

M.L.&S. entwickelt Sommer-Offensive für Aprilia.



Schwierige Zeiten bestimmen den Motorradmarkt. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum wird er von einem Minus von ca. 10% überschattet. Gefragt sind hier neue Ideen, um Kunden zu überzeugen und den Markt neu zu beleben. Vor diesem Hintergrund startet Aprilia die große „Sommer-offensive 2002“.

Die deutsche Vertriebsgesellschaft des zweitgrößten europäischen Herstellers motorisierter Zweiräder entwickelte für den Aktionszeitraum der Motorrad-saison ein ganzes Spektrum aufeinander abgestimmter und zielgruppengerechter Verkaufsförderungsmaß-nahmen. Konzeption und Realisierung der begleiten-den Kommunikationsmaßnahmen erfolgte über M.L.&S.

**Heiße Modelle – coole Konditionen:
Die „Hot Summer Finanzierung“.**

Den fruchtbaren Boden für die Sommer-Offensive bereitet zunächst eine der günstigsten Finanzierungen im Markt überhaupt.

Mit einem sensationellen Finanzierungsangebot von 0,29 % effektivem Jahreszins für die komplette Modellpalette über 500 ccm macht Aprilia allen Zweiradfreunden die Entscheidung leicht. Beworben wird die supergünstige „Hot Summer Finanzierung“ mit überregionalen Anzeigen in der Motorradfachpresse sowie vielfältigen Maßnahmen am Point of Sale.



**Die heißesten Modelle
ab sofort zu coolsten
Konditionen.**

Effektiver Jahreszins:

0,29*

Nutzen Sie ab 15. Mai unser supergünstiges Finanzierungsangebot.

*Die Finanzierung gilt für alle Aprilia Modelle ab 500 ccm ohne Anzahlung mit Laufzeiten von 12 bis 60 Monaten. Das Angebot ist kontingentiert und befristet bis zum Widerruf durch Aprilia Deutschland.

Mehr Infos bei Ihrem Händler oder unter www.aprilia-aktiv.de



Längste Testfahrt der Welt.

Als erster Hersteller überhaupt bietet Aprilia Motorradfreunden einen so genannten Saisontest. Für sage und schreibe 999 € können Motorradfahrer die gesamte Saison 2002 bis zum 15.11.02 und bis max. 5.000 km wahlweise den Sport-Tourer Futura oder die Maxi-Enduro Caponord – natürlich brandneu – fahren und auf Herz und Nieren testen. Zum Vergleich: Schon für die Anmietung an einem einzigen Wochenende sind für eine vergleichbare Maschine sonst ca. 250 € fällig.

Unter dem Motto „Testsaison für Ihre Kunden. Bestsaison für Sie.“ präsentierte Aprilia Deutschland zunächst den Händlern mit einem ausführlichen Salesfolder diese exklusive Aktion mit lukrativen Vorteilen (risikolose Teilnahme, Verkaufsprämie, Verwertung erstklassiger Gebrauchsmaschinen nach Aktionsende usw.). Überregionale Anzeigen, Flyer und Poster informieren parallel dazu die Endkunden über Spielregeln und Konditionen des Aprilia Saisonangebots. Devise hier: „Günstiger geht’s nur zu Fuß!“



**Günstiger geht's
nur zu Fuß:**
**Für schlappe 999 €
eine ganze Saison
Aprilia fahren!**

Brandneu und nur bei Aprilia. Fahren und testen Sie z. B. von Mai bis Oktober die Aprilia Futura oder Caponord für nur 999 € inklusive 5.000-Fußkilometer! Danach entscheiden Sie selbst, ob Sie die Maschine zum Vorzugspreis kaufen, günstigst finanzieren oder zurückgeben. Noch Fragen? Ihr teilnehmender Aprilia Händler berät Sie gern.

- Max. 5.000 km Laufleistung
- Rückgabe im vertraglich festgelegten Zustand
- Versicherung und Steuern übernehmen Sie
- Die Maschine wird auf Sie zugelassen

aprilias
Infos hierzu unter
www.aprilias-aktiv.de

Anzeige
**„Günstiger geht's
nur zu Fuß“**

Aprilia initiiert bundesweiten Playstation 2-Wettbewerb.

Zum Hintergrund: Aprilia ist einer der erfolgreichsten Rennställe beim Moto GP (Motorrad Grand Prix). So konnten allein von 1992–2000 nicht weniger als 17 Grand Prix Erfolge verzeichnet werden. Einer der Hauptsponsoren des Aprilia Werksteams ist Playstation 2.

Um einen perfekten Imagetransfer zu erzielen und um den Sell-in des Aprilia Spitzenmodells RSV Mille R (UVPE: 16.900 €) zu forcieren, hat Aprilia einen bundesweiten Wettbewerb der besonderen Art ausgeschrieben. Mit Bestellung einer RSV Mille R ermöglichen Aprilia Händler sich und ihren Kunden die Teilnahme an jeweils einem attraktiven, deutschlandweiten Playstation 2-Wettbewerb mit wertvollen Gewinnen.

Teilnehmende Händler erhalten zunächst kostenlos eine Sony Playstation 2 mit dem bei der Zielgruppe hoch beliebten Motorradrennspiel Moto GP. Die Playstation ist in ein hochwertiges Aktionsdisplay integriert und wird aufmerksamkeitsstark in den Geschäftsräumen platziert. Über bundesweit geschaltete Anzeigen motiviert Aprilia gleichzeitig Motorradfreunde zum Besuch ihres Aprilia Händlers. Dort können sie im Aktionszeitraum trainieren und sich für Endauscheidung und Finale des Wettbewerbs qualifizieren. Diese finden während des Superbike Rennens in Oschersleben am 1. September 2002 statt.

Verlockende Gewinne: die Aprilia Modelle RS 250, RS 125 und SR 50 DITECH Racing. Während sich Motorradfreunde über einen spannenden Wettbewerb und attraktive Preise freuen, verzeichnen teilnehmende Händler durch diese Kundenbindungs-/gewinnungsmaßnahme ein Plus an Kunden bzw. potenziellen Kunden sowie einen zielgruppengenauen Imagegewinn.

Zugleich können teilnehmende Händler beim separaten Aprilia Händler-Wettbewerb selbst auf Punktejagd gehen. Im hier vergleichsweise kleinen Teilnehmerfeld winken als Hauptgewinne große Maschinen: Der Sieger erhält eine RSV Mille R, und auch Zweit- und Drittplatzierte können eine schwere Aprilia ihr eigen nennen.

Mit Hilfe von Endkundenwerbung in der Motorradfachpresse, Informationen unter www.aprilia-aktiv.de, Pressemitteilungen in der Fach- und Tagespresse sowie Teilnahme-flyern macht Aprilia die Aktion bekannt und sorgt während des Wettbewerbs für wachsendes Interesse.

Erfreuliches Ergebnis aus Sicht von Aprilia: Die Zahl der teilnehmenden Händler – und damit auch die der an den Handel verkauften Maschinen vom Typ RSV Mille R – übersteigt alle Erwartungen.

Plakat „Werden Sie Champion mit Aprilia“

Display für die PS2 beim Händler



Einführungskampagne SR 50 LC Funmaster.

Während die oben genannten Maßnahmen und Aktionen den Absatz schwerer Motorräder fördern, richtet Aprilia auch auf die optimierte Vermarktung leichter Maschinen besonderes Augenmerk.

Hintergrund: Bei den Motorrädern bis 125 ccm verzeichnet der Markt besonders drastische Einbußen, die bis zu 30 % betragen. Auch bei der Markteinführung des SR 50 LC Funmaster entschied sich Aprilia daher, neue Wege zu beschreiten. Unter dem Motto „Designen Sie sich Ihren Roller doch selbst!“ bietet Aprilia Rollerfans die Möglichkeit, das Outfit „ihres“ neuen SR 50 LC Funmaster individuell zu gestalten. Zu diesem Zweck sind aufmerksamkeitsstarke Dekor-Sets erhältlich, die sich durch den Einsatz ebenfalls angebotener authentischer Sponsoringaufkleber noch weiter aufwerten lassen.

Ob dezent, zurückhaltend und edel oder sportlich aggressiv und Blickfang – bei der SR 50 LC Funmaster können sich Rollerfreunde erstmals ganz nach Wunsch und persönlichem Geschmack bei ihrem Händler ein „auf den Leib geschnittenes“ Design erstellen lassen. Die Aktion wird mittels Endkundenprospekten sowie Händleranzeigen unterstützt und gefördert.

