Автор: Administrator
10.06.2017 08:40 -



Современный мир невозможно представить без социальных сетей. Благодаря им люди могут общаться друг с другом, делиться чем-то интересным с миром. В настоящее время многие знаменитые певцы, актёры, артисты имеют аккаунты в различных социальных сетях. Группа Depeche Mode не стала исключением. Например, совсем недавно группа запустила оригинальную стратегию ведения своих социальных сетей. Так, музыканты в Facebook запустили акцию, которая получила название «365 фанатов за 365 дней».

Подробнее об акции

С марта текущего года и в ближайшие 365 дней в социальных сетях на страницах группы фанаты будут выкладывать свои публикации. Следить за новостями фанатам будет проще с профиля музыкантов в Facebook. Музыканты обратились к своим фанатам и попросили их рассказать о себе на странице популярной социальной сети. Поклонники группы уже начали активно принимать участие в этой акции. Так, одна из фанаток группы по имени Лиз поделилась своей историей борьбы с раком. Она рассказала, что каждый день, когда она отправлялась на процедуры в больницу, она надевала футболку с изображением её любимой группы.

Поклонница пояснила, что футболка напоминала ей только о хорошем и помогала чувствовать себя живой. Таких историй множество и каждый день публикуется история одного из поклонников музыкантов. Таким образом, группа продвигает свой новый последний альбом и уже начавшееся мировое турне.

Начало компании

Чтобы запустить эту акцию Гаан рассказал о ней на своей странице в Facebook и пригласил поклонников творчества группы принять участие в этой компании. К настоящему времени уже прислано более 3 000 заявок. В число поклонников уже вошли и знаменитости такие как: группа Linkin Park, астронавт Тим Пик и т.д. Присоединившись к акции, участники группы Linkin Park в своём посте рассказали, что группа Depeche Mode оказала на их творчество огромное влияние, поскольку музыканты выросли на их творчестве. Непосредственно идея акции была разработана агентством BBH и Фейсбук Креатив Шоп. Создатели проекта пояснили, что перед ними стояла задача – рассказать о новом альбоме легендарных музыкантов, существующих уже около 30 лет. Креативщики пояснили, что они просто позволили поклонникам группы реализовать поставленную задачу. Работа агентства заключается лишь в рассмотрении заявок и выборе самых интересных историй, которые публикуются на странице социальной сети. Этим фанаты помогают продвижению тура группы. Так, например агентство выбрало очередную историю, которая была прислана поклонником из Мексики. Выбор пал не просто так, ведь группа впервые за 9 лет выступит в Латинской Америке. Менеджер группы рассказал, что музыкантам, по сути, не приходится продвигать самих себя, ведь платформа на базе социальных сетей объединяет всех поклонников группы, которые имеют возможность общаться друг с другом.