

# טלפון סלולרי בהתאמה אישית



**מחקרי שוק מעמיקים, פיתוח מוכוון לקוח ואסטרטגיה שיווקית מהוקצעת הובילו את SAMSUNG סלולר להיות החברה המציעה מגוון כה רחב של טלפונים סלולריים בו כל אחד יכול לבחור את הטלפון הסלולרי המתאים לו ביותר.**



ובראשונה ליצור העדפה כלפיו לעומת מותגים מתחרים. הקישור בין המכשירים לבין הדימוי העצמי של המשתמש כאדם אופנתי ומעודכן הגביר את רמת המעורבות של המשתמש ביחס לרכישת מכשירי SAMSUNG סלולר, ואת נכונותו לשלם עליהם ערך מוסף, בזכות התועלות הספציפיות הללו. על המובילות של SAMSUNG סלולר בהבנת לקוחותיה מלמדת גם העובדה כי היא היתה הראשונה שטבעה את המונח "קולקציית מכשירים", השאול מעולם האופנה, והדיחה את "סידרת מכשירים" – מונח טכנולוגי למהדרין. היום, השימוש במונח קולקציה כבר הפך טבעי לחלוטין בהקשר הסלולרי. מעבר לאופנתיות SAMSUNG סלולר משתמשת בתדמית הסקסית כחלק ממיצוב המכשירים שלה מכשירי SAMSUNG סלולר הם מטבעם יפים ומושכים, ומזמינים להסתכל ולגעת בהם. SAMSUNG סלולר השתמשה במנוף זה כך שיקרין על האדם הנושא את המכשיר וירגיש סקסי, נחשק ואטרקטיבי לסביבתו. התפיסה של מכשירי SAMSUNG סלולר כאופנתיים וסקסיים, מובילה מאליה להפיכתם לאביזרים המזוהים עם מובילים חברתיים. מעצם היותם הרבה יותר ממכשירי תקשורת, הטלפונים הסלולריים הפכו לכלי לזיהוי ממבט ראשון של נושאייהם – מי הם, מה טעמם, מה הם אוהבים ומה יש להם לומר. כך, בעלי SAMSUNG סלולר הם מובילי דעה: הם עכשוויים ואופנתיים – ועל פי טעמם יישק דבר.

זאת ועוד, שני אלמנטים נוספים היתוספו למיצובם של מכשירי SAMSUNG סלולר בישראל, כך שיהפכו למותג מוביל: הובלה טכנולוגית ותדמית צעירה – כרוכים זה בזה ובערכי המותג שכבר הוזכרו לעיל: אופנתיות, סקסיות ומובילות חברתית. הנגזרת הישירה של המובילות הטכנולוגית שהוזכרה, הינו התועלות הרבות שיכול הצרכן להפיק ממנה. מעבר לעובדה ש-SAMSUNG סלולר היתה הראשונה לשווק טלפונים שבהם השפה העברית היא סטנדרט, ובין אם מדובר בהובלת מהפכת האינטרנט הסלולרי – התועלות שהפיקו הלקוחות הן מובהקות ביותר. המובילות הטכנולוגית מאפשרת לצרכן להנות מהטלפון סלולרי שלו כפי שלא חלם מעולם והופכת את השימוש במכשיר לחוויה כוללת – עם איכות סאונד מדהימה, מסכי צבע אקטיביים ועוד.

חיבור המובילות הטכנולוגית לקהל הצעיר אך טבעי. קהלים צעירים הם לרוב הראשונים שעושים שימוש בטכנולוגיות חדשות (Earl adopters). החשיבה של קהל הצעירים והצעירים ברוחם, המתאפיינת בבולטות, שונות, חדשנות ואופנתיות – מייצגת נאמנה את תכונות מכשירי SAMSUNG סלולר ותפיסת הצרכן באשר הוא. כמוכן, כדי להגיע להבנת שוק שכזו וכדי להתאים את מוצרי החברה לצרכים ולמאויים של הלקוחות, נדרשה SAMSUNG סלולר לערוך מחקרי שוק מקיפים עוד לפני תחילת הפיתוח בפועל. במהלך המחקרים הללו זוהו ופולחו קהלי היעד והוגדרו מגמות חברתיות רלוונטיות. התוצאה: עיצוב המכשירים, תכונותיהם, אריזתם, דרכי השימוש בהם, המדריכים למשתמשים, התמחור, אופן המכירה, המיצוב ואופי החשיפה – הותאמו במלואם לקהלי היעד. תפיסת הצרכן הושפעה כל כך, ש-SAMSUNG סלולר הפכה לאחת החברות הצומחות בישראל בשנים האחרונות.

מה שנראה כמו חזון רחוק אך לפני שנים אחדות, הוא כיום מציאות. היום, לכולנו יש טלפונים סלולריים, ולאחדים מאיתנו יש אף יותר ממכשיר אחד. תקשורת סלולרית היא היום חלק אינטגרלי מחיי הכלל – בכל הגזעים, העמדות, הגילאים והמינים. מהפכת התקשורת שהובילה לתפוצה הנרחבת הזו מאפשרת לכולנו להיות זמינים בכל מקום ובכל זמן.

במציאות של ימינו, כולנו יכולים לדעת בכל רגע נתון היכן מצויים ילדינו ושאר יקירינו. לא במקרה מתחילות היום רוב שיחות הטלפון בשאלה "איפה אתה?" הטלפון הסלולרי כיום מהווה חלק בלתי נפרד מתכולת תיקנו לצד הארנק והמפתחות.

קשה לתפוס, אך עד לפני שנים מעטות עוד דובר על הטלפון כמכשיר שהופך "שעה אבודה לשעת עבודה". כיום זה נכון כפליים, אבל הטלפון הסלולרי חרג זה מכבר מתווית השימוש הניהולית שלו. היום כבר אין "בגנות" עצומות גודל ומשקל. הטלפון הסלולרי עבור רבים מאיתנו הוא הרבה יותר ממכשיר פוקציונאלי. אנו מתייחסים אליו כאביזר אופנתי וכסמל סטטוס המעיד על האדם הנושא אותו בין אם מדובר בנער, סטודנט, מנהלת או אשת מכירות.



## הטלפון הוא המשתמש, המשתמש הוא הטלפון

אחת החברות שהובילו את כניסת הסלולר אל חיינו היא SAMSUNG סלולר הקוריאנית, שהטלפונים שלה משווקים בלעדית לישראל על ידי חברת "סאני תקשורת". החברה בדקה ונמצאה, כי מכשירי SAMSUNG סלולר נתפסים לא רק כמערכות תקשורת מתקדמות כפי שמצפים מטלפונים ניידים, אלא גם כבעלי סממנים אופנתיים מובהקים. הישראלי סבור שטלפון סלולרי מתוצרת SAMSUNG סלולר הוא אביזר אופנתי, צעיר, טרנדי ו"קולי". הטלפון הוא לא רק אמצעי לדבר עם אחרים, אלא סמל סטטוס, שמלמד ומעיד על בעליו. או במילים אחרות, הטלפון הוא אביזר אופנה לכל דבר ועניין, שמאפשר לנושאו להצהיר מיהו, ללא מילים מיותרות. SAMSUNG סלולר עשתה מאמץ להבין מיהם לקוחותיה ולקוחותיה הפוטנציאליים, מה הם מאווייהם ומה מקומו של הטלפון הסלולרי בתוך חייהם של הלקוחות. מתוך מחקרים אלו גזרה החברה את ערכי המותג SAMSUNG סלולר בישראל, ואת עקרונות שיווק מכשירי הטלפון, כך שאלה יתאימו באופן מוחלט לצרכי קהל היעד. הסיסמא המוכרת "SAMSUNG – That's the way i like it" מבטאת את היכולת של הצרכן לבחור את מכשירי ה-SAMSUNG המתאימים לו ביותר מתוך קולקציית המכשירים העשירה כך, בין אם מדובר בבת עשרה או חייל, עורכת דין או פרסומאי – כל אחד יכול לבחור את המכשיר שתואם את אישיותו וסגנון חייו.



היכולת ליצור התאמה אישית (פרסונליזציה) מלאה של מוצריה, המוצעים על ידי כל שלושת המפעילים הסלולריים בישראל, והפונים לכל קהלים בישראל – זהו סוד הצלחתה של SAMSUNG סלולר. הסיסמא "SAMSUNG – That's the way i like it" מלמדת גם על הכיוונים אליהם פנתה SAMSUNG סלולר, כדי להעצים את ערכי המותג שלה. כך למשל, היא היתה הראשונה שלמדה את תחושת קהל הלקוחות, לפיה הטלפון הסלולרי הוא אביזר אופנה וסמל סטטוס ייחודי. הטלפון נתפס – ממש כמו משקפי השמש, השעון או הנעליים – כמשלים הופעה ויוצר תדמית, שמשפיע על תחושת הסיביבה לגבי האדם הנושא אותו והאינטראקציה של אותו אדם עם סביבתו. לפיכך, מוצב המכשיר כפריט אופנתי, פעולה שנועדה בראש



## אז איך עושים את זה הלכה למעשה?

לא במקרה הגיעה SAMSUNG סלולר למעמדה הנוכחי – מקום שני בשוק הישראלי תוך שלוש שנים בלבד מתחילת פעילותה. כל אחד מערכי המותג קיבל טיפול "אישי" ומהוקצע, תוך התייחסות ושמירה על מותג SAMSUNG כמותג על מעמדה של SAMSUNG סלולר היא תוצאה של זיהוי ויישום של ערכי המותג ושל אסטרטגיה שיווקית מגובשת שעל בסיסה הושק המותג על מכשירי הרבים ברשתות פלאפון, אורנג' (סלקום), להלן סקירה קצרה על הפעילויות השיווקיות השונות שערכה SAMSUNG סלולר במטרה ליישם ולהטמיע כל אחד מערכי המותג ואת מותג SAMSUNG סלולר כמותג על:

אופנתיות: המותג זכה לניחוח האופנתי והיוקרתי בזכות סדרה של מהלכים שיווקיים, שכללה שימוש במונח "קולקציית" המכשירים, הצגת המכשירים כשהם "נלבשים" על ידי דוגמניות ודוגמנים ושימוש באתרי צילום יוקרתיים ואופנתיים.

קפה. עצם קבלת שיחה, שבאמצעותה נשמעת המנגינה עם הצליל המיוחד והאיכותי שרק המכשיר הזה יכול לספק – יגרמו לתשומת לב ויהפכו את נושא המכשיר לכוכב הערב. כלים נוספים להדגשת המובילות הטכנולוגית של SAMSUNG 624, היו בכך שמדובר בטלפון הראשון ברשת אורנג' התומך בשירות OBOX החדשני, המאפשר הורדת תכנים עשירים ומגוונים לטלפון הנייד, כמו משחקים, אנימציות, מנגינות ועוד. השונות, החדשנות, הבולטות, היופי, האטרקטיביות, האופנתיות ומגוון ההורדות שאפשר לבצע אליו, הפכו את ה-SAMSUNG 624 לתואם במיוחד את בני הדור הצעיר. הפרסום הופנה לקהל זה, והבליט תוכנות כמו היכולת לשיר בקריקי באמצעות הטלפון, הורדת צלילים ומשחקים שהולמות מאוד קהל יעד זה. סקסיות: הקמפיין הסקסי שכונה "הנחשקים של SAMSUNG ברשת סלקום, מבטא את ההתייחסות של SAMSUNG סלולר למכשיריה כאל אביזר אופנתי לכל דבר, וכמשקף אורח חיים. ובמקרה זה אורח חיים צעיר, בלייני, תקשורתי וסקסי. סרטון הטלוויזיה הציג את קולקציית SAMSUNG סלולר ברשת סלקום, והמחיש שירותים סולרניים, כגון שיחה מזוהה והודעה כתובה. זאת, באמצעות אנלוגיות לסיטואציות עם רמיזות סקסיות מעודנות השכיחות בין אנשים, שהתרחשו בלאונג' (בר-מועדון) עדכני לצלילי מוזיקה עכשווית וסקסית.

## לעטוף את כל זה ביחד

כמהלך משלים לפעילות השיווקית, כל הפעילות ב-SAMSUNG נתמכת ע"י מערך יחסי ציבור מגוון ויחודי. פעילות יחסי הציבור משקפת ומחזקת את תדמיתה של SAMSUNG סלולר.

במסגרת זו, הופקו אירועי יחסי ציבור שונים: השקת מכשירים חדשים ברשתות השונות לוותה באירועים מתוקשרים. האירועים כללו מיצגים חדשניים, ייחודיים, ואופנתיים, הופעות אומנים מובילים ומצגות על המכשירים בסיוע מיטב הטכנולוגיה. בהתאם לתפיסת המותג, הופקו האירועים באתרים יוקרתיים ומובילים.



לצד אירועים אלו התקיימו גם אירועים חברתיים אשר שילבו תצוגות אופנה יוקרתיות בשיתוף מעצבים מובילים במטרה לחזק את אף תפיסת SAMSUNG כמובילה חברתית.

## SAMSUNG סלולר מבצעת

מגוון רחב של פעילויות רצופות וקבועות לתמיכת מכירות לאורך כל השנה. הפעילות הזו מפולחת לכל חתכי השוק בהם פועלת החברה: חיתוך לפי מפעילים, סוגי מכשירים, אזורים בארץ ומבצעים ספציפיים של המפעילים.

פעילויות תומכות מכירה נוספות כוללות בין היתר שילוט רכבים ממותגי SAMSUNG, המדגיש, שומר ומעצים את ערכי המותג של SAMSUNG סלולר, שלטי הכוונה אל נקודות המכירה, ושיתופי פעולה פרטניים עם נקודות המכירה. השת"פים הללו כוללים מבצעים ייחודיים עם נקודות המכירה ומפעיליהן, פרסום בנקודות המכירה, קידוחי מכירות בנקודות המכירה ומחוצה להן ופעילויות רבות אחרות, שכולן שומרות ומעצימות את ערכי המותג. וכמוכן, החברה שומרת על קשר קבוע ומתמשך עם אמצעי התקשורת השונים, ומנהלת אתר אינטרנט מעודכן, ידידותי ונוח למשתמש, שלא שוכח את ערכי המותג. האתר מעוצב בסגנון יוקרתי, צעיר וסקסי, ועושה שימוש בכל הטכנולוגיות המתקדמות ביותר.



למשל, בסרטון הפרסומת למכשירי ה-GSM באה לידי ביטוי התחושה המיוחדת שמקנה "לבישת מכשיר SAMSUNG לדמויות שונות, העסוקות בפעילויות רגילות לחלוטין. כך הפכה חציה רגילה של הכביש להליכה במורד מסלול תצוגה; יציאה לשם קבלת דו"ח משוטרי נראית כיציאה מסנוורת מלימוזינה מפוארת; ותליית שלט חוצות מדמה מניירות של כוכב על הבמה. זו ההשפעה של השימוש במכשיר על אנשים שעוסקים בפעילות יומיומית לחלוטין.

השקת SAMSUNG 714 המשיכה את המגמה, ולקחה אותה צעד אחד קדימה: SAMSUNG סלולר חברה למעצב והאומן ארצי יפרח בשיתוף פעולה מסוגו, והשיקה את דגם ה"הוט-קוטור" הסולרי הראשון. הוט-קוטור הוא מושג נוסף מעולם האופנה, שמשמעותו הצגת דגמים ייחודיים ומבחרים. הדגמים אינם מסחריים, והם מהווים מפגן של יכולת, יצירתיות וחזון.

השקת SAMSUNG 714 כללה בין היתר שילוב של דגמי ה"הוט-קוטור" כחלק משלים לקולקציה שיעצב ארצי יפרח. במסגרת הקולקציה משולבים מכשירי SAMSUNG 714 כחלק בלתי נפרד מההופעה כללית ומהאביזרים. באחד הדגמים, לדוגמה, משולב ז'אקט ששרוולו עשוי מטלפונים סולרניים, בדגמים אחרים משמשים הטלפונים הסולרניים כחגורה, תיק יד, צעיף, משקפיים, חגור צבאי ועוד. כל דגם בקולקציה עמד בפני עצמו, יוצר באופן עצמאי ושווק כסדרה מוגבלת ובמספר מצומצם. עבור הקהל הרחב מוצב המכשיר בדומה להשקת תכשיט או בושם יוקרתי. כדי לתמוך במהלך, הוקמו מעמדים ייחודיים לנקודות המכירה, בהשראת עולם הבשמים הזוהר, בצורת אריזה לבושה חדש ויוקרתי.

מובילות חברתית: המותג זכה לדגשים המייצגים אצילות, פאר, סטטוס ורושם רב. כך למשל, SAMSUNG 910 – מכשיר יוקרתי ובעל מיצוב גבוה במיוחד, מעוצב בדומה למכונית יוקרתית, בצעי הכסף והשמפניה. המכשיר מקרין יופי, איכות וסטטוס גבוה לבעליו.

תדמית זו נתמכה בפעילות השיווקית והפרסומית ע"י דימוי המכשיר לפנינה – יפה, אצילית, נכספת, מרובת פאר ונחשקת. הושם דגש על הדרו של המכשיר והשפה הפרסומת השתמשה בקו היוקרתי והנקי שלו, עם תמונת הפנינה. כדי להדגיש את התדמית אותה מקנה המכשיר לבעליו, חוברת הסיסמא "לפעמים, לא



צריך לדבר הרבה כדי להרשים."

מובילות טכנולוגית: מחקרים שערכה החברה העלו כי לקוחותיה מפיקים תועלות רבות ומגוונות מנשיאת מכשיר SAMSUNG 624. הקמפיין שהוקדש ליתרונו המובהק של המכשיר באיכות הסאונד שללו (16 פולי) מאפשר לבעל SAMSUNG 624 להפוך לכוכב, להיות מרכז העניינים. מסמך הערב בסיטואציות יומיומיות, כמו בילוי עם חברים בבית