

8.2 Mio.

Video Views

+470%

Social Engagement

+21%

Product Awareness

207'400

Social Likes

# Finger Swiping Good

SAMSUNG

Ein digitaler Marketing-Stunt, der mittels einem «Fake Out of Home» die neue Samsung Galaxy Watch6 zur bekanntesten Hiking-Smartwatch bei der GenZ macht.

## Ausgangslage

Samsung möchte zur Einführung der neuen Samsung Galaxy Watch6 für Aufmerksamkeit sorgen und die für den Schweizer Markt sehr relevanten Hiking-Funktionen ins Zentrum stellen. Und das für Samsungs grösste Zielgruppe der GenZ, die täglich über 3,5 Stunden in den sozialen Medien verbringt. Dort shared, liked aber auch ihre Kaufentscheidungen trifft.

## Idee & Umsetzung

Wir machen uns den Socialmedia-Zeitgeist «Fake Out of Home» zunutze und kreieren eine Produktdemonstration, bei der Technologie und Surrealität zu einem unvergesslichen Markenerlebnis verschmelzen. Diese hyperrealistische Installation zeigt eine kolossale Galaxy Watch6 inmitten einer idyllischen Schweizer Berglandschaft. Zur Lancierung wurde das Video von einzelnen Influencer:innen über deren Social Channels gepostet. Und dann von «Swissmeme» und Samsung zusätzlich in die weite Welt hinausgetragen.

## Resultat

Das FOOH «Finger Swiping Good» eroberte innerhalb von nur 3 Tagen sämtliche Social Channels. Das Video erreichte insgesamt **8.2 Mio. Video Views, 207'400 Social Likes und 27'200 Social Shares**. Zudem berichteten mehrere Social Media Expert:innen und Branchenmagazine weltweit darüber und sorgten für zusätzlichen Hype. Während dem Kampagnenzeitraum stieg die **Product Awareness um +21%** und das **Social Engagement um +470%**.

