

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/crai-crescita-di-oltre-il-150-di-followers-grazie-allattivita-social-di-iaki>

Crai: crescita di oltre il 150% di followers grazie all'attività social di IAKI



La sfida era accattivante: incrementare l'audience e il servizio di spesa online per una catena che ha nella fisicità della prossimità dei propri punti vendita – oltre 2.200 in tutta Italia – il suo punto distintivo riconosciuto dal mercato. IAKI ha affrontato la sfida creando una strategia multicanale attraverso la realizzazione di piani editoriali pensati in modo coerente con il programma di marketing dell'azienda e intercettando gli interessi degli utenti sui canali social.

“Il primo passo è stato analizzare i comportamenti di coloro che già frequentavano i canali social di Crai, ponendo

particolare attenzione alle occasioni di consumo legate a determinati periodi e alla stagionalità dei prodotti. – racconta Filippo Focchi, Direttore creativo di IAKI – Dopodiché abbiamo costruito dei contenuti informativi e di intrattenimento coerenti con le caratteristiche del brand: rapporto umano, qualità della marca, disponibilità, servizio e focus sulla varietà e la qualità dell'offerta”.

La strategia messa in atto da IAKI è partita dall'analisi del comportamento delle persone in un contesto, quello della 'vetrina' social, in cui è facile mostrare i propri gusti e interessi in totale naturalezza. Ciò ha permesso di costruire piani editoriali ad hoc, sia dal punto di vista dei contenuti, appositamente studiati per i consumatori, sia per quanto riguarda la creatività, pensata per i social e non adattata da altri media. Il risultato dell'attività, che ha conciliato gli obiettivi commerciali di Crai e il comportamento spontaneo degli utenti sui social, ha registrato un incremento considerevole dei fan su Facebook che oramai superano i 158.000, con oltre 50.000 interazioni mensili.

“Il nostro obiettivo è stato quello di raccontare il brand Crai sui social network attraverso un linguaggio semplice e vicino alla nostra audience. – afferma Mario La Viola, Direttore Marketing, Format, Rete e Sviluppo di CRAI – Con IAKI abbiamo condiviso lo spirito che ci guida fin dal 1973, ben prima che nascessero i social, e la nostra richiesta è stata chiara: vogliamo che i valori di Crai vengano declinati efficacemente nei social, allo scopo di instaurare e rafforzare la relazione quotidiana con i nostri consumatori anche sui nuovi mezzi di comunicazione. Una bella sfida, che stiamo vincendo grazie a piani editoriali coinvolgenti che l'agenzia ha saputo creare, comprendendo e traducendo in contenuti ricchi e accattivanti il mondo Crai”.

“I social network rappresentano una nuova opportunità e una nuova forma di comunicazione e valorizzazione dei contenuti di un brand. Con IAKI abbiamo colto questa occasione e costruito insieme una strategia basata sullo storytelling, in grado di rappresentare e raccontare i valori e il posizionamento di Crai attraverso un “linguaggio” semplice e adatto ai social media. – afferma Raffaele Mosca, Marketing Manager, Media Relation & Digital PR di Crai - Bisogna emozionare, raccontare e coinvolgere per mantenere viva la relazione con i propri follower e con IAKI abbiamo sviluppato un palinsesto di contenuti che va in questa direzione”.

TESTATA

www.mediakey.tv

DATA USCITA

8 ott 2019

SOGGETTO

Crai



**Crai: crescita di oltre il 150% di
followers grazie all'attività social
di...**

08/10/2019

■ **DIGITAL**