

L'evento "Kumho Driving Experience", che si è svolto domenica 21 aprile sul rinomato circuito di Vairano (PV), ha dato l'opportunità ai clienti europei di testare in pista le prestazioni dei nuovi prodotti Kumho.

All'evento hanno partecipato i dirigenti di Kumho, tra cui il presidente e amministratore delegato Jung Il-taik, il responsabile della divisione vendite Lim Seung-bin, il responsabile della divisione vendite europea Tony Gangseung Lee, il responsabile della divisione ricerca e sviluppo Cho Man-sik e il vicepresidente del marketing globale John Janghyuk Yoon.

Lo scopo dell'evento era quello di promuovere una più stretta comunicazione e collaborazione tra Kumho Tire e i suoi clienti europei. Negli ultimi cinque anni Kumho ha registrato una crescita costante in Europa, con un **incremento medio annuo delle vendite superiore al 20%**. In particolare, l'anno scorso l'azienda ha registrato una notevole **crescita del 44%**. L'aumento delle vendite è stato determinato dalle strategie di ricerca e sviluppo adattate al mercato europeo. Recentemente, l'azienda ha ottenuto punteggi eccellenti nei test sulle prestazioni dei pneumatici condotti dalle riviste tedesche di fama mondiale ADAC Motorwelt e Auto Bild, dimostrando di essere tra i migliori player del mercato per le sue capacità tecnologiche.

All'interno dell'evento Kumho Tire i partner commerciali hanno avuto l'esclusiva possibilità di assistere al derby di Milano tra l'AC Milan e l'Inter, questo è stato possibile grazie alla partnership che [l'azienda coreana ha con il Milan](#).



*"Kumho Tire è cresciuta negli ultimi anni. Quest'anno abbiamo fissato l'obiettivo di vendita più grande della nostra storia, pari a 4.560 miliardi di KRW, e intendiamo concentrarci sul miglioramento della nostra redditività attraverso una crescita sia quantitativa che qualitativa", ha dichiarato il Presidente e CEO **Jung Il-taik**. "Continueremo a far leva sulla nostra differenziata prodezza tecnologica e sulla nostra superba qualità per creare la migliore esperienza di guida per gli utenti".*

*"L'idea alla base dell'evento era quella di offrire ai nostri partner commerciali europei l'opportunità di sperimentare in prima persona le brillanti prestazioni dei nostri prodotti", ha dichiarato il responsabile della divisione vendite europea **Tony Gangseung Lee**. "La nostra competenza tecnologica è stata riconosciuta in Europa e stiamo cercando di espandere la nostra rete di vendita attraverso campagne di promozione, vendita e marketing personalizzate e di guidare la creazione di mercati per il futuro."*

Kumho Tire ha in corso diversi accordi di partnership globale con grandi club calcistici in Europa, tra cui l'AC Milan in Italia, il Tottenham Hotspur in Inghilterra, il Bayer 04 Leverkusen, fresco vincitore del titolo, in Germania, l'FK Mladá Boleslav nella Repubblica Ceca e il BSC Young Boys in Svizzera. È anche sponsor ufficiale delle leghe NBA e NBA G in Nord America. L'azienda ha ampliato gli investimenti e le attività di marketing per avvicinarsi ai clienti di tutto il mondo, nel tentativo di rafforzare la propria posizione nei mercati.



© riproduzione riservata pubblicato il 6 / 05 / 2024