

Kumho festeggia i 10 anni del proprio network Kumho Platinum Club, il programma ufficiale di fidelizzazione, di investimenti ad hoc e azioni dedicate ai rivenditori, che quest'anno ha raggiunto la ragguardevole cifra di 400 adesioni. Per farlo al meglio, dopo l'evento tenutosi in Olanda ad agosto, ha invitato dal 24 settembre al 1° ottobre una selezione KPC di Fintyre, storico distributore ufficiale per il centro/nord Italia, ad un viaggio alla scoperta della altissima tecnologia impiegata nelle fabbriche e nei centri di ricerca e sviluppo in Corea e Cina.

Il viaggio è iniziato, dopo il volo, con l'arrivo presso il prestigioso Hotel Lotte 5 stelle in centro a Seul, seguito da un tour guidato della città e, in serata, dalla visione di un divertente show presso il Nanta Theater. Il giorno successivo gli ospiti hanno visitato gli uffici presso il grattacielo Kumho, a pochi passi dall'Hotel, per poi proseguire, con un Autobus de lux della compagnia di trasporti pubblici aziendale, alla volta della fabbrica totalmente automatizzata di Pyeongtaek e dell'innovativo centro di ricerca e sviluppo inaugurato 3 anni fa. Il giorno seguente, per meglio trasmettere i valori e la cultura Coreana, ci si è spostati alla Zona Demilitarizzata al confine con la Corea del Nord, e nel pomeriggio si è fatta visita ai due caratteristici mercati di Seul.

✖ Il quinto giorno il gruppo si è trasferito in Cina per la visita alla fabbrica e al Centro di ricerca e sviluppo di Tianjin. Dopo il pranzo presso lo Sheraton Hotel, c'è stato il trasferimento a Pechino presso l'Hotel Regent 5*. Il giorno seguente, assolato ma con una temperatura piacevolissima, è iniziata la visita alla celebre piazza Tienanmen, alla città proibita e al Palazzo imperiale. Infine, l'ultimo giorno, dopo essere passati dallo splendido Tempio del Cielo e dai meravigliosi giardini del Palazzo d'estate, il pomeriggio è trascorso con la visita ad una piccolissima parte dei 9.000 km della muraglia Cinese.

Durante il viaggio gli ospiti oltre a conoscere meglio la realtà e i valori di Kumho Tyre, hanno potuto assaporare le innumerevoli specialità locali come la famosa carne Coreana e l'anatra laccata Cinese.

"I punti di vendita Kumho Platinum Club sono per noi e i nostri distributori un caposaldo - ha affermato Domenico Mastrogiacomo, sales & marketing Manager di Kumho Tyre Italia - ed è questo il motivo per cui, in un periodo non roseo per la nostra economia, è stato deciso di investire la gran parte del budget di marketing sul network KPC, senza dispersione di risorse in attività di comunicazione generica. Inoltre, per aumentare la notorietà del marchio, è partito già 2 anni fa un progetto di personalizzazione totale di alcuni negozi, che vedrà due nuove inaugurazioni questo mese e una il mese prossimo."

Kumho e Fintyre portano una selezione di Kumho Platinum Clubs in visita alle fabbriche modello in Corea e Cina | 2



Kumho e Fintyre portano una selezione di Kumho Platinum Clubs in visita alle fabbriche modello in Corea e Cina | 3



Kumho e Fintyre portano una selezione di Kumho Platinum Clubs in visita alle fabbriche modello in Corea e Cina | 4



Kumho e Fintyre portano una selezione di Kumho Platinum Clubs in visita alle fabbriche modello in Corea e Cina | 5



© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 10 / 2016