

Nokian z kolejnym konkursem za Oceanem

data aktualizacji: 2026.10.21



Nokian Tyres jest w USA producentem o ugruntowanej pozycji w segmencie opon zimowych. I na tej rozpoznawalności kreuje kampanie konsumenckie. Producent już wcześniej angażował kierowców w kampanię „Worst Roads in North America”, w której uczestnicy wybierali regiony z najgorszymi drogami. Teraz rusza z kampanią Virtual Green Tire Giveaway 2026, która polega na poszukiwaniu wirtualnej zielonej opony na interaktywnej mapie.

Specjalista od ogumienia zimowego ma dużą rozpoznawalność w USA i w Kanadzie, ale nie licząc regionów o intensywnych opadach śniegu, świadomość skandynawskiej marki nie jest duża. Fiński producent to nadal raczkujący gracz rynkowy. W 2025 r. około 85% opon sprzedawanych przez Nokian Tyres na rynku amerykańskim powstało w zakładzie w Dayton w stanie Tennessee. Największym zainteresowaniem cieszą się modele stworzone na ciężkie warunki zimowe, a przecież poza oponami zimowymi, firma rozwija segment opon całorocznych, wielosezonowych i terenowych. Popularyzacji portoflio produktów ma służyć rozbudowana sieć dystrybucji - we wrześniu 2025 r. firma zawarła pierwszą ogólnokrajową umowę dystrybucyjną w USA z American Tire Distributors (ATD). W ten sposób powstało pierwszych 110 punktów, w których można kupić nie tylko zimowe opony skandynawskiego producenta.

Równolegle z budową sieci, realizowane są kampanie konsumenckie. Najnowszą taką pod nazwą „Virtual Green Tire Giveaway 2026” kolejny raz skierowano do odbiorców w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie. Tym razem konkurs (od 12 października do 22 listopada br.) polega na poszukiwaniu wirtualnej zielonej opony na interaktywnej mapie na podstawie wskazówek publikowanych w

mediach społecznościowych producenta opon. Co tydzień publikowane są nowe wskazówki i lokalizacja związana z partnerskim ośrodkiem górskim. Przykładowo, w tym tygodniu to Mont-Tremblant - jeden z najsłynniejszych całorocznych kurortów wypoczynkowych w Ameryce Północnej, położony w prowincji Quebec w Kanadzie. Uczestnicy typują położenie zielonej opony na interaktywnej mapie. Najtrafniejsze typowanie daje szansę zdobycia nagrody. To komplet opon Nokian Tyres dla zwycięzcy tygodnia i dwa vouchery na wyciągi dla osoby z drugim wynikiem.

Jak widać, firma buduje swoją markę wokół bezpieczeństwa w zmiennych warunkach pogodowych, a równolegle rozwija komunikację dotyczącą bardziej zrównoważonych opon. Wszak Nokian rozwija inicjatywy dotyczące zrównoważonego ogumienia, w tym poszukiwanie materiałów odnawialnych i recyklingowanych. Jedno jest pewne. Jesień to czas, w którym kierowcy zaczynają przygotowywać samochody do zimy. Konkurs przypomina o marce dokładnie wtedy, gdy rośnie znaczenie wyboru odpowiednich opon.

Fot. Nokian

Źródło: