



משרד פרסום אפולון



SSANGYONG

גשר צמח רכב SSANGYONG



קצת על המותג

SsangYong (היום KGM) הוא מותג רכב קוריאני עם ותק של מעל 60 שנה המתמחה ברכבים מרווחים, אמינים וחזקים, במיוחד למשפחות ושטח.

הנוכחות שלו בישראל הייתה מוגבלת, והוא נמכר בעיקר דרך סוכנויות.

היתרונות המרכזיים: רכב גדול במחיר נגיש, תנאי מימון גמישים ושירות ייחודי - **נסיעת מבחן עד הבית.**

האתגר

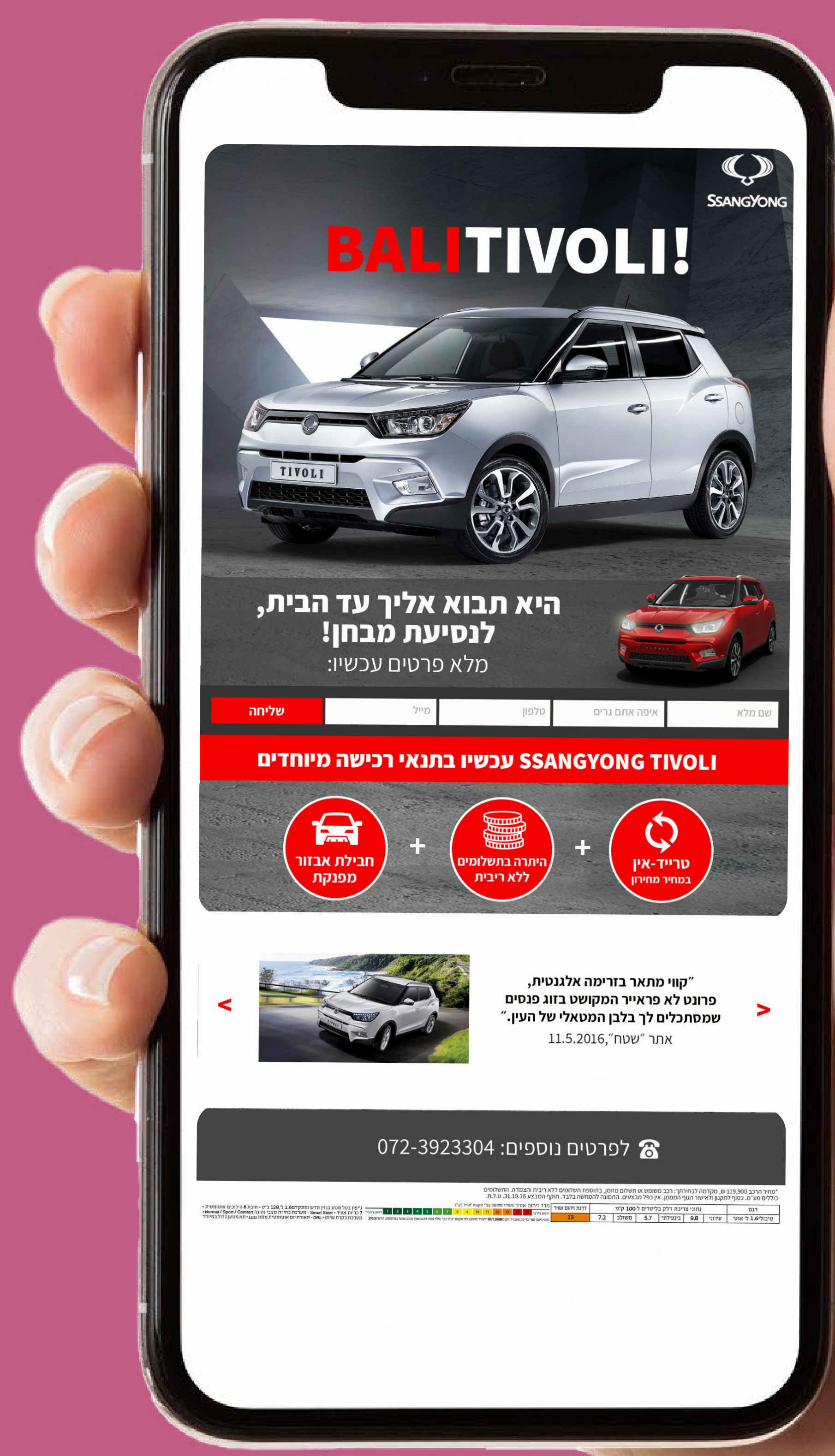
להכניס לתודעה הציבורית של משפחות ישראליות דגמים לא מוכרים, מבלי להישען על שם מותג חזק או חיפושים אורגניים. שוק הרכב בישראל נשלט ע"י מותגים עם פרסום אגרסיבי ותקציבי ענק - והקהל לא חיפש את סאנגיונג בעצמו.

היינו צריכים לייצר ביקוש יש מאין, ולפנות לקהל שלא ידע שהוא בכלל מחפש אותנו.

מה עשינו?

השקנו קמפיין לשלושה דגמים (TIVOLI, REXTON, RODIUS) עם מסרים וקריאייטיבים שונים:

- "BALTIvoli!" - קריצה שפוגעת בדיוק במודעה בפיז
- "מושלמות למשפחה שלך" - מסר שפונה להורים עם צורך ברור
- עיצבנו דפי נחיתה שונים למובייל ולדסקטופ, עם הצעות קונקרטיות: נסיעת מבחן עד הבית + התאמת מימון לפי גיל.
- פיצלנו קמפיינים בין טאבולה, פייסבוק, גוגל ורימרקטינג, עם פילוח לפי גיל, מגורים, שלבי חיים והרגלי גלישה.
- העברת הלידים לסוכנויות נעשתה באוטומציה מלאה - כדי להבטיח תגובה מיידית.



התוצאה:

- ✓ דריסת רגל חדשה בשוק, קפיצה חדה בלידים, וגידול מוכח במכירות.
- ✓ מ-0 לידים ממוקדים ← ל-47 פניות ביום בממוצע לדגמים החדשים
- ✓ עלייה של עשרות אחוזים במסירות רכב תוך 90 יום בלבד
- ✓ הלקוח: "איך משכפלים את ההצלחה הזאת לשאר הדגמים?"

לסיכום:

מותג כמעט לא מדורג בישראל, בתוך שוק תחרותי במיוחד, הצליח לבלוט תוך זמן קצר בזכות קמפיין ממוקד, שמדבר בשפה של הקונה. במקום למכור את המותג - מכרנו את הפתרון. במקום לפרסם רכב - סיפרנו סיפור משפחתי.