

Nexen Tire celebra il continuo successo della sua partnership con il Manchester City Football Club (Manchester City), che dura da quasi un decennio. La collaborazione ha non solo prodotto risultati eccellenti per l'azienda e il club calcistico, ma funge anche da punto di riferimento per il successo nel marketing sportivo.

Negli ultimi dieci anni, Nexen Tire è diventato un marchio globale con vendite annuali di 2,7 trilioni di Won coreani (1,8 miliardi di Euro), mentre il Manchester City ha fatto la storia del calcio con un record di quattro titoli consecutivi in Premier League, una Champions League e tanti altri trofei messi in bacheca.



“La nostra partnership con il Manchester City è stata fondamentale per aumentare la conoscenza globale del marchio Nexen Tire”, ha affermato Travis Kang, CEO della stessa azienda sudcoreana. “Ci aspettiamo di continuare questa partnership strategica e di esplorare nuovi programmi di marketing insieme.” - ha aggiunto il dirigente.

Dalla sua partnership con il Manchester City, Nexen Tire ha raggiunto traguardi significativi: nel 2014, prima della partnership, le vendite europee di Nexen ammontavano a 333,2 miliardi di Won coreani (222,5 milioni di Euro). Nel 2023, questa cifra è triplicata, superando 1 trilione di Won coreani (668 milioni di Euro). Le vendite europee sono aumentate dal 18,9% al 37,2% delle vendite totali di Nexen Tire.

Nonostante le condizioni di mercato difficili, gli investimenti attivi di Nexen, compresa ***[l'istituzione di uno stabilimento produttivo in Europa nella Repubblica Ceca](#)***, hanno creato sinergie con i suoi sforzi di marketing sportivo, inclusa la sua collaborazione con il Manchester City.

Anche il Manchester City ha prosperato, con la squadra maschile che ha vinto quattro titoli consecutivi di Premier League dalla stagione 2020/21 alla stagione 2023/24, oltre a una storica vittoria del Treble nella stagione 2022/23, consolidando il suo status come uno delle migliori squadre di calcio in Europa. Nexen ha celebrato le vittorie del Manchester City attraverso promozioni e regali per i clienti per commemorare questi storici traguardi.

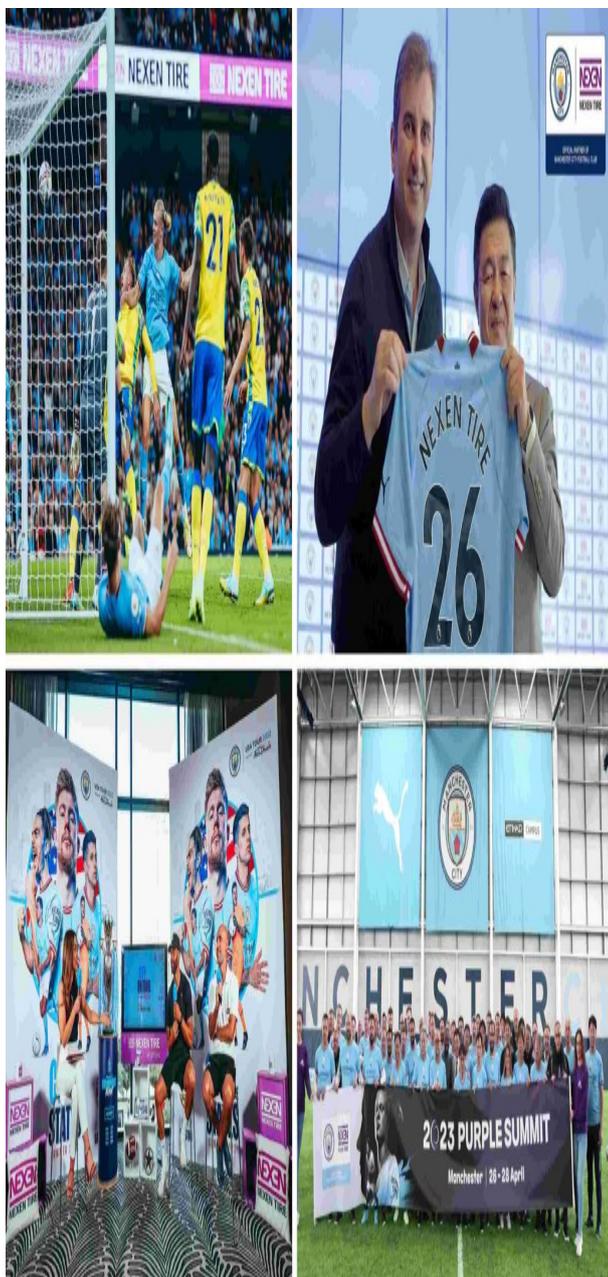
Nexen Tire prevede di aumentare il valore del suo marchio collaborando con partner globali, inclusi il Manchester City, per diventare uno dei primi 10 produttori di pneumatici al mondo. In particolare, il produttore di pneumatici asiatico mira a costruire un sistema di partnership sostenibile condividendo le filosofie dell'azienda e dei club.

Accelerare gli investimenti strategici nel mercato europeo

Nexen ha avviato la sua partnership con il Manchester City nel 2015. Da allora, i fan in tutta Europa e nel mondo hanno visto il marchio Nexen su LED a bordo campo in casa del Manchester City, l'Etihad Stadium. La partnership ha permesso all'azienda asiatica di sfruttare l'immagine del club e i diritti di sponsorizzazione, partecipando a varie attività di marketing per aumentare la visibilità globale.

All'epoca, la conoscenza del marchio Nexen Tire in Europa era relativamente bassa, rendendo la partnership con il Manchester City un investimento audace. Con la base globale di fan del Manchester City, questa partnership ha offerto a Nexen un'opportunità senza precedenti per rafforzare la propria presenza nel mercato globale.

Nexen: la partnership con il Manchester City è stata fondamentale per la crescita del marchio | 4



Nexen e Manchester City condividono un tratto comune: sono entrambe realtà in rapida crescita nei rispettivi settori. Questa ambizione condivisa ha rafforzato strategicamente la partnership, con Travis Kang, CEO globale di Nexen, che l'ha definita un *“investimento chiave per mirare al mercato europeo”* durante un'intervista all'inizio della partnership.

Marketing sportivo per aumentare la conoscenza globale del marchio L'ingresso di Nexen nel marketing sportivo è iniziato in Corea nel 2010, quando il produttore di pneumatici è

diventato sponsor ufficiale della squadra di baseball professionistica "Nexen Heroes".

Nexen continua a impegnarsi in un marketing differenziato attraverso sponsorizzazioni sportive su misura per le caratteristiche regionali specifiche. In Europa, l'azienda asiatica attiva nel settore dei pneumatici ha esteso le sue partnership oltre il Manchester City per includere club come la Juventus nella Serie A italiana e lo SK Slavia Praga nella lega ceca.

Nexen ha collaborato anche con i San Diego Padres della Major League Baseball in Nord America, nonché con la squadra di calcio Al Nasr degli Emirati Arabi Uniti e la squadra di basket lituana Žalgiris Kaunas.

Marketing sportivo efficiente ad alto impatto

La partnership tra Nexen Tire e Manchester City è stata rinnovata quattro volte, aumentando la visibilità del marchio e l'efficacia del marketing. Nel 2017, il marchio Nexen è diventato sponsor ufficiale di manica della Premier League. Posizionando il logo di Nexen sulla manica sinistra delle maglie del Manchester City e su cartelloni pubblicitari LED allo stadio, il marchio ha raggiunto la massima esposizione globale.

Nexen: la partnership con il Manchester City è stata fondamentale per la crescita del marchio | 6



Il produttore di gomme sudcoreano ha anche sfruttato le sue partnership per varie attività di marketing, rivolgendosi non solo ai fan del calcio, ma anche a consumatori e clienti in tutto il mondo.

L'azienda invita regolarmente partner commerciali globali a eventi, offrendo loro esperienze

uniche. Nel 2023, Nexen ha ospitato la sua conferenza globale per concessionari **“Purple Summit” a Manchester**, con una serie di attività che includevano sessioni di presentazioni, visione delle partite e un tour dello stadio del Manchester City.

Nexen ha collaborato con il Manchester City per ampliare la propria portata verso i clienti globali, attivandosi come parte del tour asiatico del club lo scorso anno, che ha incluso contenuti popolari su YouTube e programmi di accademia calcistica.

Lo scorso luglio, il produttore di pneumatici ha supportato il tour negli USA del Manchester City, promuovendo ulteriormente il marchio Nexen ai fan di calcio nordamericani.

© riproduzione riservata pubblicato il 30 / 10 / 2024