

Gestire i canali social non è semplice per i gommisti, perché richiede tempo, competenze e contenuti. Nexen Tire America, per dare una mano ai propri clienti a rimanere connessi con i consumatori, ha creato una piattaforma ad hoc che fornisce loro tutti gli strumenti e argomenti necessari per iniziare una vera e propria strategia social.

Grazie ai contenuti creati da Nexen, infatti, i rivenditori, senza rubare tempo al business quotidiano, possono mantenere i loro social media sempre aggiornati e attivi. Il produttore coreano parla di soli tre click, cinque minuti di tempo e zero investimento, come risorse necessarie per condividere post interessanti e coinvolgenti su Facebook, Twitter, Instagram e persino e-mail.

Il concetto è lo stesso della piattaforma www.gripdetective.it del nostro gruppo editoriale, che nasce per informare il consumatore finale che sta scegliendo i pneumatici con **molti contenuti, che possono essere liberamente condivisi anche dai gommisti italiani nei loro social network**. Ogni giorno il portale, nella [sezione 'News'](#) offre una decina di articoli, che spaziano dal pneumatico al lancio di auto o moto, fino al motorsport. Il vantaggio è che gli argomenti sono molti e i brand di gomme anche.

Secondo quanto riporta Nexen Tire America, **più del 90% degli acquirenti si rivolge ai social media per le decisioni di acquisto al dettaglio e il 78% dei consumatori afferma che i post sui social media di un'azienda hanno un impatto diretto sulle loro decisioni di acquisto**. Ecco perché ha sviluppato questo strumento di supporto per i suoi clienti.

Nexen Tire afferma che, ogni mese, fornirà ai concessionari contenuti freschi, diversificati e coinvolgenti, assicurando che i rivenditori abbiano sempre materiale da pubblicare a portata di mano.

Oltre a personalizzare i propri contenuti durante il processo di pubblicazione, i rivenditori hanno la possibilità di abilitare la piena automazione, consentendo a Nexen di gestire le pubblicazioni.

Tra le prime campagne disponibili ci sono:

San Valentino

Roadian MTX Xtreme fuoristrada

App mobile Nexen Tyre

Informazioni sul rivenditore: orari, indirizzi e altro

Campagna incentrata su auto / camion visivamente accattivanti

*“Nexen Tire riconosce il potere dei social media. Nel corso del 2020, le statistiche hanno dimostrato che gli Stati Uniti hanno registrato una crescita del 32% nell’uso dei social media da marzo a novembre. Riteniamo che i nostri rivenditori possano trarre grandi vantaggi da questo software gratuito”, ha affermato **John Hagan**, vicepresidente esecutivo di Nexen Tire America. “Questa piattaforma consente alla nostra rete di rivenditori di raggiungere un nuovo pubblico, utilizzando contenuti per i social media accuratamente realizzati e crediamo che l’utilizzo di questa piattaforma aiuterà i concessionari a connettersi meglio con i consumatori “.*

© riproduzione riservata pubblicato il 22 / 02 / 2021