

Webedia lanza en España BRANDISTA, un departamento de estrategia y contenidos digitales para las marcas

El grupo multinacional ya dispone de un equipo de 400 profesionales al servicio de firmas como L'Oréal, Leroy Merlin, Orange o Carrefour. Replicará en nuestro país su éxito con experiencias de branded content en naciones como Francia, Alemania, Brasil o Estados Unidos

El grupo Webedia, líder en creación de plataformas y experiencias digitales, presenta ahora en nuestro país BRANDISTA, su equipo de expertos en creación de contenidos y desarrollo de estrategias multicanal al servicio de las marcas. Este departamento se inspira en experiencias similares de Webedia en países como Francia, Alemania, Brasil o Estados Unidos... y en la labor un equipo de 400 expertos de la compañía que ya están acompañando en todo el mundo a marcas como Carrefour, Orange o Renault.

Con este departamento de Brand Publishing, orientado a diseñar y alimentar el posicionamiento de empresas y corporaciones de cualquier sector en web, redes sociales y dispositivos 360, Webedia apuesta por el tándem de innovación y creatividad y pone a disposición de sus clientes su experiencia multinacional como creador de contenidos con impacto, que generan audiencia y 'engagement' en los públicos. Su veteranía como Publisher permite compartir con los clientes buenas prácticas que se traducen en la creación de contenidos con impacto.

La propuesta de BRANDISTA pasa tanto por la generación de contenidos en formatos audiovisuales y textuales para las marcas, como por la ideación de experiencias digitales, la optimización a nivel de SEO y buscadores y la planificación a todos los niveles que permita sostener estos proyectos, ideados específicamente para cada marca.

En el área de Brand publishing, Webedia ha trabajado local e internacionalmente como aliado en la creación de experiencias online en dispositivos 360, para grandes marcas de distribución (Carrefour, FNAC, Media Markt), transporte (SNCF), gaming (Ubisoft), banca y finanzas (BNP Paribas), alimentación (Danone, Grupo Ferrero, Coca Cola), telecomunicaciones (Orange) o automoción (Renault). Cuenta con una experiencia notable en el sector de la belleza, junto a firmas como L'Oréal y Jean Louis David.

Los proyectos editoriales multicanal desarrollados incluyen tanto la generación de vídeos, artículos, tutoriales o concursos, como la gestión y orquestado de la presencia en sus diversos canales en redes sociales y community management. El apoyo de influencers y líderes de prescripción en plataformas como Youtube, Instagram y otras redes sociales es otro de los pilares de esta estrategia multicanal, factible a través de la agencia de talentos de Webedia, VIZZ.

En España, liderará el proyecto de BRANDISTA, Cécilia Sonnet, quien, tras 7 años en Webedia Francia, dedicada la generación de estrategias digitales para grandes marcas como SNCF, Orange, Casino, lleva ya tres años orquestando a nivel internacional la gestión online de las marcas del grupo L'Oréal (Lancôme, Essie, L'Oréal Paris...): "Mi experiencia en Webedia Francia me ha permitido tener una visión global de los desafíos digitales de las marcas a nivel local e internacional. Me gustaría aprovechar esta experiencia clave para que BRANDISTA se convierta en el compañero digital de marcas españolas como Coca-Cola, Leroy Merlin, Nestlé, para nombrar a unos de ellos, que ya han confiado en nosotros internacionalmente. Gracias a la confianza de L'Oréal España y a la implicación de nuestro equipo local, ya hemos obtenido unos resultados muy positivos entre los que destacan: un alcance orgánico de 6,6M en 2017 para la página FB de Redken o una audiencia de más de 2M de visitas para las páginas web de marcas de la División Profesional. Mi desafío actual en Webedia España es compartir todas las buenas prácticas que hemos ido recopilando para crear una estrategia de contenidos creativa y exitosa para nuestros nuevos clientes".

Webedia, que gestiona en España webs líderes en el sector del ocio digital como Sensacine, IGN y 3DJuegos, se posiciona como líder en entretenimiento online, tanto en la dimensión de comunicación informativa como en la branded content. Presente hoy en más de 10 países, coordina 50 grandes sites o páginas web, que generan en torno a 2,5 billones de páginas vistas y no menos de 2 billones de visionados en plataformas de intercambio de vídeos como Youtube, según datos de 2017.

Datos de contacto:

Francisco Díaz
637730114

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>