

Hankook intensifica la sua presenza Internet e attiva uno speciale mini-sito di sport motoristico e un proprio canale YouTube. In tal modo il produttore di pneumatici s'impegna adesso più intensamente nel settore Social Media aprendo nuove possibilità di interazione con i consumatori finali.

Mentre la homepage aziendale si concentra su informazioni generali sull'azienda, le tecnologie dei pneumatici e rubriche di servizi, il nuovo mini-sito si concentra sull'impegno dell'azienda nel settore dello sport motoristico. Oltre alle relazioni e informazioni dettagliate su DTM, Le Mans, VLN, Super GT, Formula D, Time Attack Series e CRC (China Rally Championship), gli appassionati di sport motoristico – e quelli che vogliono diventarlo – vi trovano anche immagini e video nonché sfondi con diversi motivi di corsa da scaricare. Il microsito, sotto il logo "Hankook Competition", si può raggiungere tramite l'URL www.hankooktiremotorsports.com o con il pulsante "Motorsport" della homepage del produttore.

Dal portale online di YouTube si possono richiamare in futuro sia video sull'azienda che film sulle serie di corse sponsorizzate da Hankook. Inoltre la pagina YouTube di Hankook offre ai propri fans la possibilità di contattare direttamente il produttore di pneumatici ed altri entusiasti dello sport motoristico, infatti tutti i video si possono commentare pubblicamente. Il sito YouTube è raggiungibile dall'URL <http://www.youtube.com/user/HankookEUHQ>. Con la funzione Preferiti del canale, gli abbonati possono richiamare tramite email informazioni quotidianamente aggiornate.

"Quest'anno abbiamo sensibilmente rafforzato il nostro impegno nel settore dello sport motoristico. Dall'inizio dell'anno siamo equipaggiatori esclusivi della DTM e abbiamo già curato con successo le prime corse. Noi vorremmo far partecipare i nostri fans a questi eventi", spiega He-See Ahn, vicepresidente Marketing & Sales presso Hankook Tire Europe. "Il canale YouTube e il nostro microsito ci offrono anche la possibilità di entrare in dialogo con i nostri clienti. Consideriamo ciò come un'enorme possibilità per la nostra azienda e vogliamo sfruttarla più intensamente".

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 07 / 2011