

In occasione del cambio gomme invernale, e fino a fine dicembre, SuperService conferma il suo impegno per supportare e incrementare il sell-out dei suoi aderenti in uno dei periodi più importanti dell'anno in termini di vendite e di flussi.

La Rete di rivenditori esperti in pneumatici e servizi selezionati da Goodyear e Dunlop ha infatti implementato una serie di attività digital rivolte agli oltre 315 centri affiliati in tutta Italia, orientate secondo una logica che vede "l'utente al centro" di numerose iniziative dedicate:

- quando l'utente è in movimento in auto, grazie alla visibilità degli oltre 315 punti vendita della Rete sull'applicazione di navigazione stradale Waze, potrà trovare il rivenditore più vicino con una grafica identificativa (il simbolo dell'aquila del logo SuperService) e consultare tutte le migliori offerte per i pneumatici pensate per il cambio stagionale;
- quando l'utente "si muove online", navigando e ricercando genericamente sul web pneumatici e servizi di manutenzione per l'auto, alcune iniziative geolocalizzate su Google e sui social media lo accompagnano alla scoperta delle novità esclusive della Rete presenti all'interno dei vari punti vendita;
- quando l'utente si affida a portali specialistici di compravendita volti a informarsi e cogliere opportunità inerenti veicoli o parti accessorie - tema particolarmente sensibile soprattutto in un momento come quello attuale - SuperService ha scelto di essere visibile con banner e skin promozionali sul cambio gomme all'interno della sezione Motori di Subito, piattaforma numero uno in Italia per vendere e comprare con oltre 13 milioni di utenti unici mensili, leader nelle ricerche effettuate dal pubblico per numero visite e tempo medio di permanenza sul sito

*"In queste settimane così importanti per il business dei nostri rivenditori, abbiamo voluto mettere a disposizione della nostra Rete una serie di iniziative concrete volte a rendere visibile al pubblico la nostra presenza sul territorio nazionale, mettendo al centro dei nostri servizi l'utente per favorire un'esperienza d'acquisto sempre più competitiva con il mercato e al passo con i tempi", commenta **Marco Prosdocimi**, Retail Director di Goodyear Tires Italia.*