

Lehdistötiedote 23.4.2010

Tallink Siljalle asiakkuusmarkkinointikilpailu Kontaktin voitto

Tallink Siljan Silja Line -brändin sosiaalisen median lanseeraus ylsi aina voittoon saakka vuoden 2010 Kontakti-kilpailussa 22.4.2010. Silja Linen sosiaalisen median lanseeraus voitti Timanttikontaktin, kilpailun pääpalkinnon.

Silja Linen Facebook-sivun lanseeraus ja vuonna 2009 toteutetut kampanjat olivat tuloksiltaan ylivoimaisia kilpailussa, ja tuomaristo arvosti tapaa jolla Silja Line onnistui hyödyntämään uutta kanavaa.

- Kontakti-kilpailun voitto sosiaalisen median lanseerauksella on osoitus siitä, että tämän päivän markkinoinnissa ainoastaan tunnettuus, huomioarvo ja positiivinen mielikuva eivät enää riitä, vaan nimenomaan innovatiivinen asiakaskontaktointi ratkaisee. Asiakaskontaktointi sosiaalisessa mediassa on tullut meille luonnolliseksi osaksi markkinointimixiämme, sanoo Tallink Siljan markkinointijohtaja **Maarit Pitkänen**.

Tallink Silja lanseerasi Tallink Suomi ja Silja Line Suomi -sivustot kesällä 2009. Kuukaudessa Silja Line Suomi -sivusto sai peräti 40 000 fania, ja tällä hetkellä faneja on lähes 52 000.

Kontakti on ainoa asiakkuusmarkkinoinnille ja asiakkuusohjelmille tarkoitettu kilpailu Suomessa. Kontakti-kilpailun voittajat pääsevät suoraan semifinaalikerrokselle USA:n DMA:n Echoon. Kontakti-kilpailu järjestettiin tänä vuonna 26. kerran.

Silja Linelle paljon tunnustusta keväällä 2010

Kontakti-kilpailun voitto sekä Valittujen Palojen Vuoden Luotetuin merkki -tunnustus täydentävät hyvin maaliskuisen Grand One -kilpailun menestystä, jossa Silja Line -brändi ylsi yhteen voittoon ja kolmeen kunniamainintaan digitaalisen markkinointiviestinnän kilpailussa.

Tallink Siljan kesällä aloittama sosiaalisen median hyödyntäminen on osoittautunut monella tavoin menestyksekkääksi ja tulokselliseksi. Läsnäolo sosiaalisessa mediassa ei tule jäämään ainoastaan Facebook-sivustoon.

- Tulemme lähiaikoina lanseeraamaan uuden ja mielenkiintoisen asiakasinteraktiota hyödyntävän konseptin, joka on jatkoa Siljan viime syksyn 1000 Tuotekehittäjää -kampanjalle. Asiakkaamme tulevat siis pääsemään pian entistä lähemmäksi Siljan tuotekehitystä, Pitkänen päättää.

www.silja.fi
www.kontakti.fi
www.dma-echo.org

Lisätiedot: Maarit Pitkänen, markkinointijohtaja, Tallink Silja Oy, puh. +358 40 761 1370,
maarit.pitkanen@tallinksilja.com.

Tallink Silja Oy on osa **AS Tallink Gruppia**, joka on yksi Itämeren alueen suurimmista matkustaja- ja rahtiliikennevarustamoista. Tallink Silja Oy liikennöi Suomesta Tallink-brändin alla Helsingistä Tallinnaan ja Rostockiin sekä Silja Line -brändin alla Helsingistä ja Turusta Ahvenanmaan kautta Tukholmaan. Tallink Silja Oy toimii Suomessa viidellä paikkakunnalla, Espoossa, Helsingissä, Turussa, Tampereella ja Mikkelissä ja tytäryhtiö Sally Ab Maarianhaminassa. Yritys työllistää maalla noin 500 ja merellä noin 1000 henkilöä. AS Tallink Grupp on listattu Tallinnan pörssissä.

www.tallinksilja.fi

www.tallink.com