

Un milione di fan sulla pagina Facebook di Brembo, leader mondiale degli impianti frenanti. Una community globale che sempre più interagisce con l'Azienda attraverso i social e che dimostra l'amore per il marchio Brembo, percepito non più come semplice produttore di sistemi frenanti, ma come vero e proprio marchio “cult” del settore automotive.

Brembo è presente su Facebook sin dal 2010, facendo registrare negli anni un interesse crescente sia per il numero dei fan sia per la capacità della Pagina di coinvolgere e ingaggiare gli appassionati. Oggi, circa 200.000 persone quotidianamente, da tutti i paesi del mondo, entrano in contatto con Brembo attraverso la pagina Facebook.

Un successo sui social che trova riscontro anche nelle visite al sito web Brembo, che hanno fatto registrare una forte crescita in tutto il mondo (l'81% dei visitatori non sono italiani) e che hanno spinto l'azienda a rinnovare profondamente la propria presenza sul web puntando ancora di più sulla ricchezza e la ricercatezza delle immagini e sull'originalità dei contenuti. Il nuovo sito Brembo, sottoposto a un completo restyling grafico e contenutistico, si rivolge agli automobilisti e ai motociclisti che utilizzano e/o desiderano i prodotti Brembo, senza perdere di vista gli aspetti di comunicazione “corporate”, imprescindibili per un'azienda B2B come Brembo.

Un orientamento più consumer evidenziato anche dalla stretta integrazione tra sito web e social media, a cominciare dalla home page, che presenta in tempo reale i contenuti di Brembo su Facebook, Twitter, Instagram e YouTube.

“In Brembo l'innovazione - rivela Thanai Bernardini Direttore Comunicazione di Brembo - pervade tutti gli ambiti aziendali. Per questo motivo puntiamo sempre di più su canali innovativi, come quelli digitali. In questo scenario il nuovo sito www.brembo.com consente di coniugare in maniera efficace il design accattivante dei prodotti Brembo con l'interattività e la rapidità tipica dei social media.