

SKA und American Express bewegen Autofans

22.09.2011, 10:54 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *SKA Agentur für Relationship Marketing*

Frankfurt, September 2011 – Die IAA steht vor der Tür. Genau der richtige Zeitpunkt, ein autoaffines Publikum gezielt anzusprechen. Nur wie bringt man Auto-Fans dazu, jetzt den Fuß vom Gas zu nehmen – und sich Themen wie Gelassenheit und Lebensstil zuzuwenden? Der Frankfurter Relationship-Marketing-Spezialist SKA setzt auf eine konsequent individuelle Ansprache über eine Vielfalt diversifizierter Kanäle. Auf klassische Reichweitenmedien wurde bei der neuen Akquisekampagne für die lifestyleigen Gold Karten von American Express und BMW bewusst verzichtet – denn „reines Penetrations-Marketing bringt an dieser Stelle nichts“, wie SKA Geschäftsführer Pierre T. Schramm provokant formuliert.

SKA ist sich sicher: Im klassischen Kampagnengeschäft bedarf es neuer Strategien, um nachhaltige und wertvolle Kundenbeziehungen zu schaffen – besonders, wenn für die Kommunikation nur ein kurzes Zeitfenster zur Verfügung steht. Die große Marketing-Aktion zur American Express Gold Card und BMW Premium Card Gold bündelt deshalb personalisierte und dialogische Ansprachemedien, die eine schnelle Response ermöglichen. So kommen u. a. eine Facebook Fanpage, Mobile Sites und digitale Dialogmittel zum Einsatz, alle verknüpft in einer aggregierten Cross Media Tracing Lead Datenbank – präzise Maßnahmen statt einer Marketing Materialschlacht. Interessenten werden unter dem Motto Ich beweg mich eingeladen, den souveränen und mobilen Lebensstil der goldenen Kreditkarten zu entdecken.

„American Express Kunden erwarten von ihren Kreditkarten mehr als ein reines Zahlungsmittel – sie wollen ihre Wünsche in jeder Situation und überall auf der Welt nach ihren eigenen Vorstellungen verwirklichen. So gesehen sind unsere Kunden im Wortsinn auto-mobil“, erklärt Martin Ehret, Director Small Business Services bei American Express, das konzeptionelle Rückgrat der Kampagne, „sie haben ihre eigenen Vorstellungen und wollen sich nicht bevormunden lassen, auch nicht in der Werbung.“ Die neue Kampagne lässt deshalb viel Spielraum zur spontanen und auto-mobilen Interaktion: Über QR-Codes auf diversen Print-Werbemitteln und per SMS kann man an einem Gewinnspiel teilnehmen – oder via Facebook Fan der Kampagne werden. In der Kampagnendatenbank fließen alle Informationen zusammen, um die generierten Leads in Follow-up-Maßnahmen gezielt anzusprechen und zu konvertieren.

Heike Hilf, Director Partnerships, Acquisitions and CRM bei American Express, ist vom Erfolg des neuen Vorgehens überzeugt: „Mit unserer Akquisekampagne sind wir auf der digitalen Überholspur. Wir können jetzt direkter, persönlicher mit künftigen Kunden kommunizieren.“ Das sei es, was die Menschen in Zukunft von Werbung erwarten: diversifizierter, flexibler Dialog statt unidirektionaler Botschaften. „Dazu fehlt den klassischen Reichweitenmedien einfach die Präzision“, ergänzt Pierre T. Schramm.

Mehr zur neuen Kampagne gibt's schon heute im Internet unter: www.ichbewegmich.de

Portrait

SKA – Agentur für Relationship Marketing:

Aus Geschäftskontakten macht SKA wertvolle Beziehungen – und aus Beziehungen langfristige Partnerschaften. Die von SKA entwickelte Kommunikation macht das, was Menschen mit Unternehmen, Marken oder Produkten verbindet,

wertvoll. Mit unternehmerischem Denken und Handeln erhöht SKA gezielt den Return on Investment.

In Deutschland ist das Unternehmen führend im Relationship Marketing und gilt als wichtigster Impulsgeber der Branche.

Mit 20 hochqualifizierten Marketing-, Kommunikations-, Medien- und Strategie-Spezialisten an den Standorten Frankfurt am Main und München betreut SKA im Verbund mit ausgewählten Partnern zahlreiche anspruchsvolle Kunden, zu denen einige der größten deutschen und internationalen Unternehmen zählen – in den Disziplinen Marketing Strategieberatung, innovative Kreationen, digitale, klassische und mobile Kommunikation sowie Werte- und Leitbild-Entwicklung.

American Express:

American Express ist ein globales Serviceunternehmen. Wir bieten unseren Kunden Produkte, Dienstleistungen und Services, die das Leben bereichern und den Erfolg von Unternehmen fördern. Weitere Informationen gibt es unter americanexpress.de. Besuchen Sie uns außerdem auf [facebook.com/americanexpress](https://www.facebook.com/americanexpress), [twitter.com/americanexpress](https://www.twitter.com/americanexpress) und [youtube.com/americanexpress](https://www.youtube.com/americanexpress).

News-ID: 572727 • Views: 1381 (Stand: 18.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/572727/SKA-und-American-Express-bewegen-Autofans.html>