

BUGATTI ENRICHIT SA NEWSROOM NUMÉRIQUE



Bugatti améliore sa plateforme de communication avec de nouvelles fonctions

Plus d'informations de première main. Le tout sous un format plus rapide, plus clair et multimédia. Pour ses 110 ans, Bugatti enrichit sa Newsroom numérique en proposant des offres complémentaires.

Pour pouvoir bénéficier des nouvelles offres numériques personnalisées, les utilisateurs déjà inscrits n'auront qu'à renouveler leur mot de passe sur le site newsroom.bugatti :

<https://newsroom.bugatti/account/lost-password>

Les nouveaux utilisateurs peuvent eux aussi accéder à la Newsroom numérique. Il leur suffit de s'enregistrer brièvement sur newsroom.bugatti : <https://newsroom.bugatti/account/register>

Tim Bravo, Head of Communications chez Bugatti, explique : « Grâce à la constante optimisation de la Newsroom, nous améliorons notre communication et regroupons encore

plus d'informations sur Bugatti sous une forme multicanal. Cela nous permet d'améliorer notre flux d'informations et, en même temps, notre transparence. Bugatti devient ainsi bien plus visible, rapide et efficace dans sa manière de communiquer. » Les objectifs de cette Newsroom faisant peau neuve : offrir un support et une plateforme de travail pour les journalistes, les représentants des médias et toute personne intéressée par la marque. La Newsroom propose une offre numérique complète sur les innovations, les modèles, la technologie, les portraits et l'histoire.

Sur newsroom.bugatti, les utilisateurs retrouveront des informations et des dossiers de presse numériques en trois langues sur la marque, les modèles, l'entreprise, l'histoire et la technologie. Le contenu : des histoires, des photos, des vidéos, des news, des portraits et des connaissances de base. Les contenus sont spécialement préparés pour être édités, lus et téléchargés.

Tout comme les hypersportives Chiron et Divo, la Newsroom est d'une élégance intemporelle. Elle se concentre sur les multiplicateurs et est totalement en avance sur son temps sur le plan technique : des outils de communication multicanaux tournés vers l'avenir et un réseau de diffusion de contenu assurent une expédition rapide dans le monde entier. En plus des communiqués de presse en tant que tels, la stratégie de communication de la marque passe aussi par une présence sur les médias sociaux tels que Facebook, Instagram, YouTube et Twitter.

Tim Bravo déclare : « À l'instar de nos hypersportives exclusives Chiron et Divo, nous continuons également constamment à développer la Newsroom. Fidèle à la devise du fondateur Ettore Bugatti "La perfection ne sera jamais atteinte", nous nous efforçons également de nous rapprocher le plus possible de la perfection au sein de la communication numérique. La Newsroom numérique sera un pilier significatif de notre communication et accompagnera la marque de manière globale. »

En outre, la Newsroom Bugatti est désormais représentée avec sa propre chaîne sur Instagram : https://www.instagram.com/bugatti_newsroom/

Contact pour la presse

Nicole Auger

Head of Marketing and Communications

nicole.auger@bugatti.com