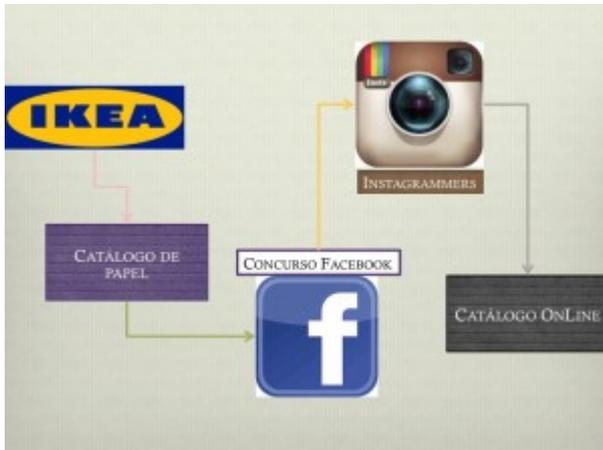


# Ikea : Una Estrategia Social Media Exitosa



En Noruega, [Ikea](#) ha invitado a sus **fans** a publicar en **Instagram** las páginas de su **catálogo de papel**. En 4 semanas, el catálogo estaba completo y se podía consultar en aquella red social.

Después de haber realizado su catálogo de papel que representa el **70% de su presupuesto publicitario anual** y haberlo publicado a unos 200 millones de ejemplares, Ikea lo ha vuelto a crear en Instagram, gracias a la participación de sus fans. **Ikea Noruega y la agencia SMFB Oslo**, han decidido solicitar los 160 000 fans de la marca en Instagram y Facebook lanzando un **concurso**.

La idea es simple : **los fans tienen que tomar una foto de una página del catálogo y publicarla con el hashtag [#IKEAKATALOGEN](#)**. También tienen que indicar con un segundo hashtag el producto / mueble que desean ganar, como por ejemplo **#STOCKHOLM**.

**Cada semana, la marca regalaba un mueble a un fan**, seleccionado entre todas las imágenes subidas en la red social. Sin olvidar **comunicar y anunciar los ganadores en su página de Facebook** que cuenta unos 147 000 fans.

Con esta exitosa campaña se consiguió un **catálogo completo en Instagram en menos de 4 semanas**, y disponible a través del hashtag #IKEKATALOGEN. Un medio eficiente para que la marca pudiera **ampliar su visibilidad, así como la de sus productos en las redes sociales**. Elegir Instagram, red social basada en fotos y propiedad de Facebook, fue buena idea para promover un catálogo offline y transformarlo en online gracias a la **implicación / “engagement” de su comunidad**.