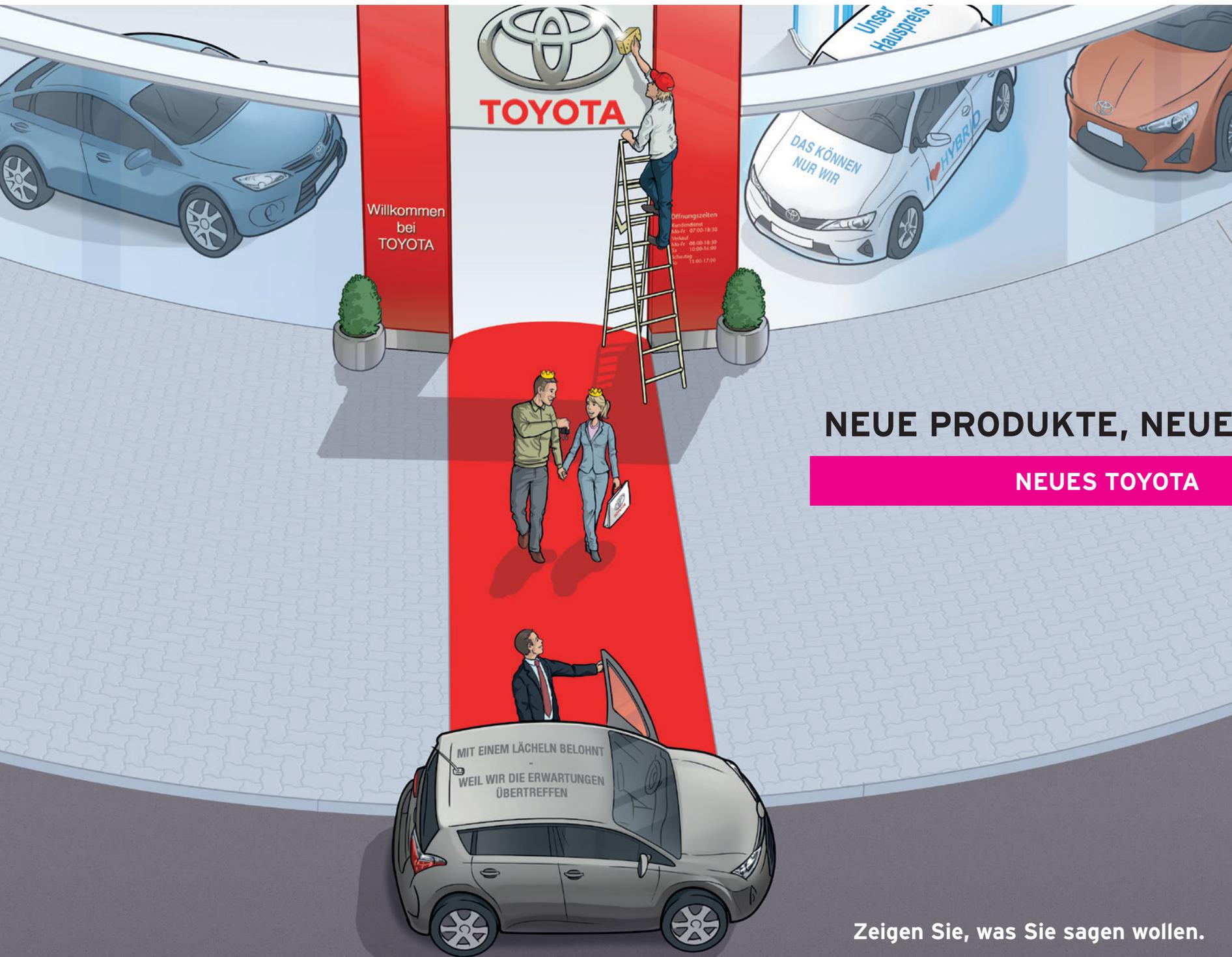




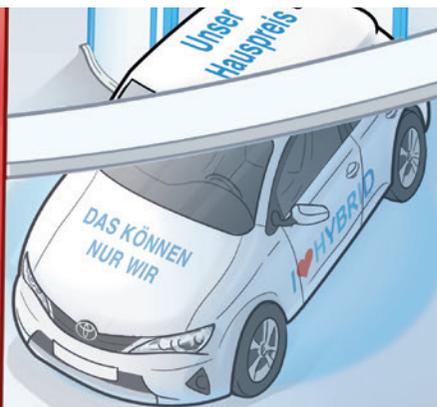
TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH



Willkommen bei TOYOTA

Öffnungszeiten
Kundendienst
Mo-Fr 07:00-18:30
Sa 08:00-14:30
So 10:00-14:00
Schulung
13:00-17:00



NEUE PRODUKTE, NEUE KUNDEN

NEUES TOYOTA



Zeigen Sie, was Sie sagen wollen.



DIALOGBILD®

DAS PRODUKT-PORTFOLIO

FÜR DAS JAHR 2013

Bei Toyota steht das Jahr 2013 unter dem Slogan „Neue Produkte, neue Kunden, neues Toyota“. Um die Händler mit ins Boot zu nehmen, entwickelten wir ein Kommunikationspaket, bestehend aus einem Dialogbild und zwei Scribblefilmen. Auf der Händlertagung im Dezember 2012 wurde den Händlern anhand des Dialogbildes die Strategie

für 2013 erklärt. Mit Hilfe der Scribblefilme wurde der Ablauf beim Hybrid-Check und der 5 Jahres Inspektion visualisiert. Mit einem gemeinsamen Verständnis über die neuen Produkte, die neuen Kundengruppen sowie die neuen Ziele startet Toyota nun ins neue Jahr.

DIE BILDWELT

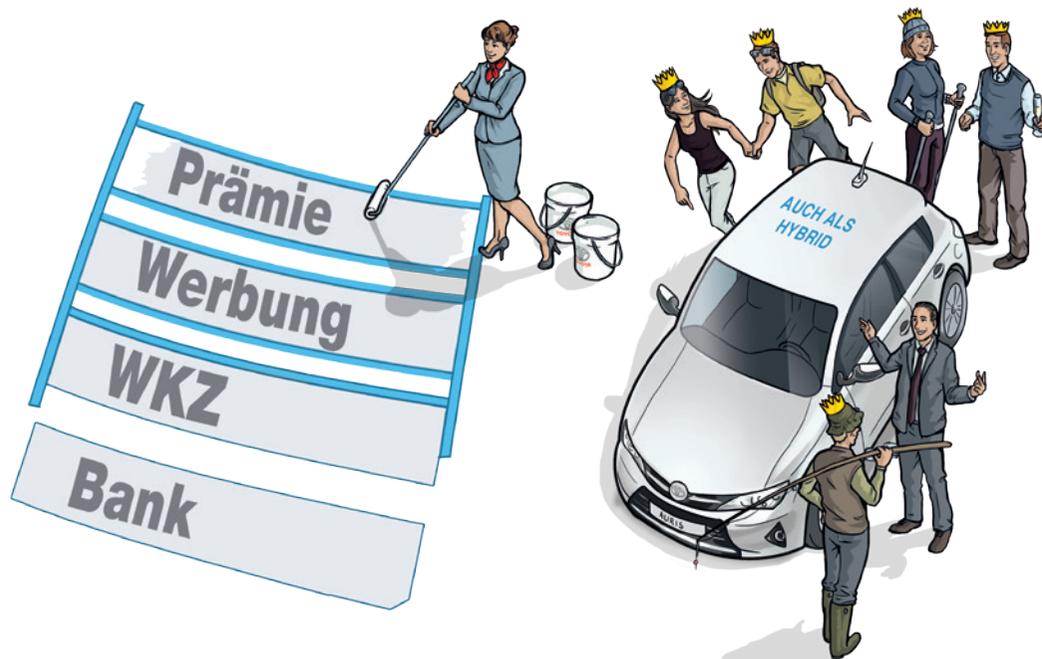
DES DIALOGBILDES

Im Fokus der Bildwelt steht der Toyota-Händler. Dort findet man von der Werkstatt, der Direktannahme, bis hin zum Kundenservice alle Dienstleistungen. Auf dem Hof stehen die neuen Produkte und werden der jeweiligen Zielgruppe präsentiert.

Ein wichtiges Bildelement ist die Straße, diese führt von der Vergangenheit vorbei an der Händlertagung 2012 und dem Händlergebäude, hin zu dem übergeordneten Ziel in 2020.

EINIGE BEISPIELSZENEN

AUS DEM DIALOGBILD



Zebrastrifen

Die Händler erhalten Unterstützung aus der Hauptverwaltung, um die Wege zum Kunden zu erleichtern. Hilfsmittel sind hierbei Prämien, Werbung, Werbekostenzuschüsse sowie Finanzierungsmöglichkeiten.

Der neue Auris

Produktpräsentation beim Händler soll ein Erlebnis für die Kunden sein. Personen mittleren Alters, die immer noch abenteuerlustig sind, sind die Zielgruppe des Auris. Das Auto wird es ebenfalls in der Hybrid Ausstattung geben.



Service-Coaching

Händler können von Toyota ein Service-Coaching bekommen, um die Kunden besser beraten zu können. Toyota hat dafür extra ein Coaching-Center in Köln aufgebaut.



Zielgruppe

Die Festlegung einer Zielgruppe für ein bestimmtes Auto hilft dem Verkäufer später bei der Beratung. Bei Toyota findet jede Kundengruppe ein passendes Fahrzeug, egal ob es ein junges Ehepaar ist oder ein Schlüsseldienst.

DIE DIALOGFILME

ZUM THEMA „HYBRID-CHECK“

Jetzt anschauen auf
www.dialogbild.de
unter Referenzen



Das ist Frau Kühne aus dem Toyota Kundenservice. Als Serviceassistentin prüft sie regelmäßig, welche Kunden auf das Serviceanschreiben noch nicht reagiert haben. Da sich Herr Kaiser mit seinem Hybrid noch nicht gemeldet hat, ruft sie ihn an und vereinbart einen Termin.



Dank des Erinnerungsanrufs findet sich Herr Kaiser termingerecht im Autohaus ein. Während in der Werkstatt der Hybrid-Check durchgeführt wird, relaxt er bei Kaffee und Video im Wartebereich.



Es dauert nicht lange und Herr Kaiser nimmt glücklich wieder seine Schlüssel entgegen. Eine einjährige Sicherheit auf die Hybridbatterie hat er für kleines Geld gleich mit abgeschlossen.

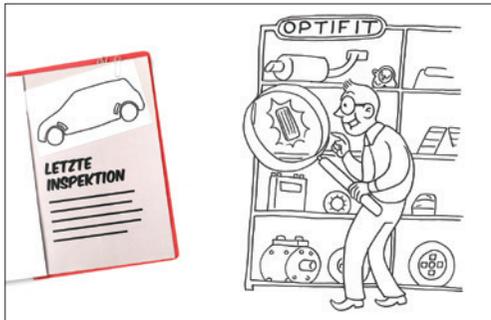


Die Serviceassistentin ist begeistert. Es ist echt interessant: Manche Sachen muss man dem Kunden nur präsentieren und er springt ganz von alleine drauf an!

ZUM THEMA „5 JAHRES INSPEKTION“



Das ist Herr Dietrich. Herr Dietrich arbeitet in der Toyota-Direktannahme. Als Serviceberater steht er im direkten Kundenkontakt. Er weiß, dass gute Vorbereitung das A und O für einen erfolgreichen Kundentermin ist und wirft daher einen Blick in den Kalender: Aha! Morgen um 9 Uhr kommt also Familie König zur Inspektion vorbei.



Beim letzten Besuch wurde vermerkt, dass die Bremsklötze noch bis zur nächsten Inspektion halten. Die müssen jetzt also ausgetauscht werden! Ihr Verso ist schon 5 Jahre alt. Da nehmen wir am besten Bremsbelege aus unserem Optifit-Programm. So spart Familie König Geld und erhält trotzdem Toyota Originalqualität.



Als Familie König am nächsten Morgen zur Inspektion erscheint, weiß Herr Dietrich die Familie dank seiner guten Vorbereitung von seinen Ideen zu überzeugen. Herr König nimmt sogar gleich noch eine Flasche Toyota ProTect mit, damit der Innenraum sauber bleibt.



Herr Dietrich ist zufrieden: Gute Vorbereitung ist einfach das A und O für einen gelungenen Kundentermin. Und das Beste ist: Sein Chef zahlt ihm auch noch eine Provision!

NEUE PRODUKTE. NEUE KUNDEN. NEUES TOYOTA.



TOYOTA

NICHTS IST UNMÖGLICH



2012

2013

Neukunden
Neuwagen-Tours

Prämie
Werbung
WKZ
Bank

Prämie
Werbung
WKZ
Bank

Prämie
Werbung
WKZ

Prämie
Werbung
WKZ
Bank

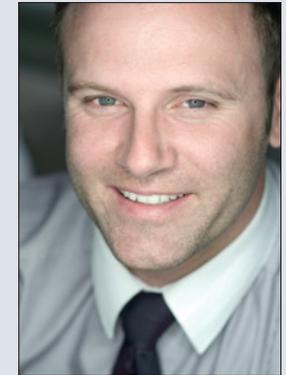
VOLUMENZIEL 2013
ERREICHT

EINDRÜCKE

DER TOYOTA-HÄNDLERTAGUNG



DER AUFTRAGGEBER



Marcus van Marwick

Leiter Handelsmarketing & BTL Kommunikation
TOYOTA DEUTSCHLAND GMBH

Wir sind mit einer klaren Vorstellung proaktiv auf Dialogbild zugegangen. Unser Ziel war es, einen aussagekräftigen Blick über das gesamte Jahr zu geben. Der Einsatz spielerischer Visualität sollte dabei helfen, komplexe Themen für die breite Empfängergruppe im Autohaus (GF, VK-Leiter bis hin zum Auszubildenden) zu vereinfachen und zu veranschaulichen und so ein gemeinsames Verständnis herzustellen. Obwohl wir im Vorfeld durchaus kritisch bzgl. des Abstimmungsaufwandes waren, wurden wir hier sehr positiv überrascht und der interne Zeitaufwand war aufgrund einer professionellen und schnellen Auffassungsgabe seitens Dialogbild deutlich reduzierter als erwartet. Beeindruckend ist auch die Detailschärfe mit der sich die Themen in Bilder umsetzen ließen. Entsprechend positiv wurde das Endresultat bei allen aufgenommen.