**LodyBonano jeszcze bliżej swoich fanów**

**Działająca od ponad dekady, obecnie największa franczyzowa sieć lodziarni w Europie – LodyBonano – licząca niemal 270 punktów w całym kraju zmienia strategię komunikacyjną. Choć do budowy trwałych relacji ze swoimi fanami – wciąż będzie wykorzystywać przede wszystkim popularny portal facebook.com, ale będzie to realizować w jeszcze bardziej spersonalizowany sposób – za pomocą lokalnych profili.**

Marka LodyBonano chce być jeszcze bliżej swoich wiernych fanów. Służyć ma temu m.in. projekt uruchomienia oddzielnych profili fan page na portalu facebook.com, osobnych dla każdego działającego punktu.

W efekcie wraz z początkiem marca większość spośród niemal 270 lodziarni posiada już swoje lokalne strony służące do komunikacji z klientami na tym popularnym portalu społecznościowym.

Lokalne profile mają służyć przede wszystkim jeszcze większej identyfikacji z marką. *- Dzięki temu chcemy, aby nasi klienci poczuli jeszcze silniejszą więź z LodamiBonano, które znajdują się przecież niemal po sąsiedzku - zwykle na przysłowiowe wyciągnięcie ręki – mówi Sylwia Korpacz, odpowiedzialna za marketing marki.*

Na lokalnych stronach lodziarni, znaleźć można informacje o zaangażowaniu danego punktu w życie społeczności, w której działa, nowości dotyczące oferty czy też prowadzonych aktualnie promocji, konkursów i akcji marketingowych.

Docelowo, już wkrótce, wszystkie lokalne profile LodówBonano mają przejść pełen proces integracji wizualnej pod względem spójnej identyfikacji. Dotychczas na portalu facebook.com działało kilkanaście profili lodziarni zakładanych samodzielnie i z inicjatywy ich właścicieli – franczyzobiorców. Teraz, zgodnie z nową strategią profil każdego punktu ma wyglądać podobnie, różnić się ma większą indywidualizacją treści w uwzględnieniu lokalnych uwarunkowań.

Jak podkreśla przedstawicielka marki, to ogromny i niezwykle skomplikowany projekt –najprawdopodobniej największe tego typu przedsięwzięcie pod względem skali w całym polskim „facebooku”. *- Chyba nikt wcześniej nie porwał się na uruchomienie i prowadzenie na tak znaczną skalę stron tego typu dla fanów na tym portalu.*

Za realizację odpowiada agencja PublicumPR, która dotychczas obsługiwała już marki: LodyBonano, Wytwórnię Lodów Prawdziwych „u Lodziarzy” oraz Hard – Ice zarówno w zakresie media relations jak i social media – prowadząc komunikację na oficjalnym fan page’u LodówBonano, profili wszystkich lokali działających w sieci „u Lodziarzy” oraz profili biznesowych obu lodowych marek.