

ANWENDERBERICHT

- ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG -

mobivention meets Motorrad

Suzuki Motorrad App nutzt Geofencing, Beacons und NFC für 1:1 Marketing

Köln, 24.01.2017 – Keine Frage, dass man auch und insbesondere on Tour bestens vernetzt sein, womöglich die schönsten Routen weiterempfehlen und sich auf kurzem Wege mit anderen Motorrad-Fahrern austauschen möchte – zum Beispiel, wenn man sich unterwegs mal verliert. Um seinen Kunden genau diese und weitere Services kostenfrei anbieten zu können, hat Suzuki die Full-Service App Agentur mobivention mit der Entwicklung einer „Motorrad App“ für Android und iOS beauftragt. Seit Februar 2016 ist sie auf dem Markt und wurde seitdem allein in Android zwischen 10.000 und 50.000 Mal installiert. Und damit nicht genug: Die erfolgreiche Marketing-App wird kontinuierlich durch neue Features erweitert.



Hier geht es zur
Suzuki Motorrad App

Die Suzuki Motorrad App ist genau auf die Bedürfnisse begeisterter Biker abgestimmt, die Motorradfahren als „Way of Life“ empfinden. Suzuki verfügt mit der in Java für Android Smartphones und in Swift für iPhones entwickelten App über ein mobiles 1:1 Marketing-Tool, das nicht nur Suzuki Fahrer anspricht, sondern auch Personen, die sich für eine Suzuki Maschine interessieren oder generell Interesse am Motorradfahren haben.

Die Funktionen der Suzuki Motorrad App

Mit der App erhalten Nutzer jederzeit und überall aktuelle News und Termine rund um die Marke und ihre Motorräder – und das aus unterschiedlichen Nachrichtenkanälen (Facebook, YouTube etc.). Außerdem können die eigenen Touren via GPS-Tracking aufgezeichnet und als GPX exportiert werden. Es besteht zudem die Möglichkeit, mit Freunden Tourengruppen zu bilden, sich zu verabreden und unterwegs zu chatten. Per Push-Benachrichtigungen können die Nutzer sich auch bei geschlossener App über News und Gruppenaktivitäten informieren. Natürlich gibt es auch eine geobasierte Händlersuche. Probefahrten und Vermietungen können bequem per App direkt im Handel angefragt werden. Last but not least kann die App individuell gestaltet werden mit wählbaren Akzentfarben und eigenem Bike sowie Profilfoto.

Speziell für Großveranstaltungen wie Motorradrennen oder Messen, an denen Suzuki beteiligt ist, wurden ortsbasierte Funktionen in die App integriert: „Die ortsbezogenen Aktionen werden mittels Geofencing, Beacon-Technologie und Nahfeldkommunikation (Near Field Communication, NFC) ermöglicht. Zu unserem Entwicklungsauftrag gehörte deshalb auch die serverseitige Konfiguration für Beacons und Geofencing“, berichtet mobivention-Geschäftsführer Dr. Hubert Weid. „Diese eröffnet einen großen Spielraum für die Nachrüstung weiterer Location Based Services. So haben wir der App beispielsweise für den Auftritt von Suzuki Motorrad auf der Intermot 2016 hier in Köln verschiedene ortsbasierte

Funktionen hinzugefügt.“

Die Suzuki Motorrad App im Messe-Einsatz

2016 brachte Suzuki die Motorrad App auf der größten Motorradmesse in Europa, der Intermot, zum Einsatz. Ziel des Messe-Marketings war es, die App als zusätzlichen Kommunikationskanal zu nutzen, um möglichst viele Besucher zur Messe sowie in der Folge auf den Suzuki Stand und insbesondere zu den Exponaten zu locken. „Wir haben die bereits erfolgreich am Markt eingeführte Suzuki Motorrad App für die Intermot 2016 mithilfe von mobivention gezielt um Funktionen des 1:1 Marketings erweitert. Dabei wurden Geofences zur Auslösung von Push Nachrichten definiert, um die Aufmerksamkeit von Besuchern schon im Umkreis der Messe zu erregen und sie gezielt auf unseren Stand zu lotsen. Auf dem Stand haben wir dann Beacons zur direkten Interaktion mit den Usern eingesetzt“, erklärt Gunnar Markus, Online Manager Motorcycle & ATV bei Suzuki Deutschland.

Die technischen Bausteine des mehrstufigen Messe-Konzepts:

Drei **Geofences** wurden in einem Radius von 20 Kilometern um das Messegelände und die Messehalle mit dem Suzuki Stand definiert, serverbasiert eingerichtet, lokal in die App geladen und dann offline vorgehalten. Sobald ein App User den Geofence betrat oder verließ, erhielt er eine individuell abgestimmte Push-Nachricht. Die Ermittlung der Geokoordinaten erfolgte mittels GPS oder über das Mobilfunknetz.

Zudem kamen long-range **Beacons** zur Begrüßung auf dem Messestand sowie Proximity Beacons im Nahbereich zur Markierung der ausgestellten Motorräder zum Einsatz. Näherte sich der App User einer Maschine, erhielt er so ein Datenblatt mit den technischen Informationen, die er direkt auf seinem Smartphone speichern und teilen konnte.

Last but not least wurden **NFC Tags** für die Markierung der einzelnen Stationen einer digitalen Schnitzeljagd über den Suzuki Stand verwendet. Da iOS NFC allerdings nur für interne Anwendungen freigibt, wurden die NFC Tags nur für Android Smartphones verwendet und für iPhones alternativ QR-Codes.

Die Weiterentwicklung der Suzuki Motorrad App

Auch in Zukunft wird der kontinuierliche Ausbau der erfolgreichen Marketing-App fortgeführt. So wird beispielsweise das bei Nutzern sehr beliebte Touren Tracking so ausgebaut, dass sich auch Nutzer ohne Kontakte zu anderen Nutzern zu gemeinsamen Touren verabreden können. Derzeit ist dies nur für Gruppen möglich, die sich bereits kennen.

Geplant ist auch die Definition von Geofences rund um Suzuki Händler und Promo-Veranstaltungen, um die App User gezielt darauf aufmerksam zu machen und dabei Streuverluste zu minimieren. Durch die Nutzung der Profil-Informationen können die Informationen weiter segmentiert werden, um damit dem Ziel des 1:1 Marketings möglichst nahezukommen.

Daneben könnten Geofences künftig auch an Grenzen definiert werden, um Fahrer beim Grenzübertritt proaktiv auf Verkehrsregeln wie Tempolimits oder Alkoholobergrenzen hinzuweisen. Außerdem ließen sich damit Fences im Umkreis um Händler definieren, damit diese ihre Kunden beim Einfahren beziehungsweise beim Verlassen beispielsweise über Aktionen informieren können.

Eine weiteres, angedachtes Feature ist die Markierung von Motorrädern in den Ausstellungsräumen, um technische Datenblätter sowie Preis- und Verkaufsinformationen in der App darzustellen und teilen zu können. Beacons könnten dazu an den Maschinen positioniert werden. Die Verwaltung und Informationszuordnung würde dabei serverbasiert erfolgen, sodass jederzeit Beacons getauscht und ergänzt werden können. Gleichzeitig werden die Userdaten an ein Suzuki CRM System übermittelt, um eine gezielte 1:1 Kundenansprache daraus abzuleiten.

Zusätzlich ist derzeit eine Internationalisierung der App in der Planungsphase. Sie wird eine länderspezifische Verwendung in den europäischen Staaten zulassen, um die zuständigen Suzuki Vertretungen und Importeure in den jeweiligen Ländern bei ihren Maßnahmen zu unterstützen.



Über mobivention

mobivention ist ein Full-Service Dienstleister für die Entwicklung, Konzeption, User Interface Design und Vermarktung von Apps für Smartphones und Tablets. Zu den unterstützten Produkten gehören native Apps, Hybrid Apps und responsive Webseiten. Das 2003 gegründete Unternehmen gilt als Qualitätsführer im Markt. Das Unternehmen verfügt mit seinen 30 Mitarbeitern über einen langjährigen Erfahrungsschatz bezüglich der Herstellung von Apps und der Realisierung von Kundenprojekten. Dieses einzigartige Know-how ist Basis für die erfolgreiche Zusammenarbeit mit namhaften und renommierten Kunden aus den Branchen Industrie, Handel und Dienstleistung.

www.mobivention.com



Kontakt mobivention:

Bibiana Hesseler Director
Marketing mobivention
GmbH Gottfried-Hagen-
Str. 24
D-51105 Köln
Tel: +49 221 677 811 20
E-Mail: bhesseler@mobivention.com

Pressekontakt:

Dr. Natascha Eisenberg
Senior PR Beraterin
Dr. Ladendorf Public Relations GmbH
Färberstraße 71
D-60594 Frankfurt
Tel: + 49 (0) 69 - 42 60 27 81
E-Mail: ne@ladendorf-pr.de

Kontakt Suzuki Deutschland:

Gunnar Markus
Online Manager Motorcycle & ATV
Suzuki-Allee 7
D-64625 Bensheim
Tel: +49 6251 5700-291
E-Mail: markus@suzuki.de