

Ha ancora senso parlare di mondo virtuale? A giudicare dall'ultima innovazione nella strategia digitale di BKT, che ha debuttato alla fiera dell'agricoltura di Bologna Eima, sembrerebbe di no. Lo stand c'era, ma i prodotti no. Le persone c'erano, alcune in presenza e tutte - proprio tutte, tecnici e commerciali, - in forma virtuale. In pratica, entrando nello stand BKT di Bologna, il visitatore aveva accesso a delle postazioni attrezzate con pc in cui era possibile registrarsi, navigando poi con il proprio avatar nello stand stesso, riprodotto virtualmente in maniera fedele. Dalla postazione era possibile cliccare prodotti, eventi, temi, per far partire video esplicativi o sfogliare documenti. Ma era anche possibile entrare in contatto con esperti tecnici di BKT, disponibili per tutti gli orari di apertura della fiera, e con agenti e commerciali di Univergomma, pronti a chiarire dubbi, fare offerte, accettare ordini. Tutto ciò a disposizione dei visitatori della fiera, ma anche di coloro che a Bologna non avevano potuto andare fisicamente.

Insomma, il virtuale è ormai diventato uno strumento assolutamente reale, che si integra, compensa, agevola, amplifica e contribuisce all'esperienza globale del cliente. La conditio sine qua non per il successo è però la capacità degli operatori di prendere dimestichezza con questi mezzi innovativi e la loro incredibile potenzialità. Cosa che Univergomma, distributore esclusivo di BKT agricoltura, ha fatto in modo eccellente, come ha dimostrato in fiera.

Ne abbiamo parlato con il team che ha sviluppato il progetto della [Virtual Experience BKT](#): **Gabriella Usiello**, Marketing Manager & Communication, e **Jennifer Rauch**, Digital Marketing Manager di BKT.

Possibile? Una fiera senza esporre i prodotti? Perché?

I prodotti BKT sono ormai riconosciuti da tutti nel settore, per cui abbiamo deciso di fare un passo oltre, con questo strumento di comunicazione, che, da un lato, consente ai clienti di entrare in contatto diretto con l'azienda BKT e con il nostro distributore Univergomma, dall'altro, di utilizzare una piattaforma virtuale per esplorare, in qualsiasi momento e da ovunque, il mondo BKT, approfondendo vari argomenti: caratteristiche tecniche dei prodotti, video di testimonial e iniziative corporate.



Cosa è la Virtual Experience che avete presentato all'EIMA?

È il punto di partenza di un progetto che ha un obiettivo educativo, informativo, ma anche di coinvolgimento. Il primo appuntamento è stato in fiera, con il mondo dell'agricoltura e alcune tematiche corporate, ma il progetto non si limiterà a questo solo ambito, perché abbiamo intenzione di sviluppare ulteriori aree e applicazioni.

La [Virtual Experience](#) è uno strumento che si integra perfettamente nella strategia di comunicazione digitale di BKT e che vuole essere un ulteriore touch point digitale per i nostri clienti di tutto il mondo.

Come funziona lo stand virtuale?

È molto semplice: entri, inserisci il nome, scegli un Avatar e ti ritrovi all'interno di una riproduzione fedele dello stand di Eima. Ci sono quattro stanze tematiche, completamente esplorabili, che consentono di navigare l'universo virtuale BKT e di dialogare, in tempo reale, attraverso una camera, con un tecnico BKT o un commerciale Univergomma, in modo

da ottenere tutte le risposte utili in qualsiasi ambito di interesse.

All'interno delle sale virtuali ci sono diversi tipi di contenuto: leaflet, video di presentazione dei prodotti di punta, visualizzazioni 3D dei pneumatici, documenti pdf. C'è poi una hostess nella parte centrale dello stand a cui si può richiedere un appuntamento, compilando un modulo, che poi viene riportato al referente BKT o Univergomma.



È uno strumento dedicato esclusivamente ai visitatori della fiera oppure a tutti, anche dopo i giorni della fiera?

La Virtual Experience non si limita alla fiera: è uno strumento con un potenziale straordinario, sempre disponibile, a supporto della nostra forza vendita, per consentire agli utenti finali di conoscere i prodotti e il mondo BKT in maniera più immersiva e coinvolgente.

Registrandosi nel sito dedicato si accede infatti all'open world, una sorta di Showroom virtuale sempre aperta, 24 ore su 24, 7 giorni su 7, che offre anche la possibilità di entrare in contatto con altri utenti presenti nello stesso momento.

L'utente della fiera entra nello stand e si collega da una delle postazioni con un computer, ma anche le persone che non hanno potuto essere fisicamente presenti a Bologna potevano e possono accedere ai contenuti e interagire con gli esperti da casa, dall'azienda o dallo smartphone.

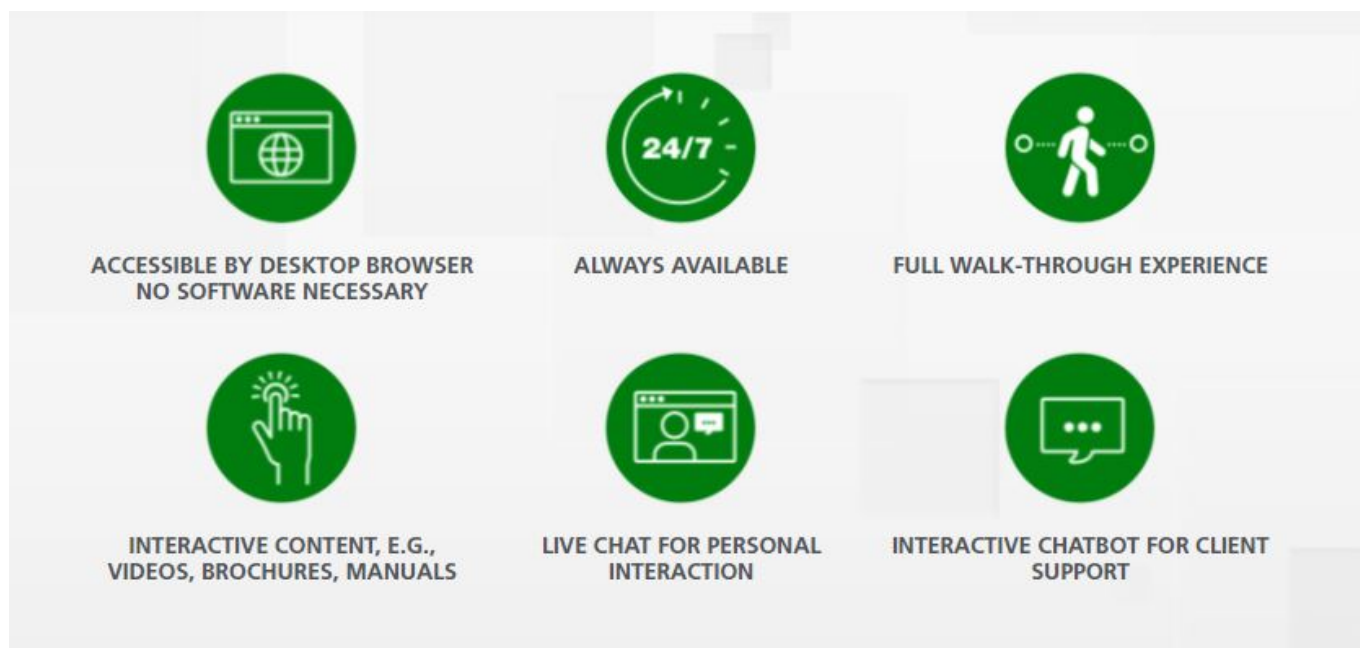
I feedback dai visitatori della fiera sono stati estremamente positivi, ma l'interesse e le visite stanno continuando anche nei giorni successivi.

Per sintetizzare, la Virtual Experience fa da trade union tra fiera e mondo virtuale, catapultando il visitatore della manifestazione nel mondo virtuale e, vice versa, il cliente che è rimasto a casa nello stand della fiera.

Come si naviga questo nuovo ambiente?

Ci sono diverse modalità di navigazione. Il mouse serve per orientarsi, a livello di direzione, mentre con le frecce della tastiera ci si può spostare. C'è poi la scorciatoia semplice: cliccando il tasto 'M' (= Mappa) si visualizzano dei pallini blu che permettono di entrare direttamente nella sala o mondo virtuale che interessa consultare.

Per i più giovani è sicuramente una forma di touch point immediata, che non ha bisogno di spiegazioni. Per chi è meno digitale, ci sono comunque più opzioni di navigazione, che servono per muoversi in maniera semplice da uno spazio all'altro. A dimostrazione di questo, stiamo registrando dati che confermano un forte apprezzamento anche da parte di un target over40.



Il gommista e il cliente finale come possono utilizzare questo nuovo ambiente?

Con questa modalità virtuale, il **gommista** ha delle informazioni sempre aggiornate in tempo reale sui prodotti, può utilizzare materiali stampati, video e 3D e può entrare in contatto con noi direttamente. In pratica la Virtual Experience rappresenta anche un momento formativo per il tyre dealer, che entra nel nostro universo attraverso la porta principale.

L'utente finale, in questo caso l'imprenditore o l'operatore dell'azienda agricola, può navigare i prodotti, ascoltare le testimonianze di colleghi che lavorano sul campo e contattarci.

E il distributore?

È l'anello fondamentale della catena. Univergomma conosce questo strumento davvero molto bene e ne riconosce l'utilità. I responsabili commerciali di Univergomma stanno infatti già organizzando meeting con i loro clienti, con il vantaggio di avere sulla punta delle dita tutte le informazioni utili del mondo BKT, in maniera molto fluida e semplice. Sono proprio loro che ormai utilizzano questo strumento muovendosi con grande spontaneità e organizzando meeting one to one e sezioni di training vivaci e interattive, proprio grazie alla ricchezza dei tool a disposizione, che riescono a tenere alta l'attenzione molto più dei tradizionali power point statici.



Da dove è nata l'idea di creare la Virtual Experience?

Da un'esigenza che la pandemia ha accelerato. Noi a questo tipo di touch point stavamo già lavorando da tempo, ad esempio con il BKT Network o la nostra TV digitale, con l'obiettivo di rimanere collegati con il pubblico di tutto il mondo. La pandemia ha reso però ancor più importante e necessario avere un approccio ibrido.

Ad Eima abbiamo lanciato il primo appuntamento, ma il potenziale di questo touch point è molto più ampio.

Quali saranno gli sviluppi futuri?

L'agricoltura è il primo step, ma prossimamente svilupperemo ambienti analoghi anche per i segmenti movimento terra, portuale e construction. Le possibilità sono infinite, sempre ruotando intorno al concetto della disponibilità sempre e ovunque.

La Virtual Experience non sostituisce il sito web, che rimane valido, in quanto è un'altra modalità di touch point, che fa parte della customer journey nel mondo digitale BKT. I touch point possono essere infiniti, poi ogni utente sceglierà la modalità che preferisce e che più si addice alle sue necessità.

Svilupperemo altri ambienti, terremo aggiornati tutti i materiali e offriremo altre lingue, oltre all'italiano e inglese attualmente disponibili. Insomma, nei prossimi mesi arriveranno sicuramente altre novità dal mondo BKT.

Prova la Virtual Experience ed entra nel mondo virtuale di BKT: [CLICCA QUI](#)

© riproduzione riservata pubblicato il 2 / 11 / 2021