

NEXEN TIRE zwiększa rozpoznawalność swej marki

data aktualizacji: 2024.10.30



Producent opon z siedzibą w Korei Południowej świętuje ciągły sukces swojego trwającego prawie dekadę partnerstwa z Manchester City Football Club (Manchester City). Współpraca ta przyniosła doskonałe wyniki zarówno dla firmy, jak i klubu piłkarskiego, a także stanowi wzór sukcesu w marketingu sportowym.

W ciągu ostatnich dziesięciu lat NEXEN TIRE rozwinęło się w globalną markę z roczną sprzedażą wynoszącą 2,7 biliona KRW (około 2 miliardów USD), podczas gdy Manchester City zapisał się w historii piłki nożnej, zdobywając rekordowe cztery kolejne tytuły Premier League, obok innych wyróżnień. Fani w Europie i na całym świecie mogli zobaczyć markę NEXEN TIRE na cyfrowych tablicach w Etihad Stadium, będącym domem Manchester City. Partnerstwo to umożliwiło producentowi wykorzystanie wizerunku klubu i praw sponsorskich, angażując się w różnorodne działania marketingowe mające na celu zwiększenie globalnej widoczności.

Marketing sportowy nie tylko w Europie

Udany debiut NEXEN TIRE w marketingu sportowym rozpoczął się w Korei w 2010 roku, gdy firma została oficjalnym sponsorem profesjonalnej drużyny baseballowej "NEXEN Heroes". Dostrzegając synergię między dynamicznym wizerunkiem marki a energią sportu, firma aktywnie rozwijała swoją strategię marketingu sportowego.

W Europie firma rozszerzyła swoje partnerstwa poza Manchester City, obejmując kluby takie jak

Juventus w włoskiej Serie A oraz SK Slavia Praga w czeskiej lidze. Nawiązała także współpracę z drużyną Major League Baseball San Diego Padres w Ameryce Północnej, a także z drużyną piłkarską Al Nasr z Zjednoczonych Emiratów Arabskich i drużyną koszykarską Žalgiris z Litwy. W 2017 roku Producent stał się pierwszym oficjalnym sponsorem rękawów Premier League, rozszerzając swoje możliwości sponsorskie. Umieszczenie logo NEXEN TIRE na lewym rękawie koszulek Manchester City oraz na tablicach LED w stadionie pozwoliło marce osiągnąć maksymalną globalną ekspozycję.

W 2023 roku NEXEN TIRE zorganizowało globalną konferencję dealerów "Purple Summit" w Manchesterze, która obejmowała szereg działań, w tym sesje konferencyjne, oglądanie meczów oraz wycieczkę po stadionie Manchester City. W lipcu zeszłego roku wspierano także trasę Manchester City po USA, dodatkowo promując markę wśród amerykańskich fanów piłki nożnej.

Wymierne efekty finansowe

W 2014 roku, przed partnerstwem, sprzedaż opon w Europie wynosiła 333,2 miliarda KRW. W 2023 roku ta liczba potroiła się, przekraczając 1 bilion KRW. Sprzedaż w Europie wzrosła z 18,9% do 37,2% całkowitej sprzedaży NEXEN TIRE. Mimo trudnych warunków rynkowych aktywne inwestycje NEXEN TIRE, w tym budowa zakładu produkcyjnego w Europie w Czechach, stworzyły synergii z działaniami marketingu sportowego. Koreański producent planuje zwiększyć swoją wartość marki, współpracując z globalnymi partnerami, w tym z Manchester City, aby stać się jednym z 10 najlepszych globalnych producentów opon.

- Nasze partnerstwo z Manchester City miało kluczowe znaczenie dla zwiększenia globalnej świadomości marki NEXEN TIRE - powiedział Travis Kang, globalny CEO NEXEN TIRE.

- Z niecierpliwością czekamy na kontynuację tej strategicznej współpracy i wspólne odkrywanie nowych programów marketingowych.

Fot. NEXEN TIRE

Źródło: