

LG su Ciao.de

LG Electronics, Inc. è una delle aziende leader a livello mondiale nonché operatore pioniere nell'ambito tecnico per quanto concerne prodotti elettronici, per l'informazione e la comunicazione. Il gruppo conta attualmente oltre 82.000 dipendenti in 81 filiali ed è il più grande produttore di telefonia mobile CDMA, climatizzatori, lettori ottici, lettori DVD, lavatrici a carica frontale, TV a schermo piatto e sistemi home cinema a livello mondiale.

Il fatturato generato dall'azienda nello scorso anno ammontava a 44 miliardi di dollari USA. Come rilevato da BusinessWeek e Interbrand, dal 2006 LG Electronics è uno dei 100 marchi più prestigiosi al mondo. Ulteriori informazioni su LG Electronics Inc sono disponibili sul sito www.lge.com.



The screenshot shows the Ciao.de website interface. At the top, there's a navigation bar with categories like 'Autos', 'Elettronica', 'Hobby', etc. Below that is a search bar with the text 'Was suchen Sie?'. The main content area displays a product listing for 'LG 37 LF 75' with a price of 1.637,47 €. The product description mentions it's a 37-inch LCD TV with 1080p resolution and 1000 pixels. There are also links for 'Preisvergleich', 'Erfahrungsberichte', and 'Kaufmann'. A customer review section is visible at the bottom, showing a 5-star rating and a detailed review in German.

Fasi della campagna

La campagna LG60 Scarlet è avvenuta in due fasi:

- Fase 1: Scarlet è stata presentata come nuova serie di TV
 - Fase 2: rivelazione della serie TV Scarlet come nuova serie HDTV
- Nella seconda fase della campagna LG ha scelto due formati pubblicitari: il Box ed il Wide Skyscraper, sono stati pubblicati nella sottocategoria „Tv“ della categoria „Ciao Elettronica“, perfetta per raggiungere il target group del prodotto.

Finalità della campagna

L'obiettivo della campagna consisteva nel presentare al target group il nuovo ATN LG 60. LG ha definito come target utenti di sesso maschile e femminile, con un'età compresa tra i 29 e i 45 anni, redditi elevati ed esigenze esclusive. Obiettivo della fase 2 era l'affermazione di Scarlet come nuova serie HDTV, introdotta nella prima fase, creando un intenso Awareness nel target group. Inoltre la campagna online aveva per scopo di proporre ai consumatori informazioni complete sul prodotto in modo da supportarli nella fase di decisione all'acquisto.

Perché Ciao.de

Ciao.de è uno dei più grandi e conosciuti portali per la comparazione dei prezzi ed informazione sui prodotti e mette a disposizione del consumatore opinioni rilasciate dagli utenti stessi. Proprio per questo motivo MindShare ha raccomandato l'uso di questo portale per il raggiungimento degli obiettivi della campagna LG nella fase e2.

Sintesi

- ! un netto incremento di awareness riguardo al prodotto LG presente su Ciao.de.
- ! ciò è dimostrato dalla elevata frequenza di click al di sopra della media ed all'aumento di traffico sul sito LG.