

Khumo Tyres ha intrapreso una strategia di comunicazione per l'Italia che prevede l'utilizzo di formati pubblicitari impattanti sul mezzo Radio. Particolarmente curata è stata la scelta degli spazi, che sono sempre collegati a programmi di riferimento per la viabilità. L'obiettivo è di sfruttare al meglio le peculiarità di un media veloce e capace di sviluppare elevate coperture del target di riferimento: uomini e donne di età compresa tra i 18 e i 54 anni, fruitori dell'automobile, attenti alla sicurezza e alle problematiche invernali dell'auto. L'azienda coreana già da 4 anni ha scelto di utilizzare le principali stazioni radio per promuovere i propri pneumatici.

Nello specifico, su R101 e Radio Kiss Kiss, sono previsti alcuni moduli di sponsorizzazione del meteo e della viabilità. Inoltre, su R101, la campagna comprende la sponsorizzazione della rubrica "Tutti a bordo", una pillola giornaliera sul tema delle auto e dei pneumatici invernali all'interno del programma di Dini&Lester (dalle 10 alle 13).

La campagna è on air dal 29 ottobre e proseguirà fino al 16 dicembre 2012.

Kumho Tyres è presente in 180 paesi con 9 stabilimenti nel mondo e circa 10.000 dipendenti, ed è parte di un gruppo comprendente società assicurative, di trasporti, leasing e una compagnia aerea. La multinazionale coreana produce pneumatici per tutti i settori, dagli aerei alle piccole vetture, passando per il trasporto pesante, con all'attivo la fornitura esclusiva in prestigiosi trofei come Formula 3, Formula Abarth e Auto GP.

© riproduzione riservata
pubblicato il 19 / 11 / 2012