

ÉTUDE DE CAS

SAMSUNG

Création de contenus
et médiatisation



SAMSUNG
BUSINESS

éditalis
BRAND
CONTENT

e
éditalis



CONTEXTE

LE BRIEF DE SAMSUNG

La philosophie de Samsung, acteur majeur des technologies numériques dans le monde, est simple : consacrer ses talents et sa technologie à créer des produits et des services de qualité pour accompagner les professionnels dans leur quotidien. Cette mission couvre de nombreux secteurs : éducation, santé, retail, finance, transport, logistique...



SA PROBLÉMATIQUE ?

**“ VALORISER NOTRE EXPERTISE
VIA DES CONTENUS REMARQUABLES.**

SES OBJECTIFS ?

FAIRE CONNAÎTRE SA PLATEFORME INSIGHTS

L'ENRICHIR AVEC DES CONTENUS À VALEUR D'USAGE

ACCROÎTRE SA NOTORIÉTÉ AUPRÈS DES CMO ET RETAILERS



NOTRE RÉPONSE

Accompagner Samsung dans la **création de ses contenus** autour des thématiques impression, santé, mobilité, sécurité, big data, et **les partager** avec les décideurs marketing ecommerce.



ÉDITORIAL

CRÉATION DE CONTENUS EXCLUSIFS

Réalisation de contenus par les équipes d'Éditialis Brand Content pour enrichir la plateforme Insights

ÉDITIALIS BRAND CONTENT

p.6

CRÉATION DE CONTENUS

p.7



MÉDIA

MÉDIATISATION DES CONTENUS

Génération de trafic vers la plateforme Insights au moyen d'un dispositif cross-canal

PROMOTION DIGITALE

p.9

PROMOTION PRESSE

p.10

PROMOTION ÉVÈNEMENTIELLE

p.11



DISPOSITIF ÉDITORIAL

Réalisation de contenus par les équipes d'Éditalis
Brand Content pour enrichir la plateforme Insights



CRÉATION DE CONTENUS

Éditalis Brand Content

Dans un univers concurrentiel, où les marques ont des difficultés à se différencier et dans lequel l'impact de la publicité classique s'effrite, **l'Inbound Marketing permet d'émerger et de convertir ses audiences en clients.**

Éditalis Brand Content a accompagné Samsung dans sa stratégie d'Inbound Marketing avec : **la conception d'une ligne éditoriale, la réalisation de contenus, la stratégie de leurs diffusions et la mesure de leurs impacts.**



Création /
optimisation
de la plateforme



Amélioration du
référencement



Création
de contenus
éditoriaux



Diffusion des
contenus (NL,
RS, paid media)



Analyse des KPI
et amélioration
de la mécanique

MISE EN LIGNE

Publication des contenus

En l'espace d'un an, **23 contenus** ont été créés par les **équipes d'Éditalis Brand Content** et publiés au sein de la plateforme Insights de Samsung Business.



Parmi les sujets traités

- Être innovant pour renforcer l'engagement client
- Des devices pour améliorer la communication interne
- Mobilité : mieux sécuriser les données
- Les prochaines percées dans l'univers de l'IOT
- Communication sur grand écran : big is beautiful
- La connexion des points de vente pour développer son business
- Le shadow IT sort de l'ombre
- Digitalisation : le rôle du directeur marketing
- De la big data à la smart data : utiliser la donnée pour améliorer le ROI



DISPOSITIF MÉDIA

Génération de trafic vers la plateforme Insights
au moyen d'un dispositif cross-canal

PROMOTION DIGITALE

Génération de trafic vers la plateforme Samsung Insights grâce à **un plan de promotion web sur les sites et newsletters** des marques Emarketing.fr et Ecommerce.fr.

- Formats display (habillage et rectangle) sur les sites desktop, 2 semaines par mois
- Format native advertising sur les sites, 1 semaine par mois
- Format native advertising sur les newsletters, 4 insertions par mois

CHIFFRES CLÉS

1 200 000 PAGES VUES

générées par le display

24 INSERTIONS NEWSLETTERS

12 SEMAINES en home page

Native ads



Display

Native ads
newsletter

PROMOTION PRESSE

Promotion de certains articles créés et publiés sur la plateforme Insights au **format publi-information** dans les magazines Marketing et Ecommerce.



CHIFFRES CLÉS

4 PLEINES PAGES

dans les magazines

48 600 EXEMPLAIRES DIFFUSÉS

240 000 DÉCIDEURS EXPOSÉS



PROMOTION ÉVÈNEMENTIELLE

Rencontre de Samsung avec sa cible et interaction avec elle lors de la **2^e édition du Marketing Day**, grâce à un double dispositif :

- Emplacement sur l'espace d'expérimentation
- Intervention de Maxime Guirauton sur la table ronde « *Parlez-vous user experience ou customer experience ?* »



CHIFFRES CLÉS

15 OCTOBRE 2015 à l'Espace Pierre Cardin

400 PARTICIPANTS à l'évènement

45MIN de table ronde Samsung



Maxime GUIRANTON,
Directeur Marketing et Communication,
SAMSUNG BUSINESS B2B





PERFORMANCES

CHIFFRES CLÉS



23

articles créés



48 600

exemplaires presse



1 200 000

pages vues



24

insertions newsletters



450

décideurs marketing au
marketing day



6

mois de communication