

Il marchio GT Radial è già presente e affermato da anni in Italia tra gli addetti ai lavori del settore pneumatici. Quest'anno però l'azienda ha deciso di investire per dare uno slancio importante dal punto di vista commerciale e di marketing anche nella comunicazione diretta al consumatore finale. "Abbiamo dedicato importanti investimenti pubblicitari al mercato italiano quest'anno, perché vogliamo aumentare la conoscenza del marchio da parte dell'utilizzatore finale", ci dice Corrado Moglia, direttore marketing Europa di Giti Tire per il segmento passenger car.

La distribuzione del brand, affidata ormai da molti anni a Magri Gomme, è stata riorganizzata all'inizio del 2011 con la realizzazione di un importante progetto commerciale: la rete vendita  CDG One, basata su due linee di prodotto: Yokohama e, appunto, GT Radial. I punti vendita, o meglio Consulenti di Guida, che ad oggi offrono i prodotti GT Radial sono ormai più di 400.

La comunicazione, in Italia, come in Europa, ha visto una rapida accelerazione proprio da quando  Corrado Moglia, nello scorso giugno, ha assunto il ruolo di guida dell'area marketing per tutta l'Europa e non poteva quindi mancare adesso il lancio della campagna pubblicitaria per i pneumatici invernali. La campagna winter 2011/2012 utilizza diversi mezzi di comunicazione, dalla stampa, alla radio, fino alla presenza in importanti stadi di calcio.

Per quanto riguarda la campagna stampa, è stato elaborato un nuovo accattivante soggetto pubblicitario invernale dedicato al modello di pneumatico  WinterPro, prodotto di punta della gamma GT Radial invernale. Il soggetto pubblicitario presenta una giovane sportiva ai blocchi di partenza di una gara di atletica, pronta a competere contro un lupo. L'animale, che tipicamente si trova a suo agio in condizioni anche estreme, rappresenta la stagione invernale, pericolosa ed insidiosa, e la giovane atleta rappresenta il prodotto WinterPro di GT Radial, pronto a sfidare la stagione fredda offrendo prestazioni vincenti. Lo slogan della campagna - "And the winter is ..." - richiama il mondo sportivo e gioca sulla facile assonanza in inglese fra le parole "winner" e "winter" catturando l'attenzione del consumatore, che può così comprendere facilmente il senso del comunicato.

Questa immagine è già stata veicolata sulla stampa nazionale, quotidiani e mensili specializzati e sarà pubblicata da novembre a febbraio, quando gli acquisti dei pneumatici invernali da parte del consumatore finale sono più concentrati.

Inoltre, a partire dal 1° di novembre, WinterPro di GT Radial è on-air su Radio 105, Radio Monte Carlo e Virgin Radio, con un'intensa campagna pubblicitaria volta a presentare i benefici e le performance in termini di sicurezza che si ottengono se ci si mette al volante

con i pneumatici invernali GT Radial. La campagna proseguirà fino a fine anno, sensibilizzando tutti gli ascoltatori all'utilizzo dei pneumatici invernali, e invitando a scegliere GT Radial WinterPro per le sue caratteristiche di sicurezza e di rapporto qualità/prezzo

Inoltre, GT Radial ha investito in comunicazione con pubblicità sui campi di calcio negli stadi di Roma, Udinese, Novara, Parma e Siena - in serie A - e lo stadio della Reggina - in serie B - per comunicare il brand attraverso spot ad hoc dedicati sia al prodotto, sia al brand.

“Lo scopo della comunicazione GT Radial tramite le campagne stampa, gli spot radiofonici e le pubblicità negli stadi, è quello di far conoscere il marchio ad un vasto pubblico di lettori, spettatori ed ascoltatori, utenti finali che guidano tutti i giorni auto appartenenti ai vari segmenti di mercato”, continua Moglia. “GT Radial è un brand emergente in Italia per il grande pubblico, rappresenta una realtà ormai indiscussa nel mondo dei pneumatici, essendo tra i primi 10 produttori al mondo, e si rivolge con i propri prodotti a chi cerca qualità e performance ad un prezzo accessibile”.

© riproduzione riservata
pubblicato il 4 / 11 / 2011