

Dia, la cadena de distribución con más alcance en redes sociales

/ Dia lidera las redes sociales en el segundo trimestre del año según el estudio 'Panel Retail Q2 2023', elaborado por Epsilon Technologies, y que analiza 229 marcas de retail con un total de 807 perfiles

/ La compañía se sitúa a la cabeza concentrando el 15,3% del total de visualizaciones del mercado de Facebook, Instagram y Tik Tok

/ Los productos de marca propia de Dia se viralizan en redes sociales gracias a la propuesta creativa, sus divertidos claims y su original packaging

16 de octubre de 2023, Madrid. Dia se posiciona como la cadena de distribución con mayor alcance en redes sociales en el segundo trimestre del año. Así lo señala el estudio 'Panel Retail Q2 2023', elaborado por Epsilon Technologies, por medio del cual se han analizado 229 marcas de retail con un total de 807 perfiles para conocer el ranking de las marcas de retail con mayor relevancia y rendimiento en redes sociales, así como los contenidos y campañas más relevantes.

Según el análisis, Dia se sitúa a la cabeza concentrando el 15,3% del total de visualizaciones del mercado en los perfiles propios de Facebook, Instagram y Tik Tok. Asimismo, el estudio desprende que Dia se posiciona en cuarta posición en cuota de mercado en social media (por medio del cual se miden las interacciones propias con la de canales externos a la marca) (3,91%), siendo del total de los analizados el primer supermercado del ranking.

Este liderazgo pone de relieve el trabajo de Dia con sus perfiles sociales a través de los cuales la compañía publica contenidos cercanos para los consumidores en donde se muestran productos, consejos y novedades.

Entre los contenidos de sus perfiles, cabe destacar la sección en la que se comparten recetas fáciles y sanas de la mano de profesionales de la cocina y la alimentación o consejos para la limpieza y cuidado de la casa. Asimismo, a través de sus redes Dia anuncia nuevas aperturas poniendo de manifiesto el cambio que están atravesando los supermercados.

Florin Draghia, Director de Marketing de Dia España, señala que *"los resultados del informe, presentado por Epsilon Technologies, ponen de relieve el trabajo que desde Dia hemos desempeñado durante el último año, el cual ha supuesto un gran reto para la compañía. Las redes sociales se han convertido en uno de los principales espacios de entretenimiento e información para los usuarios, que demandan contenidos interesantes y adaptados a sus gustos. Si el contenido no se adapta a cada red, se pierde relevancia. Es por ello que, ser la compañía retailer con mayor alcance de los últimos meses, evidencia que hemos conseguido entender a nuestro público y cubrir sus necesidades"*.

Los productos virales de Dia

Dia apuesta por un comercio de proximidad y muestra su día a día desde un ángulo cercano en el que el consumidor es el gran protagonista. Es por ello que desde la compañía se ha presentado un nuevo modelo de tienda, un canal online que facilita la compra y una nueva propuesta creativa de sus productos, convirtiéndolo a algunos de ellos en virales por su divertida propuesta de packaging.

Entre los más destacados en redes sociales se encuentran los productos bajo la gama 'Dia Lactea' como el yogurt natural o la leche; el yogurt griego 'FiDias'; los productos vegetarianos 'Vegetalia'; los fideos al 'Diante'; el pan de molde del 'Molino del dia'; el atún en aceite de girasol 'Diamantes del mar' de la gama 'Mari Marinera'; o el puré de patatas 'Diabólicamente sabrosas'.

'Nueva Calidad Dia'

Dia apuesta por la comercialización de nuevos productos de marca propia en los que priman la calidad y el precio asequible.

El resultado de esta apuesta son más de 2.000 referencias de 'Nueva Calidad Dia' adaptadas a los gustos y necesidades económicas del consumidor, y presentes en toda la red de tiendas Dia y en su canal online dia.es. Esta iniciativa se basa en una imagen renovada, divertida y cercana que apuesta por los productos frescos, de temporada y de proximidad sin descuidar el precio de la cesta media.

Sobre Grupo Dia

Cada día más cerca

Somos Grupo Dia, la red líder de tiendas de proximidad con cerca de 5.400 establecimientos en España, Argentina, Brasil y Portugal. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto a través de nuestras tiendas físicas como de nuestro canal online.

Nuestra primera tienda Dia abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 33.400 personas que forman nuestro equipo en tienda, almacén y oficina, y las 19.500 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 7.286 millones en 2022.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros más de 11 millones de clientes fidelizados en el mundo una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y productos de marca Dia renovados. Además, trabajamos para generar un impacto positivo allí donde operamos. Gracias a las oportunidades de empleo y autoempleo que fomentamos en cada barrio, generamos más de 151.000 puestos de trabajo directos e indirectos en 2021 y nuestra contribución al PIB de los cuatro países superó los 9.200 millones de euros.

www.diacorporate.com

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Grupo Dia](#)

Para más información:

Dia España

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriquez@diagroup.com
+34 655712890

Agencia de Comunicación Roman

Ana Población
a.poblacion@romanrm.com
+34 617 52 11 29
Mireya Belmonte
m.belmonte@romanrm.com
+34 602 253 456