

Già da 6 anni Kumho Tyre seleziona le principali stazioni radio per promuovere i propri pneumatici. Dopo il successo dell'accordo per la passata stagione autunnale, il progetto Radio di Kumho continua anche in primavera, con un piano di comunicazione su Radio 105, Radio Monte Carlo e Virgin Radio da marzo a maggio. Un media veloce come la radio e delle emittenti capaci di sviluppare elevate coperture del target di riferimento (uomini e donne di età compresa tra i 18 e i 54 anni-fruitori dell'automobile, attenti alla sicurezza e alle problematiche dell'auto) nel periodo del picco di vendite e nelle ore di maggior traffico, rendono ancora più efficace la campagna di marketing.

La multinazionale coreana, produttrice di pneumatici con prestigiose forniture di primo equipaggiamento su modelli Fiat, Mercedes, Smart, Mini, Hyundai e molti e altri e con all'attivo la partecipazione a importanti trofei come la Formula 3, Formula Abarth e Auto GP, ha intrapreso una strategia di comunicazione per l'Italia con l'obiettivo di aumentare la notorietà del marchio presso il grande pubblico.

L'azienda coreana è presente in 180 paesi con 9 stabilimenti nel mondo e circa 11.000 dipendenti, ed è parte di un gruppo comprendente società assicurative, di trasporti, leasing e una compagnia aerea.

© riproduzione riservata  
pubblicato il 28 / 03 / 2014