

Bosch Car Service ile Bu Yüzleri Tüm Dünya Tanıyacak

Bosch Car Service tüm dünyada aynı şekilde algılanabilmek amacıyla uluslararası yeni bir kampanya başlattı. "Arabam için en iyisi" sloganıyla hareket edilen kampanyada tüketiciyle iletişim, insan görselleriyle yapıyor. Kampanya şimdiden Bosch Car Service konseptine olan ilgiyi artırdı.



Türkiye'de oldukça hızlı bir şekilde tanınır hale gelen Bosch Car Service, tüm dünyada benzer şekilde tanınabilmek amacıyla global bir kampanyanın startını verdi. Buna göre kampanyanın ilk sloganı "Arabam için en iyisi" oldu. Kampanya, Autoshow Dergisi'nin tüm okurlara dağıttığı "Onno Usta'ya Mektuplar" kitabına Bosch'un sponsor olmasıyla uygulanmaya başlandı. Özellikle araç onarımı konseptine çeşitli insan görselleriyle bir yakınlık oluşturmayı amaçlayan yeni uluslararası kampanya, okuyucuların beğenisini kazandı. Kampanyada genel olarak Bosch Car Service'in tüm marka ve modellere hizmet verebildiği, yedek parçadaki uzmanlığı, teknoloji ve müşteri odaklı hizmet yaklaşımı ve uygun ücretlendirme prensibi işlendi. Çalışma doğrultusunda toplam 500 bin Autoshow okuyucusuna, sponsor olunan bu kitaplar ulaştırıldı.

Reklamlar dönmeye başladı

Bosch Car Service'lerin yerel uygulamalarında da bu reklamların kullanılmasına başlandı. Ayrıca bu uluslararası görsellerin yerel tanıtımlarda ve çeşitli Bosch Car Service ile ilgili projelerde de kullanılması kararlaştırıldı.

Kampanyanın ardından sektörde Bosch Car Service konseptine olan ilginin oldukça arttığı gözlemlendi. Anlaşılabilir servis sayısı Mayıs sonu itibarıyla 191 adete çıktı. Ayrıca Bosch Car Service bünyesine katılmak için başvurular arttı. Servisler, büyük illerin yanı sıra Anadolu'nun her yanına yayılmaya başladı. Sivas, Erzurum, Gaziantep, Niğde, Çankırı illerinde çok yakında Bosch Car Service'ler hizmet verecek. Bosch Car Service, 2006 sonu itibarıyla anlaşılabilir servis sayısını 230 adede çıkarmayı planlıyor.