

Un anno dopo aver annunciato la partnership con il Manchester United, Apollo Tyres ha dichiarato di aver esteso l'accordo pubblicitario e di marketing con il club, che è passato dalla copertura del Regno Unito e dell'India, ad un totale di 69 paesi. Le 67 nuove nazioni comprendono praticamente tutta l'Europa, la Turchia, i mercati del Medio Oriente in cui Apollo ha investito recentemente nello sviluppo della sua presenza. Inoltre, sono inclusi anche alcuni paesi dell'estremo oriente, come la Thailandia. La Russia non è inclusa in questo elenco. Questi mercati sono stati scelti in base alle loro posizioni geografiche e al fatto che sono in rapida crescita. Non sono stati rilasciati dettagli relativi alla portata degli investimenti associata alla partnership, ma gli accordi sono stati definiti "soddisfacenti per entrambe le parti."

Oltre ad estendere il numero di paesi, Apollo e Manchester United hanno prorogato la durata del rapporto fino almeno al 2016. Marco Paracciani, chief marketing officer di Apollo Tyres, ha confermato che la collaborazione con lo United ha fatto parte di una revisione dell'approccio di marketing della società. È stata riprogettata tutta la piattaforma di comunicazione della società, con un'enfasi costante sul coinvolgimento. Secondo Paracciani, il risultato è che il "viaggio nell'intimità dei clienti" di Apollo è passato al livello successivo. Per dimostrare questo ha indicato alcune metriche chiave: in primo luogo, la collaborazione con il Manchester United si dice che abbia raggiunto 27 milioni di utenti. Allo stesso tempo, l'impatto sociale della società è triplicato, con la pagina facebook di Apollo che ha raggiunto oltre 300.000 like.

Ora che la piattaforma di comunicazione è stata riprogettata e che la cooperazione con il Manchester United è stata espansa ed estesa, l'idea è che questi tipi di benefici continueranno e faranno crescere Apollo ulteriormente nel consolidamento del brand e nella strategia di "intimità con i clienti".

© riproduzione riservata
pubblicato il 29 / 08 / 2014