Примером удачной кампании в социальной сети «Вконтакте» выступает группа Копицентра <http://vk.com/copyspbru>.

Целью SMM-кампании стояли рост доверия и создание положительного имиджа компании.

За пять месяцев активного продвижения в группу было привлечено более 13 000 человек, активность аудитории группы выросла в 4 раза. За время продвижения мы смогли нивелировать негативные мнения о Копицентре, а также создать образ креативной и современной компании. Группа Копицентра стала лидером сети «Вконтакте» по численности аудитории среди полиграфических компаний.



рис. 1 Группа Копицентра в социальной сети «Вконтакте»



рис. 2 Статистика по росту участников с сентября 2012 года по февраль 2013 года