

La comunicazione e il marketing sono sempre più importanti e il settore dei pneumatici non è certamente da meno. Lassa Tyres, marchio appartenente a Brisa, il produttore di gomme numero uno in Turchia, sta certamente investendo in questo campo, con una serie di iniziative variegata, in diversi paesi europei, per cercare di aumentare la popolarità del marchio nel vecchio continente. Per comunicare ai consumatori finali, l'azienda turca ha scelto il gioco più bello e popolare del mondo: il calcio. Il marchio Lassa è stato presente, da settembre a dicembre, in 33 partite di livello internazionale della Premier League inglese (EPL), Serie A, Liga BBVA e UEFA Europa League. Questa iniziativa continuerà anche nel 2015.

✖ Il legame con lo sport non si chiude con il calcio. Lassa Tyres ha portato avanti un progetto di partnership con la squadra Latvia Dinamo Riga, che compete nella Kontinental Hockey League. Grazie a questa sponsorizzazione, il marchio è stato presente in 9 partite in casa della Dinamo Riga, giocate dal 14 novembre al 24 dicembre. La partnership ha dato una buona occasione per raggiungere gli spettatori russi e dei paesi CIS.

Nel motorsport, il brand ha partecipato per il settimo anno consecutivo al British Drift Championship (BDC), segnando anche il terzo anno di partecipazione con un team di proprietà, il Team Lassa Tyres. Il BDC, secondo l'azienda, si è dimostrato una piattaforma eccellente per vedere i nostri pneumatici ad alte prestazioni in azione e per incontrare i fan di questo sport. La stagione si è chiusa a settembre e l'azienda nel frattempo ha annunciato che parteciperà al campionato per almeno i prossimi 4 anni. Inoltre, Lassa ha affermato di voler partecipare ad eventi al di fuori del Regno Unito, a partire da questa stagione.

✖ Il progetto più importante riguarda i negozi brandizzati Lassa, i Lassa Shop. L'azienda ha affermato che considera questi negozi lo strumento di comunicazione più importante, e ha dichiarato che continuerà ad investire in questa attività negli anni a venire. Nel 2014, i Lassa Shop sono arrivati a superare le 120 unità e l'obiettivo per il 2015 è ovviamente quello di continuare a crescere.

L'azienda ha anche avviato numerose campagne di comunicazione: durante quest'inverno la scritta "L'inverno sta arrivando" è apparsa su 12 bus cittadini di Dusseldorf e su 80 cartelloni pubblicitari in Croazia. Anche in Italia si è vista questa campagna: sono stati sponsorizzati due tram a Milano e 118 bus tra Parma, Lecce e Bari. Inoltre, un cartellone pubblicitario è stato esposto all'uscita dell'aeroporto di Pisa.

Infine, a breve sarà presentato il nuovo sito web, che sarà più user-friendly e proporrà tutte le informazioni sui pneumatici Lassa.

“Stiamo investendo e siamo ben preparati a questo 2015 - ha dichiarato Halit Sensoy, direttore delle vendite e del marketing internazionale di Lassa - nonostante le difficoltà generali incontrate dall'economia nel 2014, questo è stato un buon anno per Lassa. Continueremo anche nel 2015 i nostri investimenti in vari progetti di comunicazione che hanno lo scopo finale di migliorare l'immagine del brand e aumentare il business dei nostri partner.”

