



CASE STUDY

SOCIAL MEDIA

KREOWANIE
ŚWIADOMOŚCI
MARKI
W MEDIACH
SPOŁECZNOŚCIOWYCH

ROK 2017

CASE STUDY

SOCIAL MEDIA

Klient

SKLEP INTERNETOWY Z ART. OGRODNICZYMI
Polska marka

Czas trwania projektu

1,5 roku

Cel

Budowanie świadomości marki wśród grup docelowych poprzez istniejący fanpage. Rozwinięcie fanpage oraz zdobycie nowych klientów. Kontakt z klientem.

Budżet: 54 tys. zł

ZAKRES NASZYCH DZIAŁAŃ:

- Komunikacja poprzez dwa kanały mediów społecznościowych: Facebook oraz Instagram.
- Komunikacja w mediach społecznościowych opierała się głównie na tematyce ogrodnictwa z przedstawieniem produktów sklepu.
- Propagowanie pozytywnego wizerunku wśród odbiorców fanpage oraz nawiązywanie relacji.
- Obsługiwanie zamówień, składanych również poprzez kanały mediów społecznościowych.
- Publikacja najnowszych artykułów i organizacja konkursów.



8 tys.

nowych
fanów

wzrost
zasięgu o
1000%

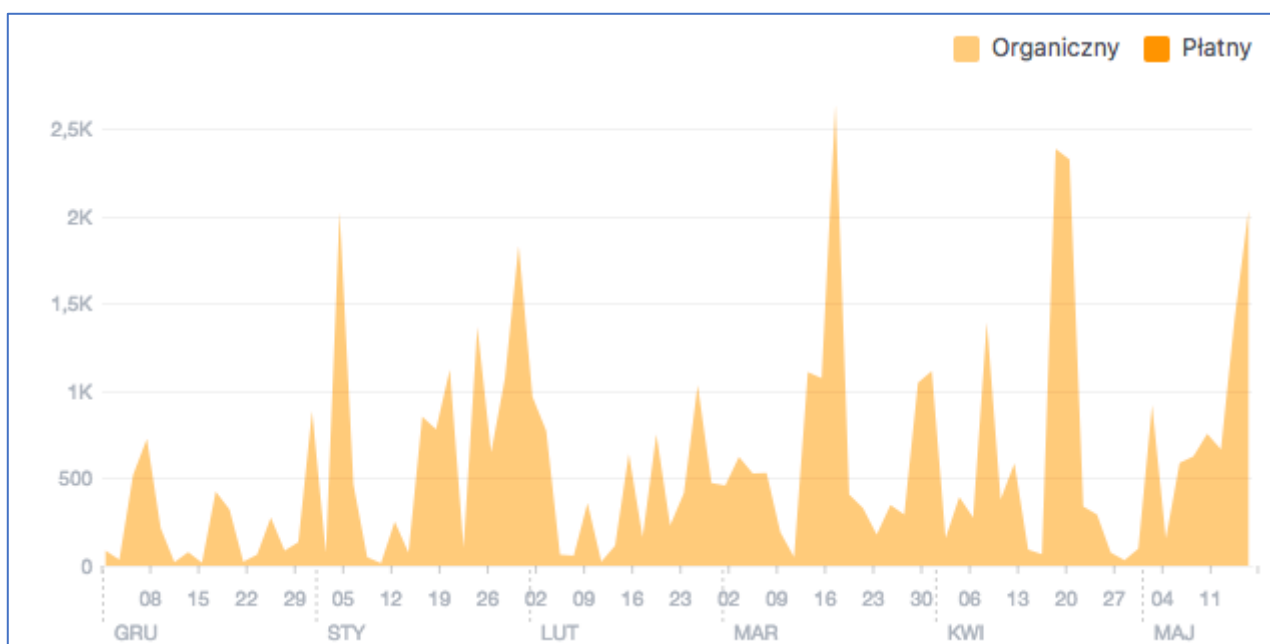
REZULTATY:

- Rozwinięcie fanpage z kilkuset do **ponad 8 tysięcy fanów**.
- Wzbudzenie **zaufania marki** wśród grupy docelowej.
- **Wzrost sprzedaży** w sklepie internetowym klienta.
- **Nowe pozytywne opinie** o sklepie i obsłudze fanpage.
- Pozyskanie stałych klientów oraz wiernych fanów na Facebooku.

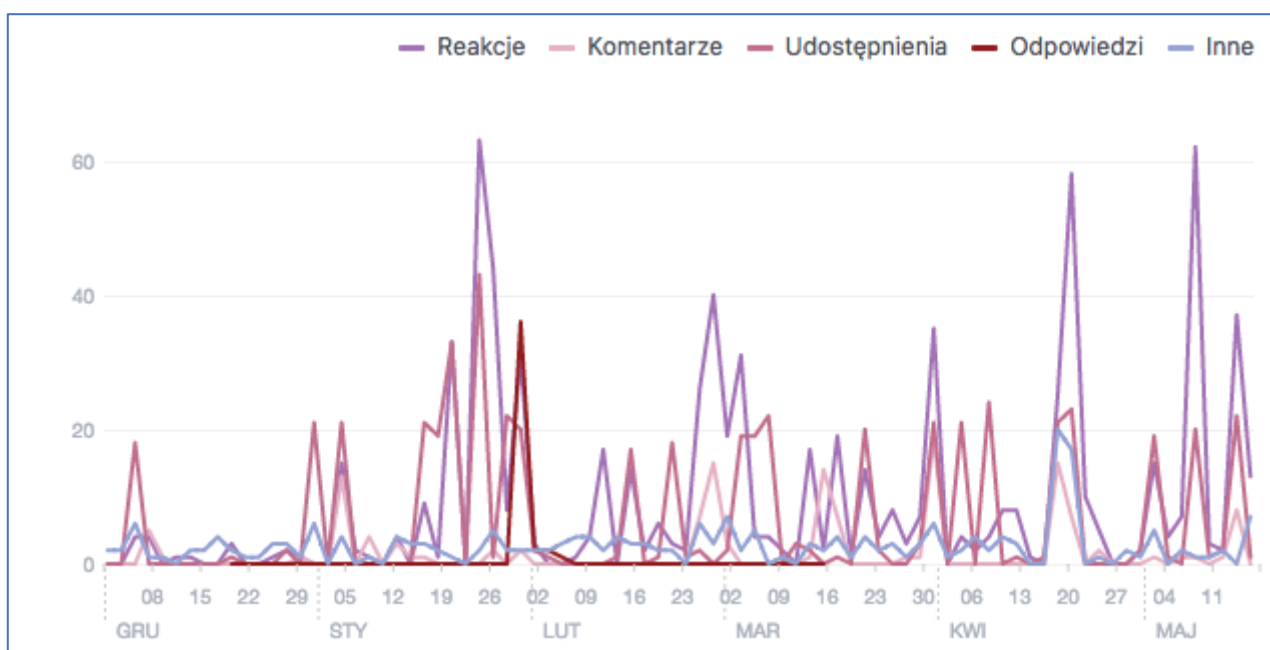
CASE STUDY

SOCIAL MEDIA

STATYSTYKI



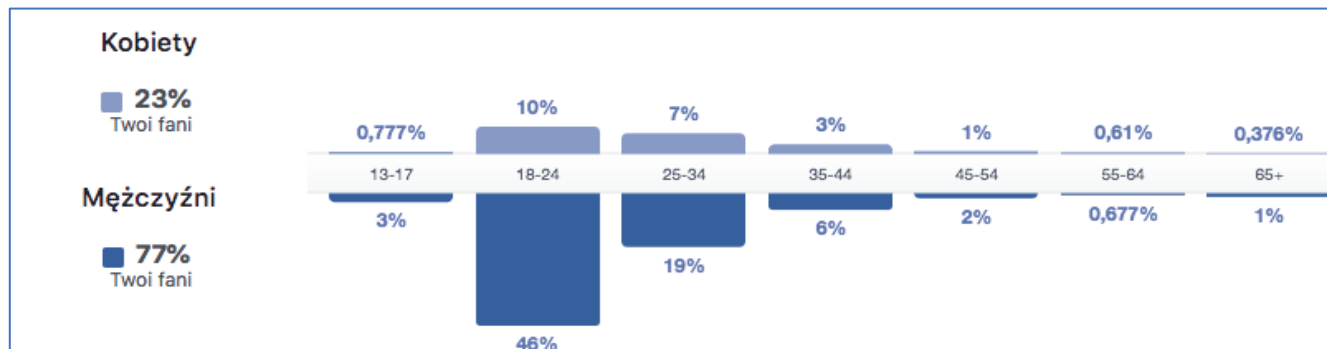
Rysunek 1. Zasięg postów w pierwszym półroczu roku 2017.



Rysunek 2. Reakcje fanów na posty w pierwszym półroczu 2017.

CASE STUDY

SOCIAL MEDIA



Rysunek 3. Społeczność prowadzonego fanpage'a

Kraj	Twój fani
Polska	8333
Turcja	711
Wielka Brytania	378
Niemcy	324
Holandia	257
Stany Zjednoczone	163
Brazylia	130
Indie	99
Egipt	82
Meksyk	71

Rysunek 4. Społeczność w podziale na kraje