

La partnership strategica tra Vredestein e Tagliabue Gomme Gross - Modugno Pneumatici ha superato brillantemente i primi 100 giorni. Il successo del progetto, dopo questi primi mesi di vita, si basa su fondamenta solide e accordi vantaggiosi e pieni di contenuti per i rivenditori che decidono di aderire alla rete dei Centri Sicurezza Vredestein, il cui logo è stato appena rinnovato.



*"I rivenditori affiliati al network CSV con Tagliabue e Modugno sono estremamente soddisfatti del programma di marketing che la Casa produttrice ha sviluppato in esclusiva per loro", spiega il responsabile commerciale di Tagliabue Gomme Gross, **Cagatay Saygili**.*



Cristiano Pisani, direttore vendite di Modugno Pneumatici

"I clienti si sono subito resi conto che si tratta di un progetto solido, condiviso e strutturato insieme a Vredestein, che offre loro una posizione privilegiata", aggiunge il direttore commerciale di Modugno Pneumatici, **Cristiano Pisani**.

La forza del progetto si fonda su tre elementi distintivi dedicati in esclusiva ai CSV di Tagliabue-Modugno: un **programma di marketing** ad hoc, un **assortimento** completo di tutti i pneumatici a listino (summer, winter e 4 seasons), con uno stock sempre disponibile, e delle condizioni commerciali dedicate, che garantiscono al rivenditore **margini rilevanti**.

Grazie al piano di marketing studiato in collaborazione con Vredestein, completo di leve e incentivazioni su vari livelli, si sono ad oggi affiliati al network CSV con Tagliabue Gomme Gross e Modugno Pneumatici **oltre 300 punti vendita**, distribuiti su tutto il territorio nazionale.

"I network per le Case sono sempre un formidabile strumento di fidelizzazione dei clienti sul territorio, ma per Vredestein è determinante che la soddisfazione sia reciproca e che venga mantenuta la centralità della figura del gommista specialista", continua **Saygili**. *"Ci teniamo molto, sia noi che Modugno, che il rivenditore possa lavorare con serenità e con efficacia. Perché questo sia possibile, Vredestein garantisce la **protezione di area**. Scegliendo CSV il cliente sa che sta sposando un progetto a lungo termine, che continua a crescere e perfezionare il proprio modello di business. A tutti gli effetti, diventa il concessionario Vredestein nella sua zona".*



Gli elementi per lavorare bene ci sono tutti e il piano marketing in questi primi mesi è stato molto apprezzato dai rivenditori per la sua completezza e per i vantaggi concreti che offre. Gli elementi principali su cui si basa sono i seguenti:

- a. Certificato di garanzia ufficiale + Polizza EuropAssistance
- b. Campagne di vendita sell-in e sell-out
- c. Programma di fidelizzazione
- d. Abbigliamento - Personalizzazione negozio - Auto di Cortesia
- e. Convenzioni con società di noleggio e flotte aziendali
- f. Corso di formazione e aggiornamenti tecnici sui prodotti
- g. Servizio logistico prioritario.

“L’idea di fondo - concludono i due manager - è di creare una squadra, nella quale produttore, distributore e rivenditore possano lavorare sinergicamente per raggiungere uno stesso obiettivo. I CSV saranno infatti presenti anche nel dealer locator del sito di Vredestein e in tutti gli elenchi ufficiali dei rivenditori. Ultimo elemento, ma non per importanza: siamo pronti per la prossima stagione con delle campagne social e digital, mirate in base al profilo del cliente finale, all’area geografica e alla zona di riferimento di ciascun rivenditore”.



© riproduzione riservata pubblicato il 15 / 09 / 2020