

Lo Sport e il marketing Aziendale



Constantly better

- La Kuwait Petroleum Italia è “sbarcata” in Italia nel 1986, in un mercato dove i maggiori competitor operavano già da circa un secolo. Era quindi fondamentale trovare un posizionamento che fosse fortemente distintivo rispetto al resto della concorrenza.
- Visto il valore simbolico del marchio fortemente innovativo nel mercato di riferimento, è stato deciso di mettere in campo delle azioni di Marketing che fossero il più possibile coerenti con il marchio stesso

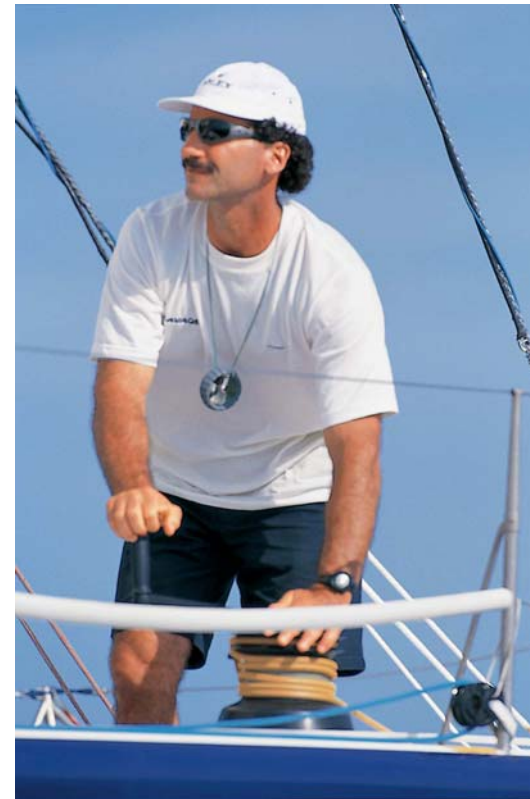
Lo Sport e il marketing Aziendale



Lo Sport e il marketing Aziendale



- Visti i valori intrinseci della vela, la Kuwait Petroleum Italia, ha da sempre puntato su questi valori per costruire il proprio posizionamento in modo coerente e distintivo rispetto ai propri concorrenti.



Lo Sport e il marketing Aziendale



Constantly better

- Partendo dai successi del mitico Brava Q8 di Pasquale Landolfi...



Lo Sport e il marketing Aziendale



Constantly better

- ... nel 1998, grazie a una felice intuizione dell'agenzia Armando Testa, la barca a vela, icona della Q8, inizia la magica navigazione sull'asfalto che negli anni consente di capitalizzare importanti risultati

Lo Sport e il marketing Aziendale



- In particolare, grazie alla barca a vela l'immagine della Q8 si connota per:
 - Attenzione all'ambiente (associazione spontanea dei consumatori alla barca a vela)
 - Qualità dei carburanti (grazie al fatto che la barca a vela negli spot ha sempre superato, auto, moto e camion)
- Ma soprattutto siamo riusciti a costruire una “Emotional Selling Proposition” su un prodotto che non ha nulla di emozionale, ma puzza, non si vede quando si compra e si brucia senza accorgersene...

Lo Sport e il marketing Aziendale



Constantly better

- A coronamento di questo percorso, negli ultimi anni abbiamo deciso di estendere questo posizionamento distintivo al programma di loyalty interpretando in modo nuovo il concetto di sponsorizzazione.



Lo Sport e il marketing Aziendale

- Al di là di portare una barca a vela al Motorshow di Bologna (grazie alla collaborazione con Audi)...



Lo Sport e il marketing Aziendale



Constantly better

- ...abbiamo utilizzato la partnership con il marchio SLAM e il marchio del team per offrire ai nostri consumatori premi esclusivi...

Salta in sella... al team!

Bici e casco firmati
"Audi TP 52 Sailing Team powered by Q8":
l'avventura continua su strada.

MTB UNISEX

- Telaio a doppia trave
- Forcella anteriore ammortizzata
- Cerchi in alluminio 26"
- Cambio Shimano 21 velocità
- Comandi al manubrio sincronizzati Shimano
- Sella anatomica



Cod. 581
4.900
+39€ punti

CASCO BICI
Omologato, in polistirolo
espanso con guscio in PVC

Cod. 570
900
+2€ punti



Audi
TP 52 sailingteam
powered by
Q8

Indossa il mare

POLO SLAM
Polo in cotone pique
(taglie S/M - L - XL)
Color marrone bruciato
con righe azzurre

SLAM

600
+1€ punti

Cod. 554 - Taglie S/M
Cod. 555 - Taglie L/XL

1.000
+2€ punti

Cod. 557 - Taglie S/M
Cod. 558 - Taglie L
Cod. 559 - Taglie XL



COSTUME SLAM

Costume / shorts da uomo, con
retina interna e vita elasticizzata
con cordoncino (taglie S/M - L/XL)
Color marrone bruciato con
fantasia azzurra

Cavalca l'onda con TPino

Skimboard in legno con grafica serigrafata.

TPino è l'originale mascotte di "Audi TP 52 Sailing Team powered by Q8"

Un team composto da pluricampioni del mondo impegnati
anche nel corso del 2008, nell'affascinante sfida della classe TP 52,
la formula 1 della vela agonistica.

TPino non può che amare il mare in tutte le sue forme,
specie in quelle più avventurose: eccolo in una versione
coloratissima, pronto a catturare l'onda più divertente
dell'estate.

Dimensioni: 54x106 cm

Cod. 560
1.000
+1€ punti



Lo Sport e il marketing Aziendale



- Non ultimo abbiamo utilizzato immagini e valori della vela anche per valorizzare gli strumenti di incentivazione rivolti ai nostri gestori



Constantly better

Grazie dell'attenzione