

Peugeot 3008 volgt zijn doelgroep 24/7

Na een pitch vroeg Peugeot aan ons "Help ons de 3008 te introduceren". De Peugeot 3008 is een crossover die het beste van een SUV, de monospace en de berline in zich verenigd. De 3008 beschikt over de sterkste punten van deze verschillende autotypen. De pay-off, "De schoonheid van nieuwe technologie", wordt bewezen door de vele hightech toepassingen in de Peugeot 3008, zoals de Head Up Display, Hill Start Assist, Grip Control, Distance Alert, etc.

Peugeot wil met deze campagne vooral DINKY (Double Income, No Kids) bereiken. Mensen die een wat jongere lifestyle omarmen en die innovatie en technologie gebruiken om zichzelf te onderscheiden van de massa.

Om van de 3008 te gaan houden, moet je hem ervaren. Maar de doelgroep werkt veel dus moest deze onderweg naar het werk of op het werk worden benaderd. Met een pakkend concept hebben we de doelgroep 7 dagen per week gevolgd. s Morgens bij benzinestations, vervolgens met een Franse lunch op het werk, in de weekenden in de steden en bij autowasstraten. Bij de autowasstraten werden meteen proefritten gemaakt. Het resultaat was in 4 weken ruim 170.000 mensen welke de auto echt hebben ervaren!

