

## UNA STRATEGIA DI SOCIAL MEDIA MARKETING PER NORAUTO DISEGNATA DA IAKI

[BACK TO HOMEPAGE](#)


novembre 13 10:01 2013

by Redazione Assodigitale.it

[Print This Article](#)

Like 2   Tweet 3   +1 0   #assodigitale.it premia i tuoi Like: condividi e aggiudicati punti   Share   Print

### ANNUNCI 4WNET



**Meridiana**  
Scopri le offerte Meridiana fly  
[www.meridiana.it/Offerse-Voli](http://www.meridiana.it/Offerse-Voli)



**UBS Wealth Management**  
Un nuovo tipo di gestione del patrimonio.  
[www.ubs.com](http://www.ubs.com)



**Scopri ASUS VivoBook**  
Lo schermo touch più reattivo della categoria.  
[facebook.com/ASUS-Italia](https://facebook.com/ASUS-Italia)

giuste informazioni su come prendersi cura della propria auto. Un piano editoriale fatto di consigli e informazioni sull'automobile, offerte, novità e promozioni Norauto.

L'elemento centrale della strategia sono le persone, che diventano brand ambassador, capaci di trasformare il loro feedback in contenuto sociale. Come? Tramite l'iniziativa "Consiglia Norauto", un tab su Facebook, e uno spazio su LinkedIn, nel quale vengono raccolte informazioni di prodotto, iniziative e promozioni, che le persone possono leggere, condividere e consigliare agli amici. La stessa meccanica avviene anche nei punti vendita, tramite materiale btl (cartelli da banco, leaflet etc.).

I canali scelti per comunicare questa strategia di social media marketing sono Facebook, LinkedIn e Foursquare: tre canali differenti per segmentare meglio il target. Facebook, per la sua eterogeneità è il canale adatto a raggiungere il maggior numero di persone, le quali attraverso i loro feedback generano contenuti adatti alla diffusione sociale, che a loro volta generano passaparola.

LinkedIn permette di raggiungere un target di professionisti con i quali interagire su un piano di competenza e utilizzo dell'auto più frequente, sui temi della riduzione dei tempi e dell'efficienza nella manutenzione e riparazione. Foursquare funziona da collante, un canale adatto a tutti. Più mirato alle tips sui punti vendita e al check-in dei clienti soddisfatti. Tre canali molto utili a dare voce al brand, capaci di creare engagement e word of mouth.

\*\*\*  
IAKI è un'agenzia di brand engagement: la sua missione è rendere le marche rilevanti per le persone, trasformando conversazioni e coinvolgimento in risultati di vendita.

I nuovi media stanno inducendo nuovi comportamenti sociali e nuovi modi di comunicare. IAKI porta le marche a vivere in questo nuovo scenario, mettendo a frutto competenze che vanno dal pensiero creativo allo sviluppo tecnico, dalla strategia di comunicazione agli eventi, dal mobile al social media marketing. In questi ambiti IAKI gestisce campagne di comunicazione in tutti i settori merceologici, per clienti italiani e internazionali.