

First Mover in der neuen Ära der Elektromobilität: Agentur CUBE brand communications launcht ein E-Driving-Programm zur Steigerung der Technologieakzeptanz

Die Mobilitätswende schreitet mit großen Schritten voran. Die Automobilindustrie geht gerade bei der Elektromobilität in die Modelloffensive, die Politik setzt starke Förderanreize und die Energiewirtschaft baut die Ladeinfrastruktur aus. „Jetzt geht es wirklich los mit der E-Mobilität. An diesem entscheidenden Punkt gilt es, die potenziellen Kunden auf diesen neuen Technologie-Pfad mitzunehmen und ihnen zugleich den Zugang zu ersten Fahrerlebnissen zu ermöglichen. Wir bieten dafür bereits heute ein modulares E-Driving-Programm an“, sagt Agenturgründer Frank Fichtner.

Die Mehrwerte und Faszination der neuen Leittechnologie erlebbar gemacht

CUBE brand communications bringt als international agierende, inhabergeführte Agentur für Markenkommunikation mit besonderem Fokus auf Driving Experience Services hohe fachliche und organisatorische Kompetenz in der Vermittlung von Fahrerlebnissen und Technologie-Innovationen mit. Unter anderem vermarktet CUBE in Bozen ein hochmodernes Fahrerlebniszentrum mit verschiedenen Streckenabschnitten sowie integrierter Ladeinfrastruktur und tritt dort zum Teil selbst als Veranstalter auf. All dies fließt in das neue Angebot ein. „Mit unserem modularen E-Driving-Programm begleiten und unterstützen wir die Marktakteure, damit diese ihre Kunden und Zielgruppen schrittweise an die Mehrwerte und Faszination der neuen Leittechnologie Elektromobilität heranführen können“, bringt CUBE Mitinhaber und Geschäftsführer Dr. Michael Schilhaneck das Konzept auf den Punkt.

Drei Module maßgeschneidert für die gesamte Customer Journey

Drei E-Driving-Tageseinheiten bilden den Kern des neuen Angebots. Das Basismodul eConfidence folgt dem Motto „Try to Buy“. Im Vordergrund steht hier die Erklärung der neuen Technologie in Verbindung mit konkreten ersten Fahrerfahrungen für Neueinsteiger und potenzielle Käufer. „So schaffen wir die Grundlage für den problemlosen und sorgenfreien Einsatz der neuen Technologie im Alltag. Sämtliche Modulinhalte zielen darauf ab, Vertrauen aufzubauen“, erläutert Schilhaneck. Besondere Aufmerksamkeit wird den verschiedenen Lade- und Bezahlmöglichkeiten sowie der zielorientierten Routenplanung gewidmet. Schilhaneck ist sich sicher: „Insgesamt sind viele überzeugende und nachhaltig wirksame Aha-Momente vorprogrammiert.“

Unter dem Leitsatz „Improve to Rebuy“ nimmt das zweite Modul eAdvantage bereits E-Mobilitäts-erfahrene Kunden in den Fokus. Durch entsprechend ausgearbeitete Lerninhalte sollen diese in ihrer Begeisterung für das elektrische Fahren bestätigt und vom Folgekauf eines E-Fahrzeugs überzeugt werden. Dazu vertiefen die Teilnehmer ihr Technologie-Wissen und lernen zudem auf spielerische Weise, die Mehrwerte und die Effizienz fortgeschrittener Elektromobilität voll auszuschöpfen.

„Pretty electric, pretty exciting“ fasst den Anspruch des dritten Moduls, ePerformance, zusammen. Es zielt auf Emotionalisierung, Faszination und das Image von Elektromobilität. „Durch das Erleben höchster elektrischer Fahrdynamik können die bauspezifischen Charakteristika von E-Fahrzeugen auf faszinierende Weise entdeckt werden. Darin spiegeln sich zugleich auch immer die aktuellen Produkt- und Marktentwicklungen rund um die E-Mobilität eindrucksvoll wider“, erklärt Dr. Schilhaneck.

Mit der ganzen Erfahrung und Kompetenz von E-Pionieren

Das modulare E-Driving-Programm, so der CUBE-Geschäftsführer weiter, greife in der Inhaltsgestaltung die gesamte „Customer Journey“ und die jeweils phasenspezifischen Kundenbedürfnisse auf und übersetze diese in bedarfsgerechte Lern- und Erlebnismodule. „Wir haben unser Konzept mit sehr E-Mobility-erfahrenen Trainern und Instruktoren aber auch mit E-Verkaufspionieren erarbeitet. Und das marken- und produktübergreifend sowie durch umfassendes Probanden-Feedback ausdifferenziert“, berichtet Schilhaneck. „So erschließt unser E-Driving-Programm systematisch die ganze Sinnhaftigkeit und Nachhaltigkeit der neuen Technologie. Das ist ein echter Mehrwert – für alle E-Markt-Akteure, B2B und B2C.“

Über CUBE brand communications

CUBE brand communications ist eine international tätige, inhabergeführte Agentur für Markenkommunikation mit den Schwerpunkten Brand Experience und Brand Building. Ein besonderer Fokus liegt auf Driving & Riding Experience Services. Das Unternehmen wurde im Januar 2018 in Ingolstadt gegründet und beschäftigt aktuell 50 Mitarbeiter. Kunden sind internationale Automobil- und Motorradhersteller sowie Zulieferer und Dienstleister der automotive Branche.

CUBE brand communications gehört zudem einem innovativen Unternehmensverbund an. Unter dem Claim „Zukunftstechnologie entwickeln – Zukunftstechnologie erleben“ haben sich fünf Start-ups zusammengeschlossen, um synergetisch am Markt zu agieren. Der Verbund zählt insgesamt 180 Mitarbeiter an acht internationalen Standorten.

KONTAKT

Michael Angermüller

Mail: info@cube-bc.com

Telefon: +49 (0)162 134 06 14

CUBE brand communications GmbH

Dr.-Ludwig-Kraus-Str. 2

85080 Gaimersheim



Bild 1
Geschäftsführung Agentur CUBE brand communications: Frank Fichtner, Dr. Michael Schilhaneck (v.l.n.r.).
Quelle: CUBE brand communications GmbH

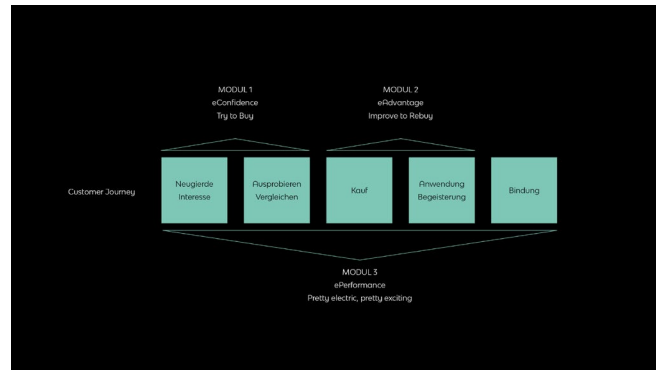


Bild 2
E-Driving-Programm von CUBE brand communications: Die Lern- und Erlebnisinhalte der drei Module richten sich konsequent an der Customer Journey aus.
Quelle: CUBE brand communications GmbH



Bild 3
E-Driving-Programm von CUBE brand communications: Mehrwerte und Faszination der neuen Leittechnologie erlebbar gemacht.
Quelle: Beyond Green



Bild 4
E-Driving-Programm von CUBE brand communications: Umfassende Anleitungen für den Themenkomplex Lademanagement.
Quelle: Beyond Green



Bild 5
E-Driving-Programm von CUBE brand communications: Gelernter Einsatz unterstützender digitaler Dienste.
Quelle: Beyond Green