ciao!
A Microsoft® Company

LG en ciao.de

Acerca de LG

LG Electronics, Inc. es una de las principales empresas y fuente tecnológica de inspiración para productos electrónicos, de información y comunicación de todo el mundo. La corporación global cuenta actualmente con más de 82.000 empleados repartidos en 81 oficinas en todo el mundo. Asimismo, es el mayor fabricante del mundo de teléfonos móviles CDMA, aparatos de aire acondicionado, unidades ópticas de almacenamiento y grabación de datos, reproductores de DVD, lavadoras de carga frontal, televisores de pantalla plana y sistemas de cine en casa. La facturación total de la empresa en el ejercicio comercial del pasado año fue de 44 mil millones de dólares americanos. Conforme al índice publicado por las agencias BusinessWeek e Interbrand, desde 2006, LG Electronics ha estado clasificada entre las primeras 100 marcas de más prestigio. Podrá obtener información complementaria acerca de LG Electronics Inc. visitado la página www.lge.com.

LG

Implementación

La campaña LG60 Scarlet tuvo lugar en dos fases:

Fase 1: Un trailer publicitario introdujo Scarlet como nueva serie de televisión.

Fase 2: Se revela que la serie de televisión ficticia Scarlet no es más y menos que una nueva línea de televisores de alta definición (HDTV).

LG eligió un anuncio ameno y un formato rascacielos de tipo ancho para la fase 2, el cual fue enlazado a la subcategoría del „televisores" de la "gama electrónica de Ciao" de una manera dirigida a grupos objetivos específicos.

Objetivos de la campaña

El objetivo comercial de la campaña fue generar percepción para el modelo ATN LG 60 dentro del grupo objetivo. LG definió el grupo objetivo como usuarios masculinos y femeninos de una edad de entre 29 y 45 años, de gusto moderno, con altos ingresos y exigencias exclusivas.

En la fase 2, el objetivo estribó en generar una mayor percepción en los grupos objetivos pertinentes tras haber revelado a Scarlet como nueva línea de televisores de alta definición (HDTV) ampliamente solicitada durante la primera fase. La campaña en línea también estuvo destinada a proporcionar a los consumidores una información extensa en lo referente al producto a modo de respaldo en su proceso de toma de decisión.

¿Por qué ciao.de?

Ciao.de es uno de los mayores portales y de más popularidad referente a comparación de precios e información sobre productos que proporciona a los usuarios evaluaciones de productos escritas que cuentan con un alto nivel de credibilidad. Por lo tanto, se implementaron las recomendaciones de MindShare (agencia de monitorización de tendencias del mercado) para lograr los objetivos de la campaña durante la segunda fase.

Resumen

- Un aumento claro en la percepción de productos LG ofrecidos en ciao.de
- Esto se ve reflejado en una mayor tasa media de clics y un aumento de visitantes a la página Web de LG.