SAMSUNG Galaxy S21

Goodbye Fake Life. Hello Epic Everyday.

95% der Schweizer Gen Z erreicht 30'200 aktive

Teilnehmer

aller Teilnehmer sind Apple-User

57%

3.5 Mio

Online-Video Views

Unique Visitors samsung.ch

+213% 10.4 Mio

Reach

Totaler Social Sales im Online-Store

+11%

EPIC GAMING APP Mach dich per Finaerwisch zum V-Bucks-Millionär bei Fortnite.

EPIC CASH APP

Geh mit Samsung Pay auf

Samsung-Kosten shoppen

EPIC OIL-SELFIE APP

Lass deine Selfies von einem

Künstler in Öl malen.

EPIC FAME APP

Lass deinen Social Content von



GAMING

CASH

WISHLINE

Suchen

BEAUTY



HOLIDAY.



FITNESS



DRIVING



MOBILE FLAT

OIL-SELFIE





STREAMING





EPIC HOLIDAY APP Checke gratis in epische Airbnbs ein.



Öffne und starte deinen eigene Elektro-Sportwagen.



Stream dich kostenlos durch Netflix, Amazon Prime und Disney+

Wie eine Media-Idee mittels einer umprogrammierten Smartphone-Edition ein interaktives Markenerlebnis schafft und das Leben der GenZ für ein ganzes Jahr episch 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 integrierte Media-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.

Online Aktivierungs-Film



Direkte Aktivierung der Gen Z über die Online-Kanäle: Direkte Verlinkung auf die Landingpage.

Targeted Ads & Influencer Content



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



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.