13 tappe in giro per l'Italia, oltre 2.000 km percorsi, 5.000 persone coinvolte in 26 giornate di apertura del truck al pubblico, che hanno generato oltre 1.000 preventivi: sono questi alcuni dei numeri che decretano il successo del **SuperService TruckTour**, il primo Road Show promosso dalla rete di rivenditori Goodyear Dunlop, per entrare in contatto con gli utenti finali e raccontare il mondo SuperService con tante attività e servizi.

Grande protagonista del tour, che ha preso il via da Milano a marzo per concludersi a Roma a giugno, facendo tappa nei centri commerciali delle più importanti città lungo lo stivale, è stato lo scenografico **Motorhome**, allestito al suo interno con i più performanti pneumatici **Goodyear, Dunlop** e **Fulda** in una lounge di grande impatto in grado di attirare l'attenzione di grandi e piccini.

Soddisfazione anche da parte dei Rivenditori esperti SuperService che hanno preso parte all'iniziativa e che hanno tracciato il loro personale bilancio del Truck Tour.

Michele Laterza di **Laterza Gomme** di **San Giuliano Milanese** che ha partecipato alla tappa di Milano ha dichiarato: *"È stata un'esperienza assolutamente positiva a cui ho preso parte con entusiasmo anche per la possibilità di farmi conoscere sfruttando l'ampia copertura pubblicitaria garantita dal Truck. Grazie a questa iniziativa ho potuto fare numerosi preventivi che in molti casi si sono convertiti in vendita".*

La possibilità di farsi pubblicità e consolidare la presenza sul territorio è stata confermata anche da **Ivana Arrighini** di **Pneumatici Arrighini** di **Tortona** che ha preso parte alla tappa di Serravalle Scrivia: "*Sono stata spinta a partecipare dalla curiosità e devo dire che sono rimasta soddisfatta per l'ottima organizzazione e la grande visibilità garantita. E' stata un'occasione perfetta per incontrare potenziali utenti, ma anche per incontrare clienti già attivi, che hanno apprezzato la nostra volontà di uscire dall'officina e che abbiamo ulteriormente avvicinato alla nostra realtà".*

Curiosità per il progetto e soddisfazione per i risultati finali emergono anche dalle parole di **Gianluca Bombardi** di **Bombardi Gomme** di **Torino**: "*Questa iniziativa ci ha permesso di aprirci a un pubblico molto ampio e a volte più difficile da raggiungere. Credo che circa un 5% dei preventivi si sono tramutati in vendite e a livello di promozione è stato molto utile per consolidare la nostra presenza sul territorio".*

Un plauso all'ottima organizzazione dell'evento arriva anche da **Mirko Guizzardi** di **Pneus Sport** di **Bologna** che è intervenuto nella tappa nel capoluogo emiliano: "*Il mio negozio è vicino al Centro Commerciale in cui si è tenuta la tappa di Bologna. Questo ha fatto sì che molte persone a cui avevo fatto un preventivo siano tornata nei giorni successivi per finalizzare l'acquisto. La location inoltre ha consentito di coinvolgere tante famiglie e persone che altrimenti non sarei riuscito ad avvicinare*".

Infine una piacevole richiesta da parte di **Pamela Fanizzi** di **Fanizzi Gomme** di Bari che ha partecipato alla tappa barese: "*Esperienza divertente e interessante, che dovrebbe essere riproposta più frequentemente visto il successo. E' anche un momento di connessione con la Rete per mettersi a confronto con altri SuperService per capire e migliorare la strategia di vendita e di servizio ai clienti*".

Il pubblico che ha partecipato alle varie tappe dell'iniziativa SuperService ha inoltre potuto godere dell'**area dedicata al check up dei pneumatici**, pensata per permettere agli automobilisti di viaggiare sicuri, **ricevendo gratuitamente** un servizio di qualità dagli esperti rivenditori appartenenti alla Rete.

Non è mancato anche l'intrattenimento nelle oltre 10 ore di apertura del Truck in mezzo alla gente, grazie all'adrenalinico **simulatore di guida** che ha permesso ai partecipanti di provare le emozioni della **Nascar,** la celebre competizione Americana di cui Goodyear è partner storico. Infine, sono stati tantissimi i gadget distribuiti ai visitatori, tra cui 3.000 palloncini a dirigibile per la gioia dei più piccoli e delle tante famiglie che hanno colorato di blu i centri commerciali di tutta Italia.

"Siamo molto soddisfatti del risultato di questa iniziativa che ci ha permesso di supportare i nostri SuperService a cavallo di un periodo caldo come quello del cambio gomme stagionale.

E' stata l'occasione perfetta per aiutarli a consolidare localmente la loro notorietà presso clienti attuali e potenziali, valorizzando i molti servizi della Rete e la qualità dei nostri prodotti, dando allo stesso tempo una forte immagine di Rete e consolidando il senso di appartenenza nei dealer" ha commentato **Marco Prosdocimi, Direttore Retail** di **Goodyear**.

© riproduzione riservata
pubblicato il 26 / 07 / 2018