

BMW

Campagnes

Door Niels Mol & Daan van Rosmalen

Table of contents

Doel	3
Doelgroep	3
Campagnes	3
Campagne 1: "Bewust Bewegen met BMW: Maak Verstandige Keuzes voor Je Vervoer"	3
USPs:	3
Promotiemateriaal:	3
Minimal Persona:	4
Mogelijke Call-to-Actions:	4
Campagne 2: "Rijd voor stabiliteit: Jouw auto, de kracht van het net"	5
USPs:	5
Promotiemateriaal:	5
Korte Persona:	5
Mogelijke Call-to-Actions:	6
Campagne 3: "Duurzaam Presteren met BMW: Elektrisch en Hybride Rijden"	7
USPs:	7
Promotiemateriaal:	7
Korte Persona:	7
Mogelijke Call-to-Actions:	8
Persona	9

Doel

Stimuleren van duurzame keuzes in vervoersmiddelen om de impact op het milieu te verminderen en een bewuste mobiliteit te bevorderen.

Doelgroep

De doelgroep zijn zowel mannen als vrouwen van 30 t/m 50 jaar met een hoog inkomen. Ze prioriteren kwaliteit, prestaties en luxe, maar zijn zich ook steeds bewuster van de impact op het milieu.

Campagnes

Campagne 1: "Bewust Bewegen met BMW: Maak Verstandige Keuzes voor Je Vervoer"

Mobiliteit draait niet alleen om de auto, maar om bewuste keuzes die bijdragen aan een duurzamer leven. Met BMW kies je voor flexibiliteit: van het gemak van een energiezuinige auto voor lange afstanden tot de bewuste keuze om de fiets of een wandeling te maken voor korte ritten. Door de juiste vervoerskeuze te maken, verminder je niet alleen je impact op het milieu, maar verbeter je ook je gezondheid en welzijn. BMW ondersteunt je in elke stap van die reis, of je nu rijdt of loopt. Mobiliteit is meer dan alleen autorijden; het gaat om verantwoordelijkheid nemen.

USPs:

1. **Flexibiliteit in mobiliteit:** BMW erkent dat autorijden niet altijd de beste keuze is; korte afstanden kunnen net zo goed te voet of met de fiets.
2. **Gezondheidsvoordelen:** Door voor korte ritten te lopen of te fietsen, verbeter je je gezondheid en vermindert je afhankelijkheid van de auto.
3. **Duurzaamheid in actie:** Door de auto bewust minder te gebruiken, draag je bij aan een lagere CO2-uitstoot en een schonere leefomgeving.
4. **Energie-efficiënte voertuigen voor lange afstanden:** Kies voor een hybride of elektrisch model voor de momenten dat autorijden noodzakelijk is, zonder in te leveren op duurzaamheid.
5. **Ondersteund door slimme technologie:** BMW biedt route-optimalisatie die je helpt bepalen of de auto echt nodig is, en adviseert alternatieven zoals lopen of fietsen voor korte ritten.

Promotiemateriaal:

1. **Video-advertenties** (YouTube, Instagram, Facebook): Verhalen van BMW-rijders die bewust kiezen wanneer ze de auto gebruiken en wanneer ze gaan lopen of fietsen, met nadruk op het combineren van gezondheid en duurzaamheid.

2. **Social media campaigns** (Instagram, LinkedIn, TikTok): Actieve deelname stimuleren door gebruikers uit te dagen om korte ritten te vervangen door wandelen of fietsen en hun ervaringen te delen met #BMWBewustBewegen.
3. **Explainer video's** (BMW-website, YouTube): Uitleg over hoe het verminderen van korte autoritten de CO2-uitstoot kan verlagen en persoonlijke gezondheidsvoordelen oplevert.
4. **Blogs en infographics** (BMW-website, nieuwsbrieven): Artikelen over het belang van het maken van bewuste vervoerskeuzes en hoe BMW dit ondersteunt, inclusief praktische tips.
5. **Outdoor reclamecampagne** (billboards, openbaar vervoer): Visuele advertenties in stadscentra en fietspaden met slogans zoals "Soms is lopen beter" of "Rijd wanneer het moet, loop wanneer het kan."

Minimal Persona:

- **Naam:** Thomas, 37 jaar
- **Beroep:** Marketingmanager
- **Woonplaats:** Den Haag
- **Levensstijl:** Leidt een druk stadsleven en probeert bewuste keuzes te maken rondom gezondheid en duurzaamheid. Hij wil zijn auto gebruiken wanneer dat noodzakelijk is, maar kiest steeds vaker voor de fiets of een wandeling voor korte afstanden.
- **Ambities:** Zijn ecologische voetafdruk verkleinen door vaker bewust te kiezen voor alternatieve vervoerswijzen, zonder concessies te doen aan comfort wanneer hij zijn auto nodig heeft.

Mogelijke Call-to-Actions:

1. "Rijd slim, loop bewuster: jouw keuze maakt het verschil."
2. "Korte rit? Kies voor de fiets of een wandeling."
3. "Mobiliteit begint bij bewust kiezen: rij als het moet, wandel als het kan."
4. "Met BMW hoef je niet altijd de auto te pakken."
5. "Duurzaam rijden is één stap, lopen is de volgende."

Campagne 2: "Rijd voor stabiliteit: Jouw auto, de kracht van het net"

Denk aan een toekomst waarin jouw BMW elektrische auto helpt om de schommelingen in het energienet op te vangen. Jouw auto slaat overtollige energie op en levert het terug aan het net wanneer de vraag hoog is. Op deze manier draag je niet alleen bij aan de verduurzaming van je eigen leven, maar help je ook het energienetwerk stabiel te houden. Met BMW's innovatieve technologie ben je niet alleen een automobilist, maar ook een speler in de energierevolutie.

USPs:

1. **Netbalancing:** Gebruik je BMW om energiepieken op te vangen en terug te geven aan het netwerk.
2. **Verminderde afhankelijkheid van fossiele brandstoffen:** Help de overstap naar duurzame energie versnellen door gebruik te maken van hernieuwbare energieopslag.
3. **Voorkomen van stroomuitval:** Bescherm je huis tegen stroomuitval door overtollige energie uit je auto te gebruiken.
4. **Bijdragen aan de gemeenschap:** Word een actieve deelnemer in de energietransitie en draag bij aan de stabiliteit van het landelijke energienet.
5. **Slimme technologie:** Profiteer van BMW's geavanceerde technologie die je helpt om automatisch energie te beheren.

Promotiemateriaal:

1. **Infographics en animaties** (Instagram, Facebook): Visuele uitleg over hoe BMW auto's helpen bij het balanceren van het energienet.
2. **Explainer video's** (YouTube, TikTok): Korte filmpjes waarin wordt uitgelegd hoe je auto overtollige energie opslaat en teruggeeft aan het net.
3. **Partnerschap met energieleveranciers** (Website, LinkedIn): BMW samenwerkingen met duurzame energieleveranciers om de voordelen van slimme netintegratie te promoten.
4. **Testimonials van gebruikers** (BMW-blogs, LinkedIn): Verhalen van klanten die de technologie van BMW al gebruiken om hun huis van stroom te voorzien en het net te helpen balanceren.
5. **Social media content** (Twitter, Instagram Stories): Dagelijkse updates en posts met voorbeelden van BMW-rijders die het net helpen stabiliseren met hun voertuigen.

Korte Persona:

- **Naam:** Anne, 38 jaar
- **Beroep:** Architect
- **Woonplaats:** Utrecht
- **Levensstijl:** Innovatief, milieubewust, zoekt naar oplossingen die haar huis en haar werk energie-efficiënter maken.

- **Ambities:** Een pionier zijn in duurzame architectuur en technologieën die bijdragen aan een groenere toekomst.

Mogelijke Call-to-Actions:

1. "Maak deel uit van de energierevolutie met BMW."
2. "Help het energienet in balans te houden, rijd BMW."
3. "Kies voor slim rijden, kies voor energiebeheer."
4. "Bescherm je huis en je gemeenschap met BMW's energieoplossingen."
5. "Stap in een toekomst van energieonafhankelijkheid met jouw BMW."

Campagne 3: "Duurzaam Presteren met BMW: Elektrisch en Hybride Rijden"

De toekomst van autorijden is elektrisch en hybride, en BMW speelt een toonaangevende rol in deze transitie. Met BMW's innovatieve elektrische en hybride voertuigen geniet je van ultieme prestaties zonder de planeet te belasten. Of je nu kiest voor volledig elektrisch of hybride, je profiteert van maximale efficiëntie en ongeëvenaarde rijervaring. Dit alles dankzij BMW's geavanceerde technologie die de norm zet voor duurzaamheid en prestaties. Rijd bewust, rijd BMW.

USPs:

1. **Volledig elektrisch rijplezier:** Rijd 100% elektrisch met nul uitstoot, ideaal voor dagelijks gebruik en korte afstanden in de stad.
2. **Hybride efficiëntie:** Schakel naadloos tussen elektrische en brandstofaandrijving voor de perfecte balans tijdens lange ritten.
3. **Lagere kosten, hoger rendement:** Bespaar op brandstof en onderhoud door gebruik te maken van BMW's efficiënte motoren en regeneratieve remsystemen.
4. **Oplaadgemak:** Snelle en gemakkelijke oplaadopties thuis en onderweg bij een uitgebreid netwerk van laadstations.
5. **Intelligente energiemanager:** Optimaliseert het energieverbruik en maximaliseert de actieradius op basis van rijgedrag en routeomstandigheden.

Promotiemateriaal:

1. **Video-advertenties** (YouTube, Instagram, Facebook): Dynamische beelden van elektrische en hybride BMW's in zowel stedelijke als landelijke omgevingen, met de focus op prestaties en duurzaamheid.
2. **Social media campagnes** (Instagram, LinkedIn, TikTok): Kortere video's en visuele content die de voordelen van hybride technologie en elektrisch rijden benadrukken.
3. **Explainer video's** (BMW-website, YouTube): Video's die laten zien hoe de BMW eDrive-technologie werkt en hoe het regeneratief remmen bijdraagt aan meer efficiëntie.
4. **Influencer-partnerships** (YouTube, Instagram): Samenwerkingen met autoliefhebbers en duurzaamheidsexperts die hun ervaringen delen met elektrisch en hybride rijden.
5. **Digitale advertenties en banners** (Google, automotive websites): Gericht op milieubewuste autoliefhebbers en professionals die overwegen om over te stappen naar elektrisch of hybride rijden.

Korte Persona:

- **Naam:** Mark, 43 jaar
- **Beroep:** IT-consultant
- **Woonplaats:** Amsterdam

- **Levensstijl:** Moderne professional, tech-savvy en milieubewust, zoekt naar manieren om zijn levensstijl te verduurzamen zonder in te boeten op comfort en prestaties.
- **Ambities:** Overstappen naar een volledig elektrische auto voor dagelijks gebruik, met de mogelijkheid om lange afstanden te rijden dankzij hybride technologie.

Mogelijke Call-to-Actions:

1. "Stap in de toekomst van elektrisch rijden met BMW."
2. "Ontdek de perfecte balans: elektrisch of hybride, altijd BMW."
3. "Duurzaam rijplezier begint hier."
4. "Rijd krachtig, rijd groen, rijd BMW."
5. "Voel de kracht van innovatie met BMW's eDrive-technologie."

Persona

Persona Naam: Sophie de Vries

Leeftijd: 42

Locatie: Amsterdam, Nederland

Beroep: Marketing Manager

Opleiding: Bachelor in Bedrijfskunde

Gezin: Getrouwd, twee kinderen

Inkomen: Middel- tot hogere middenklasse

Interesses: Technologie, duurzaamheid, familievakanties, elektrische mobiliteit

Waarden: Milieubewust, waardeert efficiëntie en moderne technologie, streeft naar veiligheid voor haar gezin en zoekt naar een balans tussen kwaliteit van leven en ecologische verantwoordelijkheid.

Uitdagingen: Het combineren van een drukke werk-privé balans, gezinsverantwoordelijkheden managen terwijl ze milieuvriendelijke keuzes maakt, op zoek naar efficiënte en praktische oplossingen voor dagelijkse taken.

Motivaties:

- **Milieubewustzijn:** Sophie hecht veel waarde aan het verkleinen van haar ecologische voetafdruk, vooral als moeder. Ze zoekt altijd naar manieren om milieubewuster te zijn zonder in te leveren op comfort of veiligheid.
- **Praktisch en efficiënt:** Ze wil duurzame beslissingen nemen, maar die moeten wel efficiënt zijn en gemakkelijk in haar drukke leven passen.
- **Moderne technologie:** Sophie houdt van innovatieve technologie en investeert vaak in slimme oplossingen voor haar huis en auto die een toekomstbestendige levensstijl weerspiegelen.

Doelen:

1. Bewust en duurzaam vervoerskeuzes maken voor haar gezin.
2. Het maximale halen uit haar hybride auto door deze op innovatieve manieren te gebruiken.
3. Besparen op energiekosten terwijl ze milieuvriendelijke oplossingen steunt.

Campagne-specifieke inzichten:

1. **Campagne 1: Je vervoersmiddel bewust kiezen**
 - **Boodschapsfocus:** Inspelen op Sophie's behoefte om haar milieubelasting te verminderen tijdens het reizen. Toon hoe BMW-voertuigen haar helpen milieuvriendelijke keuzes te maken zonder in te leveren op prestaties of luxe.

- **Marketinghoek:** Benadruk milieuvriendelijke vervoersopties en presenteer een vergelijking tussen traditionele voertuigen en duurzame alternatieven.
2. **Campagne 2: Klanten aansporen om hun hybride auto te gebruiken als thuisbatterij**
- **Boodschapsfocus:** Toon de innovatieve technologie waarmee Sophie haar hybride auto als thuisbatterij kan gebruiken. Dit sluit aan bij haar interesse in geavanceerde technologie en haar behoefte aan slimme, duurzame energiekeuzes voor haar huis.
 - **Marketinghoek:** Positioneer deze functie als een gemakkelijke, kostenbesparende en milieubewuste keuze die aansluit bij de behoeften van haar gezin.
3. **Campagne 3: Klanten aansporen om voor energiezuinige motoren te kiezen**
- **Boodschapsfocus:** Benadruk het belang van energiezuinige motoren voor langdurige besparingen en milieuvoordelen. Positioneer het als een toekomstgerichte en verantwoorde keuze voor mensen die zich bekommeren om hun ecologische voetafdruk.
 - **Marketinghoek:** Toon de balans tussen prestaties, brandstofefficiëntie en duurzaamheid die aansluit bij Sophie's behoefte aan een praktische maar luxe rijervaring.

Marketingkanalen:

- **Social Media:** LinkedIn, Instagram
- **E-mailmarketing:** Nieuwsbrieven die nieuwe milieuvriendelijke functies en echte klantverhalen belichten.
- **Contentmarketing:** Blogposts of korte video's over echte gezinnen die duurzame autokeuzes maken.