

Sezioni

[Agenda](#)
[Associazioni](#)
[Beyond](#)
[CSR](#)
[Educational](#)
[Eventi](#)
[Gare](#)
[Internet](#)
[Inchieste](#)
[Marketing](#)
[Media](#)
[Off the records](#)
[Persone](#)
[Premi](#)
[Pubblicità](#)
[Rassegna Stampa](#)
[Worldwide](#)
[Home](#) > Internet

Iaki firma la strategia di social media marketing di Alfaparf Milano

6/11/2013

Obiettivo dell'iniziativa: aumentare la **brand reputation**, spingere l'**e-commerce** e rafforzare la presenza sui **social network**, favorendo il **word of mouth**.



Alfaparf Milano, multinazionale italiana dell'industria cosmetica, che opera nella cura del capello e del corpo, sceglie **Iaki** per ideare e gestire un'attività di social media marketing.

L'obiettivo è migliorare il suo posizionamento sui social media, per aumentare la **brand reputation**, spingere l'**e-commerce**, avvicinarsi ai bisogni reali del suo target di riferimento, costruendo una forte **digital identity**.

Le donne sono le maggiori consumatrici del brand. Ottime ascoltatrici, si lasciano sedurre da temi riguardanti il beauty e l'hairstyling. Generano passaparola naturalmente, creano quindi dialogo, conversazione e word of mouth.

Da queste considerazioni nasce la **strategia di social media marketing** di Iaki. **Lo specchio è l'escamotage creativo** scelto. Questo perché alle donne, e non solo a loro, piace guardarsi e piacersi.

Alfaparf Milano offre loro consigli per essere sempre perfette, eleganti e affascinanti: curiosità, novità riguardanti l'hairstyling e gli ultimi trend del momento. Anche attraverso video tutorial su YouTube sulla cura dei capelli, trattamenti e acconciature facilmente riproducibili a casa. Un aiuto per sentirsi più belle con un solo click, senza dover ricorrere ai pesanti e polverosi cataloghi dei parrucchieri. Tali contenuti hanno permesso di creare un piano editoriale originale, una comunicazione semplice e immediata, capace di coinvolgere le donne, favorire la conversazione, il passaparola e il brand engagement.