

Il coronavirus ha accelerato ulteriormente un processo che era già in atto da diverso tempo: la digitalizzazione, soprattutto quella della comunicazione e della pubblicità. Vredestein, che già in tempi non sospetti si era dimostrata particolarmente attenta a questo segmento, ora ha deciso di spingere sull'acceleratore, investendo in attività che hanno l'obiettivo finale di veicolare maggior traffico verso il punto vendita.

Stefano Sbarzaglia, di Vredestein Italia, ha affermato: *“Durante il 2020 abbiamo realizzato 6 mesi di campagne digital e social, ininterrottamente. Da aprile 2021, quando per Vredestein inizierà il nuovo anno finanziario, il budget verrà triplicato. Ci avvicineremo molto ai livelli di investimento in comunicazione dei marchi premium concorrenti.”*

Quali sono i principali obiettivi di questo investimento?

Oggi essere presenti nei canali digitali, sui social e sui nuovi media è fondamentale ed è interessante notare che ha una doppia valenza. Prima di tutto, crea conoscenza del marchio. Vredestein, in particolare, è molto conosciuta e apprezzata tra gli operatori del settore, ma deve raggiungere lo stesso livello anche tra gli utenti finali. La cosa più importante, però, è che questo investimento genera traffico in officina. In sostanza, le attività digitali di Vredestein aiutano a portare più clienti dai nostri rivenditori ufficiali CSV e per questo motivo abbiamo deciso di investire in maniera importante nel 2021.

Su quali canali digitali investirà Vredestein?

Innanzitutto l'azienda ha creato il **Vredestein Experience Center**, una sorta di showroom virtuale unico nel suo genere nel mondo dei pneumatici, in cui i visitatori possono scoprire l'universo Vredestein, dalla gamma di prodotti disponibili alla storia dell'azienda, passando per le curiosità e i risultati dei test pneumatici. Qui ospitiamo anche i nostri live streaming, come quello con cui abbiamo lanciato il nuovo Ultrac, presentato da Vicky Piria.



Vredestein ha poi organizzato un **concorso** che permette agli utenti di vincere un set gratuito di pneumatici all season Quatrac Pro, Quatrac o Quatrac 5, a seconda della misura montata dall'auto dell'automobilista vincitore. La campagna si svolge solo dall'11 gennaio al 31 marzo 2021. I vincitori sono selezionati il 5 febbraio, 5 marzo e 5 aprile e vengono contattati i giorni successivi. Il primo treno è stato vinto da Domenico Caria, che ha ritirato i suoi nuovi Vredestein Quatrac presso il rivenditore Centro Sicurezza Vredestein Altina Gomme, di Gassino Torinese TO.

Ci sono poi i social **Facebook** e **Instagram**, in cui condividiamo contenuti sulla nostra pagina, ma anche creando storie. Investiamo, inoltre, su **Google** e sulla piattaforma di informazione e di recensioni pneumatici **GripDetective**, per raggiungere i consumatori proprio nella fase di pre-acquisto, quando sono più sensibili

La rete CSV sta crescendo sul territorio italiano?

Si, sta crescendo, ma con grande attenzione verso i nostri rivenditori: la rete CSV è distribuita in maniera uniforme sul territorio italiano, con ogni rivenditore che ha un'area di influenza protetta. L'obiettivo dei prossimi 3 anni è quello di completare la copertura geografica con nuovi CSV in zone libere e senza sovrapposizioni in aree dove sono già presenti rivenditori ufficiali.

QUATRA PRO

**CI SIAMO MERITATI -
LE NOSTRE VITTORIE**




Auto Bild

**TESTA I VINCITORE DELLA CATEGORIA
ALL-SEASON**








 centrosicurezzavredestein • Segui ...

 centrosicurezzavredestein Il grigio viene fuori dal perfetto bilanciamento di nero e bianco! Come i nostri pneumatici, un mix perfetto di tecnologia e design!!!

#newbrandidentity #topchange
#vredesteindesign
#vredesteinitalia #tyre #pneumatic
#pneumatico #italiandesigngiugiaro
#landscape #quatractyre
#wintractyre #allseasons

10 sett.

 Piace a **b_biker.th** e altri 38

6 NOVEMBRE 2020

Aggiungi un commento... [Pubblica](#)

QUATAC

**CI SIAMO MERITATI -
LE NOSTRE VITTORIE**



Auto Bild Allrad

**TESTA I VINCITORE DELLA CATEGORIA
ALL-SEASON**

Vredestein: investire nel digital e sui social per veicolare i clienti nel punto vendita | 8

Vredestein: investire nel digital e sui social per veicolare i clienti nel punto vendita | 9



© riproduzione riservata pubblicato il 10 / 03 / 2021