

Samsung apoya el lanzamiento de Galaxy Note con una sorprendente acción en Metro de Madrid

Fuente: Elaboración propia a partir de MarketingNews.es

Samsung apoya el lanzamiento de Galaxy Note con una sorprendente acción en Metro de Madrid. "Bienvenidos a la Estación Sol Galaxy Note" es el lema que durante un mes recibirá a los pasajeros del metropolitano de Madrid a su paso por la estación de Sol. El mensaje forma parte de una inédita acción en nuestro país y también sin precedentes para Samsung en Europa, por la cual, la estación será rebautizada, de manera que a su nombre original se le añadirá el del nuevo terminal.

Cheil Spain, la división española de Cheil Worldwide, es la responsable de la campaña de lanzamiento en España del nuevo dispositivo móvil de Samsung. Además de incorporar la tipografía propia de la marca a los letreros, también se ha personalizado toda la estación con imágenes del nuevo dispositivo móvil desde las que se invita a los viajeros a descubrir todo lo que podrían hacer durante el viaje si tuvieran un Samsung Galaxy Note en sus manos como, por ejemplo, leer todos los periódicos en lugar de uno solo.

El Samsung Galaxy Note constituye una nueva categoría de smartphone. A medio camino entre un smartphone y una tableta, supone un producto mejorado, pues reúne los principales beneficios de distintos dispositivos móviles. De este modo, como indica la compañía Sur Coreana, el nuevo producto responde a los estudios que indican que los consumidores demandan cada vez más la posibilidad de realizar tareas diversas sin necesidad de cambiar de terminal.

Los medios sociales han conseguido multiplicar la difusión del evento, al que le han dedicado espacio periódicos, cadenas de radio y, por supuesto, medios sociales. En Twitter se ha creado la etiqueta #estacionespatrocinadas, en la que cientos de internautas han dejado sus sugerencias.



El Samsung Galaxy Note se comercializa en España a través de intermediarios especializados en telefonía móvil desde noviembre de 2011. En un futuro cercano se piensa ampliar la distribución y comercializarlo en otros establecimientos como hipermercados y grandes superficies especializadas. Su precio de lanzamiento, pensando especialmente en el grupo de consumidores al que le puede interesar este producto, ha sido de 730 euros.

De acuerdo con la información indicada en el caso, responda a las siguientes preguntas:

1. Según el grado de innovación ¿Qué tipo de innovación supone el Samsung Galaxy Note? ¿Qué enfoque y procedimientos se han seguido para la generación de la idea de producto?
2. Atendiendo a la cobertura del mercado ¿Qué tipo de estrategia de distribución se está utilizando en la introducción del Samsung Galaxy Note? ¿Qué motivos justifican dicha decisión?
3. ¿Qué estrategia de fijación de precios utiliza Samsung en el lanzamiento del Galaxy Note? ¿Qué motivos justifican dicha decisión?
4. ¿Qué técnica de comunicación es la empleada en la campaña "Bienvenidos a la Estación Sol Galaxy Note"? ¿Cuáles son sus principales características? La campaña ha generado a su vez una gran atención en las redes sociales y los medios convencionales. ¿Cómo se denomina a esta forma de comunicación? ¿Cuáles son sus principales características?