

IPMARK™

AGENCIAS MEDIOS DIGITAL MARKETING ANÁLISIS Y OPINIÓN IPMARK INSIGHTS **CONNECTED TV**

Makro confía su social media a Kanlli

SOCIAL MEDIA

17  NO HAY COMENTARIOS 10/07/2014 01:42



Makro, la empresa de distribución mayorista, ha confiado a Kanlli las labores de gestión de sus redes sociales, así como la apertura y puesta en marcha de su página de Facebook.

Kanlli ya ha comenzado a ocuparse del perfil de Twitter de Makro, incrementando el número de publicaciones diarias y, por tanto, de interacciones por parte de los seguidores, lo que ha favorecido un aumento del engagement del 29% únicamente durante el primer mes de la nueva gestión.

En cuanto a Facebook, Kanlli ha sido la encargada de crear la página, que en menos de dos semanas superó los 600 seguidores, antes de haber iniciado la campaña de anuncios patrocinados en Facebook. Dentro de la estrategia de Facebook para Makro se plantea la promoción puntual de aquellos post más relevantes, previa recomendación de Kanlli. En su primer mes de existencia, la página ya ha superado los 1.500 fans.

Buscador de noticias...



*Alquiler de equipos
Transporte
y Montaje
Gestión del evento
Desmontaje
Almacenaje*

LO MÁS LEÍDO

LO ÚLTIMO

TNS FanPage Awards: abierta la candidatura

Un Yoda con espada láser

El contenido que se comparte en Twitter está dirigido fundamentalmente al canal HORECA (hostelería, restauración y cafeterías), mientras que en Facebook se abre un poco más el espectro con la intención de llegar, además, a todos aquellos autónomos que no necesariamente tienen un negocio relacionado con la hostelería.

Con ocasión del Mundial de Fútbol, y dada la importancia que este evento deportivo reviste para la hostelería, tanto en Twitter como en Facebook se ha lanzado el concurso #PorraMakro, con el objetivo de que los participantes adivinen diferentes resultados de los encuentros.

Makro ha dado a conocer el lanzamiento de su página de Facebook a sus clientes mediante el envío de una newsletter a su base de datos, la emisión de un comunicado interno y la colocación de un banner informativo en su web. Kanli, por su parte, contribuye a comunicar la presencia en Facebook mediante publicaciones periódicas a través de Twitter y a dinamizarlo publicando contenido afín a la marca y relevante para el potencial consumidor.

-  Facebook
-  LinkedIn
-  Twitter
-  Google
-  Correo electrónico
-  Imprimir

Relacionado



El Palacio de Deportes de Madrid se llamará Barclaycard Arena En "Branding"



TNS FanPage Awards: abierta la candidatura En "IPMARK Insights"



El top social brands de los 'influencers' En "Marcas"

'La Peñita Guapa' de Mixta, by Joaquín Reyes

The Cinema llega a Cibeles

NUESTRA REVISTA



Suscríbete

Contenidos nº actual



Alzar el vuelo.
Desplegar las alas.

Frankfurt i/v desde **99€**

→ Reserva ahora

Nonstop you Lufthansa

A STAR ALLIANCE MEMBER

El precio final. *Plusas incluidas