

Italia e Regno Unito sono stati i mercati pilota per il nuovo programma per i dealer sviluppato da Kumho, che debutta ora anche in Germania. In Regno Unito il network si chiama Ecsta Performance Centre e raggruppa circa 400 gommisti. In Italia la catena dei Kumho Platinum Club - nome che probabilmente assumeranno in futuro anche i punti vendita inglesi - conta più di 350 rivenditori, clienti dei tre distributori Fintyre, River e Gottardi.

“Siamo stati i primi in Europa - dice con orgoglio Domenico Mastrogiacomo, sales & marketing manager della filiale italiana - e puntiamo sul network dal 2007, perché i Kumho Platinum Club sono sicuramente il fiore all'occhiello della strategia dell'azienda in Italia.” A conferma delle parole del manager italiano ci sono gli investimenti pubblicitari, che sono focalizzati proprio sulla rete vendita. “L'obiettivo è valorizzare la visibilità del punto vendita e agevolare, con campagne promozionali, le vendite estive e invernali, con investimenti pubblicitari e scontistiche speciali all'utente finale, che verranno ulteriormente implementate, puntando soprattutto sull'alto di gamma”, continua Mastrogiacomo. Per promuovere invece lo spirito di aggregazione l'azienda attende circa 200 Kumho Platinum Club a Monza per il Campionato di Formula Abarth, che si svolgerà il prossimo 20 ottobre.

Visto il successo del progetto in Italia e in Regno Unito, l'azienda coreana ha deciso di lanciarlo anche in altri mercati europei. Neue Reifenzeitung, la rivista tedesca che fa parte del nostro gruppo editoriale, ha approfondito la strategia che verrà adottata in Germania.

[\(altro...\)](#)