

Brembo taglia il traguardo del mezzo milione di fan iscritti alla propria pagina Facebook. Un risultato importante per un'azienda di componentistica che per numero di fan supera diversi brand di costruttori, ponendosi a ridosso dei più grandi colossi del settore automotive. Il raggiungimento di questo obiettivo è frutto di una costante attività di comunicazione digitale, e di relazione con gli utenti dei social network, iniziata nel 2011, con il lancio della prima fan page.

Il gruppo Brembo ha saputo conquistare non solo un numero significativo di fan, ma anche la loro partecipazione: i fan della pagina infatti dimostrano un tasso di coinvolgimento e di interesse tra i più elevati del settore automotive. Ciò significa che gli utenti connessi non solo visualizzano i contenuti e i post caricati, ma, una volta cliccato su "mi piace", partecipano, interagiscono e si relazionano con l'azienda.

Il posizionamento attuale di Brembo è stato ottenuto anche grazie ad una precisa strategia che punta agli utenti Facebook di tutto il mondo, invitandoli sulla pagina ufficiale nella loro lingua. Sotto questo aspetto Brembo è uno dei pochi Gruppi del settore che realizza la pagina in ben 9 lingue (inglese, spagnolo, italiano, tedesco, portoghese, francese, russo, cinese e giapponese), favorendo così il massimo della partecipazione.

L'ecosistema "social" di Brembo si completa con la presenza attiva su tutte le altre più importanti piattaforme digitali come Twitter, Google+, Pinterest, LinkedIn, Instagram. A questi si aggiunge un significativo presidio dei canali di video sharing come YouTube e YouKu, sito cinese di streaming online. Attraverso queste due piattaforme Brembo mette a disposizione dei propri fan oltre 150 filmati che, nel corso del 2013, hanno totalizzato visualizzazioni per oltre 150.000 minuti.

L'attenzione del Gruppo ai social media è destinata a crescere nei prossimi anni e punta ad abbracciare fasce di utenza sempre più consistenti e globali, è infatti prossimo lo sbarco su Sina Weibo, la piattaforma di microblogging più popolare in Cina.

La vocazione web di Brembo è anche frutto dell'esperienza maturata negli anni con il sito www.brembo.com, una vera e propria finestra completamente dedicata al mondo dei freni, dove, oltre alle sezioni rivolte agli stakeholder istituzionali del Gruppo, sono presenti contenuti indirizzati ai clienti finali.

