

Sytuacja rynkowa

Mobil 1 jest liderem na rynku wśród olejów samochodowych, ma bardzo wysoką świadomość marki, ale niską decyzyjność konsumentów w kwestii wybieranego oleju. Decyzje najczęściej podejmowane są przez warsztaty lub serwisy samochodowe. Dodatkowo Mobil 1 zmagają się z silną i agresywną działalnością konkurencji, która komunikację kieruje zarówno do warsztatów samochodowych jak i do indywidualnych konsumentów. Niski budżet mediowy w porównaniu z konkurencją nie pozwala na bezpośrednią walkę w masowych mediach, a jedynie na działania podtrzymujące świadomość marki.

Nasze wyzwanie

Naszym celem było **zwiększenie decyzyjności naszych konsumentów** odnośnie marki oleju, wlewanego do silników ich samochodów. Ze względu na stosunkowo niski budżet w porównaniu z konkurencją **naszym wyzwaniem była komunikacja, która wywoła efekt zaskoczenia**, a jednocześnie zapewni obecność jak najbliższej naszych potencjalnych konsumentów.

Jednocześnie musieliśmy dotrzeć do dwóch grup konsumentów. Z jednej strony byli to kierowcy samochodów osobowych, mężczyźni w wieku 20 – 49 lat, mieszkający w miastach i z dochodami powyżej średniej. Głównie kierowcy, którzy intensywnie wykorzystują swój samochód. Z drugiej strony: właściciele warsztatów samochodowych oraz mechanicy decydujący o wyborze olejów do samochodów. Nasze dwie grupy konsumentów łączy **samochód**, który jest najbliższym naszego konsumenta, a jednocześnie jest nierozdzielnie związany z produktem. **Musieliśmy znaleźć sposób, jak dotrzeć do kierowców właśnie w samochodzie.**



Implementacja

Zastosowaliśmy **nowatorskie formy**, w dotychczas **nie wykorzystywanych kanałach komunikacji.**

Nawigacja GPS, urządzenie użytkowane w samochodach, czyli najbliższej naszego kierowcy. Bardzo popularne wśród kierowców, którzy dużo podróżują, odwiedzają wiele miejsc w Polsce i na świecie, dlatego na pewno potrzebują sprawnego i niezawodnego samochodu.

Po raz pierwszy wykorzystaliśmy nawigację GPS jako nośnik reklamowy. Długofalowa, 9-cio miesięczna obecność w mapach Copernicus. Reklama Mobil 1 ukazywała się na ekranie urządzenia w momencie planowania trasy. Wykorzystaliśmy moment, kiedy kierowcy planują podróż i sprawdzają wszystko przed rozpoczęciem trasy. Kontekstowo wykorzystaliśmy hasło reklamowe: „Many Drivers. One oil” – **Mobil 1 jako partner podróży dla wszystkich kierowców.**

Rezultaty kampanii

Nasza kampania okazała się ogromnym sukcesem! Zyskałszy zainteresowanie naszych konsumentów, którzy sami zgłaszali się na podany w przekazie reklamowym na urządzeniach GPS numer infolinii i szukali informacji na temat dostępnych olejów oraz stacji wymiany olejów Mobil 1.

Ponad 200 tysięcy kierowców zakupiło aktualizacje map! Poprzez wykorzystanie urządzenia GPS jako nośnika reklamowego wyróżniliśmy się na tle konkurencji.

Mobil 1 był jedynym reklamowanym produktem, dzięki czemu za niewielki budżet zyskałszy nie tylko wyłączność branżową, ale także reklamową i to będąc najbliższym naszego konsumenta.

