

**1. Hello Fresh marketing misoli** - Ijtimoiy tinglash maxfiy tarkibiy qism bo'lganda., Dunyodagi yetakchi taomlar to'plami kompaniyasi ijtimoiy media ma'lumotlari bilan kurashayotganda, Hello Fresh uchun axborot va ma'lumotlarni qayta tahlil qilish vaqti keldi.

Ilgari brend ijtimoiy media ma'lumotlarini qo'lda yig'ib kelgan. Bu nafaqat ko'p vaqt talab qildi, balki muhim ma'lumotlarni o'tkazib yuboradi.

“HelloFresh”da marketing va kommunikatsiyalar bo'yicha guruhlarining ishlashi va samaradorligini oshirish uchun ijtimoiy tinglashga murojaat qilindi. Buning natijasi esa “HelloFresh” brendini atrofida har qachongidan ham kengroq suhbatga kirish imkonini berdi.

Ijtimoiy tinglashning iste'molchi razvedka platformasi iste'molchi tushunchalarini aniqlab, so'ngra mazmunli ma'lumotlarga tarjima qila oldi. Oldinga qarab, HelloFresh oyiga 400% dan ortiq eslatmalarni aniqladi. Ushbu yangi tushunchalar bilan HelloFresh inqirozni boshqarish rejasini ishlab chiqishni boshladi.