Practicalidea
Dream Real Dreams

SAMSUNG mobile
www.samsungmobile.ir

برنامه تبلیغاتی آنلاین سامسونگ برای معرفی وب سایت جدید سامسونگ موبایل در ایران

سامسونگ برای معرفی و بالابردن ارزش Online Brand خود، از تیم متخصصین شرکت یاری گرفته و در نهایت در طی دوره اجرا موفق به جلب ده هزار کاربر ثبت شده می شود.

سامسونگ موبایل، به عنوان یکی از زیر مجموعه های سامسونگ جهانی، وظیفه هدایت برند، تحلیل بازار و همچنین اجرای سیاست های جهانی سامسونگ در ایران را دارد.

در حال حاضر سامسونگ، در بازار موبایل ایران دومین Brand پر فروش بعد از نوکیا به شمار می رود و با طرح ها و برنامه های جدید خود به دنبال این است که تا چند سال آینده، اولین Brand پر فروش ایران بشود.

سامسونگ در استراتژی جدید خود، وزن زیادی برای بخش آنلاین، سرویس های تحت وب و همچنین نرم افزارهای موبایل قائل شده است و در تلاش است که از این طریق در بازار تمایز ایجاد کند.

سامسونگ در بازار آنلاین در آدرس www.samsungmobile.ir به ارائه سرویس ها و خدمات خود می پردازد و برنامه های متعددی برای بالا بردن ارزش Online Brand و جلب مخاطبین ایرانی انجام داده است.

www.samsungmobile.ir

شرکت سامسونگ برای حضور قوی تر در بازار ایران، با مسائل و چالش های متعددی رو به رو بود. حضور رقیبی قدرتمند به نام Nokia ، ارزش گذاری نادرست Brand از دید مشتریان و همچنین آشنا نبودن عموم با قابلیت های پیشرفته گوشی های سامسونگ، مهم ترین چالش های پیش روی شرکت به شمار می رفت.

با توجه به موارد در نظر گرفته شده،در نهایت اطلاع رسانی و ارتباط مستقیم با مشتری نهایی، به عنوان یکی از استراتژی های کلان سامسونگ تعیین شد و یکی از اصلی ترین راه کارهای اجرایی این استراتژی، وب سایت سامسونگ موبایل تعیین شد.

بعد از جلسات اولیه و تعیین چهارچوب وب سایت که همراستا با استانداردها و سیاست های سامسونگ موبایل جهانی صورت می گرفت عملیات راه اندازی وب سایت و نظارت بر ورود اطلاعات آن آغاز و با توجه به زمان بندی فشرده در کمتر از دو ماه به پایان رسید.



- بعد از راه اندازی وب سایت سامسونگ موبایل ایران، قدم بعدش معرفی گسترده وب سایت و جلب مخاطبین به سایت بود.
- بعد از بررسی های انجام شده و مقایسه با نمونه های دیگر، طرح بازاریابی در قالب بازی آنلاین راه اندازی شد.
- نکات اصلی در این برنامه، پیاده سازی بازی به گونه ای بود که ضمن جذاب بودن، باعث شود که کاربر با بخش های مختلف وب سایت آشنا شود و از صفحات مختلف سایت بازدید کند.
- همخوانی با استانداردهای جهانی سامسونگ، ارائه کار با کیفیت جهانی و همچنین شناخت درست مخاطب ایرانی از مهم ترین چالش های این پروژه به شمار می رود
- نظارت بر دیگر طرح های تبلیغاتی رسانه و محیطی، همکاری با تیم روابط عمومی و نشریات سامسونگ در جهت معرفی درست مسابقه و انجام تبلیغات آنلاین مهمترین فعالیت های تبلیغاتی انجام شده به شمار می رود.

بعد از راه اندازی وب سایت، مهمترین بخش پروژه که اطلاع رسانی و جلب مخاطب برای آن بود آغاز شد. مطالعه و بررسی طرح های مشابه در دیگر شرکت های خارجی، بررسی دقیق راه کارهای ارائه شده در ایران و نیازهای مخاطبین ایرانی از عمده فعالیت های انجام شده در این فاز به شمار می رفت. در نهایت بعد از بررسی های متعدد تصمیم بر این شد که در کنار فعالیت های اطلاع رسانی در رسانه های مختلف اینترنتی، یک بازی آنلاین – با عنوان شکار پازل – طراحی و اجرا شود.

این بازی به گونه ای طراحی شده بود که ضمن جذاب بودن و ترغیب کاربران به بازی، موجب می شد که کاربر به صفحات مهم وب سایت هدایت شود و در نهایت تمامی صفحات مهم وب سایت را مشاهده کند و با خدمات آنلاین سامسونگ موبایل آشنا شود.

بعد از طراحی بازی، در فاز بعدش برنامه تبلیغاتی آنلاین برای معرفی درست بازی در جامعه آنلاین ایران طراحی و اجرا شد. همگام با این برنامه آنلاین، همکاری نزدیکی با دیگر بخش های تبلیغاتی سامسونگ نظیر Public Relation و همچنین تبلیغات چاپی انجام شد تا در نهایت از دید مخاطب نهایی بسته ای یک پارچه و هدفمند مشاهده شود.

در طول دوره دو هفته ای که بازی بر روی سایت انجام می شود، بازدید روی وب سایت سامسونگ رشد قابل توجهی را شاهد بود و در نهایت بعد از پایان کمپین تبلیغاتی بر گزار شده، در حدود ده هزار نفر کاربر جدید بر روی وب سایت سامسونگ موبایل ایران ثبت نام کرده و اطلاعات خود را وارد کردند.

این کمپین در نهایت با اعطای جوایز به برندگان نهایی مسابقه به پایان رسید و به گفته مدیران وقت سامسونگ، یکی از موفق ترین برنامه های تبلیغاتی معرفی سرویس و خدمات سامسونگ به شمار می رفت.



