

ING DIRECT invita a bailar en un concurso de Facebook

07 de abril de 2011

“Bailando sobre las cosas que no te gustan” es un divertido concurso que invita a los usuarios de Facebook a grabar vídeos bailando

En menos de 3 semanas la iniciativa ha recibido 9.000 visitas y más de 4.200 personas han votado por su vídeo favorito

ING DIRECT, el mayor banco directo del mundo, que ha superado los dos millones de clientes en España, ha lanzado el primer concurso de baile en Facebook acompañando la campaña en medios sobre las ventajas de la Cuenta NÓMINA. Con esta innovadora iniciativa, el banco quiere invitar a los usuarios de Facebook a pasar un buen rato mientras graban un vídeo bailando sobre aquellas cosas que menos les gustan.

Esta acción, que ya ha recibido 9.000 visitas, permanecerá activa hasta el próximo 11 de abril y todos aquellos que deseen participar sólo tienen que acceder al muro de ING DIRECT en Facebook: <http://facebook.com/ingdirectespana> o directamente a la aplicación, a través de este enlace: <http://apps.facebook.com/bailasobre/>.

Hasta el momento, se han subido más de 70 vídeos y más de 4.200 personas ya han votado por su favorito. ING DIRECT premiará al vídeo que consiga más votos con 1.000 euros, que el ganador podrá ingresar en su Cuenta NÓMINA o cuenta NARANJA. También recibirán un premio de 500 euros los vídeos que queden en segunda y tercera posición. Y todos aquellos que hayan decidido votar, entrarán en el sorteo de 500 euros. A día de hoy, encabeza la clasificación un vídeo votado por más de 2.525 usuarios:

<http://apps.facebook.com/bailasobre/?s=verVideo&vidId=114270535318577>

“Bailando sobre las cosas que no te gustan” es una iniciativa que persigue, sobre todo, ofrecer entretenimiento a los usuarios de Facebook, y que responde al dinamismo que acompaña la estrategia de ING DIRECT en redes sociales. De hecho, el interés que despiertan las innovadoras acciones de comunicación que el banco está desarrollando a través de su página en Facebook desde hace apenas dos meses ya han producido más de 450.000 interacciones. Desde el lanzamiento del concurso, los seguidores de ING DIRECT en Facebook han crecido un 70%, hasta alcanzar 17.400 amigos. OgilvyOne es la agencia que ha desarrollado junto a ING DIRECT esta iniciativa.