

The Yokohama Rubber Company ha annunciato di aver lanciato una nuova pagina Facebook per rafforzare la condivisione delle informazioni tramite i servizi di social networking (SNS). La nuova pagina Yokohama è in giapponese ed è andata online il 2 giugno. Nell'ambito di una crescente strategia di Yokohama Rubber per il social networking, in aprile la società ha inoltre istituito un canale Yokohama ufficiale su "niconico", il principale servizio di video hosting del Giappone.

La pagina Facebook Yokohama propone una vasta gamma di contenuti informativi che non possono essere trasmessi attraverso i soliti comunicati stampa, comprese le informazioni sui nuovi prodotti, le notifiche pre-lancio, contenuti video, notizie sport motoristici, e le informazioni su eventi e campagne.

Nel nostro paese da tre anni è presente la pagina Yokohama Italia, che vanta oltre 34mila mi piace. Enrico Mazzardi, Responsabile Web Marketing Yokohama Italia, sostiene che vede il lancio della pagina Facebook ufficiale di Yokohama Rubber "come un chiaro segnale della fiducia nelle potenzialità del canale social è in costante crescita."

"Noi come Yokohama Italia - continua Mazzardi- stiamo investendo risorse sempre maggiori nella comunicazione digitale e i risultati sembrano darci ragione, considerando che la pagina italiana, tra tutte le pagine Yokohama, è la prima per importanza in Europa e la terza al mondo; più in generale, coi suoi 34.000 fan si sta guadagnando un posto di prestigio tra le pagine Facebook dedicate al mondo dei pneumatici in Italia. Ma al di là dei numeri, l'importante è che l'obiettivo perseguito a livello globale e locale sia sempre quello di creare spazi dove chiunque possa dialogare e interagire con il brand."

© riproduzione riservata
pubblicato il 12 / 06 / 2014