

Jest tylko jeden cel przyświecający relacjom Nikon Polska z fanami marki obecnymi w polskich mediach społecznościowych - bliskość. Niezależnie od kanału - czy to Facebook, Twitter, Flickr czy YouTube, przedstawiciele Nikona zawsze gotowi są podejmować rozmowę z użytkownikami lub po prostu osobami zainteresowanymi fotografią i związanym z nią sprzętem.

Facebook jest w tej chwili głównym kanałem komunikacji Nikona w społecznościach. Treści, którymi się dzielimy, to przede wszystkim tematy związane z główną domeną naszej działalności - fotografią. Są to zarówno wpisy zabawne, ciekawostki, jak i rzeczy ważne, takie jak zagadnienia praw autorskich i własności intelektualnej. Równocześnie staramy się unikać wrzucania wpisów czysto produktowych, zazwyczaj ograniczając się tylko do premier, które mogą interesować naszych fanów. Staramy się również odpowiadać na wszelkie ich pytania i wątpliwości.

Proaktywna postawa przynosi pozytywne efekty. Potwierdzają to raporty, jak chociażby ostatni wspólny opracowany przez Mediarun oraz Napoleon Cheesecat, sytuujący fanpage Nikon Polska na piątym miejscu w kraju wśród marek technologicznych obecnych na rodzimym Facebooku. Cieszą nas również rosnące wskaźniki ilości fanów oraz, co dla nas najważniejsze, ich aktywności oraz interakcji z nami. Lubimy to!

Biuro Prasowe Nikon Polska