

La sponsorizzazione di Prometeon al campionato mondiale Superbike è entrata nel vivo. Nell'unico round italiano della serie, Misano, metà giugno, il gruppo Prometeon, alla cui direzione generale è Roberto Righi, ha dato vita a una esclusiva customer experience, che ha coinvolto una trentina di clienti e fatto scoprire loro il dietro le quinte della Superbike. Hanno vissuto il paddock in maniera privilegiata, in un weekend dedicato completamente ai motori e alle corse, passione condivisa dal mondo dei dealer e delle flotte.

Abbiamo chiesto di raccontarci il perché di questa iniziativa a **Sabina Oriani**, Head of Marketing di Prometeon Tyre Group.



Sabina Oriani, Head of Marketing di Prometeon Tyre Group

Su Misano avete coinvolto, per la prima volta, i vostri clienti in una full customer experience nel mondo Superbike.

Abbiamo dedicato la prima giornata a un gruppo formato da dealer italiani e clienti turchi. Questi ultimi erano sette, ma da soli rappresentano più del 20 per cento del mercato.

La **Turchia** per noi è un mercato strategico, dove abbiamo una quota di penetrazione del 20 per cento e un impianto produttivo che fornisce più del 30 per cento dei nostri pneumatici.

Per quanto riguarda l'**Italia**, abbiamo invitato alcuni dei nostri **dealer** il sabato, mentre abbiamo dedicato la cena del sabato sera e la giornata della domenica a un gruppo di **flotte**, alcune delle quali sono già attive con Prometeon e altre speriamo lo diventino. In totale abbiamo portato 33 clienti italiani a Misano.

Come mai avete deciso di dedicare una giornata alle flotte?

Le flotte per noi stanno diventando sempre più importanti, ma soprattutto a divenire **strategico è il rapporto tra noi, le flotte e i dealer**. A testimoniarlo è l'attività di commercial testing, che per l'Italia sta partendo in questi giorni, in cui, insieme a flotte opinion leader e ai loro dealer di riferimento, mettiamo a confronto i pneumatici [Prometeon Serie 02](#) con quelli della concorrenza: iniziative come questa dimostrano la **centralità del cliente** nella strategia di crescita del gruppo Prometeon.



Cosa volete comunicare ai vostri clienti con questo genere di iniziative?

Il 2022 è un anno importante per noi, che vede la nascita della nuova generazione di pneumatici premium Serie 02 a marchio PIRELLI. È anche l'anno della prima sponsorizzazione internazionale di Prometeon, protagonista appunto la Superbike, e di una nuova e ancora più forte attenzione nei confronti dei clienti, dei quali vogliamo essere realmente dei partner nella costruzione del loro business.

Cosa ha più colpito i vostri ospiti durante l'evento di Misano?

Certamente la cena nel paddock la sera di sabato, le experience in circuito, come per esempio il giro in pista sulla safety car, e la presenza dei nostri testimonial. Abbiamo fatto

incontrare ai nostri clienti il campione del mondo in carica della Superbike, il turco **Toprak Razgatlioglu**, i piloti della **Turkish Academy** e **Axel Bassani**, che guida la classifica dei piloti indipendenti del campionato 2022. Sono tutti sponsorizzati da Prometeon, a completamento della strategia che vede il gruppo quale Official Sponsor di WorldSBK.

Quali saranno le prossime customer experience Prometeon nel mondo Superbike?

Avverranno già nel mese di **luglio**: dal 15 al 17 a Donington Park in Gran Bretagna e dal 29 al 31 a Most in Repubblica Ceca. Consapevoli del fatto che il format funziona, perché i feedback dei clienti dopo Misano sono stati molto positivi, ripeteremo l'esperienza nei prossimi due round del Mondiale Superbike con clienti inglesi a Donington Park e tedeschi e austriaci a Most. Ciò che vogliamo è che il brand Prometeon sia conosciuto non solo per il prodotto, ma anche per la relazione che instaura con il cliente, e iniziative come questa sono un modo fantastico per dirlo ai nostri partner.





Prometeon porta dealer e flotte a Misano, nel dietro le quinte del
Superbike | 6















© riproduzione riservata pubblicato il 4 / 07 / 2022