

Hankook Tire Italia ha partecipato al 7° Master del Sole 24 Ore sullo "Sport Business Management", con un intervento in cui ha presentato la case history della sponsorizzazione UEFA Europa League. Il Master full time è iniziato il 26 ottobre 2015 e dura 9 mesi, di cui 5 in aula e 4 di stage, con lo scopo di formare circa 50 giovani laureati con competenze specifiche di gestione d'impresa, strategie di marketing e comunicazione legati al settore dello sport. I partner coinvolti garantiranno ai partecipanti opportunità di inserimento nel mondo del lavoro e anche Hankook Tire Italia aderisce al progetto, offrendo la possibilità di uno stage all'interno della propria struttura marketing ad uno dei partecipanti del Master.

Carlo Citarella, Sales & Marketing Director di Hankook Tire Italia, ha esposto il tema della sponsorizzazione della UEFA Europa League. Dopo una presentazione dei risultati e della crescita aziendale, il focus è passato all'impegno nel motorsport come per esempio l'essere il fornitore ufficiale del campionato DTM (Deutsche Tourenwagen Masters) e la sponsorizzazione della UEFA Europa League. I benefici di questa sponsorizzazione sono legati a una crescita di visibilità e conoscenza del marchio e l'attivazione di interessanti campagne per i propri clienti legate alla vincita di biglietti per le partite italiane della UEFA Europa League.

Hankook Tire è sponsor ufficiale della UEFA Europa League dal 2012 ed è fiera di regalare ogni anno l'emozione di una stagione, condividendo l'esperienza del marchio Hankook con tutti i tifosi di calcio europei.

© riproduzione riservata
pubblicato il 21 / 12 / 2015