

akcja-komunikacja dla fiorello.pl

10.03.2010

W związku z dynamicznym rozwojem sklepu internetowego www.fiorello.pl artflash interactive aktywnie wspiera jego obecność internetową. Działania komunikacyjne na rok 2010 skupią się przede wszystkim na szerszym dotarciu z produktami sklepu do społeczności internetowej.

Sklep www.fiorello.pl powstał z myślą o ludziach, którzy przywiązują wagę do przedmiotów codziennego użytku i czerpią przyjemność z chwil spędzanych z rodziną i przyjaciółmi. Na fiorello.pl spotykają się osoby, dla których charakter otoczenia, w którym codziennie przebywają, ma duży wpływ na ich samopoczucie. To również miejsce przeznaczone dla amatorów dekoracji i miłośników dobrego smaku.

Fiorello.pl jako pierwszy sklep internetowy na polskim rynku wprowadził na niego produkty znanych firm skandynawskich na czele z duńską firmą GreenGate - słynąca z wyjątkowych produktów o sielskim wzornictwie - oraz szwedzką Ekelund - produkującą bawełniane i lniane obrusy, bieżniki, serwetki i ręczniki kuchenne od ponad 300 lat.

Wraz z nadejściem nowej kolekcji wiosenno-letniej komunikacyjnie budzimy z zimowego snu działania marketingowe online. Osią komunikacji będą:

- prowadzony z powodzeniem przez właścicielkę sklepu autorski blog o dekoracji i aranżacji wnętrz – blog.fiorello.pl
- dedykowana miłośnikom sklepu strona na Facebooku
- kampanie AdWords w Google
- pozycjonowanie sklepu w wyszukiwarkach
- prowadzenie biura prasowego oraz kontakt z mediami branżowymi

W poprzednich latach z sukcesem zbudowaliśmy internetowy wizerunek marki Fiorello.pl, teraz zamierzamy jej pomóc w zwiększeniu sprzedaży online w oparciu o wartości, które towarzyszyły jej

powstaniu w 2007 roku – mówi Rafał Bobak, marketing director agencji.

Więcej na: www.fiorello.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!”.