

# VODAFONE ASK A FRIEND

## STUDIU DE CAZ

### CLIENT

**Vodafone Romania** este o subsidiara locala a Vodafone Group, cel mai mare grup international de telecomunicatii cu divizii in 31 de tari si peste 41 de retele partenere in intreaga lume.

### CONTEXT

Vodafone Romania necesita in mod constant cele mai noi instrumente pentru a-si prezenta produsele si serviciile clientilor potentiali si actuali. De la debutul colaborarii cu Vodafone, am avut ocazia de a dezvolta in mod continuu **campanii de comunicare pentru a sprijini** eforturile de marketing. Serviciile oferite de Kondiment includ:

- Strategii si concepte pentru campanii online
- Dezvoltare de minisite-uri
- Campanii de e-mail marketing
- Campanii de publicitate pe Facebook
- Dezvoltare de pagini de campanii
- Campanii Google AdWords
- Campanii de display advertising
- Campanii de publicitate contextuala
- Materiale de comunicare interne
- Advergaming
- Mentenanta site

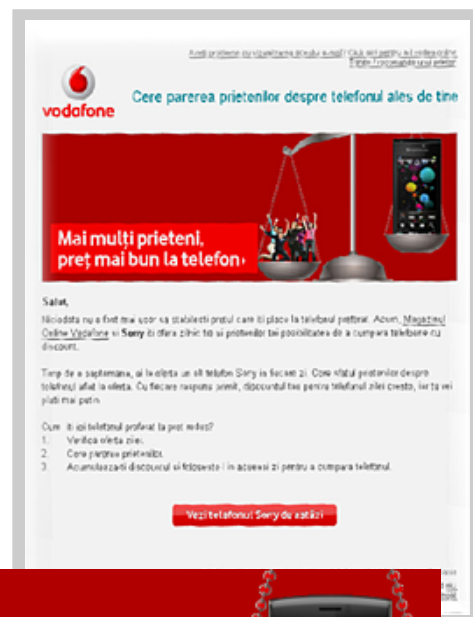
### BRIEF

In luna martie 2010, Vodafone ne-a solicitat sa propunem un concept de promotie pentru patru dintre cele mai populare brand-uri din portofoliul de parteneri, la momentul respectiv: Nokia, Samsung, LG si Sony Ericsson, setand ca obiective cresterea notorietatii si cresterea vanzarilor.

### PROIECT

Pentru a atinge obiectivele, am dezvoltat campania „Ask a friend” in care fiecare dintre cele patru brand-uri s-au bucurat de o saptamana de promovare exclusiva. In timpul campaniei, utilizatorii puteau interactiona cu brandurile si puteau invita prieteni in promotie, cerandu-le parerile despre telefonul ales. Cu cat invitau mai multi prieteni, cu atat mai mare era discount-ul obtinut la telefonul ales, acesta putand urca pana la 85%, in functie de numarul de prieteni care postau opiniile.

Pentru a promova conceptul am derulat campanii de e-mail marketing si Facebook Ads pentru fiecare dintre brand-uri.



# Mecanismul promotiei a transformat campania intr-una virala, reusind sa creasca vanzarile Vodafone si sa aduca un suflu nou imaginii online a companiei.

## REZULTATE

Mecanismul promotiei a transformat campania intr-una virala. Utilizatorii s-au straduit sa invite cat mai multi prieteni astfel incat sa atinga discountul maxim de 85% la telefonul preferat, prietenii invitatii participand, la randul lor, la promotie. Campania a avut rezultate exceptionale pe toate cele patru brand-uri:

### LG

- 19.34% rata de deschidere
- 17,6% rata de click (CTR)

### Nokia

- 17.23% rata de deschidere
- 15.7% rata de click (CTR)

### Samsung

- 16% rata de deschidere
- 12.5% rata de click (CTR)

### Sony Ericsson

- 19% rata de deschidere
- 13.7% rata de click (CTR)