

Più di cinquantacinquemila utenti su Facebook hanno cliccato “mi piace” sulla pagina ufficiale BKT. I like sulla pagina sono registrati da ogni parte del mondo, dal Sudamerica all’Europa, dagli Stati Uniti all’Asia, dall’Africa alla Nuova Zelanda, a conferma del successo di una politica di comunicazione e di marketing sempre più globale e articolata.

La strategia web messa in campo a partire dall’inizio del 2015 e inaugurata con il lancio del nuovo sito multilingue [bkt-tires.com](http://bkt-tires.com) si dimostra ogni giorno vincente. BKT ha saputo, infatti, individuare in Facebook un nuovo ed efficace canale di comunicazione con cui dialogare in modo diretto e immediato con il proprio pubblico. Sono gli utilizzatori finali dei prodotti BKT, i clienti, i professionisti e gli appassionati del settore a comporre l’audience della pagina, interagendo attivamente con l’azienda attraverso un numero crescente di messaggi, like e commenti.

Tanti e diversi i contenuti che ogni giorno sono proposti sulla pagina ufficiale: dalle novità di prodotto agli aggiornamenti live dalle fiere e dagli eventi internazionali, dalle curiosità più interessanti sugli pneumatici Off-Highway alle iniziative e le novità riguardanti l’azienda.

Oltre che su **Facebook** BKT è presente anche su altre piattaforme, quali Twitter ([twitter.com/BKTtires](https://twitter.com/BKTtires)), YouTube ([youtube.com/BKTBalkrishnaTires](https://youtube.com/BKTBalkrishnaTires)) e LinkedIn (<https://www.linkedin.com/company/bkt-tyres>).

Sui diversi social network l’azienda non solo mette a disposizione degli utenti notizie e contenuti d’interesse ma rivolge anche particolare attenzione alla customer care.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 18 / 11 / 2015