

Referenzbeispiel: Sony Ericsson C510

Konvergente Kampagne inklusive mobiler Marktforschung.

Eckdaten

Kunde	Sony Ericsson
Zeitraum	Juli 2009
Medien	Planet3, drei.at
Preismodell	TKP

Ergebnis

Ausgefüllte Fragebögen Handy	811
Steigerung Online Verkäufe	+41% (gegenüber Vorperiode)
Sichtkontakte - drei.at/Planet3	416.792
Clickrate (mobile)	1,6%



Kampagnenablauf

Im Juli 2009 wurde für Sony Ericsson eine neuartige Mobile Marketing Kampagne zum Produkt C510 umgesetzt. Als neues Element wurde für den Kunden erstmals eine Marktforschung am Handy umgesetzt. Auf dem mobilen Info- und Unterhaltungsportal „Planet 3“ wurden bei einem Gewinnspiel fünf kurze Fragen rund um die Sony Ericsson Produktwelt gestellt. Mittels Bannerwerbung bewarb man das Mobiltelefon Sony Ericsson C510 inklusive eines TV Spots. Zusätzlich wurde das Produkt auch als TV Spot in 3Live! gebucht.

Die erstmals umgesetzte Verknüpfung einer Mobile Advertising Kampagne mit einer mobilen Marktforschung ermöglicht dem Kunden, das Handy auch als Plattform für Marktforschung zu nutzen. Somit wird 3 dem Anspruch, Mobile Marketing in all seinen Ausprägungen anzubieten, voll gerecht.

Das neue Medium könnte quantitative Befragungen in naher Zukunft revolutionieren. Das Handy bietet Marktforschungsunternehmen und Markenartiklern Lösungsansätze für Herausforderungen, mit denen diese zunehmend konfrontiert sind: Die Umfrage am Mobiltelefon eignet sich insbesondere für die Absicherung repräsentativer Stichproben sowie für das Steigern des Engagements der Befragungsteilnehmer. Zudem werden die teuren Feldzeiten deutlich verkürzt. Ein wesentlicher Vorteil der mobilen Erhebung ist, dass Umfragen schneller und mit größerer Befragungsbasis durchgeführt werden, als dies am Telefon oder Online heute möglich ist.

„Sony Ericsson gehört zu den Vorreitern von Mobile Advertising: Bereits seit Jahren ist es ein fixer Bestandteil im Media Mix unserer Werbekampagnen. Wir freuen uns durch die Kooperation mit Hutchison neue Erkenntnisse zum Potential von Mobile Advertising gewonnen zu haben“, so Luc van Huystee, General Manager für Deutschland, Österreich, Schweiz und die Niederlande, Sony Ericsson.



www.drei.at