

Pozycjonująca się dotychczas jako producent widgetów i aplikacji spółka 8fish oficjalnie potwierdza rozszerzenie swoich działań na obsługę kompleksowych kampanii w mediach społecznościowych. Jako lider w produkcji widgetów, nie wycofuje się jednak z tego rynku. Widgety stanowią istotny element w kampaniach realizowanych przez firmę.

– Aplikacje, Quizy, Engagement Ads, boksy CPC/CPM, aktywizacja społeczności, konkursy, Ads YouTube to tematy, w których dobrze się czujemy, a przekaz reklamowy zaprezentowany w niestandardowy, unikalny i ciekawy dla użytkowników sposób, jest kluczem do sukcesu kampanii zaplanowanej w medium społecznościowym – tak oficjalną zmianę profilu działalności firmy 8fish komentuje Bartosz Kwaśniewski, Prezes Zarządu.

8fish ma już wszechstronne doświadczenie w prowadzeniu kampanii na Facebooku, Twitterze, Blipie, ale też Flakerze, czy YouTube oraz innych platformach społecznościowych i mikrobloggingowych.

– Osiągamy bardzo dobre efekty. Nie improwizujemy, znamy doskonale mechanizmy funkcjonowania społeczności – dodaje Kwaśniewski. – Pierwsze kampanie uruchamialiśmy jeszcze w momencie, gdzie Facebook był zupełną nowością na naszym rynku, a cała uwaga była poświęcona lokalnym serwisom. Na tę chwilę przeprowadziliśmy już sporą ilość projektów dla naszych klientów. W przeciwieństwie do obserwowanych przez nas projektów konkurencyjnych, tworzymy synergii pomiędzy popularnymi serwisami społecznościowymi, osiągając zakładane cele reklamowe. Absolutną nowością na polskim rynku jest usługa CoolHunting, dzięki której śledzimy trendy oraz segmentujemy użytkowników, którzy są członkami społeczności skupionych wokół określonych FanPage'ów w ramach serwisu Facebook.

Zespół 8fish tworzy strategię komunikacji w mediach społecznościowych, wykorzystując zarówno strony społecznościowe, jak i aplikacje dedykowane. Spółka realizuje projekty działań reklamowych, które wywołują pozytywne emocje, dostarczają rozrywki oraz bazują na stałej komunikacji z użytkownikiem.

Wśród klientów 8fish są m. in: Unilever, Canon, L'Oréal.
Więcej informacji: www.8fish.pl

Personal PR