Michelin ha lanciato quello che definisce “il nuovo ecosistema digitale del marchio”: il produttore di pneumatici francese ha infatti presentato il sito aziendale completamente ridisegnato, una pagina Facebook globale, un canale YouTube e una nuova pagina su LinkedIn. Il nuovo sito, in inglese e francese, è progettato per essere più accessibile ed ergonomico, ma anche intuitivo e funzionale; Michelin lo descrive come l’”espressione della promessa digitale del brand”, allineato ai suoi valori e alla missione dichiarata del marchio di dare “a tutti un modo migliore di avanzare”.

L’home page è ora organizzata in quattro temi chiave: innovazione, prestazioni, passione e mobilità sostenibile. Michelin dichiara che questi temi essenziali “guidano le azioni quotidiane di ciascuno dei suoi dipendenti”. Inoltre, tutti i siti del gruppo sono facilmente accessibili dalla homepage di michelin.com, così come le pagine social.

“Questo nuovo ecosistema digitale dimostra il desiderio Michelin di impegnarsi con tutti i nostri azionisti, fornendo un modo migliore di avanzare” ha dichiarato Michelin.

© riproduzione riservata
pubblicato il 3 / 07 / 2014