

Jeep entfesselt Werbewelle im Cockpit - Kunden sind empört!

Jeep testet In-Car-Werbung in den USA. Neue Einnahmequellen, kreative Ansätze und Kundenreaktionen im Blick.

USA - Auf der Suche nach neuen Einnahmemöglichkeiten hat Jeep in den USA eine umstrittene Werbestrategie eingeführt, die zahlreiche Kunden verärgerte. Wie die **Krone** berichtet, erscheinen Pop-up-Werbeanzeigen auf den zentralen Displays der Fahrzeuge, sobald diese zum Stehen kommen. Diese Werbung bewirbt vor allem Garantieverlängerungen der Stellantis-Tochter Mopar. Die Kundenreaktionen waren überwiegend negativ, weshalb Jeep nach Kundenbeschwerden plant, die Werbung zu reduzieren. Diese Maßnahmen stehen im Zusammenhang mit einer Kooperation mit dem Satellitenanbieter Sirius XM, was zeigt, dass Automobilhersteller kreative Wege suchen, um zusätzliche Einnahmen zu generieren.

Jeep zeigt auch eine andere, positive Seite der Werbung. Für den diesjährigen Super Bowl hat die Marke einen unterhaltsamen Werbespot produziert, in dem Harrison Ford auf charmante Weise Lebensweisheiten präsentiert. Diese kreative Herangehensweise könnte den negativen Eindruck ihrer digitalen Werbung mildern und zeigt, dass es auch ansprechendere Formen der Werbung gibt.

Innovationen im Fahrzeugbereich

Die Einführung von In-Car-Werbung ist Teil eines größeren

Trends, bei dem Autohersteller innovative Geschäftsmodelle verfolgen. Laut Berichten könnte das Ganze auch andere Marken beeinflussen, die weniger aufdringlich vorgehen möchten. So schaltet beispielsweise Skoda Werbung im Infotainmentsystem, jedoch nur mit Zustimmung der Nutzer und unter der Bedingung, dass diese interessierte „standortbasierte Services“ auswählen können. Solche praktischen Funktionen könnten neue Einnahmequellen erschließen, ohne Kunden zu verärgern.

Der neue Jeep Renegade ist nicht nur für seine Leistungsfähigkeit bekannt, sondern auch für seine modernen Verbindungen, die durch die Integration von Smartphones ermöglicht werden. Die Uconnect LIVE App sorgt dafür, dass Nutzer jederzeit mit ihren sozialen Netzwerken und Verkehrsinformationen verbunden sind. Bei all diesen Neuerungen könnte auch der ikonische 7-Slot-Kühlergrill und der selbstbewusste Auftritt des Renegade dazu beitragen, das Interesse sowohl neuer als auch bestehender Kunden zu wecken, was für die Marke weiterhin von Bedeutung ist. Der Werbesong „X Ambassadors – Renegades“ trägt zudem zur Markenidentität bei und unterstreicht die Verknüpfung zwischen Automobil und Lifestyle.

Details	
Ort	USA
Quellen	• www.krone.at • www.tvsong.de

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at