

VODAFONE FIFA WORLD CUP 2010

STUDIU DE CAZ

CLIENT

Vodafone Romania este o subsidiara locala a Vodafone Group, cel mai mare telecomunicatii cu divizii in 31 de tari si peste 41 de retele partenerne 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

Vodafone a dorit sa lanseze o campanie dedicata femeilor, cu scopul de a creste baza de date si numarul de vanzari online. Pentru a atinge scopurile, au oferit drept premii doua televizoare LCD marca LG.



PROIECT

Aflându-ne în proximitatea Campionatului Mondial de Fotbal din 2010, am profitat de oportunitatea ce ni se prezenta de a targeta acele femei care nu aveau o părere foarte bună despre fotbal și care se saturaseră ca prietenii, soții sau tatii lor să monopolizeze televizorul în timpul meciurilor. Asadar, Cupa Mondială a devenit un motiv pentru ca noi să ne adresăm targetului nostru. Le-am oferit o alternativă distractivă la problema lor de acasă.

Folosind în mare e-mail marketing și sistemul de ad-uri Facebook, am invitat doamnele să facă cumpărături online în timpul meciurilor, având astfel șansa de a câștiga unul din televizoarele puse în joc. Cu o singură tranzacție efectuată în magazinul online, ele intrau automat în tragerea la sorti.

Pentru a face concursul și mai vizibil, am creat o aplicație pentru Facebook în forma de quiz, atât pentru femei cât și pentru bărbați. Utilizatorii trebuiau să răspundă la un număr de întrebări care determinau ce le displace cel mai mult la partenerul sau partenera lor.

Campania implementată de Kondiment a inclus și o componentă de e-mail marketing, tintind atât clienții de sex feminin, cât și clienții de sex masculin ai Vodafone.

REZULTATE

Pentru campania de e-mail marketing targetând utilizatorii de sex feminin, rezultatele au fost: rata de deschidere de 34.33% și rata de click de 19.5%. Pe Facebook, doamnele au fost foarte active în a-și arăta suportul pentru campanie prin comentarii, like-uri și share-uri.

Campania ce a targetat bărbații a generat o rată de deschidere a e-mailurilor de 23.23% și o rată de click de 16.8%.

Targetand in mod special utilizatorii de sex feminin, campania a ajutat la cresterea vanzarilor in magazinul online. In dorinta de a populariza campania, am creat o aplicatie Facebook si am lansat o campanie de e-mail marketing.