

Samsung Wie ein Branded Advertorial Produkt und Marke stärkt

Exklusiv und individuell – das Branded Advertorial sorgt für garantiert gute Unterhaltung!



54

FACTS & FIGURES

Werbetreibender:

Samsung Electronics Co.

Media-Agentur:

Starcom Germany GmbH

Kampagnenlaufzeit:

30.04.09 – 08.06.09

Zielgruppe:

Themenaffine Nutzer
im Magazin Unterhaltung

„Die Verbraucher sind beim Kauf eines neuen Handys primär an Funktionen und Details interessiert. Die reichweitenstarken Portale von United Internet und die aufmerksamkeitsstarke Platzierung des Branded Advertorials bieten hervorragende Möglichkeiten, um darüber detailliert zu informieren. Damit haben wir es geschafft, unsere Zielgruppe für das neue Samsung S8300 Ultra^{TOUCH} zu begeistern, die Marke zu profilieren und unsere Kampagnenziele zu erreichen.“

Nils Greiffenhagen, Account Manager Digital
Starcom Germany GmbH

DIE AUFGABE

Zum Launch des Smartphones Samsung S8300 Ultra^{TOUCH} sollte im Internet die Awareness für das innovative Produkt gesteigert und seine faszinierenden Vorteile mit detaillierten Informationen kommuniziert werden.

Die Ausgangslage

Der Markt der innovativen Mobilfunkgeräte ist hart umkämpft und schnelllebig. Neuheiten sollen daher möglichst rasch bekannt werden und schnell Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Daher müssen Produkt-Launches im Handy-Markt kurz nach dem Start ihre Ziele erreichen. Dabei spielt das Internet eine zentrale Rolle, das für immer mehr Elektronik-Kunden die Informationsquelle Nummer 1 ist.

Samsung entschied sich deshalb für den Launch des S8300 Ultra^{TOUCH}, um das Internet als Ergänzungsmedium zu nutzen und online die Kommunikation zu den wichtigsten Zielgruppen zu intensivieren. Der elegante Slider mit Tastatur und Touch-Screen spielt in der Samsung Produktstrategie eine wichtige Rolle: Zum einen besitzt dieses Gerät das Potenzial, im hochwertigen Smartphone-Segment einen deutlichen Akzent zu setzen, zum anderen sollte das faszinierende und trendige Gerät mit seinem Bedienkomfort und seinen umfangreichen Ausstattungsmerkmalen die Marke Samsung stärker profilieren.

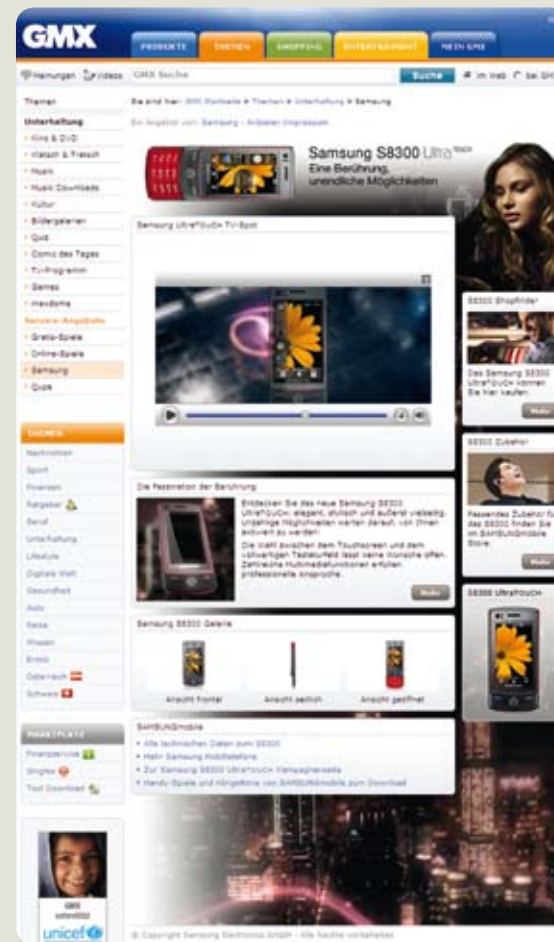
Die Realisierung

United Internet Media entwickelt in enger Zusammenarbeit mit dem Kunden für Samsung ein Branded Advertorial, das auf dem Portal GMX eingesetzt wurde.

Das Besondere am Branded Advertorial besteht darin, dass das Informationsangebot im Look & Feel der Marke mit aufmerksamkeitstarken Features in allen Umfeldern ausgeliefert werden kann. Darüber hinaus wurden die gesamte Hintergrundgrafik sowie die Farbgebung der exklusiven Seite an das Corporate Branding angepasst.

Auf Basis dieser Strategie entstand für Samsung ein großzügiger und einprägsamer Auftritt, von dem die Marke und das beworbene Produkt gleichzeitig profitierten. Über Bildgalerien, Videos und Texte wurden zudem die Vorteile des neuen Produkts ausführlich gezeigt und verständlich gemacht.

Zusätzlich machte ein großes Promotionpaket von 12 Millionen AdImpressions die affinen Nutzer auf die Seite aufmerksam. Die Teaser erschienen im Unterhaltungsmagazin, auf der Homepage und der Logout-Seite.



Das Fazit

Für Samsung hat sich das Branded Advertorial auf dem Portal GMX als die richtige und effiziente Werbeform für den Produktlaunch erwiesen. Durch die Integration in das Unterhaltungsmagazin ist es gelungen, die Nutzer für das neue Samsung S8300 Ultra^{TOUCH} zu begeistern. Insbesondere die zahlreichen Klicks vom Advertorial zur Produktseite von Samsung belegen den Erfolg: Der stark gebrandete Auftritt des Samsung S8300 Ultra^{TOUCH} überzeugte die Nutzer und führte sie dazu, sich intensiv mit der Marke Samsung und seinen wegweisenden Produkten zu beschäftigen.