

artflash interactive rozwija social media w Kompanii Piwowarskiej

29.01.2010

Kompania Piwowarska stawia na social media. Największy producent piwa w Polsce ma już swoją Stronę i Grupę na Facebooku oraz kanał na YouTube. Firma pragnie w ten sposób rozwijać swoje relacje z otoczeniem i pracownikami. artflash interactive został poproszony o przygotowanie planu rozwoju kanałów oraz modernizację istniejących narzędzi komunikacji.

Proces uspołeczniania lidera polskiego rynku piwa rozpoczął się już w połowie zeszłego roku. W zależności od grupy docelowej dobrany został odpowiedni kanał dotarcia i narzędzia ułatwiające komunikację z odbiorcą. W ramach rozwoju komunikacji online KP, oprócz inwestycji w już istniejące narzędzia, takie jak Piwopedia, opracowała wraz z artflash interactive plan aktywności na Youtube i Facebooku.

Przygoda z Facebookiem

Facebook poprzez swoje rozbudowane możliwości interakcji z użytkownikiem oraz system wielorakiego rodzaju komunikacji pomiędzy osobami zarejestrowanymi stał się idealnym narzędziem do wykorzystania przez KP – mówi Dominik Stachowiak specjalista ds. Public Relations w KP.

W pierwszej kolejności stworzono Grupę, w której ponad 200 osób ma możliwość wymiany doświadczeń związanych z Kompanią oraz uczestniczenia w organizowanych przez KP wydarzeniach. Stronę dla Fanów na Facebooku stworzono z początkiem roku 2010 i w tej chwili następuje jej dynamiczny rozwój. Do tej pory ponad 100 osób stało się fanami KP na Facebooku, dzięki rejestracji bezpośrednio na stronie serwisu lub poprzez specjalną zakładkę na stronie

korporacyjnej KP - www.kp.pl.

Zobacz KP na Facebooku: <http://www.facebook.com/pages/KOMPANIA-PIWOWARSKA-SA/248541518657?ref=ts>

Się kręci na YouTube

Film to doskonały sposób komunikowania się z potencjalnym odbiorcą, dlatego że łączy w sobie obraz, dźwięk i treść a więc angażujemy nie tylko mózg naszego widza ale także jego zmysły – dzięki temu w niespełną minutę możemy przekazać wiele informacji – mówi Klaudyna Polanowska-Skrzypek specjalista ds. Public Relations z KP.

Kanał KPWydarzenia na Youtube żyje i poszerza swoje zasoby od 5 miesięcy. Użytkownicy mogą na nim znaleźć materiały filmowe dotyczące najważniejszych wydarzeń związanych z Kompanią i jej markami, filmowe komentarze i wypowiedzi przedstawicieli KP, konferencje, ciekawostki na temat powstawiania piwa oraz relacje z wolontariatu pracowniczego i firmowych imprez. Autorami filmów zamieszczanych na kanale KPWydarzenia są pracownicy firmy. Najpopularniejszy film na kanale obejrzało do tej pory ponad 2000 osób.

artflash interactive przygotował plan rozwoju narzędzi oraz, w ramach administracji www.kp.pl, specjalny format odnośnika do kanału.

Zobacz kanał KPWydarzenia na YouTube: <http://www.youtube.com/user/KPwydarzenia?gl=PL&hl=pl>

artflash interactive od 2004 roku specjalizuje się w budowaniu stron oraz serwisów www, kreacji kampanii internetowych, opracowywaniu strategii online oraz planowaniu działań marketingowych i komunikacyjnych

w internecie. Do tej pory z powodzeniem zrealizowała projekty interaktywne m.in. dla takich klientów jak: Animex SA, Chiquita, Eli Lilly, Fujifilm, Gedeon Richter, Kompania Piwowarska SA, Mróz, Okechamp, Remes, Yetico czy Wrigley. Agencja zaangażowana jest w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu w kampanię społeczną „Warto być za!” oraz program edukacyjny „Nie pakuj się do trumny - Zrób cytologię!”.