

Nel corso del 2016 Picone Pneumatici ha avviato diverse iniziative strategiche in tutti i settori aziendali, dalla presentazione di nuovi programmi di affiliazione al marketing, dalle condizioni commerciali alla comunicazione, molto aggressive sul mercato. Abbiamo parlato degli obiettivi dell'azienda e dei modi in cui raggiungerli con Vincenza del Verme, responsabile marketing dell'azienda.

Qual è l'obiettivo di Picone?

Tutte le iniziative inaugurate nell'ultimo anno da Picone Pneumatici hanno un unico obiettivo: far diventare l'azienda un brand, differenziandosi dal ruolo del distributore classico. Vogliamo diventare il punto di riferimento per il B2B e B2C in Italia. Vogliamo che il nome Picone sia conosciuto anche da chi non ha, o non ha ancora, avuto ancora a che fare con noi, come per esempio succede con Zalando. Il cliente deve sapere che sulla nostra piattaforma troverà il prodotto e che la qualità e i servizi sono di ottimo livello.

Questo progetto ha un punto di arrivo?

Il progetto avrà un nodo centrale in Autopromotec, dove esporremo nel padiglione 20 come brand. In quell'occasione presenteremo la nuova piattaforma B2C e la nuova politica Picone Retail, un programma esclusivo per i gommisti e le officine che vogliono diventare nostri partner partner.

In cosa consiste questo programma?

❌ Il programma Retail è un programma esclusivo, in tutti i sensi: per usufruire dei servizi dedicati, i partner dovranno collaborare con noi a 360 gradi e per tutto l'anno. L'obiettivo dichiarato è quello di rendere più competitivo sul mercato il nostro cliente, tramite la presenza sul nostro sito e, soprattutto, sconti particolari con la scontistica TOP. Questa iniziativa presenta 6 categorie, denominate 40, 60, 80, 100 140 e 180, che indicano il numero di pneumatici acquistati dal cliente in un mese. Con le prime tre categorie si pagano solamente 36, 54 e 72 pneumatici, il che significa rispettivamente 48, 72 e 96 pneumatici "gratis" all'anno.

Con le altre tre categorie, invece, si ottengono attrezzature Corghi in leasing, che sale di livello al salire del numero di pneumatici acquistati. Con la prima categoria si ottiene uno smontagomme del valore di 8.000 euro, mentre con l'ultima si riceve il famoso Artiglio Master Code, che ha un valore di ben 25.000 euro.

Ci sono altre iniziative per chi decide di entrare nel programma?

Sì, abbiamo anche stretto un importante accordo con un istituto bancario per ottenere il "Tasso 0 Picone", che prevede la possibilità di ottenere diversi finanziamenti sugli acquisti, ma anche la vetrina nel B2B, che dà la possibilità di vendere ad altri professionisti gli acquisti sbagliati o quelli invenduti. Infine, c'è la possibilità di restituire degli acquisti sull'estivo: chi acquista a gennaio i pneumatici estivi potrà, entro maggio, restituire i prodotti non venduti.

Quanti accordi avete siglato finora?

Abbiamo già stretto 40 accordi. Questo significa che il progetto piace e funziona. Siamo molto soddisfatti e crediamo che il numero dei clienti aumenterà velocemente nei prossimi mesi.

© riproduzione riservata
pubblicato il 7 / 12 / 2016