



# Bosch Car Service

# Campaña de Semana Santa



**Bosch Car Service:** para todo lo que tu automóvil necesita.

# INTRODUCCIÓN

Con vistas a las vacaciones de Semana Santa, Bosch Car Service lanza una **campaña de fidelización para tus clientes actuales y de captación de nuevos**. Ofrecemos una promoción en la que todos ganan.

Una **campaña de fidelización** consiste en mantener a largo plazo la relación con el cliente mediante incentivos de distinto tipo.

Una **campaña de captación** tiene como finalidad conseguir nuevos clientes a través de distintas acciones y esta campaña que presentamos es un ejemplo de ambas estrategias.



**Bosch Car Service**  
presenta  
**UNA EXPERIENCIA DE CINE**

**TRAER A UN AMIGO Y TE REGALAMOS  
5 PELÍCULAS EN WUAKI**

Pide cita previa en [citaprevia.boschcarservice.es](http://citaprevia.boschcarservice.es)  
más info: 902 442 400 o en [f](https://www.facebook.com/boschcarservice) [i](https://www.instagram.com/boschcarservice)

**Bosch Car Service: para todo lo que tu automóvil necesita.**

Promoción válida desde el 04/02/2016 hasta el 15/04/2016, ambos incluidos, en los talleres Bosch Car Service de España y Andorra para intervenciones de el taller por importe mínimo de 200€ + IVA (20% en Andorra e IVA en Canarias). El participante recibirá su premio por email en forma de código promocional en el momento en el que entre en [www.wuaki.com](http://www.wuaki.com) e invite a sus amigos por email. La fecha límite para enviar las promociones es el 15/04/2016. Para más información, visita [www.boschcarservice.es](http://www.boschcarservice.es)

## ¿Qué beneficios tiene?

Los **beneficios** que nos proporciona una campaña así son varios:

- Nos permite expresar y mejorar el significado de la marca
- Ayuda a fortalecer las asociaciones entre nuestros productos y servicios
- Construimos una imagen en la mente del consumidor
- Y sobre todo, conseguimos más clientes para nuestra red de talleres

## ¿En qué consiste la promoción?

El cliente debe acudir a un taller Bosch Car Service de España o Andorra y realizar una intervención en el taller por un **importe mínimo de 100€ + IVA** (IGI en Andorra e IGIC en Canarias). En este momento, el taller le hará entrega de un flyer que hará que el cliente pueda ganar 10€ en Wuaki.tv. para ver el mejor cine.

¿Cómo? Muy fácil... accediendo a **www.unaexperienciadecinebosch.com** y subiendo su factura de compra. Una vez en esta web, el cliente deberá, a través de email, **recomendar a 5 amigos** la red de talleres de confianza Bosch Car Service, enviándoles un cupón **descuento de 5% en factura** (materiales y mano de obra incluido) para validar en la red en un plazo de 6 meses. Si consigue que al menos uno de esos amigos se descargue el cupón enviado, se le enviará por SMS un código promocional con **5 películas en Wuaki.tv.**

Las bases de la promoción están depositadas ante notario y disponibles en **www.unaexperienciadecinebosch.com** y en **www.boschcarservice.es**

**Duración de la Campaña de Semana Santa:** Del 4 de marzo al 15 de abril del 2016.



### Cómo recibir la invitación a Wuaki:

El cliente deberá acceder a la web **www.unaexperienciadecinebosch.com** y seguir estos pasos:

1. Invita a sus amigos por email a acudir al taller
2. El cliente recibe un SMS con el código para introducir en la web de Wuaki.tv
3. ¡El cliente podrá alquilar las películas!

# Una campaña **con regalo** para tus clientes y para sus amigos

**Para tu cliente:** código por valor de hasta 10€ en 5 alquileres de 1 película en Wuaki.tv válido durante 3 meses.

**Wuaki.tv** es una plataforma para ver películas y series online, dispone del catálogo de cine más completo del mercado, sin descargas y directamente en tu ordenador, tablet, consola o Smart TV. Gracias a tener todos sus contenidos en la nube, puedes disfrutar de tus películas y series en streaming ¡cuándo y dónde tu quieras!



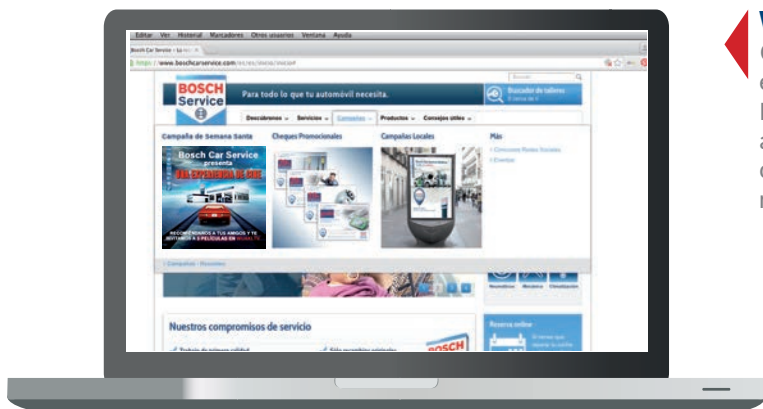
**Para los amigos que invite tu cliente:** un cupón del 5% de descuento en la factura (incluye recambios y mano de obra) para nuevos clientes en la visita a cualquier taller de la red Bosch Car Service válido durante 6 meses. El cliente debe mostrar el cupón impreso en el momento de entrega del vehículo al taller.



5% dto en factura  
incluyendo piezas  
y mano de obra.

El nuevo cliente de Bosch Car Service deberá ver reflejada en la factura final el descuento del 5%.

# Plataformas de Comunicación

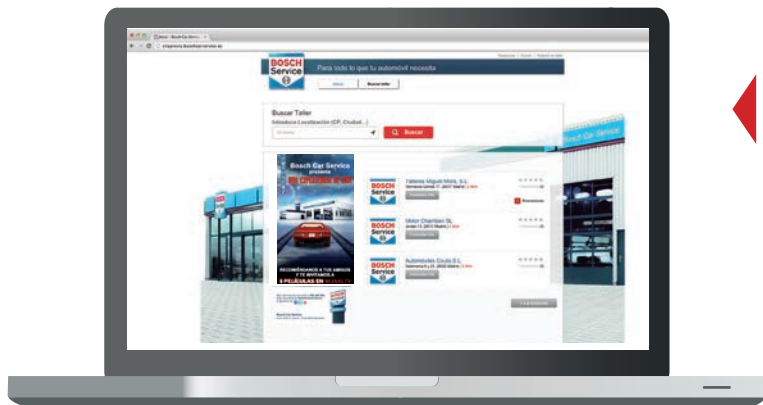


## Web Bosch Car Service

Comunicaremos la campaña de Semana Santa en nuestra página web corporativa. La nueva versión de nuestra web está adaptada a todo tipo de dispositivos móviles, tiene mayor calidad de contenidos y además una navegación más intuitiva.

## Redes Sociales

Esta campaña tendrá difusión en los perfiles de Bosch Car Service de Facebook y Twitter. Dirigiremos tráfico a los talleres con publicaciones apoyadas tanto en la imagen y los mensajes de la campaña como en contenidos relacionados que nos ayuden a trasladar, de forma cercana y viral, la profesionalidad y cualificación de la red de talleres Bosch Car Service.



## Plataforma cita previa

En [www.citaprevia.boschcarservice.es](http://www.citaprevia.boschcarservice.es) el cliente podrá solicitar cita anticipada en tu taller y además verá la Campaña de Semana Santa. Recuerda que debes estar registrado en esta plataforma para ofrecer un servicio integral al automovilista.

## Plataforma incentivosobreruedas.es

Comunicaremos la Campaña de Semana Santa en la sección "Campañas" de la plataforma para talleres [www.incentivosobreruedas.es](http://www.incentivosobreruedas.es). Además, recuerda que puedes seguir fidelizando a tus clientes con los cheques promocionales de descuento en productos y servicios para las próximas visitas a tu taller Bosch Car Service.



# Medios

## Resumen de Medios de la Campaña

La comunicación de la campaña se concentrará entre el 7 de marzo y el 15 de abril de 2016, estando presentes a nivel nacional en los medios masivos de mayor afinidad con nuestro público objetivo.

La estrategia de medios se ha centrado en impactar a nuestro target habitual, establecido principalmente en individuos mayores de 25 años, conductores de coches, y de clase media y media-alta. Aunque apoyados en los resultados obtenidos en los últimos estudios de mercado llevados a cabo, que nos aconsejaban rejuvenecer la marca para alcanzar y conquistar de forma más amplia al público más joven, hemos incidido de manera especial en el target de 25 a 35 años.

Por ello, en esta ocasión hemos utilizado una mayor cantidad de medios online y digitales, para obtener una mayor presencia en internet, sites musicales y redes sociales. Además, reforzaremos la campaña con presencia en medios exteriores y prensa, tal y como explicaremos a continuación.



# Online

Tras analizar las preferencias de nuestro público objetivo, vamos a insertar nuestra campaña en diarios, páginas de automoción, páginas musicales y redes sociales. Con todo esto logramos notoriedad de marca, engagement y afinidad con nuestro público objetivo.

## Diarios y sites de predicción meteorológica

Estaremos presentes en la versión digital de los principales periódicos, tanto de ámbito nacional como especializados en deporte, así como en el principal site de predicción meteorológica. Aprovechando el incremento de las visitas que tienen los portales de predicción con motivo de Semana Santa tendremos diferentes formatos notorios y convencionales que combinados de forma óptica nos dan gran visibilidad a la marca Bosch Car Service.

- EL PAÍS** • EL PAÍS
- EL MUNDO** • EL MUNDO
- MARCA** • MARCA
- as** • AS
- eltiempo.es** • El tiempo.es



### Sites musicales

Estaremos presentes en los principales portales de música, un entorno ideal para captar a nuevo público joven. Tendremos formatos de audio e imágenes integrados en el site.



• Spotify



• Máxima FM



### Páginas de automoción

Una de nuestras finalidades es impactar en los entornos afines de nuestro público objetivo y por ello utilizamos las páginas de automoción. Tendremos presencia en las más destacadas para así impactar a los usuarios.



• Coches.net



• Smartclip



• Autbild



### Redes sociales: Facebook y Twitter

Patrocinaremos los posts publicados para darles cobertura y notoriedad, así impactaremos al usuario en un canal muy afín con gran penetración y aprovechando el incremento del uso de las RR.SS con motivo de la cercanía de vacaciones de Semana Santa. Además, publicaremos posts relacionados con el mundo del cine y la automoción para dar continuidad y homogeneidad a la campaña.





# Prensa

Estaremos presentes en la prensa deportiva planificando las inserciones en base a los días de información futbolística más relevante. Esto nos aporta gran visibilidad y notoriedad en fechas claves en un medio muy afín a nuestro público objetivo.

## Marca

Es el principal diario deportivo de tirada nacional. Tendremos 2 inserciones de media página: el 9 de marzo, día posterior al partido de la Champions League Real Madrid – Roma y el 13 de marzo, un día con partidos claves en la Liga Española de 1ª división.

## Mundo Deportivo

En este diario deportivo de referencia en Cataluña tendremos una inserción de media página el 7 de marzo en la sección dedicada al F.C. Barcelona y coincidiendo con un posterior partido de la Liga Española de 1ª división.



# Exterior

Tendremos una campaña de publicidad exterior de gran relevancia, utilizando soportes muy visibles e iluminados siempre afines a nuestro target consiguiendo estar presentes en momentos de ocio y transporte y logrando una visibilidad muy amplia de imagen de marca.



## Muppies en cines

Realizaremos un circuito nacional con 203 pantallas y presencia en 42 cines.

## Pantallas digitales en centros comerciales

Realizaremos un circuito nacional de pantallas digitales en los principales centros comerciales con gran afluencia de público en momento de ocio. Serán 544 pantallas distribuidas en 30 centros comerciales.



## Intercambiadores de Autobuses de Madrid

Estaremos presentes en los intercambiadores principales de Madrid con gran afluencia y alta concentración del target más joven con una media de 3.438.057 personas a la semana.

Estaremos en:

\*Intercambiador Moncloa con 2 pantallas.

\*Intercambiador Plaza Elíptica con 1 pantalla.

\*Intercambiador Plaza Castilla con 1 pantalla.



# Herramientas de Comunicación



## 1. Cartel

Tamaño A0 para colocar en el taller en un lugar bien visible para los clientes.



## 2. Flyers

El taller debe entregar un flyer por cada reparación igual o superior a 100€ + IVA.

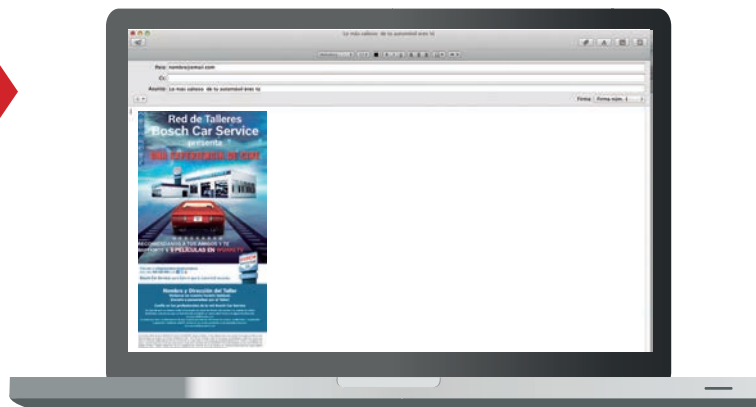


A tu taller llegarán 200 flyers para que repartas entre los clientes que durante el período de la campaña de Semana Santa realicen intervenciones en tu taller por importe igual o superior a 100€ + IVA.

Es importante que le comuniques al cliente que el plazo para enviar las invitaciones es hasta el 15 de abril de 2016 y que debe conservar la factura de la intervención hasta la finalización de la promoción porque se le puede solicitar.

**3. Email**

Recibirás en tu cuenta de Bosch Car Service un email que puedes usar como herramienta promocional para fidelizar a tus clientes. Solo tienes que actualizar el pie de página con tus datos y enviarlo.



**4. Microsite, email amigo y cupón**

[www.unaexperienciadecinebosch.com](http://www.unaexperienciadecinebosch.com) es donde el cliente deberá acceder para poder conseguir el código de Wuaki.tv para alquilar las películas, para ello deberá introducir el email de 5 amigos para mandarles la invitación con el cupón de descuento y que al menos uno se descargue el cupón.



**5. Adaptaciones locales**

A través del apartado de "contacto" en [info@incentivosobreruedas.es](mailto:info@incentivosobreruedas.es) se podrá solicitar el material promocional relacionado con la campaña para personalizarlo con el nombre de tu taller y reforzar la campaña a nivel local.



## Resumen de campaña



Para cualquier duda,  
contacta con Bosch Car Service llamando al:  
**902 442 400**

**Bosch Car Service:** para todo lo que tu automóvil necesita.

