

## OGSM voorbeeld - Jeep

**Objective:** Jeep is de meest succesvolle auto in het 4-wiel premium segment door het jeep-gevoel terug te brengen.

Goals	Strategieën	Dashboard	Actieplan (wat, wie, wanneer)
<u>Meest succesvolle:</u>	1. Jeep wordt gezien als een onderscheidende auto door een op het authentieke merk gerichte campagne	- Score op onderscheidend > 7.5 (Censydiam)	- Relevant reclame concept door als uitgangspunt te nemen dat Jeep een segment is geworden i.p.v. een merk ('het is nu pas echt een Jeep als er Jeep op staat')
- Hoogste marktaandeel 4-wiel auto's > € 50K (ACN)		- Reclamewaardering > 7.5 (STER)	- Concept breed neergezet door het uit te werken in atl en btl executies
- Aantal verkochte Jeeps > 5000		- > 25.000 bezoekers op site	- Concept komt tot zijn recht door plaatsing in Jeep Umfeld (lifestyle)
- Gemiddelde marge Jeep > 20%		- > 12.500 unieke bezoekers bij dealers	- Authenticiteit is belangrijkste take away van klant door bedenken en realiseren relevante Guerrilla acties
<u>Jeep-gevoel</u>	2. Het Jeep-merk leeft op de winkelvloer door de uitstraling en het gedrag van de verkoper echt Jeep te maken	- Merkvoorkeur klant stijgt met 12% door dealerbezoek	- Jeep merk is gedefinieerd in gedrag en uitstraling door intern en extern onderzoek
- Jeep heeft de hoogste merkvoorkeur van 'avontuurlijke' auto's		- 80% van klanten ervaart Jeep merk-(waarden) bij de dealer	- Uitrolplan per dealer door need/gap situatie scan bij dealers
- 75% Jeep-rijders beveelt Jeep aan (NPS=)		- 80% verkopers gedraagt zich merk-waardig	- Medewerkers weten wat merk-waardig Jeep gedrag is door organiseren van workshops
		100% executie Jeep POS	- Jeep dealers hebben merk-waardige showroom door organiseren aankleed wedstrijd met Jeep-waardige prijzen
			- Jeep dealers blijven zich merk-waardig gedragen door inzetten mystery shopper programma op Jeepgedrag en -uitstraling
	3. Jeep-modellen zijn gewild door lancering van nieuwe modellen met authentieke uitstraling in state of the art uitvoering	- Klantwaardering Jeep modellen + 0.5pt. tov klantwaardering andere auto's in segment	- Top 3 bekend waarmee klanten/prospects unieke Jeep gevoel krijgen door dit te onderzoeken
		- Thought leader feedback	- Weten welk gemak klanten/prospects in hun auto willen door te onderzoeken.
		- > 1500 verkochte nieuwe modellen	- Relevante nieuwe modellen beschikbaar voor klant/prospect door belangrijke authentieke look elementen te combineren met voor hen belangrijke state of the art uitvoering.
			- Dealers verkopen graag nieuwe modellen door uitrollen aantrekkelijke en op Jeep merk ontwikkeld incentive constructie voor dealers
			- Onderscheid van nieuwe modellen duidelijk door uitvoeren PR stunts met Jeeps op moeilijk bereikbare plaatsen
	4. Jeep-rijders en prospects zijn trots op hun Jeep door het organiseren van echte Jeep-safari's en rij-experiences	- 80% Jeep rijders en 40% prospects voelt zich 'Trots'	- Aantrekkelijke Jeep waardige safari door jaarlijkse ontdekkingsstocht te organiseren in bijzondere landen
		- 70% klanten en 50% prospects is bekend met safari rij experiences	- Aantrekkelijke Jeep waardige rij experience die door heel Nederland gedaan kunnen worden door rijvaardigheidstraining bureau te ontwikkelen en met Jeep medewerkers uit te voeren
		- > 1500 deelnemers aan safari's	- Iedere Jeep rijder is benaderd voor safari's door merk-waardige direct mail met gimmick
		- > 10.000 deelnemers rij experiences	- Relevante prospects voor safari door Jeep contest en karaktertest
			- Jeep gevoel breed uitgedragen door realiseren TV coverage Jeep safari's

Kijk op - [www.itradvies.nl/blog/ogsm](http://www.itradvies.nl/blog/ogsm) - voor meer informatie

Bron: 'Businessplan op 1 A4' zestiende druk - 2015

