

NEWS
Media e Multimedia | [Social Network](#)

16/05/2011

RACCOMANDA


Un piano di 'Facebook marketing' per R101 sul social network. Firma IAKI

R101 ha affidato a IAKI un piano di comunicazione 'social' che prevede un mix di attività tattiche e sinergiche.

-70% Calzature Moda Sconto fino al 70% sulla collezione 2011. Risparmia da subito e be cool www.GROUPON.it/Scarpe+S

Casting Bambini Cerchiamo bambini per Moda e TV. Dai 3 anni in su . Iscriviti i tuoi. www.4Model.it/Bambini

Diventa Mediatore Civile Iscriviti al Corso per Mediatore Legalmente Riconosciuto. Info ora! www.mediatoriconciliatori.it



Annunci Google

R101, dopo aver rinnovato la programmazione e implementato la squadra dei conduttori con nuovi speaker, rafforza il proprio posizionamento anche sul web e, in particolar modo, sui social network, dove si conferma già molto seguita. **R101** ha superato infatti il traguardo dei 101.000 fan su **Facebook**, un avvenimento che la festeggerà insieme a un fortunato ascoltatore, estratto tra i fan di R101 sul social network, cui sarà offerta la possibilità di trascorrere un'intera giornata negli studi dell'emittente.

R101 ha affidato a **IAKI** un piano di comunicazione 'social' che prevede un mix di attività tattiche e sinergiche. Le campagne di advertising e le proposte creative realizzate su Facebook si sono concentrate in particolare modo su due dei programmi di punta dell'emittente: tra le iniziative la creazione sul social network di pagine già seguitissime dedicate al morning show 'La carica di 101', dove guardare e commentare i video dei tre conduttori, e a 'Molto personale' di Marco Balestri, dove partecipare alle discussioni lanciate in radio dal conduttore. Particolare attenzione è stata riservata anche alla musica attraverso la pagina Musiquiz di R101 che dà a tutti gli utenti la possibilità di partecipare all'estrazione di due biglietti per alcuni dei concerti più attesi della stagione: da oggi al 22 maggio in palio i biglietti del tour dei Toto, di cui R101 è radio ufficiale.