

Dopo aver avviato il progetto **Flagship Store**, le attività di Kumho Tyre non accennano a diminuire. L'ultima novità è la promozione sell-out che lega il produttore Coreano all'evento dell'anno, ovvero Expo Milano 2015.

La promozione mette in palio 60 Kit Expo del valore di 350 euro cadauno. Il Kit è Open, cioè valido per tutti i 6 mesi della durata di Expo 2015, e al suo interno i vincitori troveranno 2 biglietti giornalieri di ingresso ad Expo 2015, 2 coupons degustazione da utilizzare presso il padiglione Eataly Expo e un pernottamento in hotel 4 stelle in camera doppia per una notte con trattamento di prima colazione.

Dal 1° Aprile al 30 maggio, tutti i clienti che si recheranno presso uno dei punti vendita aderenti e acquisteranno un set di pneumatici estivi Kumho da almeno 16", potranno partecipare alla promozione inserendo i dati d'acquisto sul sito www.kumho-vinciexpo2015.com creato appositamente per questa iniziativa.

Subito dopo aver compilato il modulo (operazione che richiede pochi minuti), sarà possibile partecipare all'instant win game (meccanismo di vincita immediata) per scoprire se si è uno dei 60 vincitori del kit Expo. L'assegnazione dei premi previsti sarà casuale e gestita a mezzo di un apposito software non manomettibile o manipolabile esternamente.

✖ "Essere legati all'evento dell'anno in Italia è una risorsa strategica molto preziosa per il marchio Kumho e la sua notorietà", riferisce Domenico Mastrogiamco, responsabile vendite e marketing di Kumho. "Per questo la promozione viene supportata da una campagna pubblicitaria già attiva dal 10 marzo che coinvolge diversi canali di comunicazione. Dopo aver ottenuto l'approvazione per utilizzare il logo Expo Milano 2015 Authorised Reseller, abbiamo progettato una massiccia campagna pubblicitaria selezionando i canali di comunicazione più efficaci per enfatizzare questo legame. Siamo infatti presenti su Al Volante di Aprile (IV copertina), Quattroruote e TopGear di Maggio e Automobilismo di Aprile e Maggio (entrambi sulla IV di copertina). Inoltre dal 19 marzo fino al 30 maggio Radio Sportiva trasmette 6 spot al giorno da 20/30 sec. Ciascun investimento pubblicitario avrà una cospicua controparte sul web a partire dalla presenza su AlVolante.it (skin), Automobilismo.it (skin), Radiosportiva.com (streaming banner), Pneusnews.it (pop up), etc. Non meno importante sarà la presenza nei punti vendita Kumho Platinum Club aderenti, attraverso materiale di comunicazione dedicato, che comprenderà poster, cartelli da banco e cartoline.

L'insieme di questi investimenti pubblicitari (in grado di raggiungere più di 6 milioni di potenziali clienti) e la portata mediatica di Expo Milano 2015, a cui ci siamo legati, aumenterà sensibilmente la notorietà del marchio Kumho Tyre in Italia", conclude

Mastrogiacomo.