

La prima stagione di GT Radial come Official Tyre Partner della Champions Hockey League si è rivelata un ottimo palcoscenico per rafforzare le relazioni con fornitori e clienti, invitati sugli spalti per assistere all'emozionante epilogo di questa stagione.

La finale, che si è svolta il 1 marzo in casa degli svedesi Rögle Ängelholm, è stata il momento culminante di una campagna di otto mesi che ha sfruttato la "più grande competizione di hockey su ghiaccio d'Europa" per accrescere la brand awareness della gamma invernale del marchio in tutto il continente.

La stagione 2021/22 ha visto sfidarsi 32 squadre provenienti da 13 leghe nazionali in 125 gare da Agosto 2021 a Marzo 2022, con un forte coinvolgimento di fornitori e clienti europei che hanno avuto l'opportunità di assistere alle partite.

La copertura TV, stampa, radio e online ricevuta da GT Radial è stata molto ampia, convertendosi anche in preziosi contenuti a supporto della strategia digital del brand.

La visibilità on site ha giocato un ruolo determinante, con logo sui backdrop ufficiali delle interviste, sul sito di CHL e sui biglietti, oltre ad un proprio merchandise brandizzato.

La finale, che è stata trasmessa in ben 36 paesi, si è chiusa con la vittoria 2-1 del Rögle Ängelholm sulla finlandese Tappara Tampere, in una sfida all'ultimo respiro che ha dato vita ad un testa a testa davvero appassionante.

Stefan Brohs, Marketing Director - Europa di Giti Tire, ha dichiarato: *"Il nostro debutto con CHL è stato un vero successo, sia in termini di coinvolgimento di fornitori e clienti, sia in termini di crescita significativa della brand awareness, specialmente nei paesi del Nord Europa dove l'hockey è sport nazionale.*

"Per noi ogni partnership deve avere come obiettivo primario un coinvolgimento attivo e devo dire che CHL è stato estremamente partecipe nel supportare tutte le nostre strategie, soprattutto quelle legate al marketing digitale, per permetterci di ottenere il massimo ritorno sull'investimento.

"Il collegamento tra GT Radial e CHL è davvero forte, entrambi i brand hanno infatti una personalità dinamica, energica, in rapida evoluzione e soprattutto sanno come sviluppare un prodotto scattante e coinvolgente."

© riproduzione riservata pubblicato il 15 / 03 / 2022

