

CROSSMEDIA verteidigt Etat von heycar Deutschland

Düsseldorf, 12. April 2022. Die Neu- und Gebrauchtwagenplattform heycar hat kürzlich die Überprüfung ihres Mediaetats ausgerufen. In einem breit angelegten Pitch konnte sich CROSSMEDIA deutlich behaupten und den Etat als Bestandsagentur verteidigen.

Die Zusammenarbeit zwischen heycar und Crossmedia geht in die nächste Runde. Bereits seit 2018 verantwortet die unabhängige Mediaagentur das Budget des markenoffenen Neu- und Gebrauchtwagenportals von Volkswagen Financial Services und wird nun auch künftig für dessen Mediastrategie, -planung und -einkauf zuständig sein. Das erklärte gemeinsame Ziel ist der weitere Ausbau der Markenbekanntheit des E-Commerce-Unternehmens sowie die Erzeugung von qualitativ hochwertigen Visits für den Marktplatz. heycar und Crossmedia können diesbezüglich bereits auf eine erfolgreiche Historie zurückblicken. Seit der ersten gemeinsam umgesetzten Kampagne zum damaligen Launch der Plattform im August 2018 hat das Team die Ziele Awareness- und Traffic-Steigerung mit einer maßgeschneiderten Strategie vereint. Der wirkungsbasierte Planungsansatz stützt sich auf strikte Messungen über die TV-Web-Response und ein langjähriges Marketing-Mix-Modelling. Das Marktforschungsinstitut YouGov weist heycar seit 2018 einen Zuwachs der Markenbekanntheit von 460 Prozent nach, womit das Unternehmen zu den Top 10 des Rankings aus über 1500 Marken zählt.

Ein Schlüssel zum Erfolg der bisherigen Zusammenarbeit liegt neben der integrierten, wirkungsbasierten Planung sowie einem besonders engen, partnerschaftlichen Verhältnis zwischen Kunde und Agentur in der stringenten Verzahnung der Disziplinen innerhalb der Crossmedia: Das Planungsteam um Unit Director Dominik Etschkeit arbeitet im direkten Austausch mit den hausinternen Specialties RedBox und XCCELERATE. Während XCCELERATE als agile Strategieeinheit mit Lösungsansätzen zu komplexen Thematiken unterstützt, steuert die RedBox Expertise in den Bereichen Analyse und Forschung bei. Insbesondere durch die permanenten Feedback-Loops zur Marktforschung wird eine besonders fundierte und wirkungsbasierte Planung möglich. Dieser Ansatz erlaubt es unter anderem, über die gängigen KPIs hinaus zu tracken und kurzfristig als auch bestmöglich auf Änderungen im Kampagnenumfeld zu reagieren.

Aktuell setzt Crossmedia für heycar auf eine hinsichtlich der Brand Awareness optimierte und performanceorientierte Always-on-Strategie im TV. Diese soll künftig noch weiter „digitalisiert“, sprich noch agiler, zielgruppen- und response-spezifischer gestaltet werden. Die TV-Maßnahmen werden durch weitere responsestarke Kanäle ergänzt.

„Wir freuen uns, mit Crossmedia unseren innovativen Ansatz weg von einer Flight-Strategie hin zu einem Always-on-Approach fortzuführen“, erläutert Claus-Peter Heinrich, Head of Brand Marketing and Brand Experience bei heycar Deutschland. „Wir haben uns auch in diesem Jahr wieder ambitionierte Ziele für unsere Mediastrategie gesetzt. Mit seiner starken Tracking- und Research-Kompetenz haben wir mit dem Crossmedia-Team hierfür den richtigen Partner an unserer Seite.“

Etschkeit fügt als Kundenverantwortlicher hinzu: „Wir freuen uns sehr, die Arbeit mit heycar fortzuführen. Das Unternehmen zählt zweifelsfrei zu den innovativsten Akteuren innerhalb einer sich im Umbruch befindlichen Branche. Der Fokus auf E-Commerce bringt in Bezug auf den Ausbau von heycar im Automotive-Markt spannende Perspektiven mit sich. Dies wird sich in den kommenden Jahren in der Zusammenarbeit, in der Kommunikation untereinander als auch in der Mediaplanung selbst manifestieren und ist daher etwas ganz Besonderes.“

Über heycar

heycar ist die Online-Plattform für den unkomplizierten und sorgenfreien Autokauf - egal ob beim Händler oder bequem von zu Hause. Bei heycar gibt es ausschließlich hochwertige Gebrauchte-, Jahres- und Neuwagen: alle geprüft, mit Garantie und von zertifizierten Händlern oder direkt vom Hersteller. Derzeit bieten wir rund 300.000 gelistete Autos von ca. 2.000 Händlergruppen an rund 4.000 Standorten an. Neben Top-Fahrzeugen finden Nutzer*innen auf heycar auch exklusive Angebote aus den Bereichen Finanzierung, Leasing, Versicherungen und Auto Abo oder für die Fahrzeugnutzung. Im Mai 2021 wurde

heycar in einer Kundenbefragung des Verbraucherportals chip.de zum Testsieger für die beste digitale Servicequalität gewählt. Das Startup mit Sitz in Berlin wurde 2017 gegründet, CEO von heycar Deutschland ist Dr. Reinhard Schmidt. Gesellschafter und Partner der heycar Group sind Volkswagen Financial Services AG, Volkswagen AG, Daimler Mobility AG, Allianz SE sowie Renault Group und RCI Bank und Services.

www.hey.car

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt 600 Mitarbeitenden ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Aktion Mensch, Bifi, Bundeswehr, DER SPIEGEL, Fressnapf, LIDL, Suzuki und Tamaris.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com | www.xmvoice.blog

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH

Ann-Sophie Altmeier

Hildebrandtstraße 24A

40215 Düsseldorf

fon: 0211.86652.171

altmeier@crossmedia.de