



Over Mazda

Mazda staat voor kwaliteit, vernieuwende technologie en rijplezier. Met ruim 75 jaar ervaring in het ontwikkelen van auto's met een gedurfd design en uitzonderlijke rijprestaties onderscheidt Mazda zich als een merk met lef en een uitgesproken karakter. Vanuit het nieuwe hoofdkantoor in Waddinxveen ondersteunt Mazda Motor Nederland het netwerk van Mazda-dealers en erkend reparateurs met onder meer marketinginitiatieven.

Mazda Roadshow

boost[®] | ondernemers
in marketing

 boostgroup.nl

De uitdaging

De economische crisis heeft in 2009 zijn weerslag op de automarkt. Consumenten kopen minder snel een auto. Daarbij speelt het internet een steeds grotere rol in het aankoopgedrag, waardoor het moeilijker is geworden om die consumenten te bereiken die nog wel op zoek zijn naar een auto. Bovendien schuift het traditionele belevingsaspect rondom het kopen van een nieuwe auto, inclusief een bezoek aan de showroom, naar de achtergrond. Voor automerken betekenen deze ontwikkelingen dat dealers niet meer in de showroom kunnen blijven, maar actief op zoek moeten gaan naar kopers.

Naast deze vraagstukken kwam er voor Mazda een extra uitdaging bij. Het profiel van het merk onderging in de afgelopen jaren een verjongingskuur. Niet alleen wilde Mazda meer nieuwe klanten aanspreken en tot aankoop laten overgaan, het moest ook nog een voor de fabrikant nieuwe doelgroep zijn. Mazda ging op zoek naar een partner met een frisse blik op retail die het belevingselement weer terug kon brengen in het aankoopproces. Een duidelijke below-the-line aanpak was gewenst met het oog op de innovatieve marketingstrategie die het merk al eerder had ingezet. Via positieve referenties kwam Mazda bij Boost.



Mazda Roadshow

De oplossing

Boost en Mazda besloten samen om een nieuwe koers te kiezen voor de introductie van de Mazda3. In plaats van te proberen de klant naar de showroom te halen, zou Mazda de showroom naar de klant brengen. De opdracht voor Boost was een mobiel concept te ontwikkelen waarin het belevingselement van een uitje naar de showroom terugkwam en klanten een voorkeur zouden ontwikkelen voor een nieuwe Mazda. Snel na het eerste contact kwam Boost met het spectaculaire plan voor de Mazda Roadshow. Krap twee maanden later stond het concept. De roadshow is een mobiele showroom die bestaat uit een truck met een achttien meter lange oplegger waarop Mazda twee nieuwe modellen kan presenteren. De oplegger is voorzien van LED-verlichting, een audio- en video-systeem en een elektrisch draaiplatform. De directe omgeving van de truck wordt in stijl aangekleed en speciaal getrainde Boost medewerkers, Boosters, werven klanten, geven informatie en begeleiden proefritten. Hoewel de Mazda

Roadshow direct functioneerde zoals afgesproken, werden er in een later stadium op initiatief van Boost nog verbeteringen aangebracht, zoals het draaiplatform dat de auto's nog beter in de spotlight zou zetten. Tijdens een demonstratie van de mobiele showroom liet Mazda de dealers kiezen: de Mazda Roadshow of een traditionele above-the-line campagne. De dealers waren direct overtuigd van het concept en kozen voor de Mazda Roadshow. De komende twee jaar rijdt de Mazda Roadshow door Nederland. De mobiele showroom, waarop Mazda steeds nieuwe modellen kan tentoonstellen, doet lokale en landelijke evenementen aan. Roadtrips, waarbij de truck rondrijdt, zorgen voor optimale zichtbaarheid op de Nederlandse wegen. Dealers kunnen de Mazda Roadshow boeken voor lokale evenementen en vullen dan in samenwerking met de Boosters de dag in. Met Boost regelt het hoofdkantoor van Mazda in Waddinxveen ook de roadtrips en de aanwezigheid op landelijke evenementen.

boost [®] ondernemers
in marketing

boostgroup.nl



Het resultaat

Inzet van de Mazda Roadshow levert voor een dealer per dag gemiddeld 75 verkoopleads op. In totaal zal Mazda de roadshow zo'n 140 keer per jaar inzetten, met een geschat bereik van meerdere miljoenen. De roadtrips door het land voegen daar weer enkele miljoenen aan toe. Door de showroom naar de klant te brengen, bereikt Mazda consumenten die uit zichzelf geen Mazda zouden overwegen. Dankzij het unieke concept lukt het daarnaast om additionele attentiewaarde te genereren in media. Behalve het Mazda-hoofdkantoor zijn ook de dealers enthousiast, en niet alleen omdat de Mazda Roadshow voor hen concrete leads oplevert. De mobiele showroom is een turn-key concept, en voor de dealers gemakkelijk te implementeren. Daarnaast sluit de roadshow voor

hen perfect aan bij de strategie om een nieuwe doelgroep te vinden en daarmee direct hoogwaardige contacten te leggen.

Mazda ervaart de samenwerking met Boost als prettig en hands-on. Zowel voor de Mazda-dealers als voor het hoofdkantoor is Boost een meedenkende partner die met innovatieve oplossingen komt. Voor de dealers is het bovendien een bonus dat Boost een ingang kan verzorgen op veel evenementen en bij retailpartners, waar de marketingonderneming vanuit haar ervaring veel contacten heeft.

De komende twee jaar blijft de Mazda Roadshow door Nederland rijden. Boost en Mazda zullen daarbij blijven kijken naar nieuwe en innovatieve manieren om het concept in te zetten en daarmee de marketingstrategie van Mazda te boosten.

Mazda aan het woord

- 'De roadshow onderscheidt ons van de concurrentie. Precies wat we willen.'
- 'We zochten een frisse blik en vonden met Boost niet alleen dat, maar ook nog een prettige, hands-on samenwerking.'
- 'Met de Mazda Roadshow bereiken we consumenten die traditioneel niet aan ons zouden denken.'

Klompemaker 2
5253 RH Nieuwkuijk

Postbus 3205
5203 DE 's-Hertogenbosch

T. 073 - 71 19 300

boost[®] | ondernemers
in marketing

 [boostgroup.nl](https://www.boostgroup.nl)