

Green Mountain Energy Company



Green Mountain's First Hispanic-Targeted Marketing Campaign

October 29, 2008

Rachel Fagan



**Green
Mountain
Energy®**

Who is Green Mountain?

- ▶ Nation's leading provider of cleaner energy products and carbon offset solutions
 - Texas' only electricity provider dedicated to cleaner energy
- ▶ Founded in Vermont in 1997
- ▶ Headquartered in Texas
- ▶ Sold > 6 billion kilowatt-hours of renewable energy into the market since 1997
- ▶ Spurred development of 37 renewable facilities across the U.S.

The Hispanic Consumer in TX

- ▶ Hispanic consumers represent 36% of Texas' population¹
 - 8.6 million people
- ▶ One of the fastest-growing demographics in the U.S.²
- ▶ Very strong purchasing power³
 - Over \$140 billion in Texas
- ▶ More receptive to marketing messages than non-Hispanics⁴
 - Specifically, TV & OOH

¹ U.S. Census, 2007 American Community Survey

² Mintel

³ Selig Center for Economic Growth, Terry College of Business, The University of Georgia, "The Multicultural Economy 2006," June 2006

⁴ Mintel



Rio Grande Valley

Research Goals

- ▶ Better understand reasons for direct sales success in Rio Grande Valley (RGV)
- ▶ Understand Hispanic perceptions on:
 - Deregulation
 - Environment
 - Renewable energy
- ▶ Learn what brand equities are valuable to Hispanics for creation of brand platform

Methodology

- ▶ Four focus groups conducted among Hispanic consumers
 - Two each in Houston and Rio Grande Valley
- ▶ Two types of Hispanic consumers recruited for each market
 - Environmentally Active
 - Environmentally Inactive

Key Findings

- ▶ Deregulation
- ▶ Selecting a provider
- ▶ Environmental concerns
- ▶ Clean Energy
- ▶ Price Sensitivity
- ▶ Green Mountain awareness
- ▶ Messaging
- ▶ Marketing

Research Conclusions

- ▶ “Clean Energy” was new concept but very readily accepted
- ▶ Price still an important driver
- ▶ Building brand awareness is imperative
- ▶ Hispanic consumers want to “get to know the company” to feel comfortable doing business
 - High visibility in the market coupled with local events/exposure

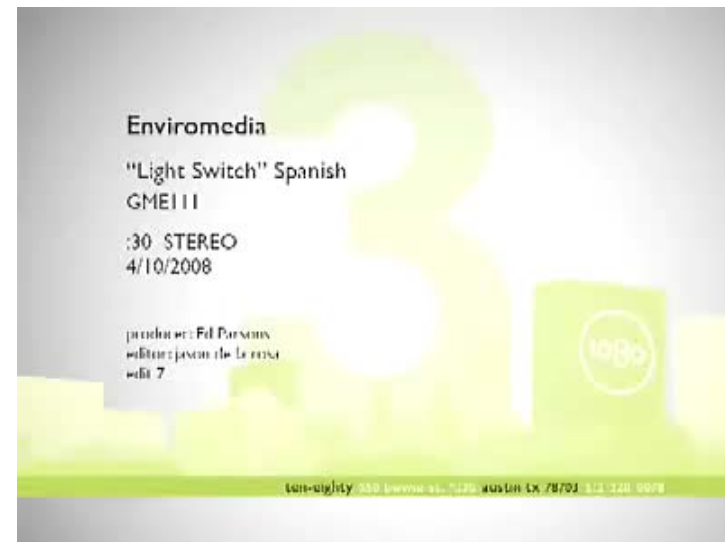
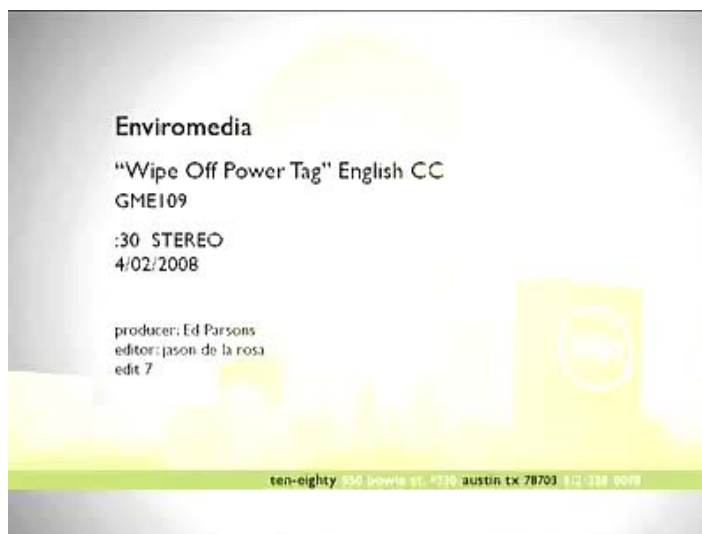
The Media Plan

- ▶ Hispanic-targeted media ran in Houston & RGV
- ▶ Spanish TV & radio spots
 - Language nuances specific to Hispanic target
- ▶ English billboards & local paper print ads
 - Targeted geographies & publications

- ❖ Included specific “1-800-VIENTO” number on all Spanish-language creative
- ❖ Added Spanish-speaking phone sales reps

The Work

▶ TV



▶ Radio

English



Spanish



The Work



Print and Billboard ads



PR Support

- ▶ Conducted media tour in RGV
 - Interviews with 13 media outlets
 - 9 print
 - 5 TV stations (including Spanish with Univision)



The Results

- ▶ Spanish speaking phone sales reps
 - 120% increase in '07-'08 April-August requests
- ▶ Hits to GMEC website from RGV market
 - Increased an average of 416% from '07-'08 May-August timeframe
- ▶ Spanish Welcome Kits
 - 80% increase in '07-'08 April-August requests

Additional Support Efforts

▶ Integration throughout all customer touchpoints; examples:

- Spanish customer service web pages
- Additional environmental impact communications in Spanish welcome kits
- Spanish *Cleaner Times* newsletter (print only)



UNA NUEVA VIDA PARA LA PALABRA IMPRESA
Si su área no mantiene el reciclado de libros viejos y revistas, le aquí algunas formas de mantenerlos fuera del basurero:

1. **Donaciones:** Los refugios frecuentemente buscan materiales de lectura al igual que otras organizaciones que usted puede encontrar a través de una búsqueda en el Internet.
2. **Intercambiar:** Invite a sus amigos a traer sus materiales de lectura y tengan una fiesta de intercambio. O consulte en el Internet para encontrar comunidades de intercambio.
3. **Redireccionar:** Dependiendo del material, conviértalo en cama para gatos, trabajos manuales, aislante para el jardín, o en papel de envoltura. Busque en Internet para más ideas creativas.

¿Tienen otras ideas para redireccionar estos materiales de desecho? Mándenlos a cleanertimes@greenmountain.com. Si utilizamos su sujeción en una futura edición, le enviaremos una camiseta gratis!

IGREEN MOUNTAIN CAIFICADA LA MEJOR EN SERVICIO AL CLIENTE EN TEXAS!

En un estudio en el 2008 por J.D. Power and Associates, Green Mountain se clasificó en lo "Más Alto en Satisfacción del Cliente Residencial con Servicio de Electricidad al Menor costo". Cuatro áreas clave fueron consideradas para esta clasificación:

- Facturación y pago
- Comunicación
- Servicio al cliente
- Tarifas

¿Tiene Mountain Energy Company recibiendo la satisfacción máxima en el servicio de generación de servicios eléctricos en Texas? ¡Sí! En un estudio de satisfacción por J.D. Power and Associates 2008 Texas Residencial. Green Mountain Energy Company fue el número 1 en el estudio de satisfacción de 27 compañías de servicios eléctricos y ganó los premios de los consumidores en el servicio eléctrico. La satisfacción del cliente se mide sobre la base de los comentarios y puntuaciones de los clientes que fueron enviados en el mes de Julio del 2008. Los resultados pueden variar. Ver [ajoy.com](#)

GANE DINERO, PROMUEVA ENERGÍA LIMPIA
Gane ingresos extra apoyando la energía renovable con Green Mountain Energy Network.

Cuando: Sábado, 11 de octubre, 4 pm - 5 pm
Martes, 21 de octubre, 7 pm - 8 pm

Dónde: Houston Arboretum Nature Center
Memorial Park
4501 Woodway Drive, Houston TX 77024

Para más información, llame al (800) 916-030

IMPACTO AMBIENTAL
De enero a junio del 2008, los clientes residenciales de electricidad de Green Mountain Energy® en Texas ayudaron colectivamente a evitar la emisión de más de **más de 148 millones de libras de CO₂**. ¡Eso es como no conducir 182 millones de millas! Gracias por ayudarnos a cambiar la forma en que se genera la energía.

IDEDICADO A LA ENERGÍA LIMPIA POR MÁS DE 10 AÑOS!

¿Comentarios sobre los artículos del Cleaner Times? cleanertimes@greenmountain.com

CLEANER TIMES™
Su recurso para soluciones limpias

El precio de este artículo: 50¢. No se permite el uso de este artículo de forma de lucro. © 2008 Green Mountain Energy Company. No es una marca registrada de Green Mountain Energy Company. PLS_NWS08_70008 1/12

Moving Forward

- ▶ '08 efforts deemed successful
- ▶ '09 plan calls for continued support of Hispanic marketing efforts
 - Exact markets TBD

Questions?

Rachel Fagan
Manager, Brand and Products
Green Mountain Energy Company
rachel.fagan@greenmountain.com
512.691.6147