



Iscriviti alla Newsletter

Leggi la Digital Edition

Vai allo shop



VISITA IL NOSTRO CATALOGO ONLINE



HOME NEWS AZIENDE PARTS TRUCK PARTS IN OFFICINA ONE DAY TRUCK AFTERMARKET CONGRESS

Accedi

Home > News > News Aftermarket

News Aftermarket

FIAMM MotoGP Experience, 4 anni di attività sul campo

22 novembre 2018



La sponsorizzazione sportiva come mezzo per incrementare l'engagement dei clienti, l'esperienza in MotoGP raccontata da FIAMM dopo 4 anni di attività sul campo

In questi ultimi tempi i canali di comunicazione si sono moltiplicati e raggiungere il proprio target è sempre più difficile e costoso. All'advertising più tradizionale della carta stampata si sono aggiunti i canali digitali (pensiamo solo al fatto che tutte le riviste del nostro settore hanno anche un loro portale web), cui si sono affiancati i social network, le inserzioni all'interno delle APP e le campagne di re-marketing che ti seguono ovunque. La sponsorizzazione sportiva rappresenta quindi un valido canale di comunicazione che se adeguatamente utilizzato, coinvolge il proprio target conquistandolo nelle proprie passioni.

Il rapporto tra FIAMM Energy Technology e PRAMAC Racing inizia nel 2015 a seguito del contratto di fornitura che lega le due aziende italiane (FIAMM Spa ora FIAMM Energy Technology Spa e PR Industrial srl) a partire da quell'anno.

La sponsorizzazione sportiva nel caso della MotoGP si esplicita in modi diversi lavorando su diversi piani, FIAMM (ci spiega Alessandro Lanari - Direttore Marketing Mobility Power Solutions) si è concentrata su 3 aspetti:

Brand Awareness: esposizione del marchio durante uno degli eventi motoristici mondiali più rilevanti e seguiti dal pubblico (la copertura TV della MotoGP viene garantita da più di 60 emittenti in oltre 200 paesi);



PARTS

DISTRIBUZIONE AFTERMARKET PERIODICITA': 11 NUMERI ALL'ANNO PER L'ITALIA

Leggi la Digital Edition

Delphi a 360° - Il Ciclo Completo dell'Innovazione.

Scopri il Valore a 360° della Qualità Delphi.

Not Just Quality. Delphi Quality. [Scopri di più >](#)

CONSIGLIATO



Nuovi obiettivi emissioni CO2 post 2021: la posizione di ANFIA

Per essere più vicini a voi.

ON TOUR

WWW.BREDALORETTI.COM

TAG

> #ricambi 381

> #aftermarket 160

Engagement: utilizzo di immagini e contenuti esclusivi utili per costruire efficaci campagne di comunicazione anche social;

Hospitality: alle strutture presenti nel paddock della MotoGP accedono solo gli ospiti invitati, l'esperienza (a volte un po' caotica) è sicuramente esclusiva ed immersiva.

Dal 2015 ad oggi la sponsorizzazione FIAMM ha sviluppato un GMV (Gross Media Value) superiore a 10 milioni di € con un ROI (Return on Investment) del 900%.

Sempre dall'inizio dell'attività FIAMM ha coinvolto ed ospitato all'interno dell'esclusivo Paddock della MotoGP più di 300 appassionati clienti da tutto il mondo.

L'esperienza che FIAMM offre ai propri clienti è a mio avviso molto particolare ed esclusiva (ndr l'accesso al paddock della MotoGP non è acquistabile): il cliente riceve infatti un Pass per poter entrare nel Paddock ove si trovano i mezzi dei Team, le hospitality unit, gli ingressi dei box e dove con un po' di pazienza e fortuna si possono incrociare i piloti; i nostri ospiti possono inoltre usufruire di una tribuna dedicata da cui guardare le prove/gara; possono usufruire dell'open bar della struttura hospitality ed anche riposarsi gustandosi un buon pasto.

Gli ospiti infine vengono accompagnati all'interno dei BOX per una breve visita, un piccolo omaggio composto dai gadget ufficiali del Team servirà inoltre a ricordarsi della giornata.

Ciò che il cliente ospite non vede è il lavoro di organizzazione che è alle spalle di ogni evento : il paddock è un insieme di camion speciali che si muovono da un circuito all'altro e viene allestito in due/tre giorni, mentre lo smontaggio inizia subito dopo il termine delle attività in pista. I pass paddock vengono consegnati personalmente presso il centro accrediti ed i nominativi devono essere comunicati con largo anticipo all'organizzazione.

Tutte le attività e gli orari devono essere studiati e pianificati per non intralciare il lavoro dei meccanici e del personale dei Team che stanno a tutti gli effetti lavorando, questo in quanto il numero di appassionati per evento è impressionante, il circuito di Valencia ad esempio può ospitare fino a 150.000 spettatori.

In conclusione possiamo dire che essere sponsor di uno dei Campionati del Mondo più prestigiosi è sicuramente "piacevole" ma è necessario impegnarsi a fondo con una pianificazione minuziosa per poter garantire agli ospiti una esperienza "indimenticabile" che consenta di fronteggiare eventuali imprevisti.

- > #truck 105
- > #officine 100
- > #ricambi auto 97
- > #filtri 96

Per saperne di più

Clicca qui



dav

- #batterie
- #clienti
- #FIAMM
- #MotoGP
- #sponsor

