

## Sezioni

[Agenda](#)  
[Associazioni](#)  
[Beyond](#)  
[CSR](#)  
[Educational](#)  
[Eventi](#)  
[Gare](#)

### Internet

[Inchieste](#)  
[Marketing](#)  
[Media](#)  
[Off the records](#)  
[Persone](#)  
[Premi](#)  
[Pubblicità](#)  
[Rassegna Stampa](#)  
[Worldwide](#)

SCEGLI LA TUA AGENZIA

[Home](#) > [Internet](#)

## Iaki disegna una strategia di social media marketing per Dibi Milano

20/11/2013

L'obiettivo è rafforzare la sua presenza sui social media, la sua digital identity e spingere al traffico in-store.



**Dibi Milano**, azienda che opera nel settore dell'estetica professionale, sceglie **Iaki** per ideare e gestire un'attività di social media marketing.

L'obiettivo è rafforzare la sua presenza sui social media, la sua digital identity e spingere al traffico in-store.

Alle donne piace star bene con sé stesse. La loro è una ricerca continua. Il benessere fisico porta ad un benessere mentale. "Mens sana in corpore sano". Mente e corpo che camminano insieme, questo il **concept creativo**. E da queste considerazioni nasce la **strategia di social media marketing** di Iaki.

Dibi Milano fornisce suggerimenti su come curare il proprio corpo. Un piano editoriale fatto di consigli per favorire la salute e la forma fisica: aforismi sul corpo e sulla sua importanza, abbinamenti tra cibo e attività fisica, consigli su prodotti e trattamenti certificati, e dritte per una corretta alimentazione.

I due **canali** scelti per comunicare questa strategia di social media marketing sono **Facebook** e **YouTube**.

Il primo perché consente di parlare direttamente con chi è interessato al prodotto e indirettamente con chi non lo è. YouTube invece perché è uno spazio in cui ci sono persone che conoscono il brand e che si vogliono informare sulle ultime novità attraverso la proiezione visiva. Il canale per questo motivo è stato customizzato e pensato come repository di immagini e video, che hanno come protagonisti i prodotti e i trattamenti Dibi Milano.