

Garmin sceglie Killbit per l'attività Social e Digital PR 2012

Milano, 1 marzo 2012. Garmin, leader mondiale nella navigazione satellitare, ha scelto **Killbit** come partner per le attività **social media** e **digital PR** per il **2012**. Previste nei prossimi mesi due importanti campagne social che accompagneranno il lancio di prodotti di punta della gamma 2012.

Killbit svilupperà una serie di azioni specifiche con l'obiettivo di rafforzare la presenza dell'azienda sui media online e incrementare la brand awareness. Nello specifico, si occuperà, in collaborazione con l'ufficio marketing Garmin, della gestione di un blog istituzionale (on air nel mese di aprile) e delle attività di Social Marketing (per migliorare l'Engagement) e internet PR con i principali blogger del settore. L'agenzia fornirà anche un supporto ai lanci di prodotto automotive, mediante specifiche azioni nei mondi dedicati (camper, camion, moto, ecc.), per creare maggiore awareness di prodotto, rendendo operativa una nuova Content Strategy.

La direzione creativa di Killbit, agenzia specializzata in social media e digital PR, è affidata a Luca Conti, digital strategist con oltre 14 anni di esperienza in comunicazione in agenzie come Makia, di cui è stato direttore creativo, 1punto5 e Ozz.

Secondo Maria Aprile, Marcom Manager Automotive di Garmin Italia, "essere presenti sui social media è oggi per le aziende una scelta strategica in quanto permettono di creare relazioni e coinvolgimento sia verso il brand, sia verso i prodotti. Oggi i social media aiutano a costruire la reputazione della marca con una immediatezza e velocità che l'ADV non riesce ad avere, semplicemente perché richiede più tempo, maggiori investimenti e non crea coinvolgimento. La nostra decisione di implementare una strategia di digital e social PR nasce dall'esigenza di accrescere la fedeltà del nostro consumatore, di innalzare la nostra *brand recognition*, di individuare nuovi e potenziali clienti e di migliorare il nostro servizio al cliente, in poche parole: *mettere il brand in movimento*. La brand experience, così come la product experience, non passa più solo attraverso un contatto "fisico", ma anche "virtuale". Per questo motivo abbiamo deciso di affidare alle digital PR un ruolo strategico, e il lavoro sinergico ed integrato tra Killbit per le digital PR e MY PR per le PR tradizionali e le media relations, ci permetterà di raggiungere gli obiettivi prefissati".

Recenti indagini di mercato hanno messo in evidenza che il mondo della rete è in grado di governare non solo la relazione tra marca e consumatori, ma soprattutto è in grado di influenzare i consumi. Nella fattispecie nel settore dell'elettronica di consumo, blog, forum e social network sono tra le prime fonti di consultazione per effettuare gli acquisti.

Su Garmin

Garmin International Inc. è una filiale di Garmin Ltd. (Nasdaq: GRMN), leader mondiale nella navigazione satellitare. Dal 1989 l'azienda progetta, produce, commercializza e vende strumenti e applicazioni – la maggior parte delle quali utilizza la tecnologia GPS – per la navigazione, la comunicazione e la trasmissione di informazioni. I prodotti Garmin vengono impiegati nei settori automotive, mobile, wireless, outdoor, nautica, aviazione e per applicazioni OEM. Garmin Ltd ha sede in Svizzera e le sue filiali principali si trovano negli Stati Uniti, Taiwan e Regno Unito. In Italia, il gruppo è rappresentato da Garmin Italia Spa. Garmin è un marchio registrato. Tutti i marchi e nomi dei prodotti Garmin sono registrati, di proprietà di Garmin Ltd o

delle sue filiali. Tutti gli altri brand, nomi dei prodotti, nomi aziendali, marchi e servizi sono di proprietà dei rispettivi proprietari. Tutti i diritti sono riservati.

Ufficio Stampa Corporate & Automotive

MY PR Srl

Tel. +39 02 54123452

Francesco Corona

.....
francesco.corona@mypr.it

Lorenzo Pallotti

.....
lorenzo.pallotti@mypr.it

Garmin Italia

Maria Aprile

Maria.Aprile@garmin.com