

13 giugno 2017

IAKI ha ideato e gestisce con successo su Facebook la social media strategy di Conforama

Categoria: Comunicazione online, siti e concorsi web



IAKI - agenzia milanese di brand engagement - ha ideato e gestisce con successo su Facebook la social media strategy di Conforama, leader nell'arredamento della casa, con l'obiettivo di creare store traffic (traffico nei negozi) e drive-to-web (traffico verso l'e-commerce).

Con un piano editoriale vario che da un lato fa leva sul volantino e le promozioni e dall'altro cavalca sapientemente i trend della stagionalità, IAKI ha costruito una presenza social solida ed efficace. Ecco come la pagina Facebook di Conforama è diventata un vero punto di riferimento per chi è interessato all'arredamento della casa.

Per raggiungere gli obiettivi di vendita, IAKI ha studiato per la pagina il giusto tone of voice: una voce fresca, leggera e diretta che vuole stimolare la curiosità degli utenti sui prodotti in vendita, impiegando

anche l'ironia che smuove e dinamizza il piano editoriale. Gli strilli commerciali dei volantini vengono tradotti efficacemente nel linguaggio e nel tono di voce adatti alle caratteristiche di Facebook.

Come spiega Pierpaolo Di Murro, Web Marketing Specialist di Conforama, "L'esigenza era quella di raccontare la nostra offerta nella lingua di Facebook, comunicando realmente con le persone e facendole sentire più vicine al brand. IAKI ci ha aiutato a raggiungere questo obiettivo, creando traffico sia verso i punti vendita sia verso il nostro e-commerce."

Nella strategia gioca un ruolo di primo piano la componente di social CRM. La pagina risponde con estrema tempestività alle esigenze di primo supporto manifestate dalle persone rispetto ai temi più svariati (tempi di consegna, costi di spedizione, consigli per gli acquisti).