



NOTA DE PRENSA

## **Fresón de Palos elige a Kanlli para posicionarse en Italia y UK**

La agencia trabaja ya en estrategias de Social Media Marketing y SEO que posicione el producto como de calidad y "marca España".

5 de junio de 2017-. Kanlli será la encargada de a cabo una estrategia digital de branding en redes sociales para Fresón de Palos, de modo que se refuerce la marca en Italia. Además, llevará a cabo una estrategia SEO tanto en Italia como en Reino Unido. El objetivo es posicionarse en ambos países europeos como una marca de calidad superior y con garantías en el suministro.

Entre los retos de la marca se hallan una comunicación adecuada de la calidad del producto, informando acerca de las propiedades alimenticias de esta fruta, así como de sus propiedades nutricionales, salvando la estacionalidad que rige en su cultivo y producción.

Así, la agencia de marketing Kanlli ha trabajado en una estrategia de Social Media Marketing que persigue la finalidad de comunicar en torno al producto, a través de imágenes que transmitan las grandes cualidades de Fresón de Palos, generando un deseo de consumo.

El posicionamiento de marca se desarrollará en las redes sociales, gracias a un plan de Social Media Marketing que Kanlli ya lleva a cabo de manera conjunta con parte de su equipo en Italia. La línea de comunicación irá enfocada a posicionar Fresón de Palos como una marca de calidad superior, saludable, de exquisito sabor y "marca España". Esto se logrará a través de la difusión de comunicaciones y contenidos que fomenten el consumo del producto.

En cuanto a la estrategia de posicionamiento SEO de su página web, Kanlli desarrolla ya labores que visibilicen e incrementen el tráfico al site mediante labores de optimización on-site: análisis del sitio, optimización de las palabras clave y mediante un plan de contenidos adecuado.

El principal problema al que se enfrenta Fresón de Palos es la estacionalidad del producto. Para salvar este escollo, Kanlli ha ideado un plan de contenidos para lograr una continuidad en la comunicación, también en la temporada sin fresón, de modo que no se debilite la asociación de la marca con los valores de alimento saludable y de calidad superior, reforzando el mensaje de que estas frutas son "cultivadas en un entorno único y sólo de la mejor planta sale el mejor fresón".



## **ACERCA DE KANLLI**

Kanlli es una agencia de marketing digital y de resultados. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing interactivo que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Bajo el lema "WHEN EVERYTHING FLOWS" definen su concepto de trabajo: simplificar los procesos de reinversión y transformación que desarrolla para sus clientes y hacerlos más fluidos. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Prosegur, Cetelem, Travel Club, El Corte Inglés, Laboratorios Rovi, Perfumesclub, Makro o Famosa.

## **ACERCA DE FRESÓN DE PALOS**

El proyecto Fresón de Palos nació en 1982, siguiendo unos estrictos principios empresariales basados en la innovación permanente, la capacidad de superación y el trabajo en equipo, como variables indispensables para la satisfacción de las necesidades del mercado y de los propios socios de la cooperativa. Hoy, Fresón de Palos es la mayor productora de fresas del Mundo, una compañía líder que de tradición agrícola arraigada que combina el uso de las más avanzadas tecnologías con el máximo respeto al medio ambiente, haciendo de su fresón líder Mundial.

## **CONTACTO**

**Elena Lostalé**

Marcom Manager

+34 917 259 220 Ext. 125

[comunicacion@kanlli.com](mailto:comunicacion@kanlli.com)

