

Ogni giorno a New York mezzo milione di persone visitano la famosissima Times Square. Quale piazza migliore per un'azienda che sta investendo in comunicazione? "Questo è un ulteriore esempio del nostro impegno per aumentare la visibilità del marchio Hankook in Nordamerica," ha affermato Soo Il Lee, presidente di Hankook Tire America Corp. "Nonostante la qualità e le prestazioni dei pneumatici Hankook continuino ad essere la base del nostro successo, dobbiamo intensificare gli sforzi per convincere ancora più clienti a prendere in considerazione il nostro marchio. Questo cartellone lascerà milioni di impressioni in un breve periodo di tempo e assocerà il brand Hankook ad alcuni tra i marchi più popolari del mondo". In effetti l'insegna, che rappresenta il modello UHP di Hankook Ventus V12 evo, troneggia sulla facciata dell'hotel Marriott Marquis a Broadway tra la 45th Street e la 46th Street, a fianco di marchi noti come Coca Cola, Samsung, Kodak, LG, Sony e Toshiba.

Hankook Tire fornisce pneumatici in equipaggiamento originale per numerosi modelli di auto venduti negli Stati Uniti, come Ford, Lincoln, Chevrolet, Pontiac, Chrysler, Hyundai, Kia e Volkswagen. Nel 2009 la crescita del fatturato in Nordamerica è stata dell'8%, ma nel 2010 il trend sembra ancora migliorare, avendo registrato il primo semestre un incremento del 21% rispetto ai primi sei mesi dell'anno precedente.

© riproduzione riservata
pubblicato il 18 / 10 / 2010