

SAMSUNG Galaxy S21

EPIC Mode

Wie eine digitale Promotion mittels einer umprogrammierten Smartphone-Edition ein interaktives Markenerlebnis schafft und das Galaxy S21 zum Must-Have der Gen Z macht.

AUSGANGSLAGE

Im Schweizer Smartphone-Markt steht Samsung bei der jungen Zielgruppe nicht an erster Stelle. Samsung will das ändern und das Flagship Phone Galaxy S21 zum Talking Piece und Must-Have der Gen Z machen. Eine Generation, die ihr Leben auf Instagram, TikTok und Co. gerne luxuriöser und epischer inszeniert, als es in Wahrheit ist.

IDEE & UMSETZUNG

Eine interaktive Promotion-Kampagne mit welcher Samsung die Gen Z von ihrem inszenierten „Fake-Life“ erlöst. Samsung lanciert das Galaxy S21 im EPIC MODE: Eine streng limitierte S21-Edition, die ihren Gewinnern ein Jahr lang tatsächlich einen epischen Lifestyle beschert. Denn auf dem Phone vorinstalliert sind 12 hochexklusive, eigens hierfür programmierte Apps und Features im Gesamtwert von CHF 25'000.-. Zum ersten Mal, wurde für die Promotion eines neuen Smartphones eine limitierte Auflage gehackt und zu einem multifunktionalen Tool umprogrammiert, mit welchem die Zielgruppe auch direkt mit der physischen Echtwelt interagieren kann.

RESULTAT

EPIC MODE erreichte 95% der Schweizer Gen Z und machte das Galaxy S21 zum begehrtesten Smartphone des Sommers bei der Schweizer Gen Z. Wir liefen sogar dem Hauptkonkurrenten Apple den Rang ab: denn 57% der insgesamt 30'200 aktiven Teilnehmer waren Apple-User. Die Anzahl Besucher auf samsung.ch stieg um +213% an und generierte +11% Online-Verkäufe. 10,4 Mio. Social Reach und 3,5 Mio. Video Views des Online-Films wurden erreicht.

95%
der Schweizer
Gen Z erreicht

30'200
aktive
Teilnehmer

57%
aller Teilnehmer
sind Apple-User

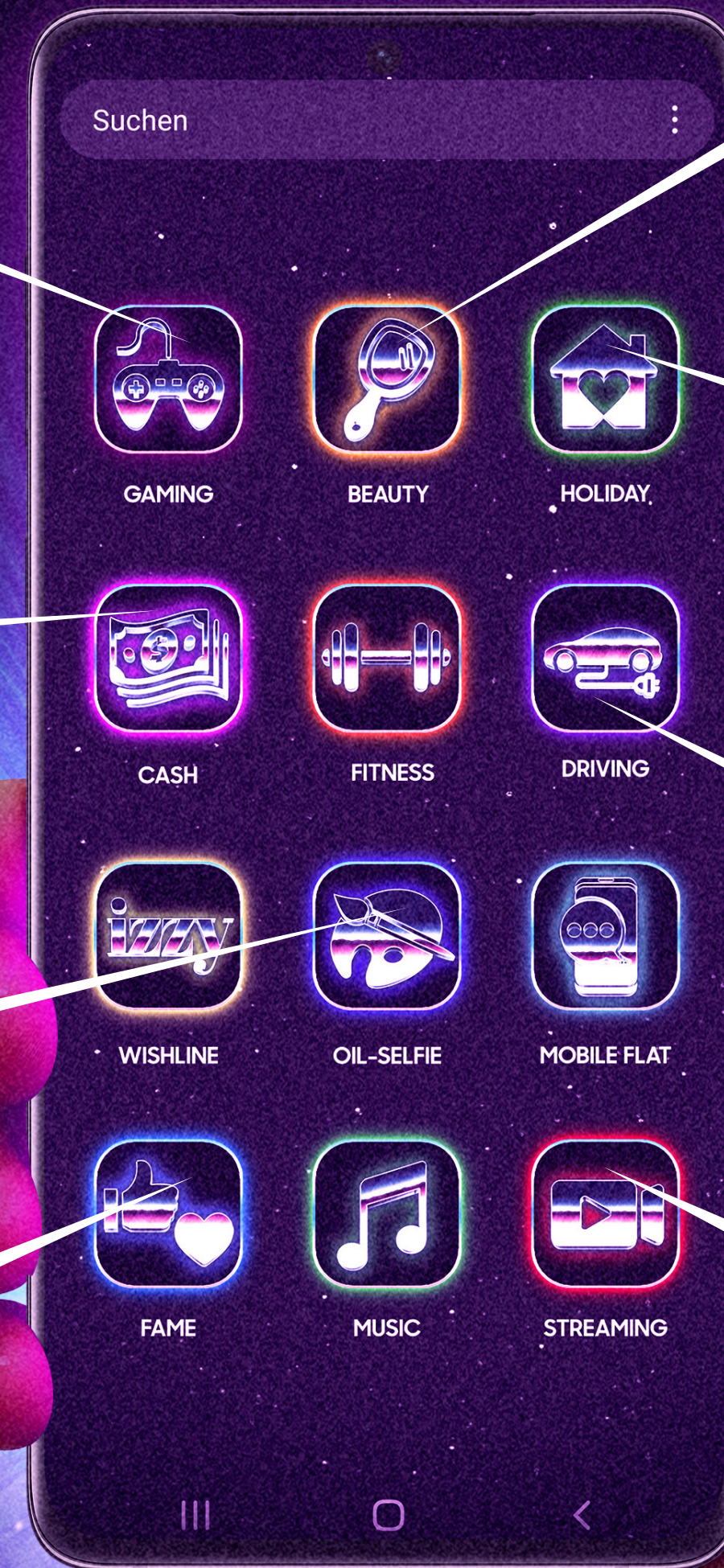
3.5 Mio
Online-Video
Views

+213%
Unique Visitors
samsung.ch

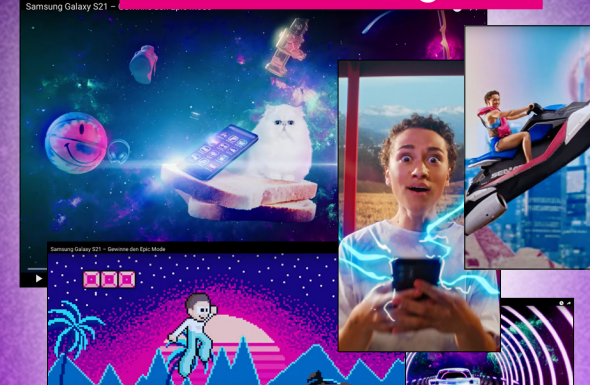
10.4 Mio
Totaler Social
Reach

+11%
Sales im
Online-Store

Goodbye Fake Life.
Hello Epic Everyday.

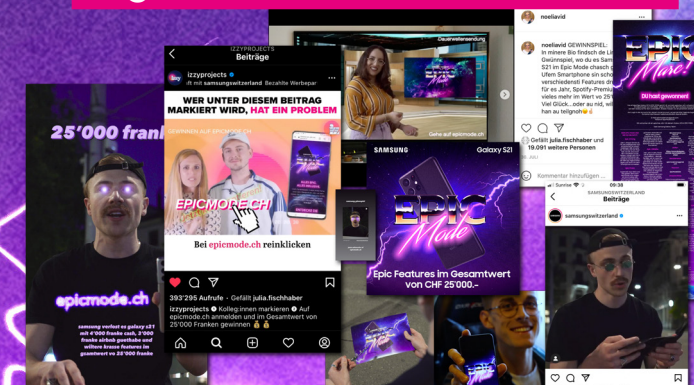


Online Aktivierungs-Film



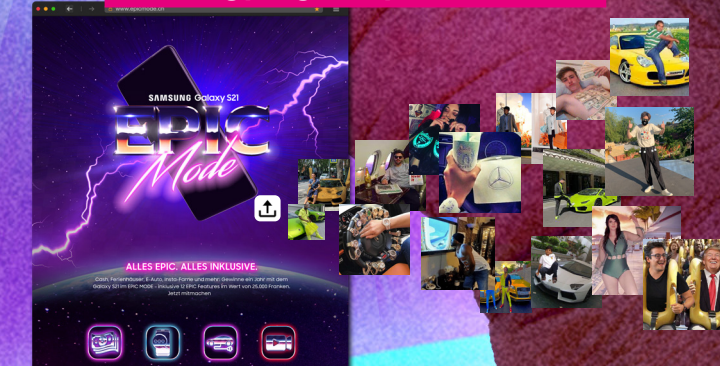
Aktiviert die Gen Z auf sämtlichen Online-Kanälen und bringt sie direkt auf die Landingpage.

Targeted Ads & Influencer Content



Nutzt die Social Channels, um die Zielgruppe zu aktivieren: mittels Creator-Content und geschalteten Ads.

Landingpage (epicmode.ch)



Die Gen Z bewirbt sich über die Website mit Fake-Fame Selfies, um eines der Phones im Epic Mode zu gewinnen.

Interaktive Echtwelt Experience



Die Gewinner geniessen ein ganzes Jahr lang einen epischen Lifestyle im echten Leben dank dem Epic Mode.