



NOTA DE PRENSA

## Makro confía la gestión de su Social Media a la agencia Kanlli

Su página de Facebook ha registrado más de 1.500 fans desde su creación, hace tan sólo un mes.

9 de julio de 2014-. La empresa líder de distribución mayorista, Makro, le ha encomendado a Kanlli las labores de gestión de sus redes sociales, así como la apertura y puesta en marcha de su página de Facebook.

Kanlli ha tomado las riendas del perfil de Twitter de Makro, incrementando con ello el número de publicaciones diarias y, por tanto, de interacciones por parte de los seguidores, lo que ha favorecido un aumento del *engagement* del 29% únicamente durante el primer mes de la nueva gestión.

En cuanto a Facebook, Kanlli ha sido la encargada de crear la página, que en menos de dos semanas superó los 600 seguidores, aún a pesar de no haber dado comienzo aún la campaña de anuncios patrocinados en Facebook. Dentro de la estrategia de Facebook se plantea la promoción puntual de aquellos post más relevantes, previa recomendación de Kanlli. En su primer mes de existencia, la página ya ha superado los 1.500 fans.

El contenido que se comparte en Twitter está dirigido fundamentalmente al canal HORECA (hostelería, restauración y cafeterías), mientras que en Facebook se abre un poco más el espectro con la intención de llegar, además, a todos aquellos autónomos que no necesariamente tienen un negocio relacionado con la hostelería.

El tipo de contenido que aquí se comparte es, por tanto, de carácter más general. Además, por su propia naturaleza, Twitter está más enfocado a dar cobertura a todos aquellos eventos en los que Makro participa, bien sea como patrocinador o como organizador: ferias gastronómicas, concursos culinarios, talleres con escuelas de hostelería, etc.

Con ocasión del Mundial de Fútbol, y dada la importancia que este evento deportivo reviste para la hostelería, tanto en Twitter como en Facebook se ha lanzado el concurso #PorraMakro, con el objetivo de que los participantes adivinen diferentes resultados de los encuentros.

Makro ha dado a conocer el lanzamiento de su página de Facebook a sus clientes mediante el envío de una newsletter a su base de datos, la emisión de un comunicado interno y la colocación de un banner informativo en su web. Kanlli, por su parte, contribuye a comunicar la presencia en Facebook mediante publicaciones periódicas a través de Twitter y a dinamizarlo publicando contenido afín a la marca y relevante para el potencial consumidor.

Makro se suma así a la cartera de clientes que han confiado a Kanlli la gestión del Social Media, entre los cuales cabe citar a Prosegur, Dunkin' Coffee o Perspirex.



## **ACERCA DE MAKRO**

Makro, filial española del grupo Metro, es la empresa líder de distribución mayorista en España de venta de productos de alimentación y no alimentación a profesionales del mundo de la restauración, comerciantes o instituciones. En 1972 Makro abrió el primer centro en Madrid, introduciendo el concepto de cash & carry en España, ampliado en la actualidad con el servicio de entrega a hostelería. En 2012 Makro España y Makro Portugal se integraron en una única dirección para aprovechar las sinergias de ambos países. Makro cuenta, a día de hoy, con 37 centros en España y 10 en Portugal.

## **ACERCA DE KANLLI**

Kanlli es una agencia de marketing con corazón digital. Hoy día sólo hay una cosa permanente: el cambio. Y el cambio es la norma fija en el mundo de la comunicación y el marketing. Kanlli es la agencia de marketing que ayuda a las marcas a triunfar en un mundo en constante cambio. Entre sus clientes se encuentran prestigiosas marcas como Dunkin' Coffee, Laboratorios Rovi, OK Money, Makro o Prosegur.

## **CONTACTO**

**Elena Lostalé**

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

[comunicacion@kanlli.com](mailto:comunicacion@kanlli.com)