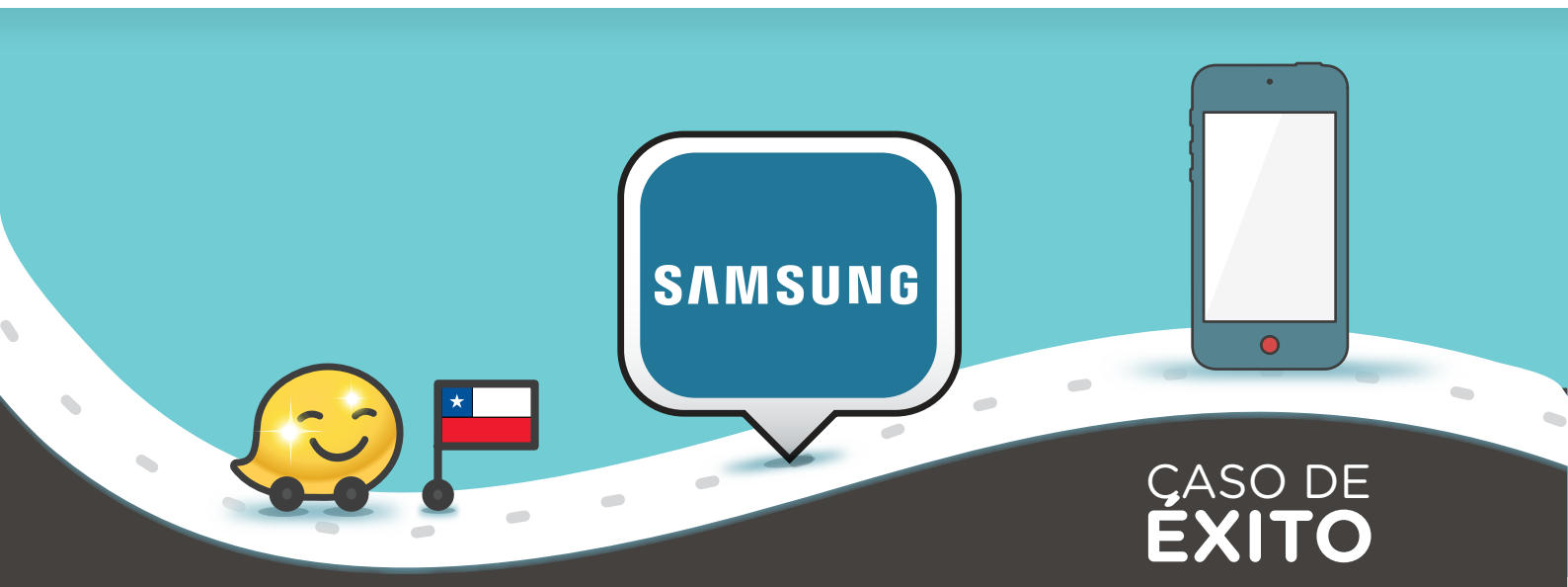




SAMSUNG

INDUSTRIA: ELECTRÓNICA

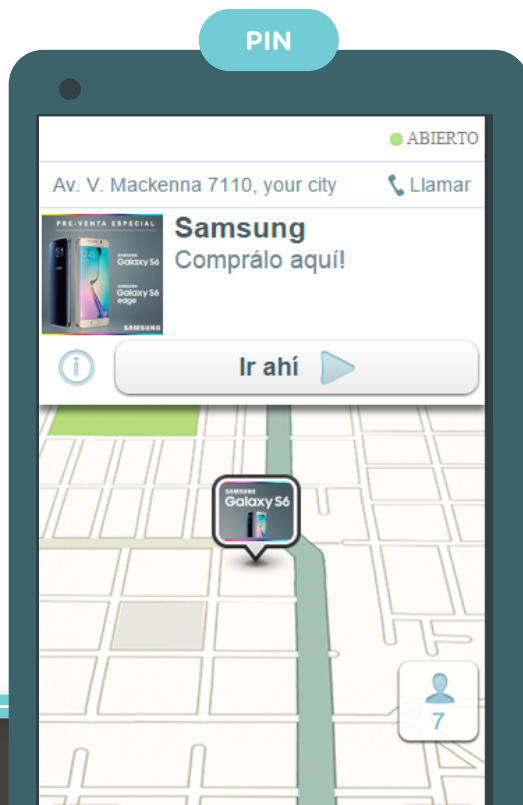
PAÍS: CHILE
AÑO: 2015

Samsung Chile eligió Waze para impulsar el lanzamiento de su nuevo modelo Samsung Galaxy S6.

ACERCA DE LA MARCA:

Samsung es uno de los grupos más grandes de Corea del Sur y cuenta con gran reconocimiento a nivel global. Fue fundado en 1983 como compañía de exportaciones, y hoy se posiciona como líder de la industria electrónica ubicándose entre las mejores 10 marcas del mundo.

Samsung lanzó su nuevo modelo Samsung Galaxy S6, en una campaña integral de la que Waze participó con una acción dividida en dos etapas, constituidas por una combinación de formatos para presentar el modelo y redirigir a los puntos de venta exclusivos en Santiago de Chile.



DESAFÍO:

El 10 de abril de 2015 Samsung lanzó el nuevo modelo de celular Samsung Galaxy S6 en Chile. Para promover su divulgación, implementó una amplia campaña que contó con Waze como plataforma de comunicación.



OBJETIVO:

EL OBJETIVO DE LA FIRMA FUE, EN UNA PRIMERA INSTANCIA, GENERAR EXPECTATIVA SOBRE EL LANZAMIENTO E INCENTIVAR LA PREVENTA DEL SAMSUNG GALAXY S6

para luego impulsarlo y hacer énfasis en los locales donde estaría disponible, incluyendo filiales oficiales de la marca y las principales tiendas retail de Chile.

La selección de Waze como medio para impulsar su nuevo producto se debió a que los Wazers conforman una audiencia completamente afín al uso de celulares, por lo que se interesarían en el producto promocionado. Por otro lado, se buscó una plataforma que permita formatos innovadores, impulsando así el tráfico hacia los puntos de venta.

El propósito referente al posicionamiento estuvo presente durante la totalidad de la campaña, buscando presencia y visibilidad efectiva, además de impulsar el tráfico en los locales señalados.

CAMPAÑA SAMSUNG GALAXY S6



SOLUCIÓN

FORMATOS:

La campaña se dividió en dos fases realizadas entre el 1º de abril y el 23 de mayo, y combinó formatos **PINS** y **TAKEOVER** tradicionales en la primera etapa, mientras que la etapa de lanzamiento contó con **RICH TAKEOVER** y **PINS**. Se utilizaron **32 ubicaciones en total**.

LA CAMPAÑA:

FASE 1

La primera fase **se destinó a la acción de preventa**, ubicando en el mapa tiendas retail y locales propios. Se utilizaron los siguientes formatos:

- **PINS**, para marcar las tiendas y locales propios en el mapa.
- **TAKEOVER**, con un mensaje alusivo al pre-lanzamiento.

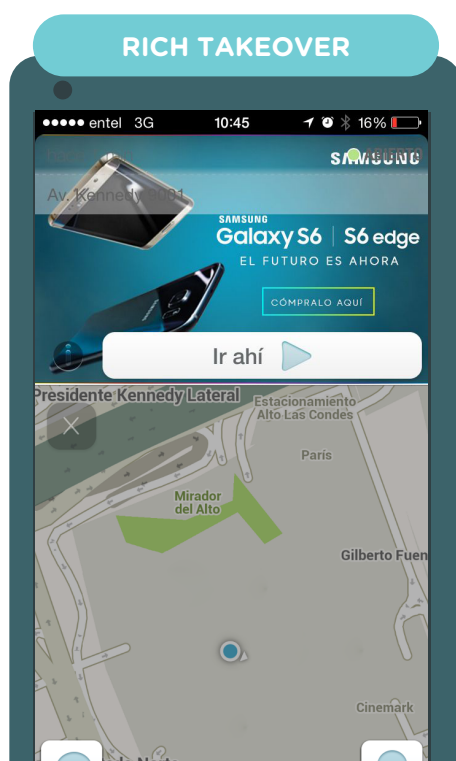


FASE 2

En la segunda instancia **se impulsó el lanzamiento**, ubicando en el mapa a los operadores móviles además de los retail y las tiendas propias, **con mayor cantidad de anuncios, buscando más impacto y un incremento del nivel de exposición**. Se utilizaron:

- **RICH TAKEOVER**, con una atractiva imagen del modelo.
- **PINS**, para marcar todos los locales donde estaba disponible el modelo.

En ambos anuncios se utilizó el **CALL-TO-ACTION "IR AHÍ"** para impulsar el tráfico hacia los distintos puntos de venta. Además, los formatos se complementaron con la herramienta **SEARCH**, logrando mayor redireccionamiento a estas ubicaciones.



RESULTADOS

ETAPA 1



969.355
IMPRESIONES



4.442
CLICKS



271
NAVEGACIONES



362
GUARDAR LUGAR

ETAPA 2



5.569.478
IMPRESIONES



12.294
CLICKS



2.057
NAVEGACIONES



1.926
GUARDAR LUGAR



CLAVES PARA EL ÉXITO:

1

UTILIZACIÓN DE ANUNCIOS RICH TAKEOVER Y PINS EN COMBINACIÓN:

El complemento de una herramienta que permita impactar con imagen, como lo es el Rich Takeover, y un formato que de un mensaje preciso respecto de la ubicación de puntos de venta, como es el caso del Pin, permite llevar a cabo una campaña efectiva que atrae al usuario al tiempo que le brinda la información necesaria sobre el producto promocionado.



CLAVES PARA EL ÉXITO:

2

IMPORTANTE NIVEL DE COBERTURA:

Fue un factor clave proporcionar visibilidad de todos los puntos de venta marcándolos en el mapa para que los Wazers pudieran identificar los diversos lugares en dónde encontrar el nuevo modelo Samsung S6.

3

USO OPORTUNO DE CALL-TO-ACTION:

Samsung utilizó el call-to-action “Ir Ahí” en sus anuncios, para direccionar a los Wazers a los lugares más cercanos en dónde podían encontrar el nuevo modelo de Smartphone.



TESTIMONIO:

“El lanzamiento del modelo Samsung S6 era un desafío muy importante, es por eso que buscamos utilizar formatos nuevos e imponentes que se traduzcan en impacto y resultados visibles. Waze se presentó como la alternativa adecuada, no sólo por el novedoso formato de sus anuncios, sino también porque los Wazers son usuarios de celulares, por lo que el target al cual apuntábamos era muy preciso. Definitivamente la estrategia tomada se reflejó en óptimos resultados, y pudimos comprobar que los formatos impulsaron el tráfico en las tiendas y otorgaron visibilidad efectiva al producto.”

PAULINA TRONCOSO | DIGITAL MARKETING | SAMSUNG

¿Dudas? ¿Comentarios? Estamos para ayudarte.

@IMSCorp | IMSMobile@imsmobile.com

Waze's Ad Sales Partner in Latam