

FALLSTUDIE

Samsung entzündet ein Feuerwerk digitaler Direktmarketing-Kampagnen



➔ „Unsere Email-Marketing-Strategie hat in den letzten fünf Jahren gute Ergebnisse erzielt und uns ermöglicht, viele Berührungspunkte zu unseren Mitgliedern aufzubauen. Mittels Email können wir auf kreative und effiziente Weise Produktneuheiten, z.B. das neueste Handy-Modell oder für unsere Kunden interessante Kooperationen, kommunizieren.“ (Nick Turner-Samuels, Online Marketing Manager, Samsung Mobile UK)

 Newsletter-Software  Email-Kampagnen

PROJEKTHIGHLIGHTS

HERAUSFORDERUNG:

- Neukundengewinnung und Steigerung des Traffics auf Samsungs neuer Webseite
- Erhöhung der Markenbekanntheit und Intensivierung der Kundenbeziehung
- Zielgruppenspezifische Ansprache von Samsungs Fun-Club-Abonnenten

LÖSUNG:

- Erstellung einer aufmerksamkeitsstarken 30-tägigen Email-Kampagne mit Gewinnspiel
- Bindung der Besucher an die Webseite durch Aufbau eines Online-Chat-Forums
- Versand von Email-, Videomail- und Trailer-Kampagnen an selektierte Email-Adressen aus dem eCircle-Datenbestand

ERGEBNIS:

- Ostereier-Kampagne erzielte 14 Millionen Page Impressions auf der neuen Webseite
- Markenbekanntheit und Kundenbindung konnten durch die interaktive Email-Kampagne forciert werden
- Signifikante Erhöhung der Response-Raten durch dedizierte Kundenansprache

Samsung

Standort:	Großbritannien
Branche:	Telekommunikation, Technologie
Website:	http://uk.samsungmobile.com
Produkte:	Newsletter-Software, Email-Kampagnen



Die Zusammenarbeit mit dem Elektronikriesen Samsung, einer der am schnellsten wachsenden weltweit bekannten Marken, begann vor über vier Jahren. Nachdem Samsung vermehrt mit Zustellproblemen von Emails zu kämpfen hatte, entschied sich das Unternehmen auf Grund der ausgezeichneten ISP-Beziehungen für eCircle. Seitdem setzt Samsung regelmäßig auf die Kernprodukte von eCircle, z.B. das Anmieten von Permission-Adressen für kontinuierliche Werbekampagnen sowie die Versandtechnologie eC-messenger. Im Folgenden erfahren Sie mehr über Samsungs Erfolge im digitalen Direktmarketing und über eine einmalige Osterkampagne.

Samsung Electronics ist ein führender Hersteller von digitalen Fernsehgeräten, Speicherchips, Mobiltelefonen und TFT-Bildschirmen. Seit Markteintritt in England 1984 entwickelte sich Samsung zu einer anerkannten und renommierten Marke. Oft kooperiert das Unternehmen mit anderen bekannten Marken – wie etwa dem Fußballklub FC Chelsea, 20th Century Fox, Microsoft X-Box, Hilton Hotels oder Audi – um bei Kunden und Partnern eine höhere Aufmerksamkeit zu erzielen. Diese Allianzen sind ein wesentlicher Schlüsselfaktor für Samsungs Erfolg. Umso wichtiger ist es, das Potential dieser Kooperationen durch effiziente werbliche Maßnahmen zu maximieren.

→ Integration von Emails in Samsungs Marketing-Mix

Email-Kampagnen spielen eine kleine, aber bedeutende Rolle in Samsungs Marketingstrategie. Sie werden eingesetzt, um die Kundenbeziehung zu intensivieren, Markenbekanntheit und Kundenbindung zu erhöhen und natürlich um Neukunden zu gewinnen.

„Unsere Email-Marketing-Strategie hat in den letzten fünf Jahren gute Ergebnisse erzielt und uns ermöglicht, viele Berührungspunkte zu unseren Mitgliedern aufzu-

bauen. Mittels Email können wir auf kreative und effiziente Weise Produktneuheiten, z.B. das neueste Handy-Modell oder für unsere Kunden interessante Kooperationen, kommunizieren“, kommentiert Nick Turner-Samuels, Online Marketing Manager von Samsung Mobile UK.

→ Die Ostereiersuche – die etwas andere Kampagne

Samsung führte kürzlich seine zweite jährliche Osterkampagne durch. Unter dem Motto der klassischen Ostereiersuche zielte die Kampagne darauf ab, so viele potentielle Neukunden wie möglich zur Teilnahme an der Ostereiersuche zu bewegen. Ziel der 30-tägigen Kampagne war es, den Traffic auf der neuen Webseite von Samsung zu steigern. Dort konnten die Nutzer täglich neue Hinweise finden, die sie zum versteckten Osternest führten. Außerdem konnten die Teilnehmer jeden Tag attraktive Preise, wie z.B. eine Freisprecheinrichtung, gewinnen. >>>

„eCircle bietet ein technisch ausgefeiltes Versandsystem, das uns ermöglicht Email-Kampagnen unseren Vorstellungen anzupassen und Kundengruppen dediziert anzusprechen.“

Nick Turner-Samuels
Online Marketing Manager
Samsung Mobile UK

Mit dieser Kampagne konnte Samsung eine Vielzahl von neuen Kunden gewinnen. Zudem konnten die Teilnehmer in einem eigens geschaffenen Online-Forum miteinander interagieren und sich innerhalb dieser Community über die gestellten Aufgaben austauschen. Dies erhöhte sowohl die Markenbekanntheit Samsungs als auch die Kundenbindung und führte zu einer ausgezeichneten Kampagne mit hohen Klick- und Öffnungsraten. Die Osterkampagne erzeugte einen sprunghaften Anstieg des Traffics auf der Webseite und war mit 14 Millionen Page Impressions ein großer Erfolg.

➔ Digitales Direktmarketing – Alles unter einem Hut

Die Erfolge der beiden Osterkampagnen haben die Zusammenarbeit zwischen eCircle und Samsung weiter gestärkt. Kürzlich wurden einige Email- und Videomail-Kampagnen durchgeführt, darunter eine Trailer-Kampagne für den Film Ergon, die an ausgewählte Empfänger aus den europaweiten Adressbeständen von eCircle versendet wurde. Im Vorfeld wurden Samsung für die Kampagne verschiedene Werbeformen (Banner-Werbung, klassische Offline-Werbung und Email-Marketing) angeboten. Die Entscheidung fiel auf Grund des besten Preis-Leistungs-Verhältnisses schließlich auf Email-Marketing.

Heute verschickt Samsung den von eCircle re- designten monatlichen Newsletter über die hochentwickelte Versandlösung eC-messenger. Mittels der professionellen Email-Marketing Software von eCircle, die u.a. komplexe Selektionen ermöglicht, sind die Kampagnen genau auf die einzelnen Zielgruppen zugeschnitten. Um ein optimales Resultat zu erzielen, werden die Kampagnen mit verschiedenen Designs und Inhalten an die jeweilig passende Empfängergruppe versendet.

➔ Eine langjährige Zusammenarbeit

eCircle arbeitet mit Samsung an einer Reihe von spannenden Projekten, die innerhalb der nächsten Monate umgesetzt werden. Turner-Samuels von Samsung stellt fest: „Wir arbeiten seit über vier Jahren mit eCircle zusammen und sind äußerst zufrieden. eCircle bietet ein technisch ausgefeiltes Versandsystem, das uns ermöglicht, Email-Kampagnen unseren Vorstellungen anzupassen und verschiedene Kundengruppen dediziert anzusprechen. Wir konnten die Response-Rate signifikant erhöhen und reichern unsere Kundenprofile fortlaufend an.“ ■



Die Ostereiersuche



Samsung-Newsletter



Eragon Trailer-Kampagne

➔ Mit der interaktiven Kampagne „Die Ostereiersuche“ erzielte Samsung ausgezeichnete Klick- und Öffnungsraten. Der monatliche Samsung-Newsletter wird heute mit dem eC-messenger von eCircle verschickt. Zielgruppenspezifische Newsletter-Kampagnen steigern dabei die Kundenbindung.



→ www.ecircle.com → info@ecircle.com → +49 (0)89 / 120 09-600

Deutschland:
eCircle AG
Nymphenburger Str. 86
80636 München

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

Frankreich:
eCircle SARL
2, Cité Paradis
75010 Paris

Italien:
eCircle S.r.l.
Via San Gregorio, 40
20124 Milano

→ **Über eCircle:** eCircle ist einer der größten Werbevermarkter und Technologieanbieter für digitales Direktmarketing in Europa. Seit 1999 steht eCircle für innovative und effiziente Online-Marketing-Lösungen zur Neukundengewinnung und Kundenbindung. Führende werbetreibende Unternehmen und Agenturen - wie die Deutsche Post, Volvo, Thomas Cook, OTTO und Nintendo - vertrauen auf die konsequente Serviceorientierung und langjährige Erfahrung von eCircle. Das Unternehmen beschäftigt heute mehr als 160 Mitarbeiter und ist mit eigenen Niederlassungen in den europäischen Kernmärkten Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien vertreten.
