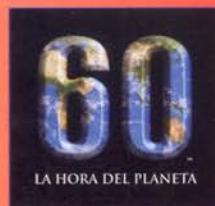



MARKETING ECOLÓGICO

Fecha: Marzo

SAMSUNG SE SUMA A LA HORA DEL PLANETA

Samsung Electronics se unió a la Hora del Planeta (Earth Hour), liderada por la organización WWF. El sábado, 28 de marzo, la compañía apagó los carteles luminosos que tiene expuestos en varios puntos emblemáticos de Madrid, e instó a todos sus empleados a apagar las luces de casa durante una hora.


OBJETIVO

Asociar la imagen de marca a los valores de la ecología.


PROMOCIÓN

Fecha: Marzo

SAMSUNG BUSCA EL TV MÁS ANTIGUO DE ESPAÑA

Con motivo de la próxima llegada del apagón analógico, el Foro 3, 2, 1, ¡TDT!, impulsado por entidades como Impulsa TDT, la Academia de la TV o el fabricante Samsung, lanzaron un concurso a nivel nacional para encontrar los 10 televisores más antiguos de España. El premio era un televisor plano LED de 32" con descodificador TDT integrado.


OBJETIVO

Imagen de marca.


PROMOCIÓN

Fecha: Marzo

CON PAPÁ A LAS CARRERAS

Por la compra de un producto Gigaset de telefonía o TDT en la promoción del Día del Padre de El Corte Inglés (del 6 al 22 de marzo) o de Media Markt (del 14 al 22 de marzo) podían ganarse 2 entradas para vivir en directo la Fórmula 1.


OBJETIVO

Incrementar las ventas de productos de la marca.


**PROMOCIÓN/
MARKETING ON LINE**

Fecha: Marzo

MÁS CONCURSOS EN LA WEB DE INGO

Ingo Devices lanzó nuevas iniciativas a través de www.ingodevices.com para conectar con los usuarios y convertir a su página web en un soporte de consulta, con nuevos contenidos y sorteos, 100% interactivo.


OBJETIVO

Conseguir visitas a la web.


MARKETING DEPORTIVO

Fecha: Abril-diciembre

TITULAR SIEMPRE EN MAYÚSCULAS PROMOS

Toshiba Information Systems y la Fundación Cultura y Deporte de Castilla-La Mancha suscribieron un convenio por el cual la compañía financiará las actividades de dicha entidad a lo largo de todo 2009.


OBJETIVO

Asociar la imagen de marca de Toshiba a los valores del deporte.


MARKETING DEPORTIVO

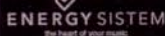
Fecha: Abril-diciembre

PORT DESIGNS CON EL CICLISMO

Port Designs anunciaba el patrocinio para la temporada 2009 del equipo ciclista CJM CKT Novatec, gestionado por la empresa Team Cycling.


OBJETIVO

Asociar la imagen de marca al deporte.

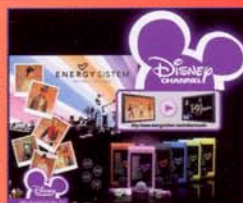

PUBLICIDAD

Fecha: Abril-junio

ENERGY SISTEM INVADE DISNEY CHANNEL

Energy Sistem inicia una nueva campaña de TV en la cadena Disney Channel. Dirigida a todos los jóvenes del país, pretendía llegar a un público objetivo de 1.281.000 niños, con un target entre siete y nueve años.

Esta acción se prolongó desde el 28 de abril hasta el 1 de junio.


OBJETIVO

Llegar a un público objetivo de 1.281.000 niños, con un target entre siete y nueve años.