

CASE STUDY

Samsung Electronics fa scintille con le campagne di direct marketing digitale



➔ „La nostra strategia di email marketing ha conseguito ottimi risultati negli ultimi cinque anni e ci consente di potenziare numerosi punti di contatto con i nostri iscritti. Tramite il sofisticato email marketing software possiamo comunicare in modo creativo ed efficace tutte le novità di prodotto, ad esempio un nuovo modello di cellulare o interessanti possibilità di cooperazione per i nostri clienti.” (Nick Turner-Samuels, Online Marketing Manager, Samsung Mobile UK)

 Email marketing software  Campagne email

HIGHLIGHT DEL PROGETTO

LA SFIDA:

- Aumento della deliverability delle campagne email
- Aumento della brand awareness e della customer loyalty
- Generazione di nuovi lead qualificati e incremento delle vendite

LA SOLUZIONE:

- Creazione di una campagna di forte impatto con gioco a premi Easter Egg Hunt
- Invio di campagne email, video-mail e trailer a indirizzi email selezionati dai database di eCircle
- Invio di newsletter periodiche al database Samsung utilizzando eC-messenger

IL RISULTATO:

- La campagna Easter Egg Hunt ha generato un importante incremento nel traffico verso il sito e la community Samsung
- Oltre 14 milioni di pagine viste
- Incremento delle campagne email targettizzate verso segmenti del database con raggiungimento di migliori risultati

Samsung Electronics

Sede:	Gran Bretagna
Settore:	Telecomunicazioni, tecnologia
Sito web:	http://uk.samsungmobile.com
Prodotti:	Piattaforma invio newsletter, campagne email



La collaborazione con il gigante dell'elettronica Samsung, uno dei grandi marchi mondiali con il più rapido tasso di crescita, è iniziata oltre quattro anni fa. Dopo aver a lungo lottato invano con problemi di deliverability delle proprie email, Samsung ha scelto eCircle in virtù dei suoi eccellenti rapporti ISP. Da allora l'azienda si avvale regolarmente dei prodotti chiave di eCircle, ad esempio l'affitto di indirizzi email in concessione per campagne pubblicitarie continuative, nonché l'email marketing software eC-messenger. Qui di seguito illustreremo più da vicino i successi di Samsung nel direct marketing digitale, tra cui una singolare campagna pasquale.

Samsung Electronics è un'azienda leader nella produzione di televisori digitali, chip di memoria, telefoni cellulari e monitor TFT. Dopo il suo ingresso sul mercato, avvenuto in Inghilterra nel 1984, Samsung è presto divenuta uno dei marchi più noti e apprezzati del mondo. Spesso l'azienda coopera con altri celebri marchi (ad esempio la squadra calcistica FC Chelsea, 20th Century Fox, Microsoft X-Box, Hilton Hotels o Audi) allo scopo di attirare maggiore attenzione da parte di clienti e partner. Queste alleanze costituiscono un fondamentale fattore chiave del successo di Samsung. Altrettanto importante è massimizzare il potenziale di queste cooperazioni tramite efficaci iniziative pubblicitarie.

→ Integrazione dell'email nel marketing mix di Samsung

Le campagne email rivestono un ruolo piccolo ma fondamentale nella strategia di marketing di Samsung. Vengono utilizzate per intensificare la customer loyalty, per aumentare la brand awareness e naturalmente per acquisire nuovi clienti.

"La nostra strategia di email marketing ha conseguito ottimi risultati negli ultimi cinque anni e ci consente di potenziare numerosi punti di contatto con i nostri iscritti. Tramite campagne email possiamo comunicare in modo creativo ed efficace tutte le novità di prodotto,

ad esempio un nuovo modello di cellulare o interessanti possibilità di cooperazione per i nostri clienti", commenta Nick Turner-Samuels, Online Marketing Manager di Samsung Mobile UK.

→ Easter Egg Hunt – una campagna differente

Samsung ha recentemente condotto la sua seconda campagna annuale di Pasqua. All'insegna della classica ricerca dell'uovo di Pasqua, la campagna mirava a indurre il maggior numero possibile di potenziali nuovi clienti a partecipare alla ricerca dell'uovo pasquale. L'obiettivo di questa campagna, della durata di 30 giorni, era aumentare il traffico verso il nuovo sito web di Samsung. Qui gli utenti potevano trovare quotidianamente nuovi indizi per scoprire il nido nascosto contenente l'uovo. Inoltre, i partecipanti avevano la possibilità di vincere ogni giorno premi allettanti, ad esempio un dispositivo vivavoce. >>>

„eCircle offre una piattaforma invio newsletter tecnologicamente avanzata che ci consente di adattare le campagne email alle nostre idee e di rivolgerci in modo dedicato ai singoli gruppi di clienti.“

Nick Turner-Samuels
Online Marketing Manager
Samsung Mobile UK

Grazie a questa campagna Samsung è riuscita ad acquisire numerosissimi nuovi clienti. Inoltre, i partecipanti hanno potuto interagire in un forum on-line creatosi in modo autonomo e, all'interno di questa community, scambiarsi opinioni e suggerimenti. Ciò ha aumentato sia la conoscenza del marchio Samsung che la fidelizzazione della clientela, ed ha reso la campagna un'eccellente azione pubblicitaria con notevoli tassi di aperture e click through. La campagna di Pasqua ha portato ad una crescita vertiginosa del traffico sul sito web e, con 14 milioni di page view, è stata un vero e proprio successo.

➔ Direct marketing digitale - tutto in uno

I successi delle due campagne di Pasqua hanno ulteriormente rafforzato la collaborazione tra eCircle e Samsung. Recentemente sono state condotte alcune campagne email e video-mail, tra cui una campagna trailer per il film Eragon, che è stata inviata ad una selezione di destinatari scelti nei database eCircle di tutta Europa. Per questa campagna erano state inizialmente offerte a Samsung diverse forme pubblicitarie (banner, pubblicità off-line ed email marketing). La scelta è alla fine caduta sull'email marketing alla luce dell'ottimo rapporto qualità/prezzo.

La ricerca dell'uovo di Pasqua Newsletter mensile Fun Club Campagna trailer Eragon Con la campagna interattiva Easter Egg Hunt, Samsung ha ottenuto notevoli incrementi nei tassi di click e di apertura ed ha generato oltre 14 milioni di pagine viste. Oggi Samsung invia la propria newsletter mensile, interamente riprogettata da eCircle, tramite la sofisticata piattaforma di invio newsletter eC-messenger. Grazie a questo email marketing software professionale, sviluppato da eCircle e che consente peraltro di compiere complesse profilazioni, le campagne sono realizzate esattamente su misura per i singoli gruppi target. Per ottenere risultati ottimali, le campagne vengono inviate ai singoli gruppi di destinatari con design e contenuti differenti.

➔ Una collaborazione pluriennale

eCircle sta lavorando con Samsung ad una serie di interessanti progetti che verranno attuati entro i prossimi mesi. Turner-Samuels di Samsung dichiara: "Collaboriamo da oltre quattro anni con eCircle e siamo estremamente soddisfatti. eCircle offre email marketing software tecnologicamente avanzato che ci consente di adattare le campagne email alle nostre idee e di rivolgerci in modo dedicato ai singoli gruppi di clienti. Siamo riusciti ad incrementare notevolmente il tasso di risposta e i profili dei nostri clienti continuano ogni giorno ad arricchirsi". ■



La ricerca dell'uovo di Pasqua



Newsletter mensile Fun Club



Campagna trailer Eragon

➔ Con la campagna interattiva Easter Egg Hunt, Samsung ha ottenuto notevoli incrementi nei tassi di click e di apertura ed ha generato oltre 14 milioni di pagine viste.



→ www.ecircle.com → info-it@ecircle.com → +39-(0)2-308 762-0

Italia:
eCircle S.r.l.
Viale Lunigiana, 46
20125 Milano

Germania:
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

Inghilterra:
eCircle Ltd.
5-9 Hatton Wall
London EC1N 8HX

Francia:
eCircle SARL
2, Cité Paradis
75010 Paris

→ **Informazioni su eCircle:** eCircle è uno dei più grandi fornitori europei nel settore pubblicitario e del digital direct marketing. Dal 1999 eCircle è sinonimo di soluzioni di marketing on-line innovative ed efficienti per l'acquisizione di nuovi clienti e la fidelizzazione della clientela. Numerose aziende e agenzie leader in tutto il mondo ripongono la loro fiducia nei nostri servizi professionali, nella nostra pluriennale esperienza e, non da ultimo, nei nostri collaboratori motivati.
