

Uno dei mezzi più efficaci per aumentare la conoscenza del marchio è quello di essere fornitori di primo equipaggiamento, e dopo aver iniziato a scalare le classifiche dei fornitori di pneumatici aftermarket, ora Hankook Tyres è occupata ad assemblare un portafoglio di veicoli che la mettono in concorrenza con le più blasonate marche di pneumatici. L'elenco di marche e modelli che hanno scelto Hankook come fornitore di primo equipaggiamento negli ultimi mesi comprende la Mercedes-Benz Classe S e Classe E, e la BMW Serie 5 e X5. Questi accordi arrivano in un momento di crescita per il business di pneumatici ad alte prestazioni di Hankook, come dimostra l'aumento del 12,9 per cento anno su anno delle vendite europee di pneumatici UHP nel corso del 2013. Per festeggiare questi avvenimenti, il produttore di pneumatici ha recentemente invitato i giornalisti in Spagna, al fine di far conoscere la compagnia e le sue ultime linee Ventus.

"I nostri pneumatici Ventus ad alte prestazioni soddisfano anche le più elevate esigenze di qualità e di performance di prodotto", ha dichiarato il nuovo Chief Operating Officer europeo di Hankook, Ho-Youl Pae, quando ha accolto gli ospiti di "The Ventus Experience". Pae ha citato lo slogan Hankook per riassumere i nuovi prodotti Ventus "Driving Emotions", sottolineando il "costante sviluppo tecnologico e impegno per l'innovazione" che ha contribuito a fornire un "esperienza di guida più piacevole e soddisfacente dal momento in cui il guidatore accende il motore."

I pneumatici Ventus di nuova generazione -il Ventus S1 evo, Ventus S1 evo SUV e Ventus Prime- sono gli ultimi prodotti di una società che attualmente investe in modo significativo per garantire il suo posto tra i grandi. Nell'ultimo anno Hankook ha costruito un nuovo stabilimento in Cina (per un costo di 950 milioni di dollari) e in Indonesia (350 milioni dollari), e allo stesso tempo ha lavorato per costruire la sua ottava fabbrica, con un progetto green di 800 milioni dollari nello stato americano del Tennessee. L'azienda sta inoltre espandendo la capacità produttiva del suo stabilimento ungherese, con l'obiettivo di produrre 17 milioni di pneumatici a partire dal 2017, investendo fino ad oggi 1,2 miliardi di dollari. Allo stesso tempo, Hankook sta ampiamente investendo nelle proprie capacità di R & S e la società ora possiede, come Kinzer ha sottolineato, strutture di ricerca e sviluppo nei principali mercati chiave automotive, ovvero Germania, Giappone, Corea, Cina e Stati Uniti. Kinzer si è poi soffermato sul primo equipaggiamento trattato in precedenza, definendo la fornitura del Ventus Prime per la Mercedes Benz Classe S "una vera e propria pietra miliare nella storia della nostra azienda" e ha detto che Hankook è "molto entusiasta di ottenere questa fornitura".

Durante "The Ventus Experience" i pneumatici sono stati esaminati più in dettaglio da Andreas Puerschel, che guida il team di sviluppo BMW presso il Centro Tecnico Hankook europeo. Ha parlato delle lezioni apprese attraverso il DTM, e di come queste esperienze vengano applicate durante lo sviluppo del prodotto. Inoltre, ha detto che rispetto al suo predecessore, il Ventus S1 evo ha una maneggevolezza "molto migliorata sia su asciutto che

su bagnato e, una frenata su asciutto molto più pronta". Ha detto che il Ventus Prime è stato "progettato appositamente per il comfort e le prestazioni sul bagnato" e in questo senso è stato specificatamente progettata una miscela del pneumatico "per migliorare le prestazioni sul bagnato e in fase di aquaplaning." Puerschel ha infine soprannominato il Ventus S1 evo SUV "grande fratello del Ventus S1 evo", e ha sottolineato che è dotato di una costruzione molto più rigida rispetto al suo omologo per autovetture.

Ventus S1 evo, Ventus S1 evo SUV e Ventus Prime rappresentano lo stato dell'arte dei prodotti Hankook e giocano un ruolo chiave nelle attuali strategie di evoluzione del produttore di pneumatici. Quali sono quindi le sfide di Hankook? Un challenge sarà sicuramente quello di sostenere le vendite europee e in particolare garantire canali di vendita, puntando sul marketing e sul rapporto col cliente.