



NOTA DE PRENSA

Kanlli publica el paper “El coste de una crisis en redes sociales”

Aborda recomendaciones para gestionar redes corporativas, a partir de los casos Nestlé, BP, Chrysler, IKEA o Heineken

14 de octubre de 2013-. La agencia de marketing online Kanlli ha publicado el paper “El coste de una crisis en redes sociales”. En él, a través de diversos ejemplos de gestión de crisis de grandes marcas en social media, analiza el alcance mediático y las consecuencias que puede tener tomar malas decisiones en este ámbito. Apoyada en sonados casos de alcance internacional, la agencia ofrece recomendaciones sobre cómo afrontar un episodio delicado o cómo evitar que una mala decisión del responsable de comunicación en redes sociales genere dificultades.

En el documento se han utilizado casos reales de crisis protagonizados en los últimos años por marcas como Nestlé, BP, Chrysler, IKEA y Heineken, o instituciones como la Policía de Nueva York o el Partido Popular, en España.

Partiendo de los ejemplos, Kanlli analiza el coste que en cada caso tuvo cada episodio y los divide en dos grandes grupos en función de su naturaleza: crisis endógenas (aquellas que se originan en el propio seno de las redes sociales) y crisis exógenas (las que, a pesar de tener su origen fuera de los medios sociales, acaban repercutiendo en ellos de manera directa y, por tanto, en la reputación o cuenta de resultados de la marca).

Finalmente, la agencia de marketing concluye con una serie de consejos en relación a la gestión de las redes sociales corporativas de cara a evitar posibles crisis o mitigar los efectos de aquellas que se presentan inevitables. El paper es gratuito y puede descargarse en <http://www.kanlli.com/ideas/estudios/coste-de-una-crisis-en-redes-sociales>

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 Prosegur, Dunkin' Coffee, Laboratorios Rovi, Travel Club o Makro.

CONTACTO

Elena Lostalé

Departamento de Comunicación

+34 917 259 220 Ext. 125

comunicacion@kanlli.com