Akquisition einer neuen preissensitiven Zielgruppe für einen DSL-Anbieter.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
▪ Mangelnde Präsenz im unteren Preissegment ▪ Preissensitive Nutzer gehen zur Konkurrenz	▪ Entwicklung und Umsetzung der Markteintrittsstrategie für eine Zweitmarke mit dem Ziel preissensitive Nutzer zu akquirieren	▪ Entwicklung einer Value Proposition ▪ Entwicklung eines Namings und eines Corporate Designs ▪ Ableitung der Kommunikations-strategie ▪ Auswahl, Verhandlung und Steuerung der Agentur	▪ Abschöpfung der preissensitiven Zielgruppe ▪ Migration von preissensitiven Kündigungen in eigene Zweitmarke

BBDO CONSULTING

© Copyright BBDO Consulting