

Yokohama Italia annuncia un importante traguardo raggiunto sul social network più popolare: 10.000 fan su Facebook. Nata nella primavera del 2011, e dopo aver festeggiato il secondo compleanno da qualche mese, la pagina ufficiale, curata direttamente dall'ufficio marketing di Yokohama Italia, ottiene quindi questo risultato di tutto rispetto nel settore degli pneumatici.

Costantemente aggiornata con notizie, fotografie di auto gommate Yokohama che partecipano alle più importanti gare automobilistiche italiane e internazionali, arricchita con promozioni e consigli utili alla manutenzione degli pneumatici e dell'auto, la fan page Yokohama è diventata un interessante strumento d'informazione e customer care per tutti gli utenti e gli appassionati di auto e motori.

La fan page di Yokohama su Facebook (<https://www.facebook.com/YokohamaItalia>), insieme al profilo Twitter (<http://twitter.com/YokohamaItalia>) e al canale Youtube (<http://www.youtube.com/YokohamaItalia>), rappresenta uno dei nuovi strumenti social che il brand sempre di più sta utilizzando per promuovere non solo i prodotti, ma anche tutte le proprie attività sportive e corporate, al fine di coinvolgere gli utenti nel mondo Yokohama e aumentare così la propria brand awareness e reputazione.

Comunicare attraverso i social media, con il linguaggio adeguato e sfruttandone appieno le possibilità di interazione e comunicazione one-to-one, rappresenta ormai un'attività imprescindibile per qualsiasi azienda. I social media hanno aperto un mondo parallelo, non meno importante e vivibile di quello concreto, nel quale si interagisce e comunica in modo paritetico e informale. Saper vivere e agire in questo mondo sfruttandone le opportunità e non subendone le regole, può aprire grandi spazi di comunicazione per ogni azienda, capace di arrivare sempre di più ai propri clienti incontrandoli virtualmente in modo diretto ed efficace.

Conscia di questa situazione, Yokohama Italia ha creduto nei social media e ha sempre investito in questi canali: i risultati non hanno tardato ad arrivare e, anzi, hanno premiato questa scelta strategica di marketing e comunicazione.

Proprio per questo il profilo della filiale italiana è uno dei più performanti fra tutti quelli Yokohama presenti a livello mondiale.

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 09 / 2013