

Wrzesień 2019

## **Buderus startuje z komunikacją w mediach społecznościowych**

Od połowy września Buderus poza oficjalną stroną korporacyjną jest również obecny na Facebooku oraz Instagramie. W ten sposób marka chce jeszcze intensywniej prowadzić komunikację z obecnymi oraz potencjalnymi klientami.

Na profilach Buderus Polska znajdują się informacje o najnowszych produktach wchodzących na rynek, technologiach oraz nowych funkcjonalnościach już istniejących systemów grzewczych. Obserwujący będą również na bieżąco informowani o najważniejszych wydarzeniach organizowanych przez markę Buderus.

W swojej komunikacji Buderus stawia na najważniejsze tematy w branży grzewczej: innowacyjność, systemowość oraz ekologię. Na kanałach poza nowościami będzie można znaleźć wypowiedzi ekspertów Buderus oraz praktyczne porady dotyczące urządzeń.

*- Jesteśmy świadomi, że media społecznościowe stanowią dziś jeden z najważniejszych obszarów komunikacji marek. Wiemy też, że często jest to najszybszy sposób na dotarcie z informacją o nowej ofercie czy zmianach, jakie dokonują się w obrębie marki. Ponadto chcemy być w bieżącym kontakcie z naszymi klientami m.in. po to, aby móc na bieżąco dopasowywać naszą ofertę do ich zmieniających się potrzeb –* podsumowuje **Piotr Narkiewicz, Kierownik Marketingu, Bosch Termotechnika.**

Poprzez te działania Buderus chce umocnić swój wizerunek jako marki premium, a także kompleksowego producenta, u którego można nie tylko zakupić samo urządzenie, ale także niezbędne elementy całej instalacji grzewczej.