

Hankook lancerà questo mese una campagna pubblicitaria outdoor nel Regno Unito. La nuova campagna si concentrerà su punti strategici nel centro di Londra, tra cui Cromwell Road, North Circular Road, Whitechapel Road, York Road e Chiswick Roundabout. La campagna per esterni si svolgerà da giugno alla metà di settembre, per una durata totale di tre mesi, e comprenderà quindi anche i Giochi Olimpici 2012, aventi come sede proprio Londra. La campagna Hankook "Be One with It", un importante pilastro nella strategia di marketing del produttore di pneumatici, raggiungerà così migliaia di visitatori, che invaderanno la capitale in occasione dei Giochi. La campagna è già in onda in tutto il mondo, sia con spot per la TV, che con presentazioni in format televisivi noti. In linea con la filosofia aziendale, denominata "Driving Emotion", la campagna "Be One with It" si concentra sulla sensazione del guidatore di essere "una cosa sola" con la strada e i pneumatici. Il messaggio chiave, basato su un tema sportivo, sottolinea come la fiducia nei confronti del proprio equipaggiamento aiuti ad ottenere le prestazioni migliori; in questo modo, sottolinea come gli pneumatici premium di Hankook forniscano un'esperienza di guida unica.

"Per rafforzare ulteriormente la nostra posizione di mercato nel segmento dei pneumatici premium e per continuare a solidificare un brand awareness, stiamo perseguendo una strategia di marketing rigorosa e mirata", ha dichiarato Hee-Se Ahn, vice presidente marketing di Hankook Tire Europa. "Condurre delle campagne nell'ambito di mega eventi sportivi - con immagini di alta qualità ed un'attenzione mediatica mondiale - è ovviamente in testa al nostro programma".

Lo spot per la TV di questa campagna è stato filmato in Nuova Zelanda ed è stato diretto da Jeffrey Darling, che ha già diretto in passato numerosi spot per altri marchi premium. Il successo della campagna Hankook "Be One with It" è amplificato ulteriormente dai risultati ottenuti in occasione dei premi Tyres & Fast-Fit Awards (TAFF) 2011 della National Tyre Distributors Association (NTDA), dove Hankook ha festeggiato la vittoria del premio "Industry Advertising Campaign Award". Inoltre, "Be one with it" ha ricevuto il riconoscimento "Autospot 2011" della rivista tedesca di automotive "Auto Bild".

Non è la prima volta che Hankook presenta importanti campagne di pubblicità per esterni in luoghi strategici: per due volte, nel 2010 e nel 2011, il produttore di pneumatici ha affisso un grande striscione pubblicitario a Times Square, nel cuore di New York che raffigurava la gomma ad alte prestazioni Ventus V12 evo, sulla facciata dell'hotel Marriott Marquis, attirando lo sguardo dei milioni di passanti di Time Square.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 13 / 07 / 2012