **96e Auto/Moto salon** een groot publiek van nieuwsgierige bezoekers. Van jong tot oud, iedereen kijkt er naar uit om zijn of haar droomwagen van nabij te gaan bewonderen. Het is een van de grootste evenementen van het voorjaar en een uitgelezen kans voor merken en mediagroepen om hun product in de verf te zetten.

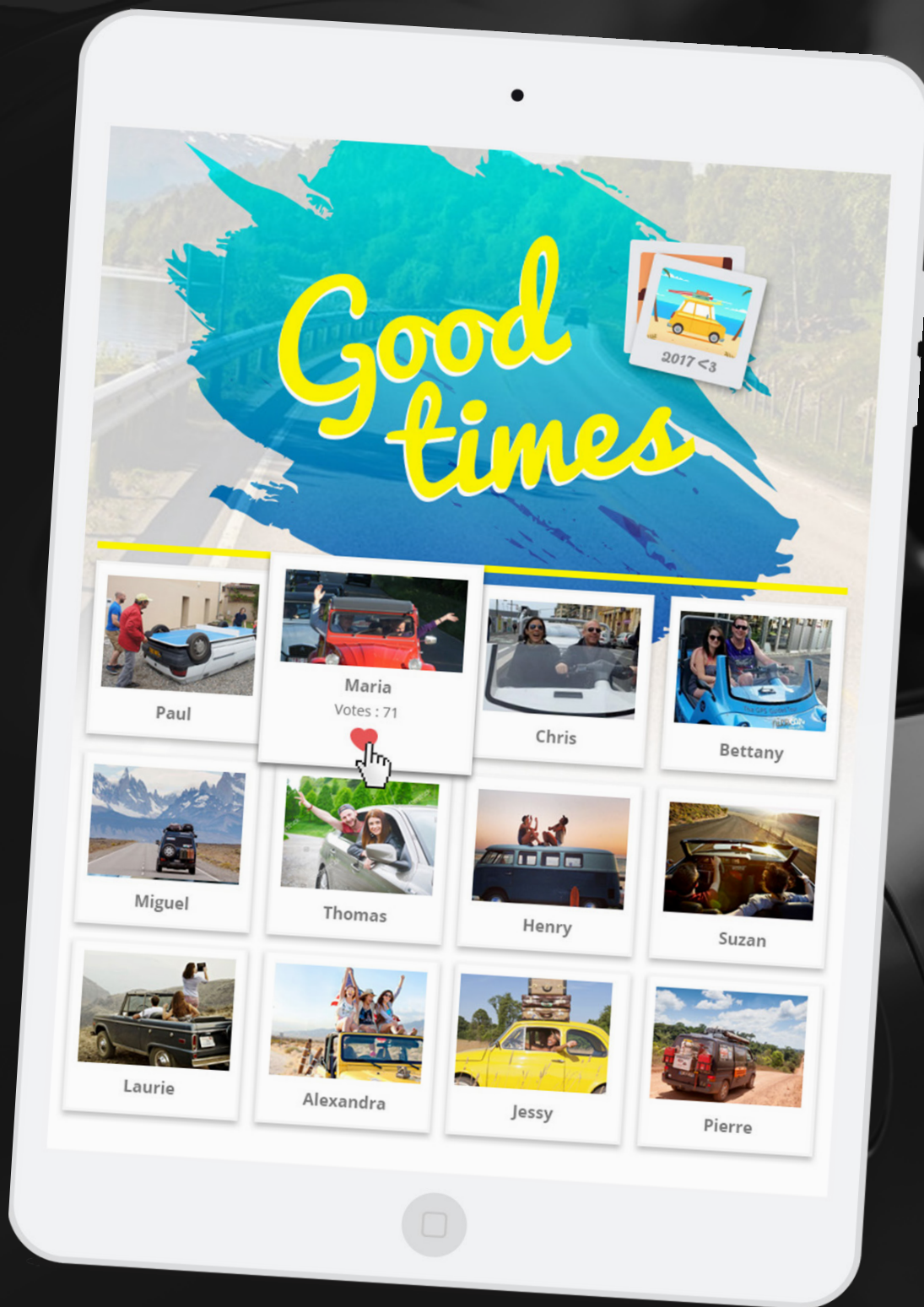
Maar hoe kan u differentiëren ten opzichte van uw concurrenten? Hoe kan u deze opportuniteit gebruiken om nieuwe klanten aan te trekken en hen te binden? Om u te inspireren, hebben we een aantal **interactieve marketingcampagnes** uitgedacht die eenvoudig te creëren zijn en als voorbeeld kunnen dienen voor uw campagnes rond dit evenement. Indien u een journalist bent, op zoek naar een manier om uw artikel aantrekkelijker te maken of een automerk op zoek naar een animerende manier om bezoekers naar uw stand te trekken, is dit artikel een must-read!

1/FOTO-WEDSTRIJD

Een foto-wedstrijd is het ideale format om uw **publiek te engageren en viraliteit te creëren**. U creëert een wedstrijd waarin u bezoekers uitnodigt om hun leukste momenten in de wagen met hun vrienden of familie te delen en publiceert deze op uw website, Facebookpagina of op een mini-site gecreëerd voor deze wedstrijd. Vervolgens spoort u de deelnemers aan om hun foto te delen op sociale netwerken en om stemmen te verzamelen om de populairste foto van de week te kunnen hebben. Aan u de keuze om hier ook een prijs aan te verbinden.

OP ZOEK NAAR IETS GELIJKAARDIG?

U kan een schrijfwedstrijd creëren en uw online bezoekers uitnodigen om een antwoord te formuleren op een open vraag. Bijvoorbeeld "Welke compleet geschifte optie zou jij in je wagen willen hebben?". Vervolgens kan u de deelnemers laten stemmen op het meest originele idee.



2/ WEDSTRIJD MET UNIEKE CODE

Genereer unieke codes en verdeel hen bij uw verkooppunten, op evenementen, in een grootwarenhuis of via een mailing. De deelnemer dient zijn unieke code in te geven om toegang te krijgen tot de campagne. Eens de code gebruikt wordt, is ze "verbrand" en kan ze geen tweede keer meer gebruikt worden. Dit is een **efficiënte manier om uw klanten te bedanken of hen een "VIP" toegang te geven** tot exclusief materiaal.

TIP

laat uw klanten genieten van een promotie op één van uw producten via een unieke code die uitgedeeld wordt op uw stand. Indien u deel uit maakt van een mediagroep, gebruik de unieke codes in uw wedstrijden om uw lezers te laten deelnemen online.

TIP 2

U kan uw unieke codes gebruiken om een specifiek publiek aan te trekken op elk van uw verschillende kanalen (website, Facebook pagina, mobiele applicatie) en hen kwalificeren.





3/PERSOONLIJKHEIDSTEST

Welke wagen past het best bij u? Wel soort bestuurder bent u? Past u beter bij merk X of merk Y? Creëer een ludieke persoonlijkheidstest en stel voor aan uw deelnemers om hun profiel te ontdekken en dit te delen op sociale netwerken. Door social share-knoppen toe te voegen aan het einde van uw campagne, kan u **het potentieel op viraliteit enorm verhogen**.

TIP

Laat de bezoekers van uw stand deelnemen aan deze test via een tablet op uw stand.

TIP 2

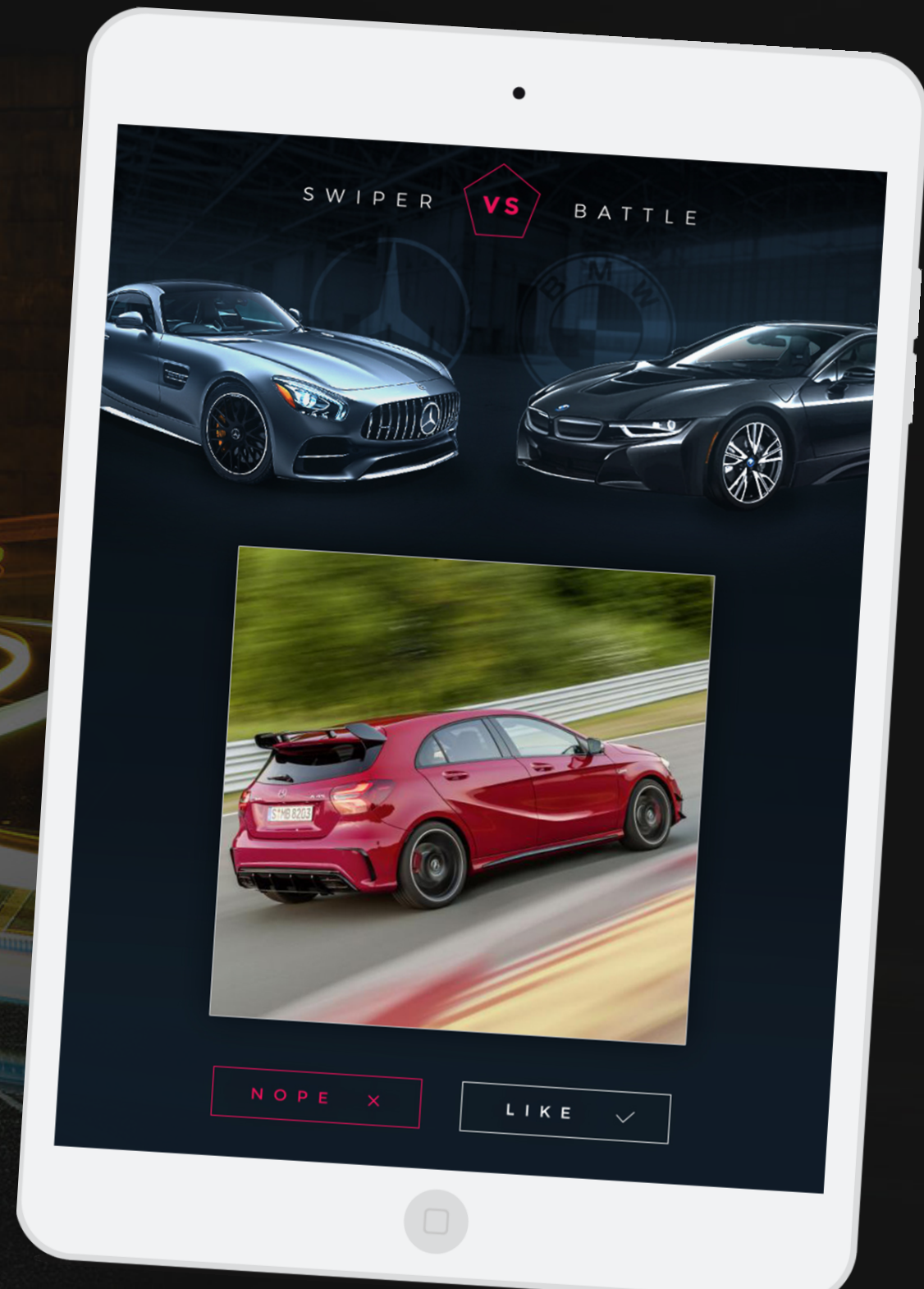
Voeg een call-to-action toe op basis van het profiel dat je verkregen hebt van je deelnemer, waarbij je hen uitnodigt om er meer over te leren op je website.

4/SWIPER BATTLE

Surf mee op de **populariteit van het Tinder-format** om uw publiek te animeren en engageren. Het concept is zeer simpel: de deelnemers dienen naar links of naar rechts te "swipen" om te antwoorden op de gestelde vraag. U kan dit format gebruiken voor al ja-/nee-vragen ("love/hate", "hot or not", etc.) en dit bijvoorbeeld gebruiken om een battle te organiseren tussen uw verschillende producten of merken en precieze informatie te verzamelen omtrent de voorkeuren van uw publiek. Een bijkomstig groot voordeel van dit voorbeeld: het is **perfect te gebruiken op een smartphone**.

ALTERNATIEF NODIG?

Om de voorkeuren van uw publiek te leren kennen, kan u eveneens gebruik maken van een [onderzoek met branching](#), dat zich aanpast naargelang de antwoorden van de deelnemer. Gebaseerd op het profiel van de deelnemer, jonge werkende/gezinshoofd/..., kan u verschillende vragen stellen over de selectiecriteria van een nieuwe wagen om precieze data te verzamelen.



5/quiz

AUTO 2018

Question 1/6

Quelle est la voiture la plus chère présentée au Salon de l'Auto de Bruxelles en 2017 ?



La McLaren P1 GTR



La Oldtimer Porsche 911
Targa



La Mercedes AMG GT-R

Een quiz is een goede manier om mee **te surfen op de actualiteit, trafiek te genereren** en te **ontdekken wie van uw publiek geïnteresseerd is** in Autobeurzen. U kan dit zeer eenvoudig toevoegen aan het einde van uw artikel om de kennis van uw lezers te testen, met tickets voor het evenement als hoofdprijs meteen na het beëindigen van de quiz.

TIP

Maak gebruik van [kwalificatievragen](#) om de aankoopintenties in de volgende maanden van uw deelnemers ontdekken.

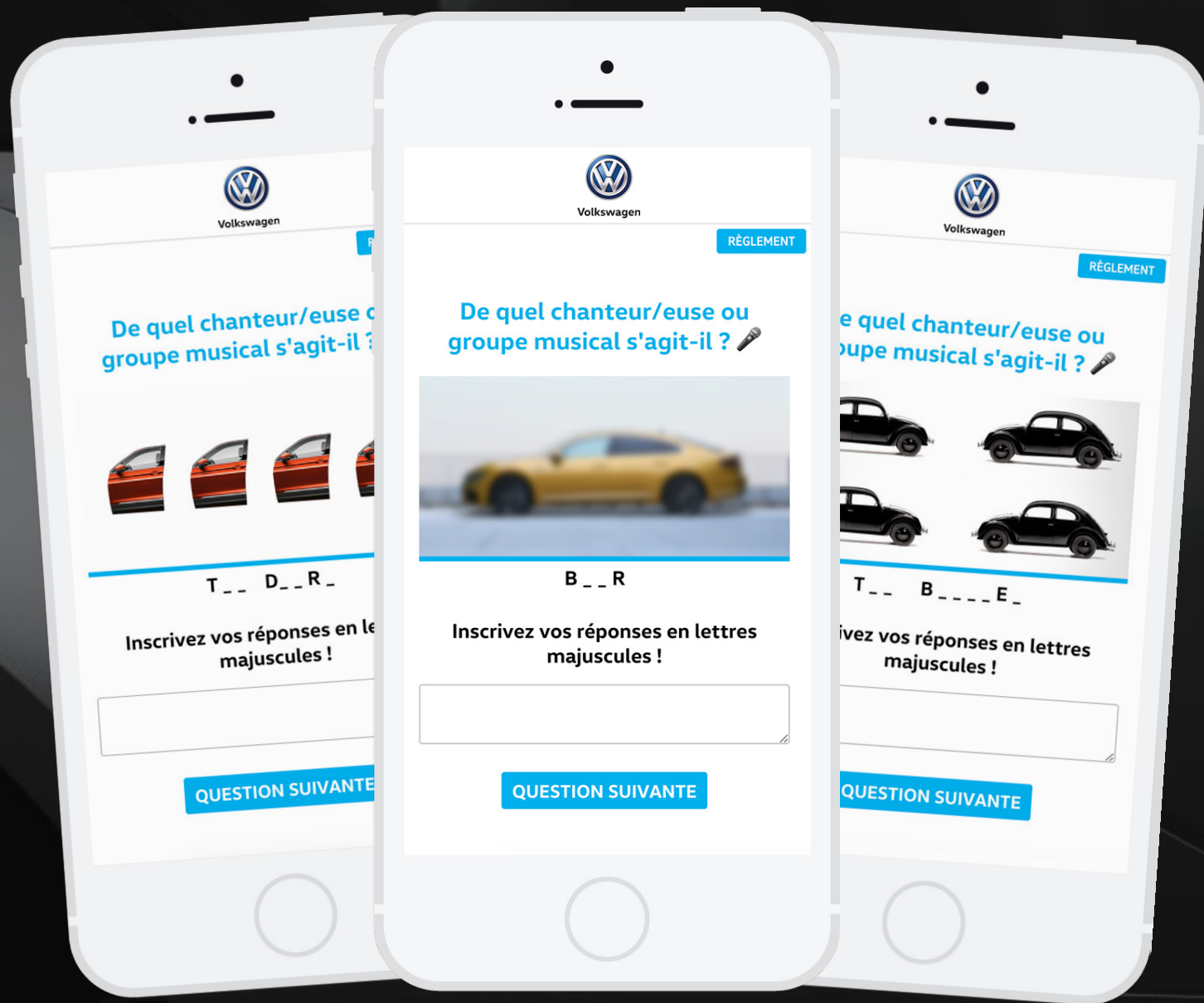
TIP 2

om uw publiek te binden en uw deelnemers te laten terugkomen kan u een quiz creëren met [cumulatieve puntentelling](#) en plannen welke vragen op welke dagen en uren weergegeven worden via de optie "Planning". Op deze manier moeten uw deelnemers terugkomen op de aangeduide dagen om hun score te verhogen en meer kans te hebben om de hoofdprijs in de wacht te slepen!

TRY OUR DEMO CAMPAIGN!

6/BONUS

Een laatste dosis inspiratie voor onderweg: de "Muziekquiz zonder geluid" gecreëerd door **Volkswagen**, via haar creatieve agentschap DDP, die websitebezoekers uitnodigt om de namen van zangers of groepen te ontdekken op basis van fotos van wagens. Eveneens een ludieke en interactieve manier om uw publiek te engageren.



WAT IS QUALIFIO?

Qualifio is het belangrijkste Europese online platform om een digitaal publiek te engageren en data te verzamelen door virale interacties op websites, mobiele apps en social media te creëren en te publiceren.

MET QUALIFIO KAN JE:

- Interactieve campagnes publiceren op meerdere kanalen: websites, sociale media, mobiele apps, of mini-sites gecreëerd in Qualifio;
- Engagement stimuleren
- Live rapportering verkrijgen van bijvoorbeeld: aantal deelnemers, verzamelde profielen, Facebook shares,...;
- Willekeurig of manueel (gebaseerd op stemmen of vaardigheden) één of meerdere winnaar(s) trekken en hun belonen op een eenvoudige en veilige manier;
- En dit alles zonder enige vereiste IT-kennis!

Hulp nodig om eenvoudig interactieve campagnes te lanceren?

CONTACTEER ONS VANDAAG!

CREATE INTERACTIONS



PUBLISH ON MULTIPLE CHANNELS



MEASURE RESULTS COLLECT PROFILES



Quiz



Chrono
Quiz



Instant
win



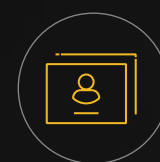
Websites



Mobile



Live
Reporting



CRM



Memory



Photo
contest



Poll &
Vote



Mini-sites



Facebook



SSO
(single sign-on)



Google
Analytics



Writing
Contest



Personality
test



Video
contest



Display Ads



XML Feed



DMP

AND MANY MORE