

Il nome di Infinity Tyres si sta facendo rapidamente largo, soprattutto nel mercato britannico, anche grazie a una strategia di marketing spesso innovativa, che a differenza di molti altri competitor del segmento "budget" è focalizzata a far riconoscere e comunicare i benefici del brand, soprattutto ai clienti più esigenti. Non fa eccezione a questa filosofia la nuova campagna pubblicitaria di Infinity, incentrata sul messaggio "Non tutti i pneumatici sono creati uguali" e che associa la nuova linea di prodotti a immagini provenienti da tutto il continente europeo. Nel Regno Unito, per esempio, il nuovo pneumatico Infinity Ecomax è trasposto sul London Eye, simbolo della Londra moderna, così come per gli altri mercati verranno utilizzati simboli nazionali accuratamente selezionati per evidenziare l'impegno personalizzato del marchio nei vari paesi.

Un piano di marketing articolato che si manifesta anche attraverso la partecipazione alle diverse fiere nazionali, proprio per ribadire - come spiegano i vertici aziendali - l'attenzione diversificata di Infinity verso i vari paesi. Recentemente il costruttore cinese ha presentato la sua rinnovata gamma di pneumatici a Brityrex, Pneu Expo, Motortec e Autopromotec, ponendosi come l'unico marchio ad essere presente a tutte queste fiere nazionali.

Per sviluppare ulteriormente l'identità del marchio, Infinity pubblica anche una newsletter trimestrale, distribuita in tutta Europa, che aggiorna continuamente i lettori su sviluppi di mercato e nuove partnership, anche alla luce dell'accordo distributivo firmato con Al-Dobowi che ha posto Infinity sul piano della competizione globale, grazie alla distribuzione in oltre 70 paesi. Una globalità che si lega allo stile attraverso la pubblicazione della rivista semestrale "Infinity Lifestyle" che associa il gruppo cinese alle ultime tendenze in fatto di stile e design. A questa strategia si affianca poi un marketing più tradizionale, come dimostra il successo dell'"Infinity club", realizzato in associazione con Bond International e che premia i rivenditori inglesi con una vasta gamma di materiale per i punti vendita e merchandising mirato.

Infine, non manca il veicolo delle sponsorizzazioni di eventi sportivi, come gare di drifting e corse di cavalli, nei quali il marchio Infinity è oggi fortemente presente. Ma la strategia di marketing di esplica anche attraverso promozioni e concorsi a premi, come dimostra la campagna "Vinci una Bentley": campagne progettate proprio allo scopo di attirare i clienti più esigenti e assistere i rivenditori Infinity nell'offrire un pacchetto completo, attraverso prodotti a prezzi interessanti e adeguati strumenti di marketing.

© riproduzione riservata
pubblicato il 25 / 06 / 2013